



COMMISSION DE SURVEILLANCE  
DU MARCHÉ FINANCIER  
DE L'AFRIQUE CENTRALE

**Union Monétaire de l'Afrique Centrale**

**Commission de Surveillance du Marché**

**Financier de l'Afrique centrale**

**COSUMAF**

**INSTRUCTION COSUMAF n° 20-24 du 9 mai 2024**

**RELATIVE AUX MODALITES DE DIFFUSION D'INFORMATIONS PUBLICITAIRES DANS  
LE CADRE D'UNE OPERATION D'APPEL PUBLIC A L'EPARGNE**

\*\*\*

LE COLLEGE DE LA COMMISSION DE SURVEILLANCE DU MARCHÉ FINANCIER DE  
L'AFRIQUE CENTRALE

Vu l'Acte Additionnel n° 03/01-CEMAC-CE-03 du 8 décembre 2001 portant création de la  
Commission de Surveillance du Marché Financier de l'Afrique Centrale (COSUMAF) ;

Vu le Règlement N°01/22/CEMAC/UMAC/CM/COSUMAF du 21 juillet 2022 portant  
Organisation et fonctionnement du Marché Financier de l'Afrique Centrale ;

Vu le Règlement Général de la Commission de Surveillance du Marché Financier de l'Afrique  
Centrale ;

En sa séance du 9 mai 2024 à Libreville ;

ADOpte L'INSTRUCTION DONT LA TENEUR SUIT : 

## ARTICLE PREMIER

La présente Instruction s'applique à toute personne ou entité qui prévoit de diffuser des documents publicitaires dans le cadre d'une opération d'appel public à l'épargne.

## ARTICLE 2 – DEFINITIONS

Les documents publicitaires comprennent toutes les communications publicitaires adressées au public qui revêtent les deux (2) caractéristiques suivantes :

- a. Relative à une offre spécifique de valeurs mobilières et tout autre instrument financier au public ou à une admission à la négociation sur la bourse régionale, et
- b. Visant à promouvoir spécifiquement la souscription ou l'acquisition potentielle de valeurs mobilières et tout autre instrument financier.

## ARTICLE 3 – PRINCIPES

Toute communication à caractère promotionnel se rapportant à l'offre au public de valeurs mobilières, tout autre instrument financier ou à une admission à la négociation sur la bourse régionale respecte les principes énoncés aux paragraphes 2 à 5.

Les paragraphes 1 à 3 et le paragraphe 4, point b), ne s'appliquent que dans les cas où l'émetteur, l'offreur ou la personne sollicitant l'admission à la négociation sur la bourse régionale est soumis à l'obligation d'établir un document d'information.

1. Les communications à caractère promotionnel mentionnent l'existence d'un document d'information visé et indiquent les moyens de se le procurer.
2. Les communications à caractère promotionnel sont clairement reconnaissables en tant que telles. Les informations qu'elles contiennent ne sont pas inexactes ou trompeuses et sont cohérentes avec les informations contenues dans le document d'information si celui-ci a déjà été publié, ou avec les informations devant y figurer, si celui-ci n'a pas encore été publié.
3. Toute information divulguée oralement ou par écrit en ce qui concerne l'offre au public de valeurs mobilières ou l'admission à la négociation à la bourse régionale, même si elle n'a pas de visée promotionnelle, est cohérente avec les informations figurant dans le document d'information.
4. Dans le cas où des informations importantes sont communiquées par un émetteur ou un offreur et adressées oralement ou par écrit à un ou plusieurs investisseurs sélectionnés, ces informations sont, selon le cas:
  - a. soient communiquées à tous les autres investisseurs auxquels cette offre s'adresse dans le cas où la publication d'un document d'information n'est pas requise conformément à l'article 77 du Règlement N°01/22/CEMAC/UMAC/CM/COSUMAF du 21 juillet 2022.
  - b.
  - c. soient incluses dans le document d'information dans le cas où la publication d'un document d'information est requise.

## ARTICLE 4 – TRANSMISSION A LA COSUMAF

1. Les communications à caractère promotionnel se rapportant à une offre au public autre que l'une de celles mentionnées à l'article 77 du Règlement N°01/22/CEMAC/UMAC/CM/COSUMAF du 21 juillet 2022 ou à une admission aux négociations sur la bourse régionale, quelle que soit leur forme et leur mode de diffusion, sont transmises à la COSUMAF préalablement à leur diffusion.
2. Les communications à caractère promotionnel liées à un document d'information approuvé par la COSUMAF sont transmises par courrier électronique et physique, préalablement à leurs diffusions.
3. Le courrier de dépôt mentionné au paragraphe 2 comporte les éléments suivants :
  - a. La version finale de la documentation à caractère promotionnel ;
  - b. Le nom et les coordonnées (téléphone, email, adresse postale) de la personne à contacter au sein de l'établissement en cas de besoin ;
  - c. Le montant total de l'émission correspondante, ou a minima, une estimation de l'enveloppe ouverte à la commercialisation ;
  - d. Le cas échéant, si le titre de créance présente un risque de perte en capital supérieur à 10%, la référence à la structuration utilisée ou une copie de la confirmation du décompte de mécanisme faite préalablement par les services de la COSUMAF ;
  - e. La date escomptée de publication.

#### **ARTICLE 5 – REVUE PAR LA COSUMAF**

1. La COSUMAF peut exiger que les communications à caractère promotionnel mentionnées à l'alinéa 1 de l'article 4 comportent un avertissement sur certaines caractéristiques présentées par l'émetteur, les garants éventuels ou les titres financiers qui font l'objet de l'offre au public ou de l'admission aux négociations sur la bourse régionale.
2. En complément du paragraphe 1, la COSUMAF peut exiger que des modifications soient apportées aux communications à caractère promotionnel mentionnées à l'alinéa 1 de l'article 4.

#### **ARTICLE 6 – CONTENU DES COMMUNICATIONS A CARACTERE PROMOTIONNEL**

1. Les communications à caractère promotionnel contiennent les éléments suivants :
  - a. La mention « communication à caractère promotionnel », de manière bien visible. Lorsqu'une communication à caractère promotionnel est diffusée oralement, sa finalité est clairement indiquée au début du message ;
  - b. Une déclaration selon laquelle l'approbation par la COSUMAF du document d'information ne doit pas être considérée comme un avis favorable sur les valeurs mobilières et autres instruments financiers offerts, ou admis à la négociation sur la bourse régionale;
  - c. Une recommandation invitant les investisseurs potentiels à lire le document d'information avant de prendre une décision d'investissement afin de pleinement comprendre les risques et avantages potentiels associés à la décision d'investir dans les valeurs mobilières ou tout autre instrument financier,» ; 

2. Les communications à caractère promotionnel identifient clairement le document d'information :
  - a. En indiquant clairement le site internet où le document d'information est publié ou sera publié, lorsque la communication à caractère promotionnel est diffusée sous forme écrite et par des moyens autres que voie électronique ;
  - b. En incluant un lien hypertexte vers le document d'information lorsque la communication à caractère promotionnel est diffusée sous forme écrite par voie électronique, ou en incluant un lien hypertexte vers la page du site internet où le document d'information sera publié si ce dernier n'a pas encore été publié ;
  - c. En incluant des informations précises sur l'endroit où le document d'information peut être obtenu, ainsi que des informations précises sur l'offre de valeurs mobilières ou sur l'admission à la négociation sur la bourse régionale à laquelle il se rapporte, lorsque la communication à caractère promotionnel est diffusée sous une forme ou par des moyens ne relevant pas du champ d'application des points a) ou b).

#### **ARTICLE 7 – DIFFUSION DES COMMUNICATIONS A CARACTERE PROMOTIONNEL**

1. Les communications à caractère promotionnel diffusées auprès des investisseurs potentiels sont modifiées lorsque :
  - a. Le document d'information est ultérieurement modifié ;
  - b. Le fait nouveau significatif ou l'erreur ou inexactitude substantielle mentionnés dans le supplément rendent la communication à caractère promotionnel diffusée précédemment substantiellement inexacte ou trompeuse.

Le premier alinéa ne s'applique pas après la clôture définitive de la période de l'offre au public, ou après le début de la négociation sur la bourse régionale si cet événement intervient plus tard.

2. Les communications à caractère promotionnel modifiées conformément au paragraphe 1 sont diffusées auprès des investisseurs potentiels dans les meilleurs délais après la publication du document d'information modifié et contiennent l'ensemble des éléments suivants :
  - a. une référence claire à la version inexacte ou trompeuse de la communication à caractère promotionnel;
  - b. une explication indiquant que la communication à caractère promotionnel a été modifiée parce qu'elle contenait des informations substantiellement inexacts ou trompeuses;
  - c. une description claire des différences entre les deux versions de la communication à caractère promotionnel.
3. Sauf dans le cas d'une communication à caractère promotionnel diffusée oralement, une communication à caractère promotionnel modifiée en vertu du paragraphe 1 est diffusée au moins par les mêmes voies que sa précédente version.

#### **ARTICLE 8 – INFORMATIONS CONCERNANT LES OFFRES DE VALEURS MOBILIERES**

1. Les informations communiquées oralement ou par écrit concernant une offre au public de valeurs mobilières ou tout autre instrument financier, ou une admission à la



négociation sur la bourse régionale, que ce soit en tant que communication à caractère promotionnel ou à d'autres fins :

- a. ne contredisent pas les informations contenues dans le document d'information;
  - b. ne font pas référence à des informations qui contredisent les informations contenues dans le document d'information;
  - c. ne présentent pas les informations dans le document d'information de façon substantiellement biaisée, notamment à travers une présentation des aspects négatifs de ces informations de façon moins visible que les aspects positifs, une omission de certaines informations ou une présentation sélective de certaines informations;
  - d. ne contiennent pas d'indicateurs alternatifs de performance sauf s'ils figurent dans le document d'information.
2. Aux fins du paragraphe 1, les informations dans le document à caractère promotionnel sont constituées soit des informations qui figurent dans le document d'information, si celui-ci a déjà été publié ;
  3. Aux fins du paragraphe 1, point d), les indicateurs alternatifs de performance sont constitués des indicateurs financiers, historiques ou prospectifs, de la performance financière, de la situation financière ou des flux de trésorerie, qui sont autres que les indicateurs financiers définis dans le cadre de présentation des informations financières applicable.

#### **ARTICLE 9- ENTREE EN VIGUEUR**

La présente instruction, qui entre en vigueur à la date de sa signature, sera publiée sur le site internet de la COSUMAF ou sur tout autre support précisé par la COSUMAF. 

**Fait à Libreville, le 9 mai 2024**

**Pour la COSUMAF,**

**Le Président**

**COMMISSION DE SURVEILLANCE  
DU MARCHE FINANCIER  
DE L'AFRIQUE CENTRALE  
Tél.: + 241 11 72 51 41  
B.P. 1724 Libreville - GABON**

**Jacqueline ADIABA-NKEMBE**