

Outils novateurs pour une information pratique et transparente et une interaction efficace

De plus en plus, les participants au marché demandent aux sociétés ouvertes de fournir une information transparente et pratique. Dans le présent chapitre, nous examinons comment les sociétés ouvertes canadiennes peuvent répondre à ces attentes en améliorant la clarté et la convivialité de leurs pratiques en matière de communication (y compris mais non seulement les documents d'information continue classiques) et d'interaction. L'examen des sites Web d'entreprise de tous les émetteurs compris dans l'Indice TSX 60 nous permet de cerner les principaux obstacles à la convivialité et à l'efficacité d'un site Web et de proposer des outils pratiques en vue d'optimiser l'utilisabilité et l'interaction avec les parties prenantes. De façon plus générale, nous expliquons comment l'exploitation d'un site Web d'entreprise, le recours au mécanisme de notification et d'accès, la tenue d'assemblées virtuelles hybrides et l'utilisation (appropriée) des médias sociaux sont autant de moyens, pour une société, de faire connaître sa stratégie et ses plans d'affaires plus efficacement, ainsi que de favoriser la viabilité à long terme.

Communication et interaction : renforcer la transparence et le côté pratique

En raison de l'activisme et de la mobilisation soutenues des actionnaires, et de l'attention accrue portée aux questions environnementales, sociales et de gouvernance (les « questions ESG »), les enjeux liés à la nécessité de fournir une information claire et d'interagir de façon efficace sont plus élevés que jamais pour les conseils d'administration et les hauts dirigeants. Au sens large, la communication d'information aux actionnaires consiste à diffuser de l'information sur une société dans le public, alors que l'interaction comporte des échanges et un dialogue entre une société et ses actionnaires (et, plus généralement, ses parties prenantes). Bon nombre d'administrateurs et de hauts dirigeants doivent impérativement repenser les modes classiques de communication de l'information et d'interaction afin de répondre au désir des parties prenantes d'obtenir de l'information pratique et transparente et de satisfaire à leurs obligations d'agir au mieux des intérêts de la société.

Traditionnellement, les pratiques en matière de communication de l'information et les stratégies d'interaction des sociétés ouvertes canadiennes ont été centrées sur le respect des obligations d'information continue prescrites par la réglementation et sur la participation des actionnaires aux conférences téléphoniques avec les analystes, aux conférences téléphoniques sur les résultats trimestriels et aux assemblées annuelles des actionnaires. Les émetteurs assujettis ont toujours été tenus d'établir, de déposer et de diffuser des documents d'information écrits sur leurs activités, leur exploitation et leurs résultats financiers. En raison des « pratiques exemplaires » et des obligations d'information en apparence toujours plus rigoureuses, ces documents sont bien souvent devenus complexes, longs, répétitifs et peu digests. Quant à elles, les assemblées annuelles d'actionnaires et les conférences téléphoniques sur les résultats sont souvent des événements formatés, superficiels et peu fréquentés. De plus en plus, les participants au marché réclament une communication transparente et pratique, comme l'ont récemment souligné Larry Fink, président du conseil et chef de la direction de BlackRock, et la Business Roundtable des États-Unis¹⁷⁰.

Comment les sociétés peuvent-elles transformer leurs pratiques en matière de communication et d'interaction pour les rendre à la fois transparentes et pratiques? À notre avis, elles doivent cesser de voir la communication d'information et l'interaction comme un processus entrepris, trop souvent, à seule fin de se conformer aux obligations imposées par la réglementation en valeurs mobilières, et en faire plutôt une priorité stratégique qui intègre la rétroaction et les commentaires des diverses parties prenantes permettant ainsi au conseil de s'acquitter de son devoir de surveillance.

Création d'une information efficace au moyen du site Web

Si, par le passé, les investisseurs et les participants au marché financier qui cherchaient de l'information sur une société consultaient d'abord SEDAR, de nos jours, ils se tournent d'emblée vers les sites Web d'entreprise comme principale source d'information. Le déploiement d'une forte présence auprès du public devrait donc commencer par le maintien d'un site Web qui diffuse clairement, et en temps opportun, de l'information pertinente sur la société. Un site Web d'entreprise bien conçu communiquant la vision, la stratégie et les activités de la société peut s'avérer un outil efficace et crucial pour accroître et optimiser l'interaction avec les parties prenantes (et non seulement avec les actionnaires).

À notre avis, elles doivent cesser de voir la communication d'information et l'interaction comme un processus entrepris, trop souvent, à seule fin de se conformer aux obligations imposées par la réglementation en valeurs mobilières, et en faire plutôt une priorité stratégique qui intègre la rétroaction et les commentaires des diverses parties prenantes permettant ainsi au conseil de s'acquitter de son devoir de surveillance.

EXIGENCES BOURSIÈRES EN MATIÈRE DE COMMUNICATION D'INFORMATION SUR UN SITE WEB

À la base, les sites Web des émetteurs devraient satisfaire aux exigences de la législation applicable. À l'heure actuelle, les lois canadiennes sur les sociétés ne prescrivent pas ce que les sociétés ouvertes devraient afficher sur leur site Web. Toutefois, la Bourse de Toronto (la « TSX ») impose aux émetteurs inscrits à sa cote (sous réserve de certaines catégories d'émetteurs exclus) les exigences suivantes en matière de communication d'information sur un site Web :

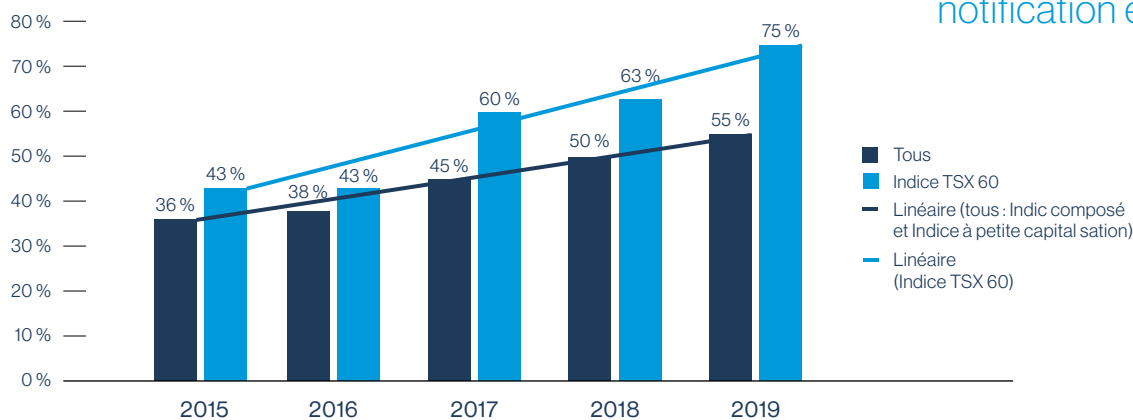
TABLEAU 8-1 :

Exigences de la TSX et de la Bourse de croissance TSX en matière de communication d'information

| Catégories d'émetteurs | Exigences en matière de communication d'information |
|---|--|
| Obligations de base des émetteurs inscrits à la cote de la TSX | <p>Maintenir un site Web public et y afficher la dernière version en vigueur des documents suivants (ou de leur équivalent)¹⁷¹ :</p> <ul style="list-style-type: none"> a) les statuts ou autres documents constitutifs et tous les règlements administratifs de l'émetteur; b) le cas échéant, un exemplaire de ce qui suit : <ul style="list-style-type: none"> – la politique relative à l'élection à la majorité¹⁷² – la politique ou le règlement relatif aux avis préalables – la description des postes du président du conseil d'administration ou de l'administrateur principal – le mandat du conseil d'administration – les règles des comités du conseil d'administration. |
| Sociétés d'exploration, de mise en valeur et de production minières qui sont des émetteurs inscrits à la cote de la TSX | <p>S'assurer aussi de ce qui suit¹⁷³ :</p> <ul style="list-style-type: none"> a) l'adresse du site Web est fournie dans tous les documents d'information : <ul style="list-style-type: none"> – l'information présentée dans ces documents se trouve sur le site Web immédiatement après sa publication; – l'information figure sur le site Web « jusqu'à ce que la société ait fait savoir qu'elle a abandonné les travaux sur une propriété, qu'elle n'a plus de participation dans celle-ci ou que d'autres travaux y ont été entrepris »; b) l'information devant être communiquée aux termes de la <i>Norme canadienne sur l'information concernant les projets miniers</i> et, au Québec, du <i>Règlement 43-101 sur l'information concernant les projets miniers</i> (le « Règlement 43-101 ») peut être facilement obtenue de la société par courrier électronique, par télécopieur, par courrier ou par son site Web. |
| Obligations de base des émetteurs inscrits à la cote de la Bourse de croissance TSX (la « TSXV ») | Aucune obligation équivalente aux obligations des émetteurs inscrits à la cote de la TSX. |
| Sociétés minières qui sont des émetteurs inscrits à la cote de la TSXV | <p>S'assurer de ce qui suit¹⁷⁴ :</p> <ul style="list-style-type: none"> a) tous les rapports d'étude géologique mentionnés dans un communiqué ou déposés auprès de la TSXV peuvent être obtenus de l'émetteur ou figurent sur son site Web; b) l'information présentée sur le site Web de la société au sujet de ses terrains miniers respecte certaines exigences; notamment elle est à jour et indique le nom des personnes qualifiées chargées d'établir l'information scientifique et technique. |

En outre, dans le cas d'une société qui utilise le régime « de notification et d'accès » pour transmettre des documents reliés aux procurations aux actionnaires, les lois canadiennes sur les valeurs mobilières exigent de l'émetteur qu'il affiche les documents relatifs à l'assemblée ainsi que l'avis de convocation et le formulaire de procuration sur SEDAR et sur un autre site Web (qui pourrait être celui de l'émetteur) au moins 30 jours avant l'assemblée. Fait à noter, comme le montre la graphique 8-1 ci-dessous, en 2019, 75 % des émetteurs compris dans l'Indice TSX 60 (en hausse par rapport à 43 % en 2015) et 55 % des émetteurs compris dans l'Indice composé et l'Indice des titres à petite capitalisation (en hausse par rapport à 36 % en 2015) recourent maintenant au mécanisme de notification et d'accès. Nous nous attendons d'ailleurs à ce que ces chiffres continuent d'augmenter par suite des modifications apportées récemment à la *Loi canadienne sur les sociétés par actions* (la « LCSA »), qui permettent maintenant aux sociétés ouvertes régies par la LCSA d'utiliser le régime de plus en plus populaire de notification et d'accès.

GRAPHIQUE 8-1 :
Pourcentage des émetteurs compris dans l'Indice composé et dans l'Indice des titres à petite capitalisation qui recourent au mécanisme de notification et d'accès (2015 à 2019)



En 2019, 75 % des émetteurs compris dans l'Indice TSX 60 (en hausse par rapport à 43 % en 2015) et 55 % des émetteurs compris dans l'Indice composé et l'Indice des titres à petite capitalisation (en hausse par rapport à 36 % en 2015) recourent maintenant au mécanisme de notification et d'accès.

DIRECTIVES SUPPLÉMENTAIRES EN MATIÈRE DE COMMUNICATION D'INFORMATION SUR UN SITE WEB

Parmi les divers organismes de réglementation au Canada, seules la TSX et les Autorités canadiennes en valeurs mobilières (les « ACVM ») offrent des conseils pratiques aux sociétés sur le maintien d'un site Web efficace de relations avec les investisseurs. Comme l'indique le graphique 8-2, la TSX et les ACVM recommandent que les émetteurs inscrits prennent notamment les mesures suivantes¹⁷⁵:

GRAPHIQUE 8-2 :

Aperçu des recommandations de la TSX et des ACVM pour un site Web efficace

Affichage de l'information

- Donner accès à tous les documents d'information occasionnelle et autres communications destinées aux investisseurs.
- Afficher les communications aux investisseurs dès que possible après leur diffusion.
- Afficher les coordonnées des responsables des relations avec les investisseurs.
- Afficher simultanément sur le site Web de la société tous les documents déposés sur SEDAR.
- Séparer l'information promotionnelle et l'information destinée aux investisseurs.
- Retirer l'information obsolète ou inexacte.

Protection du site Web

- Établir une politique écrite claire sur les communications électroniques.
- Assurer régulièrement l'examen et la surveillance de l'intégrité du site Web.
- Éviter la création de liens profonds entre sites (c'est-à-dire de liens menant à une page Web autre qu'une page d'accueil).
- Éviter d'afficher des articles provenant des médias.
- Veiller à ce que tous les liens vers des sites de tiers soient accompagnés d'une mise en garde indiquant à l'internaute qu'il quitte le site Web de la société et que cette dernière n'est pas responsable du contenu, de l'exactitude ou de l'actualité d'autres sites.

Pratique de la gestion du savoir

- Tenir des listes de transmission par courriel assorties de capacités d'abonnement ou maintenir un logiciel automatisé permettant de fournir des mises à jour aux émetteurs (l'information doit d'abord être diffusée par une agence de transmission).
- Établir un système d'archivage.
- Dater les documents et consigner dans des journaux l'information importante qui a été affichée sur le site Web et qui en a été retirée.

Surveillance du comportement des employés

- Interdire aux employés de participer à des discussions de sites de clavardage, de groupes de discussion ou de médias sociaux sur Internet ayant trait à l'émetteur ou à ses titres.
- Exiger des employés qu'ils signalent toute discussion sur Internet ayant trait à l'émetteur.

POLITIQUES SUR L'INTERACTION AVEC LES ACTIONNAIRES

Bon nombre des principales sociétés ouvertes du Canada ont déjà adopté des politiques officielles d'interaction avec les actionnaires; pour les autres, les investisseurs institutionnels, les gestionnaires d'actifs et les organismes de surveillance de la gouvernance continuent de préconiser une interaction plus active, continue et collaborative avec les administrateurs non dirigeants. Une politique ou un cadre officiel énonçant l'approche du conseil, notamment quant au moment et à la forme que pourrait prendre cette interaction entre le conseil et les actionnaires, peut contribuer à ce qui suit :

- indiquer quels sujets relèvent du conseil par opposition à ceux qui seront renvoyés à la direction;
- ouvrir un dialogue direct entre les administrateurs et les actionnaires;
- créer une tribune permettant aux investisseurs d'exprimer leur opinion sur les stratégies d'entreprise, la gestion des risques, les questions ESG ainsi que le rendement et la rémunération des dirigeants.

Au moment d'élaborer une politique :

- ne pas oublier que les efforts d'interaction du conseil sont destinés à compléter les responsabilités principales du chef de la direction, des dirigeants et des responsables des relations avec les investisseurs dans ce domaine, et non à s'y substituer;
- inclure une copie de la politique séparément sur le site Web au lieu de la noyer dans le rapport annuel ou la circulaire d'information.

En l'absence de politique :

- envisager la possibilité d'élaborer un cadre qui énoncera les paramètres déterminant le moment et la forme des interactions avec les investisseurs, tant en période d'exploitation normale qu'en cas de crise.

LES RÈGLES SUR LA COMMUNICATION D'INFORMATION S'APPLIQUENT AUX COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES

L'information affichée sur un site Web d'entreprise est assujettie aux mêmes lois sur les valeurs mobilières que l'information énoncée dans les documents d'information classiques. En général, afficher l'information uniquement le site Web d'un émetteur ne suffit pas à satisfaire aux obligations d'information prévues par les lois sur les valeurs mobilières. En outre, les exigences suivantes s'appliquent :

- les communications électroniques ne peuvent être trompeuses;
- les émetteurs sont tenus de corriger et de mettre à jour les sites Web;
- l'information doit être présentée de façon uniforme;
- les communications électroniques ne peuvent servir à donner des « tuyaux » ou à laisser filtrer de l'information importante;
- une attention particulière doit être accordée aux lois sur les valeurs mobilières étrangères applicables.

En fin de compte, une norme d'information à jour et exacte, en temps opportun, constitue la pratique exemplaire.

Jusqu'à maintenant, les commentateurs canadiens de la gouvernance ont publié peu de lignes directrices sur la communication d'information au moyen de sites Web, malgré le rôle central que jouent ces derniers dans la diffusion de l'information et la communication avec les participants au marché. Sur les deux principales agences de conseil en vote, seule Glass Lewis & Co. fait mention du site Web d'une société, déclarant qu'elle en tient compte dans l'évaluation de la réceptivité du conseil.

Étude de cas : Pratiques relatives aux sites Web des émetteurs compris dans l'Indice TSX 60

En juin 2019, nous avons procédé à un examen des sites Web de tous les émetteurs compris dans l'Indice TSX 60. L'examen visait à évaluer la conformité aux règles de la TSX et à cerner les facteurs qui rendent un site Web plus ou moins efficace. La qualité des sites Web examinés variait, certains s'avérant beaucoup plus informatifs et conviviaux que d'autres. En général, de nombreux sites Web présentaient des possibilités d'amélioration. Notons que certains documents que nous avons considérés comme étant « non disponibles » dans notre examen peuvent en fait être disponibles, mais étaient tellement difficiles à repérer sur le site Web que l'utilisateur moyen serait peu susceptible de les trouver ou d'y accéder facilement. À un haut niveau, les résultats de notre examen sont présentés dans le tableau 8-2 ci-dessous.

TABLEAU 8-2 :
Conformité des émetteurs compris dans l'Indice TSX 60 aux règles de la TSX en matière de communication d'information au moyen d'un site Web (2019)

| Politique ou documents prescrits | Conformité |
|--|---------------|
| Statuts et autres documents constitutifs et règlements administratifs | 92 % |
| Politique relative à l'élection à la majorité | 90 % |
| Politique relative aux avis préalables | Environ 95 %* |
| Description des postes du président du conseil d'administration ou de l'administrateur principal | 73 % |
| Mandat du conseil d'administration | 92 % |
| Règles des comités du conseil d'administration | 98 % |

* Taux de conformité approximatif, fondé sur le nombre d'émetteurs compris dans l'Indice TSX 60 qui ont déclaré avoir une politique ou un règlement relatif aux avis préalables, et sur le fait que le document se trouvait ou non sur le site Web.

OBSTACLES QUI FREINENT LA CONVIVIALITÉ D'UN SITE WEB

Selon notre examen, les principaux obstacles suivants freinent la convivialité et l'efficacité d'un site Web :

- **Présence de liens profonds.** Les utilisateurs devaient cliquer sur de multiples pages Web et liens pour accéder aux documents sur la gouvernance.
- **Documents répartis sur plusieurs pages Web.** Les documents sur la gouvernance, au lieu d'être énumérés et hyperliés sur une seule page Web, étaient répartis sur de multiples pages Web.
- **Documents noyés dans les circulaires d'information ou les rapports annuels.** Les documents sur la gouvernance étaient noyés dans des circulaires d'information et des rapports annuels plus volumineux sur le site Web, au lieu d'être hyperliés en tant que documents distincts.
- **Barre d'outils de recherche inefficace.** La barre d'outils de recherche de certains sites Web était inefficace ou fonctionnait mal.
- **Absence de reconnaissance optique de caractères (la « ROC »).** Les documents n'étaient liés que sous forme d'images, et la ROC n'était pas offerte, de sorte que les termes ne pouvaient faire l'objet d'une recherche.
- **Documents non datés.** Les documents étaient hyperliés mais n'étaient pas datés, créant de l'incertitude quant à leur actualité et à leur exactitude.
- **Regroupement de multiples documents en un seul fichier PDF.** Certaines sociétés avaient regroupé plusieurs documents requis dans un seul fichier PDF, rendant difficile, par exemple, de trouver une politique relative à l'élection à la majorité dans un ensemble plus étendu de politiques ou de principes de gouvernance sans ouvrir et passer en revue tout le document.

OUTILS QUI AMÉLIORENT L'UTILISABILITÉ D'UN SITE WEB

Par ailleurs, certains sites Web examinés étaient très efficaces et intégraient des techniques de pointe qui en amélioraient l'utilisabilité et la clarté, y compris les outils recommandés suivants :

- **Coordonnées des personnes-ressources.** Fournir les coordonnées essentielles des personnes-ressources, notamment les adresses de courriel, les numéros de téléphone, l'emplacement des bureaux et les heures d'ouverture.
- **Liens clairement identifiés et visibles.** Inclure un lien direct vers une page Web sur la gouvernance contenant tous les documents requis, clairement identifiés et assortis d'un hyperlien vers les fichiers PDF. Bien que nombre de sociétés incluent leurs exigences relatives aux avis préalables dans leurs règlements administratifs, une mention à cet égard entre parenthèses à côté de ceux-ci les rend facilement accessibles.
- **Fonctions de recherche activées.** Doter les sites Web de moteurs de recherche conviviaux qui cherchent des mots clés non seulement dans les titres, mais aussi dans des documents entiers. L'affichage le plus convivial des résultats de recherche consiste à trier ceux-ci soit en fonction de leur pertinence par rapport aux termes de recherche, soit par ordre chronologique. La fonction de recherche avancée qui filtre les résultats par date, sujet, personne, type ou format de document s'avère la plus utile.
- **Documents sur la gouvernance affichés sur la page Web des relations avec les investisseurs.** En plus de satisfaire aux exigences de la TSX en matière de communication d'information décrites ci-dessus, certaines sociétés affichent leurs codes de conduite, leurs politiques sur la dénonciation, leurs politiques d'interaction avec les actionnaires et d'autres lignes directrices en matière de gouvernance d'entreprise qu'elles ont élaborées.
- **Outils visuels et sonores.** Afin de communiquer de l'information complexe, les émetteurs sont en voie de passer des présentations et rapports traditionnels à des formats plus visuels tels que des images, des infographies et des vidéos. Les sites Web affichant des photos des administrateurs, des dirigeants et des membres des comités de l'émetteur offrent une expérience plus intime. De plus, la création et la tenue à jour d'un calendrier de relations avec les investisseurs procurent aux investisseurs et aux autres participants au marché un moyen plus transparent et plus pratique de suivre l'information sur la société. Les vidéos montrant des dirigeants et des employés peuvent aussi humaniser une société et susciter la confiance des investisseurs. Les fichiers audio peuvent également servir à enregistrer les conférences téléphoniques et à y donner accès.

- **Optimisation de la visualisation sur mobile.** La visualisation sur téléphone mobile et sur tablette ayant dépassé la visualisation sur ordinateur, considérer la possibilité d'adapter le contenu du site Web aux utilisateurs mobiles, par exemple en priorisant les événements, les résumés des principales politiques et pratiques de gouvernance de même que le contenu vidéo à l'intention des utilisateurs de téléphones mobiles et de tablettes plutôt que les documents téléchargeables.
- **Données sur le comportement des utilisateurs.** Pour bien communiquer avec les parties prenantes, considérer le recours à l'analyse des données du site Web afin d'assurer un suivi du comportement des visiteurs. Les mesures clés comprennent le nombre, la fréquence et la durée des visites, les documents téléchargés, la popularité des pages Web, la source du trafic, l'emplacement des utilisateurs, les taux de sortie et les tendances du trafic indirect. Nous recommandons de désigner une personne chargée de fournir régulièrement à la direction des rapports sur le comportement des utilisateurs.
- **Information suffisante, mais non excessive.** Bien que l'information mise à la disposition des actionnaires soit parfois insuffisante, il faut viser l'équilibre et éviter de tomber dans la surcharge d'information. Tenir compte du profil des utilisateurs du site Web, dont la plupart sont des investisseurs, des analystes et d'autres parties prenantes clés tels que les employés et les organismes de réglementation.

Assemblées d'actionnaires virtuelles et hybrides

Comme il est mentionné dans le *Rapport de Davies sur la gouvernance 2018*¹⁷⁶, l'un des moyens technologiques dont certains émetteurs commencent à tirer parti pour interagir avec les actionnaires est la tenue d'assemblées hybrides et virtuelles. Les assemblées virtuelles peuvent faciliter la participation des actionnaires en leur permettant de regarder les assemblées, d'écouter les discussions, de poser des questions et d'exercer les droits de vote rattachés à leurs actions, le tout grâce à une technologie sécurisée et sans engager les coûts n'y consacrer le temps qu'exige la participation en personne.

Un nombre impressionnant de 103 sociétés comprises dans l'Indice composé et dans l'Indice des titres à petite capitalisation ont adopté ce format virtuel hybride pour leur assemblée annuelle d'actionnaires de 2019.

Il existe deux principaux types d'assemblées d'actionnaires virtuelles :

- **Assemblées virtuelles hybrides.** Il s'agit d'assemblées en personne classiques auxquelles s'ajoute une composante de participation électronique qui permet aux actionnaires d'entendre – et parfois de voir – les délibérations en temps réel, ainsi que de poser des questions et de voter en ligne en même temps.
- **Assemblées entièrement virtuelles.** Il s'agit d'assemblées auxquelles les actionnaires ne peuvent assister en personne. Seul l'accès à un portail en ligne permet d'y assister à distance, d'y poser des questions et d'y voter.

Les deux seuls émetteurs assujettis de régime fédéral à avoir tenu des assemblées entièrement virtuelles sont Concordia International Corp. (en juin 2017) et Canada Goose Holdings Inc. (en août 2018 et en août 2019). Les deux sociétés ont mis en œuvre une technologie audiovisuelle de diffusion en continu, l'authentification sécurisée des présences et la compilation des votes en temps réel.

Ce n'est que récemment que les sociétés canadiennes ont commencé à adopter le format virtuel hybride d'assemblée. Pourtant, un nombre impressionnant de 103 sociétés comprises dans l'Indice composé et dans l'Indice des titres à petite capitalisation ont adopté ce format virtuel hybride pour leur assemblée annuelle d'actionnaires de 2019 (voir la graphique 8-3).

A large, artistic splash of water in shades of blue and white, filling the background of the page. The water is captured in mid-air, creating a dynamic and refreshing visual.

Sous les projecteurs : Les médias sociaux en tant qu'outil d'interaction

Les sociétés font un usage croissant des médias sociaux pour mettre en avant des faits nouveaux ou des événements d'importance ayant trait à leurs activités, en raison du vaste auditoire que ces outils permettent d'atteindre, de leur facilité d'accès et du niveau élevé d'interaction avec le public qu'ils procurent. Les recommandations suivantes s'appliquent à l'utilisation des médias sociaux :

Quoi et où afficher

- Comprendre le public visé. Différentes plateformes exigent différents degrés de connaissance.
- Publier des communiqués de presse avant d'afficher sur les médias sociaux.
- S'assurer que les annonces d'information importante exposent les faits en toute impartialité. Les mauvaises nouvelles doivent être communiquées de la même manière que les bonnes.
- Éviter de donner des détails superflus, d'exagérer et d'inclure des observations d'ordre promotionnel.
- Éviter d'héberger des sites de clavardage ou des babillards électroniques, d'y participer ou d'offrir des liens y menant.

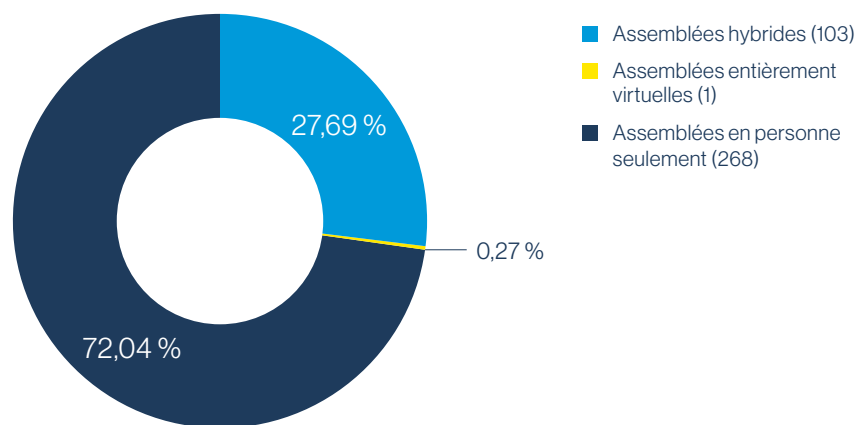
Comment afficher¹⁷⁷

- Envisager l'adoption d'une politique de gouvernance relative aux médias sociaux.
- Désigner une personne chargée de superviser et d'approuver toutes les publications destinées aux médias sociaux.
- Désigner une personne chargée de vérifier si les systèmes et les programmes sont adéquats.
- Assurer une « veille sociale », c'est à-dire surveiller ce qui se dit au sujet de la société (et de ses pairs).
- Tenir des dossiers appropriés lorsque des sites Web de médias sociaux sont utilisés.
- Protéger les clients contre les déclarations trompeuses ou fausses.

Bien que la prudence soit de mise avec les médias sociaux, cet outil peut constituer un moyen efficace de communiquer avec les parties prenantes en raison de sa rapidité, de sa commodité et de la rétroaction en temps réel qu'il offre.

GRAPHIQUE 8-3 :

Types d'assemblées d'actionnaires des émetteurs compris dans l'Indice composé et dans l'Indice des titres à petite capitalisation (nombre et pourcentage) (2019)



L'utilisation de technologies permettant la tenue d'assemblées à distance est une tendance récente qui retient de plus en plus l'attention au Canada. L'actionnaire n'a plus à parcourir de longues distances ni à engager des coûts pour obtenir des nouvelles de la direction ou participer à une assemblée d'actionnaires. Les sociétés qui tiennent des assemblées annuelles virtuelles hybrides y ont enregistré une augmentation de la participation des actionnaires¹⁷⁸, et ce format s'avère particulièrement utile pour ceux qui ont des contraintes géographiques ou économiques ou des contraintes de temps.

Des investisseurs, des émetteurs et des agences de conseil en vote ont commencé à se pencher sur la question de savoir s'il est opportun ou non d'adopter le format d'assemblée entièrement virtuelle et, le cas échéant, quel devrait en être le déroulement. Dans l'intervalle, les conseils d'administration et les dirigeants de sociétés canadiennes devraient examiner si les assemblées entièrement virtuelles permettront de faciliter l'exercice du droit de vote par les actionnaires ainsi que d'améliorer l'accès et l'interaction; à défaut, il pourrait être prématuré d'adopter ce format pour les assemblées, du moins tant que les enjeux de même que les avantages et les coûts connexes n'auront pas tous dûment été évalués. Étant donné les nombreux risques et critiques associés aux assemblées entièrement virtuelles, les assemblées virtuelles hybrides pourraient constituer une solution de rechange plus appropriée pour améliorer l'accès et la participation des actionnaires aux assemblées des sociétés.

Les sociétés qui tiennent des assemblées annuelles virtuelles hybrides y ont enregistré une augmentation de la participation des actionnaires, et ce format s'avère particulièrement utile pour ceux qui ont des contraintes géographiques ou économiques ou des contraintes de temps.

Notre point de vue : Considérer la communication d'information et l'interaction avec les parties prenantes comme des outils de promotion de la stratégie et de l'objet de la société

Dans le contexte de gouvernance actuel, le fait est que les participants au marché utilisent les sites Web d'entreprise comme première, et souvent principale, source d'information. Pour communiquer l'information aux parties prenantes et interagir efficacement avec elles, les émetteurs devraient non seulement s'assurer que leurs sites Web respectent toutes les exigences de la législation, mais aussi optimiser ceux-ci en permanence, envisager le recours au mécanisme de notification et d'accès, évaluer s'il y a lieu de tenir des assemblées virtuelles hybrides et utiliser (de façon appropriée) les médias sociaux et d'autres outils de communication d'information et d'interaction à l'intention des parties prenantes.

Les avantages sont évidents : la société qui agit ainsi peut (i) mieux contrôler le contenu et la clarté de ses messages; (ii) obtenir des renseignements des utilisateurs de son site Web grâce à l'analyse des données; et (iii) informer un large éventail d'investisseurs et d'autres parties prenantes clés et établir avec eux des liens au sujet des activités et de la vision de la société. De tels outils peuvent également aider les sociétés qui cherchent à mettre en évidence les efforts plus larges qu'elles déploient pour être de bonnes entreprises citoyennes en facilitant l'accès à l'information pour les parties prenantes potentielles qui, par exemple, sont incapables d'assister à des événements en personne ou ne disposent pas de la même influence que les grands investisseurs institutionnels.

Notes

Chapitre 8 – Outils novateurs pour une information pratique et transparente et une interaction efficace

- 170 Communiqué de CNBC, « CNBC Exclusive: CNBC Transcript: BlackRock Chairman and CEO Larry Fink on CNBC's 'Squawk Box' Today » (16 avril 2019), en ligne au <https://www.cnbc.com/2019/04/16/cnbc-exclusive-cnbc-transcript-blackrock-chairman-and-ceo-larry-fink-on-cnbc-squawk-box-today.html> (en anglais); Business Roundtable, « Statement on the Purpose of a Corporation » (19 août 2019), en ligne au <https://opportunity.businessroundtable.org/ourcommitment/> (en anglais).
- 171 Si l'émetteur partage un site Web avec un autre émetteur, chaque émetteur doit y avoir une page Web distincte et exclusive satisfaisant aux exigences de l'article 473 du *Guide à l'intention des sociétés de la TSX*.
- 172 L'article 461.3 du *Guide à l'intention des sociétés de la TSX* énonce ce qui suit : « L'émetteur qui adopte une politique pour satisfaire à l'obligation relative à l'élection à la majorité doit afficher un exemplaire de cette politique sur son site Web conformément à l'article 473. »
- 173 *Guide à l'intention des sociétés de la TSX*, Annexe B, Normes de Communication – Sociétés d'Exploration, de Mise en Valeur et de Production Minières.
- 174 *Guide du financement des sociétés de la Bourse de croissance TSX*, Annexe 3F, Lignes directrices sur les normes relatives aux sociétés minières.
- 175 *Guide à l'intention des sociétés de la TSX; Instruction générale 51-201 : Lignes directrices en matière de communication de l'information*.
- 176 Davies, en ligne au <https://www.dwpv.com/fr/Insights#/article/Publications/2018/Governance-Insights-2018>.
- 177 « Social Media & IR: Rules and Best Practices for Publicly Listed Companies », en ligne au <http://www.cision.ca/resources/white-papers/socialmedia-ir/> (en anglais). Voir aussi : Autorités canadiennes en valeurs mobilières, « Les autorités en valeurs mobilières du Canada soulignent la nécessité d'améliorer les pratiques de communication d'information des émetteurs assujettis sur les médias sociaux » (9 mars 2017), en ligne au https://www.autorites-valeurs-mobilières.ca/presentation_des_ACVM.aspx?ID=1565&LangType=1036.
- 178 Computershare, « The future of shareholder meetings is virtually here », en ligne au <https://www.computershare.com/News/Virtual-Meetings.pdf> (en anglais); Corporate Secretary, « Number of virtual shareholder meetings continues to rise, says Broadridge » (25 juillet 2018), en ligne au <https://www.corporatesecretary.com/articles/technology-social-media/31306/number-virtual-shareholder-meetings-continues-rise-says> (en anglais); A. MacDougal et R. Adamson, « Director Briefing – Shareholder Engagement » (en anglais) (Institut Canadien des Comptables Agréés).