

**Commentaires sur:**

**Market manipulation 3.0**

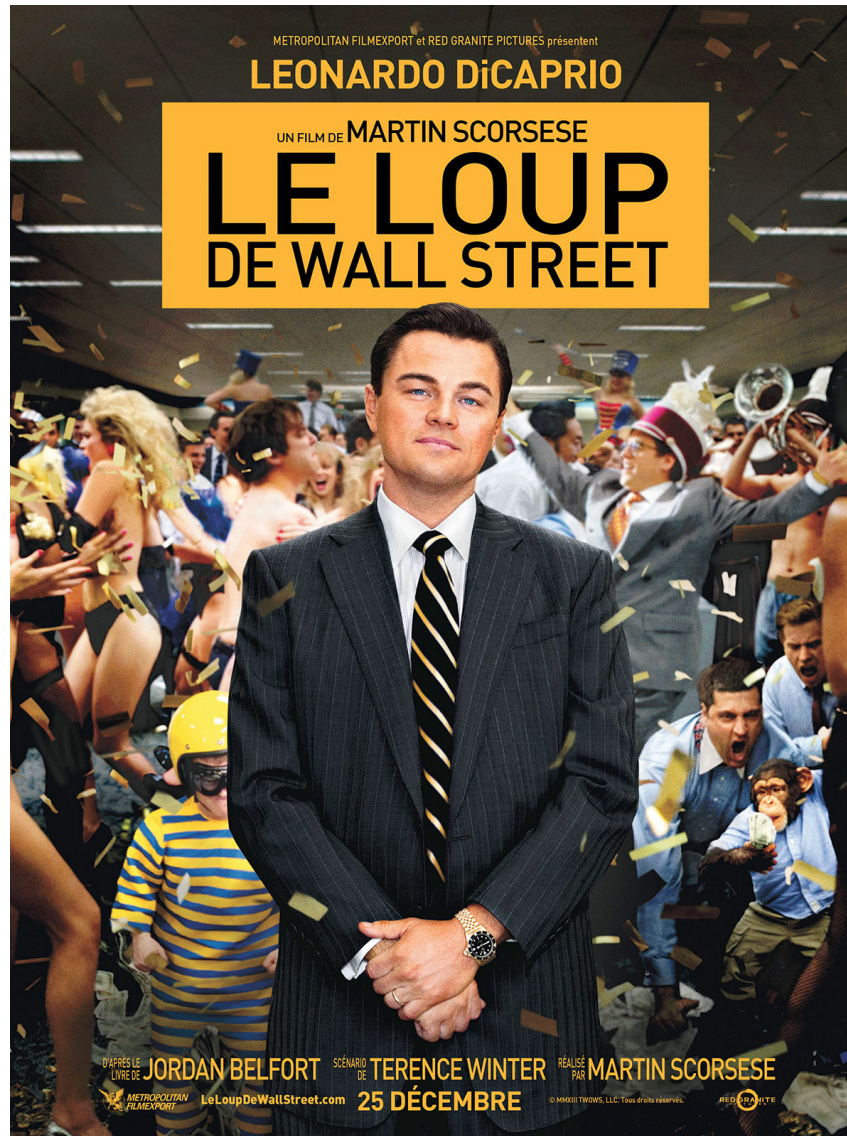
G. Capelle-Blancard\* & T. Renault\*

**Luc Arrondel (CNRS-PSE)**



PARIS SCHOOL OF ECONOMICS  
ECOLE D'ECONOMIE DE PARIS

# La manipulation sur les marchés financiers : problème récurrent



**Jordan Belfort** a fondé en 1989 une firme, *Stratton Oakmont*, qui a employé jusqu'à mille courtiers. La firme a été définitivement fermée en 1996 à la suite d'une longue enquête financière et d'un scandale sur des manipulations de cours boursiers qui a floué plus de 1500 spéculateurs privés (Jordan et Donnie gagnent leur argent de façon illégale, en employant la méthode du *Pump and dump*).

Reconverti en consultant, Jordan Belfort enseigne désormais «l'art de la persuasion», mais «de manière éthique» après la publication de son ouvrage «*Way of The wolf*» («la voie du loup»). Il multiplie les conférences et aurait gagné 9 millions de dollars pour ses interventions entre 2013 et 2015.



## Problème d'anticipations !

La veille de l'attentat, Sergev W. achète depuis le serveur internet de sa chambre d'hôtel 15 000 actions avec «*put d'option*» du club, lui permettant de spéculer sur une chute du cours du titre en Bourse : le BVB est le seul club de *Bundesliga* à être coté en Bourse en octobre 2000. La transaction - d'une valeur de 78 000 euros - est financée grâce à un crédit à la consommation. L'objectif de Sergev W. était de «tuer ou de blesser le plus grand nombre possible de joueurs», pour faire s'effondrer le cours du titre, et engranger jusqu'à 3,9 millions d'euros de bénéfices. L'action du Borussia-Dortmund, qui avait clôturé à 5,62 euros le 11 avril à la Bourse de Francfort, est montée à 5,71 euros le lendemain de l'attentat avant de retomber à 5,49 euros le 13 avril.

- **L'arrivée d'internet a « facilité » les manipulations de marché**
  - **Multiplication des supports *média* (chaîne d'information en continue)**
  - **Réseaux sociaux : diffusion rapide d'une information « gratuite »**
  - ***Twitter* : message de « 140 caractères » dont les « impressions » sont rapidement diffusées, « likée », « retweetés »...**

## Partie empirique de la présentation : manipulation des marchés et prix des actifs

- Influence des messages de Twitter sur les cours boursiers (rendements anormaux)
  - Une augmentation du nombre de messages sur les réseaux sociaux (*StockPromoter*) explique l'augmentation des prix le jour de « l'événement » suivie d'une chute des prix les jours suivants
  - Effet négatif de *PumpTracker*
  - Effet positif du *tweet sentiment*
- Peu de variance expliquée : quels pourraient-êtré les autres déterminants des rendements anormaux?

# Préconisations

- Investors should be skeptical of information published by any non-verified account and should carefully examine previous tweets from the users to detect any anomalies (scheduled automatic posting, abnormal followers/retweets ratio, stock promotion activity)
- Need for a higher control of the information published on social media and [better education for investors](#) looking for trading opportunities on the Internet.



# LE TEMPS

7 octobre  
2008



© Chappatte



# Enquête Pater 2014

**C45** Indiquez pour chaque source d'information suivante, si vous la consultez pour vous renseigner sur les placements financiers

<i>1 seule réponse par ligne</i>	Souvent	Parfois	Jamais	Pas de placements financiers
• Amis et relations .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Famille .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Conseillers financiers ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Médias généralistes .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Médias spécialisés .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*Si vous avez répondu "souvent" ou "parfois" à médias généralistes ou médias spécialisés en question C45 répondez à C46, sinon passez à C47*

**C46** Quel type de média consultez-vous ?

<i>1 seule réponse par ligne.</i>	Au moins 1 fois par semaine	Au moins 1 fois par mois	Plus rarement	Jamais
Presse écrite .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Audiovisuel (radio, télévision).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet : réseaux sociaux, forum, groupes de discussion .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet : sites des établissements financiers .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet : sites des autorités (ACPR, AMF, BdF).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet : sites d'information sur les placements.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# Enquête Pater 2014

Indiquez pour chaque source d'information suivante, si vous la consultez pour vous renseigner sur les placements financiers ?

## *Amis et relations*

<i>c37dnew_1</i>	<i>Pourcentage</i>	<i>% cumulé</i>
Souvent	2.00	2.00
Parfois	18.38	20.38
Jamais	36.75	57.13
Pas de placements financiers	33.81	90.95
NSP	9.05	100.00

## *Famille*

<i>c37dnew_2</i>	<i>Pourcentage</i>	<i>% cumulé</i>
Souvent	6.49	6.49
Parfois	20.84	27.33
Jamais	31.35	58.68
Pas de placements financiers	32.50	91.18
NSP	8.82	100.00

## *Conseillers financiers*

<i>c37dnew_3</i>	<i>Pourcentage</i>	<i>% cumulé</i>
Souvent	12.61	12.61
Parfois	30.38	42.98
Jamais	18.01	61.00
Pas de placements financiers	31.19	92.18
NSP	7.82	100.00

# Enquête Pater 2014

Indiquez pour chaque source d'information suivante, si vous la consultez pour vous renseigner sur les placements financiers ?

## *Médias généralistes*

c37dnew_4	Pourcentage	% cumulé
Souvent	1.96	1.96
Parfois	14.73	16.70
Jamais	40.90	57.60
Pas de placements financiers	33.20	90.80
NSP	9.20	100.00

## *Médias spécialisés*

c37dnew_5	Pourcentage	% cumulé
Souvent	3.95	3.95
Parfois	13.65	17.60
Jamais	39.90	57.50
Pas de placements financiers	33.36	90.86
NSP	9.14	100.00

# Enquête Pater 2014

Quel type de média consultez-vous?  
(Parmi ceux qui consultent des médias)

## *Presse écrite*

qc46n_1	Pourcentage	% cumulé
Au moins 1 fois par semaine	25.20	25.20
Au moins 1 fois par mois	26.10	51.30
Plus rarement	36.87	88.17
Jamais	7.78	95.94
NSP	4.06	100.00

## *Audiovisuel radio, télévision*

qc46n_2	Pourcentage	% cumulé
Au moins 1 fois par semaine	34.06	34.06
Au moins 1 fois par mois	21.19	55.25
Plus rarement	30.70	85.95
Jamais	9.33	95.28
NSP	4.72	100.00

# Enquête Pater 2014

## Quel type de média consultez-vous? (Parmi ceux qui consultent des médias)

*Internet : réseaux sociaux, forum, groupes de discussion*

qc46n_3	Pourcentage	% cumulé
Au moins 1 fois par semaine	15.79	15.79
Au moins 1 fois par mois	13.27	29.06
Plus rarement	24.56	53.62
Jamais	39.87	93.49
NSP	6.51	100.00

*Internet : sites des établissements financiers*

qc46n_4	Pourcentage	% cumulé
Au moins 1 fois par semaine	11.97	11.97
Au moins 1 fois par mois	16.62	28.59
Plus rarement	35.57	64.16
Jamais	30.06	94.21
NSP	5.79	100.00

*Internet : sites des autorités ACPR, AMF, BdF*

qc46n_5	Pourcentage	% cumulé
Au moins 1 fois par semaine	2.16	2.16
Au moins 1 fois par mois	6.56	8.72
Plus rarement	25.82	34.54
Jamais	57.91	92.45
NSP	7.55	100.00