

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

COMMUNIQUÉS DE PRESSE ET INFLUENCE SUR LES RÉCEPTEURS : ÉTUDE DE  
CAS SUR LE SECTEUR DE L'EXPLORATION MINIÈRE AU QUÉBEC

MÉMOIRE  
PRÉSENTÉ  
COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR  
FRANCE BOISJOLI

SEPTEMBRE 2008

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

## REMERCIEMENTS

Tout d'abord, je tiens à remercier très sincèrement Danielle Maisonneuve d'avoir accepté de diriger ce mémoire, pour son dévouement, sa confiance, tous ses conseils et de m'avoir rescapée d'une fin abrupte.

Un merci tout spécial à Guy Lamontagne pour son écoute, son implication, ses nombreux conseils, et de m'avoir guidée le long de ce chemin ardu.

Ma reconnaissance s'adresse pareillement à Lise Chartier de m'avoir permis d'utiliser sa méthode d'analyse, à Christian Leray et à Karine Casault, pour leur savoir-faire et leur analyse, à François Perron et Tarek Masmoudi, pour leurs conseils et leur expertise en finance, et à Jean-Pierre Thomassin pour ses connaissances du secteur minier.

Je désire aussi remercier Jean Pichette de m'avoir montré qu'il y a toujours plusieurs obstacles sur le chemin de la réussite.

Je veux dire un merci tout à fait spécial à mon mari, à toute ma famille, à mes amies et mes collègues pour tous leurs encouragements, leurs conseils, leur compréhension, leur soutien, et sans qui tout cela n'aurait pas été possible. Enfin, je ne pouvais pas oublier Robin Raymond, mon fidèle ami de rédaction, pour sa participation active à tous mes projets.

## TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES .....	vii
RÉSUMÉ.....	x
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I.....	3
PROBLÉMATIQUE .....	3
1.1 Le choix d'une thématique de recherche.....	3
1.1.1 Une thématique générale .....	3
1.2 Les détails de la problématique .....	5
1.2.1 L'originalité de la recherche.....	8
1.2.2 Hypothèse : intuition de départ.....	9
CHAPITRE II.....	10
MISE EN CONTEXTE .....	10
2.1 La situation dans un contexte plus large.....	10
2.1.1 Les scandales financiers .....	10
2.1.2 Pour restaurer la confiance .....	14
2.1.3 La saine gouvernance et la transparence .....	16
2.1.4 La communication financière .....	18
2.1.5 La chaîne de la communication financière.....	19
2.1.6 Les Services de relations publiques.....	20
2.1.7 Les firmes de diffusion.....	22
2.1.8 Les médias .....	23
2.2 La situation dans un contexte plus précis : l'industrie minière au Québec ...	24
2.2.1 L'historique du secteur minier au Québec.....	24
2.2.2 Les difficultés et la relance.....	26
2.2.3 Les régions maximisent leur potentiel.....	28
2.2.4 Le cycle minier .....	30
2.2.5 Les principaux intervenants dans l'exploration minière .....	31
2.2.6 Les investisseurs et partenaires des entreprises d'exploration minière ..	32
2.2.7 Les règlements, les lois et exigences juridiques du secteur.....	34
2.2.8 Les compagnies d'exploration minière québécoises choisies en étude de	

cas.....	36
CHAPITRE III.....	43
CADRE THÉORIQUE.....	43
3.1 Les études dans le domaine .....	43
3.2 La construction de l'objet de recherche.....	43
3.3 La perspective théorique, concepts de base et définitions privilégiées.....	45
3.3.1 Les communiqués de presse.....	45
3.3.2 Le concept de relations publiques et ses modèles .....	51
3.3.3 La théorie de l'efficience des marchés .....	54
3.3.4 La perspective communicationnelle : la théorie <i>Uses and Gratifications</i> .....	56
3.4 La conclusion .....	58
CHAPITRE IV .....	60
CADRE MÉTHODOLOGIQUE ET DÉMARCHE ANALYTIQUE.....	60
4.1 La méthodologie communicationnelle .....	60
4.1.1 L'analyse de contenu : généralités et hypothèses sous-jacentes .....	60
4.1.2 L'analyse quantitative et qualitative.....	63
4.1.3 Le codage .....	73
4.1.4 Le choix du corpus .....	74
4.1.5 L'horizon d'analyse.....	74
4.1.6 Le choix de communiqués de presse .....	75
4.1.7 L'échantillonnage des compagnies minières .....	75
4.1.8 Le choix du logiciel .....	76
4.2 La méthodologie financière .....	76
4.2.1 Quantifier le comportement de l'investisseur .....	76
4.2.2 La méthodologie financière .....	77
4.2.3 Le modèle et les facteurs d'influence .....	79
4.3 Les limites de l'étude et posture du chercheur .....	82
4.3.1 Les limites de la recherche.....	83
4.3.2 La validité et la posture du chercheur.....	84
CHAPITRE V.....	85
RÉSULTATS DE LA RECHERCHE ET ANALYSE.....	85

5.1 Les résultats de l'analyse de contenu .....	86
5.1.1 Les généralités.....	86
5.1.2 Les résultats empiriques par compagnie : Mines de la Vallée de l'or Itée .....	86
5.1.3 Les résultats empiriques par compagnie : Ressources Sirios inc.....	91
5.1.4 Les résultats empiriques par compagnie : Mines d'or Virginia inc. ....	96
5.1.5 Les résultats empiriques par compagnie : Exploration Typhon inc. ....	100
5.1.6 La couverture globale pour les quatre compagnies.....	105
5.1.7 L'analyse de la couverture globale pour les quatre compagnies.....	107
5.2 Les résultats financiers et analyses .....	108
5.2.1 Les généralités.....	108
5.2.2 Les résultats empiriques et analyses présentés pour : Mines de la Vallée de l'or Itée.....	110
5.2.3 Les résultats empiriques et analyses présentés pour : Ressources Sirios inc.....	115
5.2.4 Les résultats empiriques et analyses présentés pour : Mines d'or Virginia inc.....	120
5.2.5 Les résultats empiriques et analyses présentés pour : Exploration Typhon inc.....	126
5.3 La conclusion de l'analyse des résultats.....	131
CHAPITRE VI .....	133
DISCUSSION.....	133
CONCLUSION .....	142
BIBLIOGRAPHIE.....	146
LES LIENS WEB .....	149
ANNEXE A.....	154
GRILLE D'ANALYSE.....	154
ANNEXE B.....	155
COMPOSITION DE L'INDEX TSE60.....	155
ANNEXE C.....	157
TABLEAUX DES RÉSULTATS.....	157
ANNEXE D.....	162

LOI DE STUDENT .....162  
ANNEXE E.....164  
RAPPORT DU LABORATOIRE D'ANALYSE DE PRESSE DE CAISSE  
CHARTIER.....164

## LISTE DES FIGURES

Figure	Page
2.1 La chaîne de la communication financière.....	19
2.2 L'entrée d'une mine.....	24
2.3 Cycle d'exploration minière.....	30
2.4 Fluctuation du titre boursier et volume d'actions négociées de Mines Virginia .....	38
2.5 Fluctuation du titre boursier et volume d'actions négociées de Sirios .....	39
2.6 Fluctuation du titre boursier et volume d'actions négociées de Mines Vallée d'or .....	41
2.7 Fluctuation du titre boursier et volume d'actions négociées de Typhon.....	42
5.1 Orientation et visibilité des périodes Mines de la Vallée de l'or Itée.....	88
5.2 Orientation et visibilité des sujets marquants dans les communiqués de presse analysés pour Mines de la Vallée de l'or Itée .....	90
5.3 Orientation et visibilité des périodes pour Sirios inc.....	93
5.4 Orientation et visibilité des sujets marquants dans les communiqués de presse analysés pour Sirios inc.....	95
5.5 Visibilité et orientation des périodes pour Mines Virginia inc. ....	98
5.6 Orientation et visibilité des sujets marquants dans les communiqués de presse analysés pour Mines Virginia inc. ....	99
5.7 Orientation et visibilité des périodes pour Exploration Typhon inc. ....	102
5.8 Orientation et visibilité des sujets marquants dans les communiqués de presse analysés pour Exploration Typhon inc.....	104
5.9 Orientation et visibilité des sujets marquants dans les communiqués de presse analysés pour toutes les entreprises analysées.....	106
5.10 Rendement anormal de Mines de la Vallée de l'or Itée.....	110
5.11 Rendement anormal multiplié par le volume d'actions négociées de Mines de la Vallée de l'or Itée .....	111
5.12 Le prix du titre et Orientation pour Mines de la Vallée de l'or Itée .....	112
5.13 Rendement anormal et Orientation pour Mines de la Vallée de l'or Itée.....	113

5.14 Rendement anormal multiplié par le volume d'actions négociées et orientation pour Mines de la Vallée de l'or Itée.....	114
5.15 Rendement anormal de Ressources Sirios inc. ....	115
5.16 Rendement anormal multiplié par le volume d'actions négociées pour Ressources Sirios inc. ....	116
5.17 Le prix du titre et Orientation pour Ressources Sirios inc.....	117
5.18 Rendement anormal et Orientation pour Ressources Sirios inc. ....	118
5.19 Rendement anormal multiplié par le volume d'actions négociées et orientation pour Ressources Sirios inc.....	119
5.20 Rendement anormal de Mines d'or Virginia inc. ....	120
5.21 Rendement anormal multiplié par le volume d'actions négociées pour Mines d'or Virginia inc. ....	121
5.22 Le prix du titre et Orientation pour Mines d'or Virginia inc.....	123
5.23 Rendement anormal et Orientation pour Mines d'or Virginia inc.....	124
5.24 Rendement anormal multiplié par le volume d'actions négociées et orientation pour Mines d'or Virginia inc.....	125
5.25 Rendement anormal d'Exploration Typhon inc.....	126
5.26 Rendement anormal multiplié par le volume d'actions négociées pour Exploration Typhon inc. ....	127
5.27 Le prix du titre et Orientation pour Exploration Typhon inc. ....	128
5.28 Rendement anormal et Orientation pour Exploration Typhon inc.....	129
5.29 Rendement anormal multiplié par le volume d'actions négociées et Orientation pour Exploration Typhon inc.....	130

## RÉSUMÉ

Le bien-fondé de ce projet de recherche réside dans le fait que peu d'études ont été réalisées concernant l'influence de l'information financière sur les investisseurs, et que la plupart d'entre elles ont été effectuées aux États-Unis. Dans notre projet, nous allons donc tenter de relever ce défi, spécifiquement pour les entreprises québécoises de langue française.

Nous avons retenu comme hypothèse de départ que la diffusion de l'information financière, par l'intermédiaire des communiqués de presse, pour les entreprises de l'exploration minière au Québec qui publient en français, influe sur le comportement des investisseurs. Pour ce faire, nous avons retenu la position de quatre auteurs, soit Dagenais (1997), Grunig et Hunt (1984), Fama (1965) et Blumler et Katz (1974), qui présentent respectivement des théories sur le communiqué de presse, les relations publiques, l'efficacité des marchés et les récepteurs.

Afin de confirmer l'hypothèse de départ, nous avons, d'une part, utilisé l'analyse de contenu de presse grâce à l'approche créée par Lise Chartier. Et d'autre part, nous nous sommes inspirés à la base de Sharpe (1964), Treynor (1961, 1962) et Lintner (1965), qui ont développé la théorie du CAPM (*Capital Asset Pricing Model*), ainsi que des études événementielles (Campbell et Mackinlay 1997) introduites par Dolley en 1933, pour effectuer l'analyse financière. Puis, nous avons procédé à une analyse croisée des résultats de l'analyse de contenu et des résultats financiers.

Finalement, les résultats de l'analyse croisée des résultats de l'analyse de contenu et des résultats financiers ne nous ont pas permis de tirer des conclusions confirmant sans aucun doute notre hypothèse de départ. De ces résultats, nous avons pu tirer deux grands constats : les entreprises observées utilisent le modèle d'information au public élaboré par Grunig et Hunt (1984) et aucune des entreprises observées n'a de relationniste ou de Service de relations publiques pour assurer leur fonction de communication favorisant une politique de responsabilité sociale. Nous croyons, d'après les résultats de ce projet de recherche, qu'une telle fonction intégrée à la gestion des entreprises favoriserait l'émergence d'une compréhension mutuelle avec leurs publics, contribuant à vulgariser l'information financière, de manière à mieux répondre aux besoins d'information et de compréhension des investisseurs face aux réalités complexes de ce secteur de l'exploration minière au Québec.

### **Mots clés :**

Relations publiques, Communiqué de presse, Réception active, Finance, Industrie minière

## INTRODUCTION

Depuis plusieurs années, certains investisseurs se demandent dans quelle mesure les flux d'information contribuent à façonner la perception du public. Nous nous intéressons à savoir comment cette information joue un rôle central dans le domaine financier et de quelle façon elle influence les publics des entreprises. Pour cerner cette problématique, nous devons chercher dans quelle mesure l'information financière, provenant des discours publics des entreprises, diffusée par les médias, influence la perception des investisseurs.

La pertinence de cette recherche réside dans le fait que peu d'études ont été réalisées sur l'influence de l'information financière sur les marchés boursiers et que la plupart d'entre elles ont été effectuées aux États-Unis. Aucune étude n'a été réalisée sur l'influence de l'information financière, au moyen des communiqués de presse, sur le comportement des investisseurs pour les entreprises du secteur de l'exploration minière au Québec et en langue française. Dans notre projet, nous allons donc tenter de relever ce défi.

Pour ce faire, nous allons retenir la position de quatre auteurs, soit Dagenais (1997), Grunig et Hunt (1984), Fama (1965,1970) et Blumler et Katz (1974), qui présentent respectivement des théories sur le communiqué de presse, les relations publiques, l'efficience des marchés et les récepteurs. Afin de confirmer l'hypothèse de départ, qui a pour but d'expliquer en quoi la diffusion de l'information financière dans les médias, par l'intermédiaire des communiqués de presse, influe sur le comportement des investisseurs, nous allons, d'une part, utiliser l'analyse de contenu de presse à l'aide de l'approche créée par Lise Chartier.

D'autre part, nous calculerons, dans un premier temps, le rendement quotidien du titre la journée de la diffusion du communiqué de presse (réduit de tous les facteurs d'influence) afin

de trouver le rendement « anormal ». Dans un deuxième temps, nous allons multiplier le rendement anormal et le volume de la même journée pour mesurer avec justesse l'importance réelle de la variation de rendement quotidien. Finalement, nous allons effectuer une analyse croisée des résultats de l'analyse de contenu et les résultats financiers. Les résultats de cette analyse croisée des résultats de l'analyse de contenu et des résultats financiers nous permettront de tirer les conclusions générales de cette recherche.

## CHAPITRE I

### PROBLÉMATIQUE

#### *1.1 Le choix d'une thématique de recherche*

##### 1.1.1 Une thématique générale

Nous avons choisi comme thématique de recherche l'identification d'une relation entre la diffusion de l'information dans les médias des entreprises minières, au moyen des communiqués de presse, et la perception des publics cibles. Les flux d'information contribuent à façonner la perception du public et en cela, ils ont une incidence encore peu documentée sur le comportement des publics. Mais jusqu'à quel point l'information diffusée concourt-elle à informer le public? Dans quelle mesure la diffusion de l'information joue-t-elle un rôle sur l'instruction ou l'aliénation du public visé? Les communiqués de presse sont-ils écrits dans un jargon incompréhensible pour leurs publics? L'impact de l'information des médias sur le public, fabriquant et nourrissant l'imaginaire de celui-ci, est peu connu.

La problématique générale de cette recherche a été élaborée à partir d'un constat général, une observation effectuée après plusieurs années de recherche dans le domaine de la finance, nous a poussés à remarquer que l'information joue un rôle important sur la valeur du titre boursier. L'information influence de façon quasi systématique le prix d'un titre boursier. Le prix d'un titre en bourse représente l'évaluation que les analystes financiers et tout investisseur font de celle-ci, alors prenons l'exemple très probable, d'un titre qui double sa valeur (15 \$ à 30 \$) à la sortie d'une nouvelle concernant le fait qu'il est l'objet d'une acquisition. La valeur de l'entreprise, son prix en bourse, déterminée par l'offre d'achat a donc été influencée par de l'information rendue publique par l'intermédiaire d'un média et

nous pouvons donc dire que l'information a grandement influencé la valeur de l'entreprise. De ce constat, nous avons entrepris une réflexion et un questionnement sur le rôle que joue l'information et l'influence qu'elle a sur les récepteurs, ces récepteurs-investisseurs qui achètent ou vendent le titre dépendamment de l'évaluation de la compagnie qui est en ligne directe avec les informations diffusées dans les médias. Plusieurs interrogations surgissent de cette triangulation d'influence et c'est à celles-ci que nous tenterons de répondre à travers cette recherche.

Des questions supplémentaires apporteront des réponses plus précises afin de fournir une analyse exacte de l'influence de l'information contenue dans les communiqués de presse, approfondissant ainsi la thématique générale. Sur le plan éthique par exemple, il est légitime de se demander si les modes de diffusion de l'information financière, dans une logique de saine gouvernance, sont utilisés de manière responsable par les entreprises. On peut aussi se questionner sur le rôle du Service des relations publiques d'une entreprise qui publie les communiqués de presse et s'interroger sur l'utilité de tels communiqués. Ainsi, dans le secteur financier, l'information divulguée a-t-elle un réel pouvoir sur ses récepteurs? Si oui, quels sont ces pouvoirs et qu'advient-il de la part de responsabilité de l'entreprise dans le cas où cette information financière s'avère erronée? Comment, d'une part, mettre en place des modes de diffusion responsables de la part des diffuseurs comme une des pratiques essentielles à la réalisation des principes d'une saine gouvernance dans les entreprises et, d'autre part, comment s'assurer que le contenu et les règles de diffusion de l'information financière aideront les investisseurs à comprendre l'information et à se protéger? Plus précisément, quelle sorte d'information influence plus de d'autres? Y a-t-il certains sujets qui ont un impact significatif sur l'intérêt des récepteurs? Est-ce que le contenu de l'information joue un rôle central? Est-ce que la densité de l'information peut influencer les publics de l'entreprise?

## *1.2 Les détails de la problématique*

Nous nous intéressons à savoir comment l'information joue un rôle central dans le domaine financier et de quelle façon elle influence les publics des entreprises qui sont composés principalement d'investisseurs et d'investisseurs potentiels. Pour cerner complètement cette problématique dans ce projet, il faut démontrer que l'information financière, provenant des discours publics des entreprises et diffusée par les médias, influe sur la perception des investisseurs.

Les résultats permettront de valider un modèle de communication qui tiendra compte des modes de réception de l'information par les investisseurs. En outre, nous voulons mieux connaître :

- les répercussions des règles de divulgation de l'information financière sur la clarté du message; celles-ci peuvent avoir des effets pervers en structurant l'information dans un langage si hermétique et si technique qu'il nuirait à la compréhension du message;
- les exigences légales et réglementaires très strictes auxquelles doivent se soumettre les entreprises;
- les avantages pour le public ainsi que les inconvénients qui en découleraient;
- les sujets et le contenu ayant le plus d'impact sur l'intérêt des investisseurs;
- l'impact de la densité et la quantité d'information des communiqués de presse.

Le but de notre démarche sera de déterminer si l'information financière transmise aux récepteurs, à propos des activités des entreprises, leur est compréhensible et si elle atteint les objectifs attendus par les diffuseurs. De plus, notre recherche sur les modes de diffusion de l'information financière s'articulera autour d'une étude de cas sur le secteur de l'exploration minière.

Nous avons choisi cette industrie pour quatre raisons. Dans un premier temps, selon la conjoncture économique actuelle, elle représente un fort potentiel de développement au Québec. Les dépenses en exploration minière ont dépassé la barre des 200 millions de dollars<sup>1</sup> en 2006, pour la troisième année consécutive (227 millions de dollars en 2004 et 205 millions de dollars en 2005). Les entreprises ont l'intention d'investir au Québec une somme de 234 millions de dollars en 2006<sup>2</sup>. Selon le ministre des Ressources naturelles et de la Faune Pierre Corbeil : « Ces intenses activités minières génèrent des impacts économiques importants dans plusieurs régions du Québec. Ces activités représentent plus de 10 000 emplois, 1,5 milliard de dollars d'exportations et près d'un milliard de dollars en immobilisations<sup>3</sup>. »

Dans un second temps, l'exploration minière est un secteur à risque élevé pour les investisseurs, c'est-à-dire qu'il s'agit d'une industrie à capital de risque. Le capital de risque concerne uniquement les sommes investies en fonds propres dans des entreprises innovatrices ou en création, dans des entreprises d'exploration ou dans de jeunes entreprises à fort potentiel de croissance dont le rendement du capital investi prévu sera élevé, mais très risqué. De plus, le capital de risque est un sous-ensemble du capital-investissement et correspond aux investissements en fonds propres dans des entreprises au cours de leurs toutes premières années d'existence. Le financement ainsi apporté permet de constituer l'entreprise, de

---

<sup>1</sup> Le ministère des Ressources naturelles et de la Faune. S.d. MRN : *Exploration minière : Québec atteint de nouveaux sommets en 2006!*. En ligne. <<http://www.mrn.gouv.qc.ca/mines/quebec-mines/2007-02/sommets.asp>>. Consulté le 2 novembre 2007.

<sup>2</sup> Québec, le ministère des Ressources naturelles et de la Faune. 2006. *Rapport sur les activités d'exploration minière au Québec en 2006*. En ligne. <<http://www.mrnf.gouv.qc.ca/mines/publications/publications-rapports-2006.jsp>>. Consulté le 5 novembre 2007.

<sup>3</sup> Québec, le ministère des Ressources naturelles et de la Faune. 2007, 21 février. *Allocution de M. Pierre Corbeil, ministre des Ressources naturelles et de la Faune, ministre responsable de la région de l'Abitibi-Témiscamingue et de la région du Nord-du-Québec : La diversification économique des régions ressources - Colloque de la Fédération des chambres de commerce de Québec*. En ligne. <<http://www.mrnf.gouv.qc.ca/presse/discours-detail.jsp?id=6065>>. Consulté le 5 novembre 2007.

financer le développement d'un premier produit, ou encore de financer sa fabrication et sa commercialisation. À ce stade, l'entreprise ne génère souvent aucun profit. Ainsi, considérant ce niveau élevé de risque d'investissement, la divulgation de l'information financière juste, claire et respectueuse de tous les règlements entourant la diffusion devient cruciale.

Dans un troisième temps, cette industrie n'est pas encore productrice de biens. Par ce fait, les investisseurs n'ont pas d'attente de production. Comme les entreprises d'exploration minière n'exploitent pas de gisements, ni ne produisent de biens de consommation, les attentes des investisseurs ne sont pas chiffrables. Ce qui signifie qu'une information financière positive sera perçue de façon favorable par les investisseurs. Ce détail est important, car dans un autre secteur, une information positive serait perçue négativement si les attentes des investisseurs étaient plus hautes que les résultats communiqués. Il faut toutefois noter que ces attentes non quantifiables peuvent être un défi à surmonter pour l'analyse des résultats.

Enfin, ce secteur a été choisi, car il est énormément réglementé. Les exigences légales et réglementaires, auxquelles doivent se soumettre les entreprises, ont d'une part des répercussions bénéfiques en protégeant le public, mais d'autre part, ces obligations entraîneraient des effets inverses en arrangeant les informations financières dans un langage hermétique. L'écriture des communiqués de presse peut rendre difficile la compréhension de l'information financière aux investisseurs. C'est donc dans cette optique réglementaire que nous avons fait le choix de ce secteur.

Actuellement, le secteur de l'exploration minière au Québec connaît un problème de vulgarisation de l'information financière selon certains experts interrogés. Nous y trouvons donc un sujet d'étude complet dont les résultats pourraient très bien s'appliquer à d'autres secteurs économiques ayant les mêmes caractéristiques, surtout dans le domaine de l'investissement à risque élevé. En effet, c'est principalement lorsqu'il s'agit de capital de risque que les investisseurs ont besoin de l'information financière fiable, juste, complète, accessible et, autant que possible, normalisée par une législation bien encadrée. Lorsqu'il

s'agit des composantes de la gouvernance d'entreprise, plusieurs experts interrogés sont d'avis qu'il est important de souligner les graves lacunes qui existent dans la gestion de l'information. C'est pour cela que nous entamons une étude afin de savoir comment l'information financière peut influencer le comportement des investisseurs selon les principes qui doivent régir la diffusion de l'information financière par des entreprises québécoises d'exploration minière.

Nous pouvons résumer notre questionnement ainsi : en quoi la diffusion par les médias de l'information financière, par l'intermédiaire des communiqués de presse, influe sur le comportement des investisseurs? Plus précisément, notre démonstration s'effectuera à l'aide d'un échantillon d'entreprises québécoises d'exploration minière. Il sera intéressant de découvrir comment les investisseurs sont influencés par la diffusion de l'information financière de chaque entreprise.

### 1.2.1 L'originalité de la recherche

Notre projet de recherche présente plusieurs aspects inédits. Au Québec, aucune étude n'a été réalisée sur l'éducation du public par l'intermédiaire de communications portant sur la diffusion de l'information financière provenant des communiqués de presse. Aucune donnée n'existe actuellement dans le corpus de connaissances sur le rôle et les paramètres d'efficacité des divers moyens de diffusion de l'information financière dans les médias grand public, les médias spécialisés et les nouvelles technologies de l'information. Il n'existe aucun modèle de communication publique pour servir de cadre de diffusion (autre que les exigences légales qui obligent les entreprises à adopter un discours si obscur qu'il gêne plus qu'il ne favorise la compréhension de l'information financière que les entreprises doivent diffuser). L'originalité de cette recherche réside dans l'approche communicationnelle utilisée : nous établissons pour la première fois au Québec les liens entre diffusion des informations financières et perception par le public, traduits dans un comportement, dans le respect des règles éthiques sur lesquelles doivent reposer la gouvernance de l'opinion et les responsabilités sociales des entreprises face à leurs investisseurs actuels et potentiels.

### 1.2.2 Hypothèse : intuition de départ

Nous avons retenu comme hypothèse de départ que la diffusion par les médias de l'information financière, par l'intermédiaire des communiqués de presse pour les entreprises de l'exploration minière, influe sur le comportement des investisseurs. En ce sens, nous allons chercher l'impact de l'information financière sur les récepteurs qui sont dans ce cas-ci les investisseurs de compagnies québécoises dans le secteur spécifique de l'exploration minière. Ces entreprises diffusent l'information financière à l'aide de communiqués de presse en français. Et pour ce faire, nous allons procéder à l'aide d'une étude de cas. Nous allons procéder en trois temps, soit une analyse de contenu de presse et une analyse financière et une analyse des résultats regroupés afin de valider l'hypothèse de départ. De ces deux analyses distinctes, analyse de contenu et analyse financière, émergeront des hypothèses dont nous étalerons nos intuitions plus tard dans cette recherche.

## **CHAPITRE II**

### **MISE EN CONTEXTE**

#### 2.1 La situation dans un contexte plus large

Notre recherche a comme objectif de comprendre dans quelle mesure la divulgation de l'information financière, par des entreprises d'exploration minière québécoises, influence le comportement des investisseurs selon les principes de bonne gouvernance, principes qui selon nous doivent régir toute diffusion de l'information financière (loi 43-101). Notre projet de recherche entend cerner l'impact du discours public des entreprises sur les investisseurs.

##### 2.1.1 Les scandales financiers

Les multiples crises qui ont déferlé sur les marchés financiers ont entraîné une méfiance accrue chez les investisseurs. Ces crises, amplifiées par la multitude de scandales des dernières années, a laissé un goût amer chez les investisseurs escroqués. Cette instabilité a engendré, d'une part, un profond questionnement des normes et des instances législatives en vigueur, et, d'autre part, une remise en question des processus de divulgation et de vérification de l'information financière.

D'Enron à Norbourg en passant par Parmalat, Worldcom, Tyco, Ahold aux faillites de nombreux fonds d'investissement, aux fraudes bancaires et au scandale des commandites, la liste des catastrophes financières ne cesse de s'allonger. Prenons Enron à titre d'exemple. Cette entreprise, classée septième entreprise américaine, au chiffre d'affaires de plus de 100 milliards de dollars, était une entreprise présentée comme un modèle d'éthique d'entreprise.

Contre toute attente, elle a déclaré faillite le 2 décembre 2001. Le scandale n'est pas seulement d'ordre financier, il touche aussi les domaines de l'éthique d'entreprise, du politique et du social. La grande majorité des employés a regardé, impuissante, la valeur de leur investissement dans les actions d'Enron chuter de 90 dollars à 10 cents. Aujourd'hui, 63 % des 21 000 employés ont perdu la totalité de leur caisse de retraite investie dans les actions d'Enron. Pourtant, même si tous les experts du milieu s'entendent pour relativiser l'importance des derniers scandales du système financier international, la nervosité règne bel et bien sur les marchés. La récurrence de ces scandales financiers n'a pas fini de dégoûter les investisseurs et de les rendre méfiants.

Comme autre exemple, voici ce que la chaîne Radio-Canada a déclaré au sujet du scandale de Norbourg :

Le 25 août 2005, des milliers d'investisseurs apprennent avec consternation que leurs épargnes placées chez Norbourg gestion d'actifs se sont, en partie ou en totalité, volatilisées. Dans certains cas, ce sont les épargnes de toute une vie. Ce jour-là, des perquisitions ont lieu dans les bureaux de Norbourg à Montréal, à Québec et en Estrie. L'Autorité des marchés financiers (AMF) ordonne l'arrêt des activités du gestionnaire de fonds communs de placement et le gel des comptes bancaires de son président fondateur, Vincent Lacroix. L'autorité des marchés financiers allègue qu'il s'agit d'un présumé détournement de fonds de 70 millions de dollars. [...] Or, un mois plus tard, la firme d'experts-comptables Ernst & Young dépose son rapport provisoire : les conclusions sont accablantes. L'ampleur du détournement de fonds présumé dépasse largement ce que l'on avait cru. Ce ne sont pas 70 millions, mais bien 130 millions qui ont disparu! Les actifs totaux de Norbourg étant de 205 millions de dollars, cela signifie que les 2/3 de l'argent contenu dans les fonds communs de placement s'est volatilisé<sup>4</sup>.

Au Québec, l'Autorité des marchés financiers (AMF), qui a pour mission de veiller à la mise en place de programmes de protection et d'indemnisation des consommateurs et

---

<sup>4</sup> Radio-Canada. *Le scandale éclate : Le 25 août 2005, des milliers d'investisseurs apprennent avec consternation que leurs épargnes placées chez Norbourg gestion d'actifs se sont, en partie ou en totalité, volatilisées. Dans certains cas, ce sont les épargnes de toute une vie.* 2007, 15 février. En ligne. <[http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Economie-Affaires/2005/11/23/005-Norbourg\\_scandale\\_eclate.shtml](http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Economie-Affaires/2005/11/23/005-Norbourg_scandale_eclate.shtml)>. Consulté le 12 octobre 2007.

utilisateurs de produits et de services financiers ainsi que d'administrer les fonds d'indemnisation prévus par la loi, affirme qu'il existe plusieurs programmes pour dédommager les épargnants en cas de faillite ou de fraude, mais qu'aucun d'eux ne s'applique aux 9 200 investisseurs dupés dans l'affaire Norbourg. Au cours des cinq dernières années au Québec, les investisseurs ont été touchés par la perte de millions de dollars investis dans les fonds communs de placement. L'AMF a gelé les actifs d'au moins quatre autres entreprises de fonds communs de placement : Zénith (pour un présumé détournement de fonds, qui atteindrait 6 millions de dollars), Argentum, Norshield (dont la majeure partie des 482 millions de dollars confiés par des investisseurs a disparu des coffres de l'entreprise) et Mount Real (62 à 110 millions de dollars investis par 1 600 particuliers se sont volatilisés). Après ces événements, plusieurs voix s'élèvent pour demander une protection accrue pour les investisseurs et l'élaboration de mesures afin d'éviter que de telles situations se reproduisent à l'avenir.

Plusieurs mesures sont suggérées pour corriger le tir. Pierre Hamel, président du Conseil des fonds d'investissement du Québec (CFIQ)<sup>5</sup>, croit qu'il faut procéder à une séparation des pouvoirs. Il a suggéré, dans le cadre du Congrès de l'assurance et de l'investissement en novembre 2005, que les rôles de gestionnaire de fonds communs, fiduciaire, conseiller en valeurs mobilières et registraire soient exécutés par des personnes différentes. De plus, le Conseil des fonds d'investissement du Québec propose une refonte<sup>6</sup> des règlements entourant les valeurs mobilières au Canada, misant sur une réflexion sur les responsabilités légales et pratiques des autorités réglementaires et une saine gouvernance.

---

<sup>5</sup> L'institut des fonds d'investissement du Canada. En ligne. <<https://portal.ific.ca/Desktop/English/Home/FR/HomePage.asp?language=FR>>. Consulté le 5 octobre 2007.

<sup>6</sup> Hamel, Pierre. 2005, 9 décembre. *L'institut des fonds d'investissement du Canada : Groupe de travail pour la modernisation de la réglementation des valeurs mobilières au Canada*. En ligne. <[www.tfmsl.ca/docs/T46187-V7\\_183-191.pdf](http://www.tfmsl.ca/docs/T46187-V7_183-191.pdf)>. Consulté le 9 octobre 2007.

L'industrie doit se doter de saines pratiques d'affaires et de gestion efficaces, peu complexes et moins coûteuses. La fraude ne peut pas être contrôlée par la gouvernance. Un point majeur qui doit être abordé par la gouvernance est d'éviter la concentration des pouvoirs sur un individu. Il faut des processus qui impliquent et responsabilisent plusieurs personnes à différents niveaux. Un rapport annuel signé par le dirigeant responsable qui décrit les processus en place de son entreprise pourrait être un moyen de contrôler cet aspect. [...] L'interprétation des principes évolue avec les mœurs de la société alors que les règles sont plus statiques, contrôlables et avec moins de zones grises. L'esprit de la réglementation doit être guidé par des principes et son application par des règles. Il nous faut une réglementation efficace et simple pour la très grande majorité des gens honnêtes du système, et un suivi réglementaire efficace et réactif pour détecter et arrêter la minorité qui abuse de la confiance des investisseurs<sup>7</sup>.

À l'image de ce qui a été fait aux États-Unis, après le scandale d'Enron, plusieurs proposent de suivre la même voie : soit, resserrer les normes comptables; assurer une surveillance professionnelle plus stricte; instaurer de nouvelles mesures réglementaires visant le renforcement de l'indépendance des vérificateurs externes et leur responsabilisation accrue; redonner aux autorités réglementaires les moyens de leurs ambitions; et adopter une loi semblable à la Loi Sarbanes-Oxley<sup>8</sup>, qui vise l'amélioration de l'exactitude et de la fiabilité de l'information en exigeant des présidents de direction générale et des dirigeants qu'ils approuvent les rapports trimestriels et annuels. Dominic Peltier-Rivest, professeur agrégé à l'École de gestion John-Molson de l'Université Concordia, estime que Québec doit « saisir l'occasion de rassurer les investisseurs en augmentant le financement attribué à l'Autorité des marchés financiers afin qu'elle puisse effectuer davantage d'enquêtes pouvant mener au dévoilement de telles irrégularités dans le futur<sup>9</sup> ». Stephen Jarislowsky<sup>10</sup>, président du Conseil et P.D.G. d'un des plus grands cabinets de gestion de portefeuille au Canada, cabinet

---

<sup>7</sup> Hamel, Pierre. 2005, 9 décembre. *L'institut des fonds d'investissement du Canada : Groupe de travail pour la modernisation de la réglementation des valeurs mobilières au Canada*. En ligne. <[www.tfmsl.ca/docs/T46187-V7\\_183-191.pdf](http://www.tfmsl.ca/docs/T46187-V7_183-191.pdf)>. Consulté le 9 octobre 2007.

<sup>8</sup> Wikipédia, L'encyclopédie libre. *Loi Sarbanes-Oxley*. En ligne. <[http://fr.wikipedia.org/wiki/Loi\\_Sarbanes-Oxley](http://fr.wikipedia.org/wiki/Loi_Sarbanes-Oxley)>. Consulté le 5 octobre 2007.

<sup>9</sup> Peltier-Rivest, Dominic. *Le Devoir*, 27 août 2005, section Forum, p. A-24. En ligne. <<http://www.ledevoir.com/>>. Consulté le 5 octobre 2007.

<sup>10</sup> Jarislowsky Fraser Limitée. En ligne. <<http://www.jfl.ca/Francais/Apercu.html>>. Consulté le 10 octobre 2007.

agrée de conseillers en placements qui gère des caisses de retraite, des fondations, des comptes d'entreprises et des portefeuilles individuels en Amérique du Nord et en Europe, croit dur comme fer en une saine gouvernance d'entreprise. À l'heure actuelle, l'entreprise gère plus de 240 caisses de retraite et fondations pour le compte de gouvernements, d'entreprises, d'universités, d'institutions et de syndicats; la taille des portefeuilles dépasse 63,6 milliards de dollars canadiens. À la suite des événements déjà mentionnés, M. Jarislowsky n'y va pas de main morte lorsqu'il parle de gouvernance. Il s'associe à plusieurs caisses de retraite du secteur public et fonds communs de placement pour former la Coalition canadienne pour une bonne gouvernance, qui représente un actif considérable (400 milliards) et suffisamment de procurations d'actionnaires pour imposer sa loi.

#### 2.1.2 Pour restaurer la confiance

Après tous ces scandales, les entreprises modernes pourront-elles s'auto-réglementer ou l'intervention des gouvernements sera-t-elle nécessaire? Autrement dit, les P.D.G., les directeurs financiers, les conseils d'administration, les vérificateurs, les autorités financières et les gouvernements réussiront-ils à raffermir suffisamment la confiance des investisseurs? La Commission des valeurs mobilières a commencé à élaborer des règles selon lesquelles elle régirait la communication de l'information relative à la gouvernance des entreprises. Le gouvernement a déposé plusieurs projets de loi, présentés à l'Assemblée nationale l'année dernière, visant à apporter des modifications afin d'assurer l'harmonisation de la législation actuelle au Québec avec celle des autres provinces et territoires canadiens en matière de valeurs mobilières et l'amélioration de la qualité et de la cohérence de l'information prospective. Ces lois s'appliqueront, d'une part, à toute information prospective, quels que soient les types de documents dans lesquels elle est présentée et la manière dont elle est diffusée au public et, d'autre part, à toute information en matière de gouvernance. Ces modifications sont faites en vue d'améliorer la transparence des pratiques en matière de gouvernance des diffuseurs sur le marché (l'indépendance du conseil, le rôle du conseil et de la direction, la formation des administrateurs, l'évaluation du conseil, la sélection des administrateurs et la rémunération des hauts dirigeants).

Ces modifications de loi ont toutes pour but de créer un équilibre entre les divers objectifs de protection des investisseurs et de favoriser des marchés financiers équitables et efficaces. Toutefois, les autorités canadiennes en valeurs mobilières (ACVM)<sup>11</sup>, qui ont pour mission de doter le Canada d'un cadre de réglementation des valeurs mobilières qui protège les investisseurs contre des pratiques déloyales ou frauduleuses, tout en favorisant l'équité et l'efficacité des marchés financiers, reconnaissent que les pratiques en matière de gouvernance sont en constante évolution. Les organismes tels que les Bourses, les associations comptables, les associations financières, les associations protectrices des droits des investisseurs et les commissions des valeurs mobilières, ont concentré leurs efforts sur le rétablissement de la confiance dans le système d'information financière et sur l'intégrité de l'entreprise, des dirigeants et des marchés boursiers. Nous assistons cependant à une mutation à plus long terme de la responsabilisation des entreprises. En 2002, dans *Gouvernance, valeurs et compétitivité*, le Conseil canadien des chefs d'entreprise a déclaré :

Le fait de reconnaître que les entreprises doivent tenir compte des intérêts d'une grande diversité de personnes intéressées afin de servir au mieux les intérêts de leurs actionnaires s'exprime de diverses façons. Parmi les expressions utilisées à cette fin, citons la responsabilité sociale de l'entreprise, la conscience sociale de l'entreprise, le triple bilan et le développement durable. Chaque entreprise doit décider pour elle-même de la meilleure façon d'exprimer et d'intégrer ses valeurs dans sa stratégie commerciale. Cependant, il faut remarquer que l'union fait la force et nous suggérons que la participation à des initiatives collectives plus vastes peut servir à la fois à accroître la réputation d'une entreprise individuelle et à améliorer la confiance du public dans le système de la libre entreprise dans son ensemble [...]. Les chefs dans le monde des affaires et dans les gouvernements à tous les niveaux doivent donc travailler ensemble à façonner une politique publique intelligente afin de renforcer le tissu de la fédération canadienne et de revitaliser la démocratie canadienne comme force de progrès, tant chez nous que dans le reste du monde<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> Autorités canadiennes en valeurs mobilières. En ligne. < <http://www.csa-acvm.ca/accueil.html>>. Consulté le 10 octobre 2007.

<sup>12</sup> Conseil canadien des chefs d'entreprises. En ligne. < <http://www.ceocouncil.ca/fr/>>. Consulté le 10 octobre 2007.

Après ce bref survol des actions proposées ou mises en place par tous les intervenants afin de restaurer la confiance des investisseurs, tournons-nous vers une voie complémentaire qui selon nous est préconisée par plusieurs.

### 2.1.3 La saine gouvernance et la transparence

Selon nous, la gouvernance d'entreprise et la transparence ont une place centrale dans les discours économiques et sociaux. Dans la société actuelle, où s'immiscent les malversations et les tromperies de tout genre, tant sur les plans financier ou religieux que politique ou juridique, le déferlement des scandales bat son plein. Un appel à tous est lancé : une invitation sérieuse à l'équité, au respect des citoyens, à la fin des grands secrets de gouvernance et à une transparence nette et complète, annonciatrice d'une société plus juste et équitable. Souhaitant fortement restaurer la confiance des investisseurs, le milieu financier n'est pas sourd à cet appel, et le désir d'une saine gouvernance d'entreprise et de transparence fait l'unanimité.

Selon l'Institut sur la gouvernance d'organisations privées et publiques<sup>13</sup>, il est urgent et essentiel d'améliorer la gouvernance des entreprises privées. Dans le même sens, les sociétés d'État et les entreprises parapubliques, les coopératives et les organismes, tels les conseils du gouvernement du Québec et du Canada, font aussi face à des questions de gouvernance.

Des discours porteurs de promesses de bien-être et de solutions aux dysfonctionnements sociaux servent toutefois trop souvent de prétexte et de justification à des actions sociales parfois douteuses. L'auteur Thierry Libaert (2003) prend l'antithèse de ce discours utopique et affirme que l'idéologie de la transparence est à la fois la pierre angulaire de la démocratie et le ferment du totalitarisme. De plus, cette idéologie est, la plupart du temps, l'alliée du

---

<sup>13</sup> Institut sur la gouvernance d'organisations privées et publiques. En ligne. <<http://www.igopp.org/Institut.aspx>>. Consulté le 10 octobre 2007.

second et le bourreau du premier. Dans *La transparence en trompe-l'œil*, Thierry Libaert met en relief les discours qui gravitent autour de l'idée de la transparence et les dérives qu'elle pourrait entraîner. Il construit sa réflexion afin d'illustrer des logiques mises en œuvre par l'idéologie de la transparence et de poser quelques questions entourant la vie démocratique. L'auteur propose ainsi de lever le voile sur cette idéologie, cette utopie de la transparence, qui s'entend chaque jour sur les diverses tribunes où elle se retrouve projetée comme solution ultime à tous les maux sociaux. Ultimement, il n'a pas comme objectif de défendre le secret contre la transparence, mais de poser des questions d'équité, d'éthique et de liberté sociales. Il tente de démontrer que la transparence est une notion qui émerge progressivement et qui est désormais omniprésente dans la vie sociale. Si le concept de transparence a pris une telle ampleur, c'est dû principalement à la symbolique de l'image dans le paysage hautement médiatisé.

Selon l'auteur, à cause de la perte de confiance dans la classe politique et dans le monde financier, et de l'augmentation des responsabilités sociales des entreprises, conséquences directes du désengagement étatique et des nouvelles obligations exigées par le marché, les investisseurs et le citoyen, la transparence est là pour de bon et pour prendre une place encore plus grande dans nos systèmes politiques et économiques. L'auteur ne remet pas en cause la transparence, ni le fait qu'elle soit une condition essentielle à l'existence et au maintien d'une démocratie. Il va à la défense de la transparence; il ne faut pas se tromper de combat dans la critique de l'idéologie. Selon lui, la transparence politique et économique est un élément nécessaire à la démocratie. Elle donne un libre accès à l'information et c'est ce libre accès qui permet au citoyen de prendre position, à l'investisseur de faire des choix judicieux et au débat public, base même de la démocratie, d'émerger. De plus, la transparence permet aux entreprises d'augmenter leur crédibilité. La notion de dissimulation jadis rattachée aux mondes politique et financier n'a plus sa raison d'être puisqu'un manque de transparence entraîne forcément l'incrédibilité du discours. Un des objectifs fondamentaux de la transparence est de rééquilibrer les pouvoirs et de permettre d'en trouver les défaillances. L'auteur croit que la transparence, à condition d'être bien délimitée, encadrée et appliquée avec discernement et réciprocité, reste une condition à l'émergence, à l'évolution et à la stabilité de toute démocratie.

Par souci de transparence et de saine gouvernance, les entreprises devraient donc, par l'intermédiaire des processus communicationnels, diffuser l'information à leurs divers publics, et ce, de façon intègre et responsable.

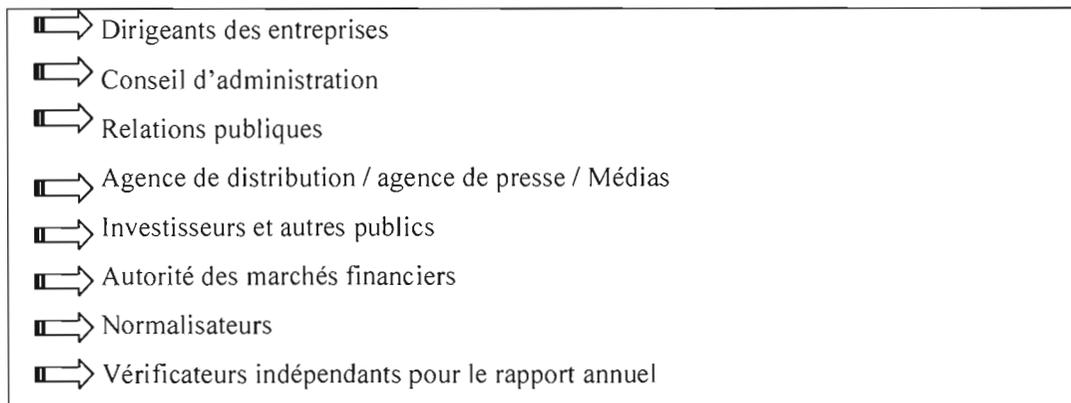
#### 2.1.4 La communication financière

L'entreprise s'adresse à divers publics. Elle emploie donc plusieurs formes de communication : la communication commerciale pour les clients, la communication interne pour les employés, la communication institutionnelle pour le grand public et les leaders d'opinion, le lobby ou communication gouvernementale avec les publics et les élus et, celle qui nous intéresse particulièrement, la communication financière.

La communication financière s'effectue dans une relation entre une entreprise jouant le rôle d'émetteur, les médias jouant le rôle de diffuseur et les investisseurs, celui du récepteur. Cette relation évolue dans un cadre de plus en plus réglementé, dans un environnement économique et financier libéral, sur des marchés boursiers mondialisés et en perpétuel changement, où la puissance des investisseurs institutionnels et les attentes grandissantes en matière de gouvernance d'entreprise sont en croissance. Ainsi, l'entreprise fait face à plusieurs nouvelles réalités et doit être attentive à la mise en œuvre réfléchie et organisée de leur communication financière. En plus d'informer son actionnaire, qui est aussi copropriétaire de l'entreprise associée à son développement, à ses risques et qui exige rendement et considération, l'entreprise doit aussi tenir compte de tous ses publics périphériques, de la pression des marchés financiers et des exigences croissantes des réglementations boursières (Léger, 2003). « Ces entreprises ont donc été confrontées à une double série d'exigences : d'une part, convaincre de la qualité des dirigeants et de leur stratégie afin de mieux valoriser l'entreprise, en particulier via le cours de l'action, et contribuer à la pérennité de l'entreprise, d'autre part, répondre aux obligations légales ou réglementaires. » (Léger, 2003, p. 33.)

Considérons maintenant les étapes et les intervenants de la chaîne de la communication financière.

### 2.1.5 La chaîne de la communication financière



**Figure 2.1** La chaîne de la communication financière.

Cette figure 1.1 illustre la chaîne de la communication financière inspirée du modèle de Samuel Dipiazza et de Robert Eccles (Dipiazza et Eccles, 2002). Elle débute par la prise de décision des dirigeants concernant une stratégie ou une décision d'entreprise. Cette dernière est présentée au conseil d'administration, par l'entremise du président. Le conseil doit approuver ou non le plan d'action soumis en s'engageant à sauvegarder les intérêts des actionnaires. Si le plan d'action est accepté, l'information financière, mise en forme par le Service des relations publiques ou la haute direction, sera communiquée aux divers publics de l'entreprise, par l'intermédiaire des agences de diffusion. Les vérificateurs indépendants, les autorités des marchés financiers<sup>14</sup> et les normalisateurs fournissent des opinions des vérificateurs concernant la majorité des états financiers, veillent à la mise en place de programmes de protection et d'indemnisation des investisseurs, fixent les normes de comptabilité et de contrôle des comptes, régissent et régulent un cadre des réglementations de

<sup>14</sup> L'autorité des marchés financiers. En ligne. <<http://www.lautorite.qc.ca/autorite/a-propos/mission.fr.html>>. Consulté le 10 octobre 2007.

valeurs mobilières et veillent aussi à ce que les institutions financières et les autres intervenants du secteur financier respectent les normes de solvabilité prescrites et se conforment aux obligations que la loi leur impose.

Le message communicationnel prend forme dans l'entreprise au sein du Service des relations publiques qui a pour mandat de mettre en place une structure nécessaire pour que soit communiqué le message aux publics et pour transmettre à l'entreprise le feed-back, les attentes et les plaintes de ses publics incluant les médias, les groupes de pression, les gouvernements, etc. Notons que cette étape importante mérite une attention particulière.

#### 2.1.6 Les Services de relations publiques

Observons maintenant les Services de relations publiques dans les entreprises ou les agences de relations publiques d'où provient l'information. Pour plusieurs, les relations publiques se définissent comme un ensemble de techniques de communication destinées à développer une relation de confiance, d'estime et d'adhésion entre une entreprise et de multiples publics. Elles œuvrent principalement en relations de presse et en communications externes ou, au contraire, en génèrent elles-mêmes. Pour d'autres, les relations publiques représentent un vecteur de communication institutionnelle qui regroupe l'ensemble des moyens utilisés et des opérations menées par une entreprise pour se faire connaître, et pour créer puis entretenir une image favorable d'elle-même auprès de ses différents publics (les consommateurs, les partenaires financiers, les leaders d'opinion, les actionnaires, les pouvoirs publics, les fournisseurs, les distributeurs, les employés, les syndicats, les enseignants, les étudiants, la presse, etc.). La Société canadienne des relations publiques définit les relations publiques comme suit : « Les relations publiques sont une fonction de gestion qui évalue les attitudes du public, fait le lien entre les politiques et procédures adoptées par un individu ou une organisation et l'intérêt public, planifie puis exécute un plan d'action en vue d'obtenir la compréhension et l'appui du public<sup>15</sup>. » Ainsi, après ces multiples

---

définitions, toutes dignes d'intérêt, c'est celle mise de l'avant par la Société des professionnels en relations publiques (SQPRP) du Québec qui se démarque en combinant aspect communicationnel et gestionnaire :

Les relations publiques sont une fonction de la direction, de la gestion et de la communication à caractère permanent, grâce à laquelle un organisme public ou privé peut établir, maintenir et promouvoir des relations de confiance fondées sur la connaissance et la compréhension mutuelle entre cet organisme et ses publics internes et externes, en tenant compte de leurs droits, besoins et attitudes, conformément à l'intérêt du public<sup>16</sup>.

Selon cette définition, les relations publiques touchent à plusieurs disciplines. Elles sont la courroie de transmission bidirectionnelle entre l'entreprise et ses publics tant à l'interne qu'à l'externe. Selon la SQPRP, les relations publiques sont régies par un code d'éthique<sup>17</sup> et de déontologie très stricte, visant principalement au respect de l'intérêt public et de la dignité des personnes, tel que le prévoient les dispositions de la Constitution canadienne et de la Charte des droits et libertés. Dès lors, les professionnels en relations publiques doivent se conduire avec équité et droiture dans leurs relations avec les médias et le grand public, sans poser des actes qui pourraient l'induire en erreur. Les relations publiques représentent donc, d'une part, l'interface entre l'entreprise face à ses publics et la société en général et, d'autre part, l'interface entre les publics de l'entreprise et l'entreprise elle-même.

Les intervenants du domaine des relations publiques peuvent communiquer avec leurs publics internes (employées, syndicat et cadres) à l'aide de lettres, de site intranet, d'affiches, de tableaux d'affichage, etc. De plus, ils peuvent aussi communiquer avec leurs publics

---

<sup>15</sup>La Société canadienne des Relations publiques, Inc.. *À propos de nous*. En ligne. <[http://www.cprs.ca/AboutCPRS/f\\_about.htm](http://www.cprs.ca/AboutCPRS/f_about.htm)>. Consulté le 10 octobre 2007.

<sup>16</sup>La Société canadienne des Relations publiques, Inc.. *Notre mission*. En ligne. <<http://www.sqprp.ca/?s=mission>>. Consulté le 10 octobre 2007.

<sup>17</sup>La Société canadienne des Relations publiques, Inc.. *Code de déontologie de la SQPRP*. En ligne. <<http://www.sqprp.ca/?s=deontologie>>. Consulté le 10 octobre 2007.

externes (fournisseurs, actionnaires, gouvernements, clients, associations, médias, etc.) en utilisant divers moyens adaptés aux messages et aux récepteurs auxquels elles s'adressent. Par exemple, une des façons de communiquer avec les investisseurs, et celle qui nous intéresse précisément dans cette recherche est l'utilisation du communiqué de presse.

#### 2.1.7 Les firmes de diffusion

La diffusion du communiqué peut se faire directement sur le site Web des entreprises spécialisées dans la diffusion où elles prendront en charge les relations de presse (ex. : CNN Matthews<sup>18</sup> ou CWW-Telbec). Ces firmes diffusent des communiqués de presse, des contenus multimédias et des photos aux communautés médiatiques et financières, et mettent tout en œuvre pour assurer leur meilleure présentation auprès des publics cibles, partout dans le monde, de façon rapide et fiable. La diffusion peut prendre plusieurs formes telles que les téléconférences, les webdiffusions, les présentations et les diffusions électroniques. Les firmes de diffusion ont comme but d'offrir une gamme étendue de services de divulgation de l'information aux entreprises dans le but de les aider à atteindre leurs objectifs en matière de relations avec les investisseurs : transparence financière, conformité aux règlements, structure législative en constante évolution, suggestions plus nombreuses des intervenants, conformité plus complexe, gestion d'un nombre croissant de messages, etc. Certes, les firmes de diffusion jouent un rôle important dans la diffusion de l'information, mais elles jouent surtout un rôle de conseiller auprès de leurs clients concernant tous les règlements entourant la diffusion et le contenu de l'information. En fait, il existe plusieurs façons de transmettre les messages aux publics cibles, il suffit seulement de trouver celui qui convient le mieux dans chaque situation et de le diffuser conformément à la législation en place.

---

<sup>18</sup> CNN Matthews. En ligne. <<http://www.ccnmatthews.com/news/releasesfr/home.jsp>>. Consulté le 12 octobre 2007.

Les initiatives en matière de saine gouvernance et les règlements adoptés sont assurément un pas dans la bonne direction. Toutefois, comment atténuer la méfiance des publics investisseurs face à l'information financière diffusée par les entreprises? Selon l'auteur Moynihan (Moynihan et al, 2000), les investisseurs se sentent bombardés d'information contradictoire : ils doutent à la fois de la qualité de l'information provenant des médias et des entreprises qui diffusent de l'information financière peu crédible ou carrément promotionnelle. Les zones qui délimitent vulgarisation journalistique, biais promotionnel, rigueur financière et réglementation du contenu des communiqués de presse, sont grises et doivent être mieux documentées pour permettre, et cerner, les stratégies des Services de relations publiques sur lesquelles repose leur diffusion. Pour l'instant, la diffusion de l'information peut, à l'inverse de la protection des investisseurs, créer un effet qui produit un écran de fumée et les désinformer. Il faut alors se tourner vers la provenance du message. Les entreprises diffusent-elles de l'information juste, selon une saine gouvernance et de manière responsable?

#### 2.1.8 Les médias

On nomme média un moyen de diffusion d'informations (comme la presse, la radio, la télévision) utilisé pour communiquer. Les médias permettent de diffuser une information vers un grand nombre d'individus à la fois. Le média peut prendre plusieurs formes, soit écrites comme la presse, l'édition ou l'affichage publicitaire, soit audiovisuelles (télédiffusion) comme la télévision hertzienne, câblée ou par satellite, soit audio comme la radio, soit interactives comme l'Internet ou soit une projection cinématographique comme un film, un documentaire ou de la publicité. Les médias peuvent jouer plusieurs rôles, toutefois celui qui nous intéresse dans le cadre de ce mémoire est son rôle de courroie de transmission de l'information. L'entreprise émet l'information désirée, par l'intermédiaire d'un communiqué de presse (objet de cette recherche), cette information est diffusée par les médias soit sous forme interactive sur les sites Internet de l'entreprise, soit sous forme écrite par les firmes de diffusion ou par les agences de presse et elle parvient aux publics visés.

## 2.2 La situation dans un contexte plus précis : l'industrie minière au Québec

Notre recherche tente de déterminer comment la diffusion de l'information financière influence le comportement des investisseurs. Pour bien saisir les divers enjeux et la particularité du secteur de l'exploration minière au Québec, un survol historique et une mise en contexte de ce dernier sont nécessaires.

### 2.2.1 L'historique du secteur minier au Québec<sup>19</sup>



**Figure 2.2** L'entrée d'une mine.

---

<sup>19</sup> Le ministère des ressources naturelles et de la faune. S.d. MRN : *Histoire de l'industrie minière*. En ligne. <<http://www.mrn.gouv.qc.ca/mines/quebec-mines/2007-02/sommets.asp>>. Consulté le 2 novembre 2007.

L'histoire du secteur minier du Québec débute avec la venue de Jacques Cartier qui, à l'époque, croit avoir découvert un gisement de diamant. Une fois le chargement de retour en France, on se rendit compte qu'il s'agissait plutôt de quartz et de pyrite. Après 1665, les gisements se trouvant sous la gouverne de Jean Talon, attribués préalablement par Samuel de Champlain, sont l'objet d'efforts d'exploration minière. On y découvre du minerai de fer près de Trois-Rivières, mais ce n'est que soixante ans plus tard que l'on construit des forges pour l'exploitation du fer. Un peu plus tard, en 1686, le Chevalier de Troyes, guidé par les Amérindiens, explore la rive est du lac Témiscamingue, en Abitibi, et découvre le premier gisement de plomb. Par la suite, ce dépôt sombre dans l'oubli pendant plus de deux cents ans à cause de plusieurs guerres dans la région. Dans les années 1890, le gisement est enfin exploité pour le plomb, le zinc et l'argent.

En 1763, l'après-conquête voit le cadre légal de la gestion des territoires et des ressources naturelles prendre de l'ampleur. Le Québec connaît sa première ruée vers l'or en 1847, avec la découverte de plusieurs gîtes minéraux importants, dont la fameuse pépite d'or de la Beauce. Le cadre législatif et administratif est considérablement chamboulé puisque l'État provincial s'approprie le sous-sol québécois pour exercer un meilleur contrôle et stimuler l'exploration et l'exploitation minières. Vers 1860, le cuivre, l'amiante et le soufre sont au premier plan d'un important projet d'exploitation en Estrie. Au début du vingtième siècle, près de Rouyn-Noranda, messieurs Olier et Renault découvrent de l'or, mais le gisement ne sera exploité qu'en 1922 après la découverte d'un bassin de cuivre et d'or au nord du lac Tremoy. C'est à ce moment que l'industrie minière prend son essor au Québec, qui devient le principal pourvoyeur de l'Amérique du Nord en subvenant aux besoins minéraux des régions industrialisées.

Le boom économique engendré par la Seconde Guerre mondiale place le secteur minier au premier plan de la croissance économique. En effet, l'amiante, le fer et le cuivre font l'objet de fortes demandes. De ce fait, plusieurs découvertes et mises en exploitation s'ensuivent, tant pour les gisements en surface que ceux qui sont cachés nécessitant la construction de mines souterraines. Ainsi, cela ouvre la porte à plusieurs prospecteurs, et les

régions de Matagami, de Joutel et de Chibougamau font l'objet de mises en exploration. Les dernières décennies du siècle se caractérisent par l'amélioration de l'expertise et de l'efficacité des méthodes d'exploration des grandes profondeurs et des connaissances entourant le secteur. De plus, le fer vol la vedette sur la Côte-Nord, tandis que c'est le cuivre et l'or qui tiennent le premier rôle en Estrie. La conjoncture exceptionnelle du prix de l'or et de la production de cuivre entraîne des sommets dans le nombre d'expéditions minérales.

### 2.2.2 Les difficultés et la relance<sup>20</sup>

Le secteur minier, au Québec, vécit certaines difficultés au début du 21<sup>e</sup> siècle : le nombre d'emplois décroît depuis 1979, le nombre de mines en activité est aussi en décroissance depuis 1989, la crise économique qui éclabousse le monde entier ne l'épargne pas. Tout cela malgré le formidable potentiel d'exploration minière. Pour en témoigner, l'institut Fraser attribue au secteur de l'exploration minière au Québec, en 2001, le premier rang mondial pour son climat d'investissement, un rapport qui tient compte du potentiel minéral et du climat politique. L'année 2004 sourit à l'industrie. Le vent tourne et les investissements alloués, les découvertes et les résultats obtenus au Québec sont très positifs. Il va sans dire que les métaux reviennent peu à peu au centre de l'intérêt des investisseurs au niveau mondial et que leurs prix tendent à reprendre de la force. Cette reprise s'explique entre autres par la croissance soutenue de la Chine. Par exemple, les dépenses en exploration et de mise en valeur ont légèrement dépassé les 200 millions de dollars, ce montant représente une augmentation de 73 % depuis 2003 et il faut remonter jusqu'à la fin des années 1980 pour retrouver une telle activité d'exploration minière au Québec.

Ensuite, en 2005, le Québec connaît une de ses meilleures années en matière d'investissement en exploration et en mise en valeur de gisements miniers, due au nombre de découvertes d'importances réalisées et au prix favorable des métaux. L'année 2006 est

---

<sup>20</sup> Le ministère des ressources naturelles et de la faune. S.d. MRN. En ligne. <<http://www.mrn.gouv.qc.ca/mines/quebec-mines/index.asp>>. Consulté le 2 novembre 2007.

caractérisée par le prix des métaux qui atteignent des hauts historiques. Cette hausse fulgurante est attribuable à la croissance économique de pays comme l'Inde et la Chine, et à la forte demande internationale. Le prix de l'or a franchi les 700 dollars US l'once (2002 : 250 dollars US l'once), celui du cuivre a augmenté de 242 % depuis trois ans et celui du zinc, de 262 % sur la même période. Cette progression marquée engendre la relance du secteur minier au Québec. L'exploration minière bouillonne avec plus de 200 projets miniers en stage avancé et plusieurs autres qui démarrent leurs opérations. C'est une année particulièrement active pour les compagnies dans les premiers moments du cycle d'exploration minière. Il est important de souligner que les analystes et les investisseurs du secteur s'entendent pour dire que le Québec entre dans une phase de développement de croissance soutenue pour les prochaines années.

Cette continuité est importante puisque les retombées de l'industrie touchent toutes les régions économiques du Québec et, de ce fait, contribuent au développement de la vie sociale et économique de ces régions. En plus, cela permet de développer une expertise propre au Québec, qui tend à devenir un bassin de professionnels très important. À ce propos, le ministre des Ressources naturelles et de la Faune, Pierre Corbeil, est optimiste. Lors d'un point de presse tenu au début de 2006<sup>21</sup>, il affirme que le dynamisme est réel; il se nourrit d'une conjoncture favorable. Et ce dynamisme est à ce point solidement ancré que le ministre promet qu'il n'y aura pas d'autres Asbestos ou Murdochville; qu'il n'y aura pas d'autres zones économiques sinistrées ou d'autres villes mono-industrielles condamnées par l'épuisement de la ressource ou par un manque de débouchés. Malgré cette croissance étincelante, plusieurs défis restent encore à surmonter, tant sur le plan de l'environnement, de l'énergie, de l'exploration que sur les ressources humaines.

---

<sup>21</sup> Québec, Le ministère des ressources naturelles et de la faune. 2007, 21 février. *Allocution de M. Pierre Corbeil, ministre des Ressources naturelles et de la Faune, ministre responsable de la région de l'Abitibi-Témiscamingue et de la région du Nord-du-Québec : La diversification économique des régions ressources - Colloque de la Fédération des chambres de commerce de Québec*. En ligne. <<http://www.mrnf.gouv.qc.ca/presse/discours-detail.jsp?id=6065>>. Consulté le 12 novembre 2007.

Sur ce dernier point, l'Association minière au Québec estime qu'entre 500 et 800 postes seront à combler pour l'année 2006 et 2007. Sur dix ans, l'industrie devra renouveler au moins 10 % de ses 50 000 emplois dont la plupart résulteront des mises à la retraite et de la stagnation démographique.

### 2.2.3 Les régions maximisent leur potentiel

En 2006, les régions du Nord du Québec, de la Côte-Nord et de l'Abitibi sont devenues terres d'accueil de projets d'investissement totalisant 1,2 milliard de dollars. Cela témoigne grandement du vent de changement qui souffle sur les régions. Tout ce nouvel argent provient principalement de l'investissement de grandes compagnies dans des projets d'exploration ou d'exploitation minière, dont le site Raglan qui s'est vu attribuer 550 millions de dollars. Par la suite, c'est au tour du site de Xstrata à Persévérance qui reçoit 140 millions de dollars en crédit additionnel et les trois camps miniers d'Agnico-Eagle additionnent 500 millions de dollars à leur budget d'investissement. La forte montée des prix des métaux permet de réétudier les sites, de refaire l'analyse des gisements, d'aller plus en profondeur. C'est notamment le cas pour Agnico-Eagle, avec La Ronde I, dont la durée de vie s'étend jusqu'en 2011, et La Ronde II, qui permettront un excédent jusqu'en 2020.

Malgré tous ces investissements, l'avenir reste quelque peu obscur puisqu'il n'y a pas eu de nouvelles mines en gestation, ce qui n'augure rien de bon pour la pérennité de l'industrie de l'exploration minière dans un premier temps et, dans un second temps, pour l'avenir de l'exploitation minière dans un avenir plus éloigné, notamment lorsqu'on sait que la mise en exploitation d'une mine peut prendre de huit à dix ans. L'exploration comme l'exploitation du potentiel minier de ces régions se heurtent à de nombreux obstacles liés à la difficulté d'accès et aux coûts de transport dus à l'éloignement : obstacles que l'on essaie de limiter et

de contourner en misant sur le développement de nouvelles technologies et de nouvelles façons de faire, témoigne le ministre Corbeil<sup>22</sup>.

Pierre Corbeil<sup>23</sup> souligne que le potentiel et les incitatifs fiscaux, ainsi que l'offre de capitaux de risque sont présents. Tous les appuis sont là, mais le mot de la fin revient aux investisseurs, aux entreprises et à l'industrie minière elle-même.

---

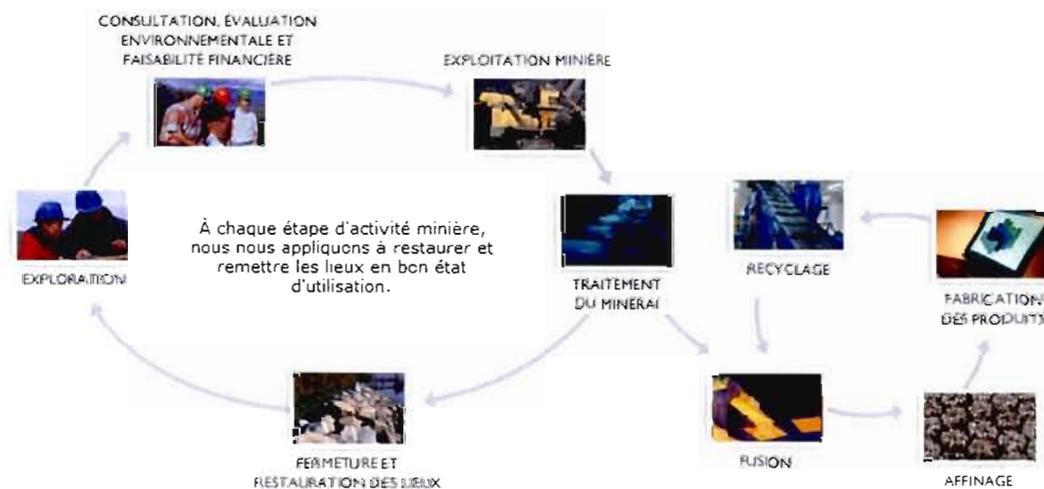
<sup>22</sup> Québec, Le ministère des ressources naturelles et de la faune. 2007, 21 février. *Allocution de M. Pierre Corbeil, ministre des Ressources naturelles et de la Faune, ministre responsable de la région de l'Abitibi-Témiscamingue et de la région du Nord-du-Québec : La diversification économique des régions ressources - Colloque de la Fédération des chambres de commerce de Québec*. En ligne. <<http://www.mrnf.gouv.qc.ca/presse/discours-detail.jsp?id=6065>>. Consulté le 12 novembre 2007.

<sup>23</sup> Québec, Le ministère des ressources naturelles et de la faune. 2006. *Rapport sur les activités d'exploration minière au Québec en 2006*. En ligne. <<http://www.mrnf.gouv.qc.ca/mines/publications/publications-rapports-2006.jsp>>. Consulté le 12 novembre 2007.

## 2.2.4 Le cycle minier

Après avoir vu les enjeux et les divers problèmes auxquels fait face l'industrie minière, regardons les étapes du cycle minier afin de situer l'activité de l'exploration minière.

### CYCLE D'EXPLOITATION MINIÈRE



**Figure 2.3** Cycle d'exploration minière<sup>24</sup>.

Dans le cycle minier tel que montré (figure 2.3), nous nous concentrerons sur l'exploration minière. Nous entendons par exploration l'ensemble des activités de recherche de minéraux, là où la nature les a déposés, visant la découverte et la délimitation d'un gîte en vue d'en déterminer la valeur économique (la prospection, jalonnement de claims, travaux d'exploration détaillés, échantillonnage et forage, travaux de base sur l'environnement et évaluation préliminaire du gîte). Elle constitue la première étape du cycle. Selon le ministère

<sup>24</sup> Falconbridge. *Le cycle d'exploitation minière*. En ligne. <[http://archive.xstrata.com/falconbridge/www.falconbridge.com/french/about\\_us/mining\\_life\\_cycle.htm](http://archive.xstrata.com/falconbridge/www.falconbridge.com/french/about_us/mining_life_cycle.htm)>. Consulté le 20 octobre 2007.

des Ressources naturelles<sup>25</sup>, l'exploration minière consiste à chercher de nouveaux gîtes minéraux et de sites de roches minéralisées. L'exploration minière, bien qu'elle soit à l'origine de tout projet d'une compagnie minière, ne mène que très rarement à l'ouverture d'une mine et à sa mise en valeur. C'est ce qui confère au secteur le statut de secteur à risques financiers élevés ou investissement de capital de risque. L'exploration a pour but la découverte de métaux précieux ou minéraux exploitables : argile, silice, fer, plomb, zinc, cuivre, or, diamant. L'exploration commence par la localisation de grandes étendues pouvant contenir du minerai. Ensuite, la reconnaissance géologique prend place; exploration de base, la cartographie, la prospection, etc., à un taux relativement faible de succès (une zone d'intérêt sur dix mille conduits à l'aménagement d'une mine) et à un horizon temporel d'un an environ. Les compagnies d'exploration minière ont un rôle grandissant dans l'industrie, en 2004, leurs dépenses d'exploration ont dépassé celles des grandes entreprises au Canada (903 millions de dollars).

#### 2.2.5 Les principaux intervenants dans l'exploration minière

Le gouvernement détient un rôle majeur puisqu'il fournit et établit les cartes et les rapports géologiques sur lesquels les prospecteurs et les entreprises d'exploration se basent pour localiser les futurs sites d'exploration. De plus, il soutient le développement par des programmes spéciaux de formation et en fournissant de l'aide financière et des avantages fiscaux. Dans un deuxième temps, il régit les lois et attributions des permis miniers en octroyant des permis d'exploration.

Les prospecteurs sont des chercheurs de métaux. Ils doivent se munir d'un permis et partent par petites équipes à la recherche d'indices révélant la présence de minéraux. Les petites entreprises d'exploration comptent généralement entre 3 et 5 employés dont la plupart

---

<sup>25</sup> Ressources naturelles Canada. RNCAN. En ligne. < <http://www.nrcan-rncan.gc.ca/com/index-fra.php>>. Consulté le 20 octobre 2007.

sont géologues. Ces compagnies n'ont généralement pas assez de financement et comptent sur des investisseurs, des partenaires ou une acquisition pour aller plus loin que le premier stade d'exploration ou du développement d'une mine. Elles sont en grande majorité publiques et comptent sur des investisseurs par l'entremise d'émissions d'actions effectuées en Bourse.

Les grandes entreprises exploitent plusieurs mines à la fois, elles ont plusieurs employés spécialisés (quelques centaines) dans divers domaines miniers et sont actives à tous les stades du cycle minier.

#### 2.2.6 Les investisseurs et partenaires des entreprises d'exploration minière

Les entreprises minières productrices de minerai, celles qui ont dépassé le stage de la pure exploration minière et qui exploitent un gisement et produisent un métal, disposent de sources d'autofinancement pour leurs dépenses d'exploration. Ces entreprises sont dans la plupart des cas beaucoup plus grosses que celles mentionnées plus haut. Ce qui n'est pas le cas des entreprises juniors d'exploration, d'importants joueurs pour l'exploration au Québec. Celles-ci génèrent peu de revenus et leurs activités se situent à un niveau de risque élevé. Pour financer leurs projets, elles comptent principalement sur des ententes avec des entreprises productrices, sur l'émission de capital-actions (investisseurs institutionnels ou particuliers) ou d'aide de partenaires. Dans le cas des ententes avec des entreprises productrices, l'aide peut être fournie, en général, de deux façons : partenariat ou acquisition.

Ensuite, les fonds fournis par l'émission d'actions en Bourse apportent un capital de départ à l'entreprise. On désigne le terme capital de risque, l'investissement dans le capital-actions de jeunes entreprises, par l'entremise d'un placement public à l'épargne. Le capital de risque peut aider les entreprises à croître ou à poursuivre leurs activités en sollicitant

publiquement les fonds. Les actions émises sont achetées par des investisseurs particuliers ou institutionnels. Les investisseurs particuliers sont désignés comme toutes personnes négociant des actions à la Bourse dans un compte personnel comme un REER, un compte d'actions au comptant, etc. Les investisseurs institutionnels sont représentés par les banques, les compagnies d'assurance ou bien encore les caisses de retraite. Il s'agit d'investisseurs qui peuvent détenir une part significative du capital d'une entreprise et sont souvent considérés comme des actionnaires à long terme. Généralement ces actionnaires ne détiennent que des participations très minoritaires (moins de 10 %) dans des entreprises cotées. Leur rôle est cependant majeur, car ce sont des acteurs qui dans une large mesure définissent la valeur boursière des entreprises.

Le but des commandites, comme les investissements privés avec des partenaires ou des entreprises de capital de développement tels que la FTQ, fonds de solidarité des travailleurs du Québec, à travers la Société d'investissement dans la diversification de l'exploration<sup>26</sup>, est d'investir dans les entreprises engagées dans l'exploration minière au Québec afin :

- de diversifier l'inventaire minéral du Québec en favorisant l'exploration de substances minérales offrant des perspectives de marché attrayantes;
- de stimuler les investissements en exploration dans les camps miniers existants qui démontrent une possibilité de diversification intéressante;
- d'ouvrir de nouveaux territoires à l'exploration et aux investissements, où il existe un fort potentiel de découvertes.

---

<sup>26</sup> Société d'investissement dans la diversification de l'exploration. En ligne. <<http://www.sidex.ca/>>. Consulté le 20 octobre 2007.

Un autre exemple est celui de SOQUEM<sup>27</sup>, filiale de la SGF, qui a pour mission de réaliser des travaux d'exploration minière, de mise en valeur et de développement. Elle privilégie le travail en partenariat avec les autres entreprises minières œuvrant au Québec afin d'unir les forces et de partager les risques reliés à l'exploration minière.

### 2.2.7 Les règlements, les lois et exigences juridiques du secteur

Le Canada se caractérise face aux autres pays à travers le monde dans le cadre des exigences légales<sup>28</sup> dans le secteur minier en raison du partage des responsabilités entre le gouvernement fédéral et les gouvernements provinciaux. En vertu de la Constitution, le pouvoir de réglementer la recherche, la mise en valeur, la conservation et la gestion des minéraux, est généralement réservé aux provinces. Chaque province a adopté une loi ou une ordonnance qui régit la recherche, l'acquisition et l'exploitation de minéraux appartenant à l'État, à l'intérieur de ses limites frontalières. De plus, les provinces se sont dotées de lois générales en matière d'environnement, de sécurité du travail et de la main-d'œuvre, qui ont des répercussions sur l'activité minière.

Au Québec, les règlements sont très stricts à tous les niveaux. Les droits de surface, les droits d'utilisation du sous-sol et les droits miniers sont distincts. C'est aussi le cas des permis; chaque activité nécessite un permis différent et l'acquisition de l'un n'assure pas l'acquisition des tous les autres. C'est un secteur très réglementé, même au niveau des communications. Toutes les compagnies canadiennes, enregistrées au Canada, peu importe la situation géographique de leurs mines ou champs d'exploration, sont soumises aux mêmes

---

<sup>27</sup> Société québécoise d'exploration minière. En ligne. <<http://www.soquem.qc.ca/>>. Consulté le 20 octobre 2007.

<sup>28</sup> Ressources naturelles Canada. *L'exploitation minière au Canada : Lois et règlements miniers*. En ligne. <[http://www.nrcan.gc.ca/mms/busi-entre/mlr\\_f.htm](http://www.nrcan.gc.ca/mms/busi-entre/mlr_f.htm)>. Consulté le 20 octobre 2007.

normes. La nouvelle loi entrant en vigueur le 30 décembre 2005<sup>29</sup> sur l'information concernant les projets miniers, 43-101, a été élaborée dans le but d'accroître la précision et l'intégrité de l'information diffusée dans le public par les participants du secteur minier. Cette loi est applicable aux textes qui seront diffusés dans le public, incluant les communiqués de presse. Les définitions sont standardisées et doivent respecter les normes établies de diffusion. De même, les rapports techniques et l'information diffusée doivent être étayés par un rapport établi par une personne qualifiée, conformément à l'annexe, et déposés par le diffuseur auprès des autorités en valeurs mobilières.

Aussi, ce même rapport doit être dressé et certifié par une personne qualifiée et indépendante du diffuseur. La norme canadienne confère un rôle important aux géologues, personnes qualifiées, dans le processus d'information. La norme canadienne stipule que toute l'information de nature scientifique ou technique communiquée par les entreprises minières doit être fondée sur les renseignements et établie par une personne qualifiée. Selon l'ordre, cette exigence donnera une toute nouvelle dimension au rôle des ingénieurs et de nouvelles responsabilités à ces personnes qualifiées qui aident un diffuseur à s'acquitter de ces obligations d'informer le public. Selon l'ordre des géologues du Québec<sup>30</sup>, cette exigence est une amélioration considérable et avait été l'une des principales recommandations du rapport du groupe de travail sur les normes dans le secteur minier. L'ordre des géologues du Québec dont la mission principale est d'assurer la protection du public dans l'exercice de la profession par ses membres au Québec, l'objet de la norme est de bien faire comprendre que cette responsabilité d'information incombe au diffuseur et à ses administrateurs et dirigeants, afin d'assurer la meilleure protection des parties.

---

<sup>29</sup> Commissions des valeurs mobilières. 2005, 30 novembre. *Loi 43-101 sur l'information concernant les projets miniers, Règlement, R.Q. c. V-1.1, r.0.1.01.2*. En ligne. <<http://www.nbsc-cvmnb.ca/PDF/43-101-MinisterialConsent-f.pdf>>. Consulté le 21 octobre 2007.

<sup>30</sup> L'ordre des géologues du Québec. En ligne. <<http://www.ogq.qc.ca>>. Consulté le 21 octobre 2007.

De plus, l'autorité des marchés financiers, organisme mandaté par le gouvernement du Québec qui a pour mission d'encadrer les marchés financiers québécois et de prêter assistance aux consommateurs de produits et services financiers, estime que cette norme améliorera la protection des investisseurs, ainsi que l'efficacité des marchés financiers. Instituée par la Loi sur l'Autorité des marchés financiers, le 1<sup>er</sup> février 2004, l'Autorité des marchés financiers se distingue par un encadrement intégré du secteur financier québécois, notamment dans les domaines des assurances, des valeurs mobilières, des institutions de dépôt – sauf les banques à charte fédérale – et de la distribution de produits et services financiers. Outre les pouvoirs et les responsabilités qui lui incombent en vertu de sa loi constitutive, l'Autorité des marchés financiers veille à l'application des lois propres à chacun des domaines qu'elle encadre. Elle peut aussi faire appel à des organismes d'autoréglementation (OAR) à qui sont délégués certains pouvoirs d'encadrement.

En somme, les lois régissant les communications des entreprises dans le secteur de l'exploration minière sont maintenant très strictes et ne laissent pas beaucoup de place à la fantaisie dans la rédaction et la diffusion de l'information financière.

#### 2.2.8 Les compagnies d'exploration minière québécoises choisies en étude de cas

Toutes les informations qui suivent ont été prises sur les sites web<sup>31</sup>, dans les rapports annuels de l'année 2006 des entreprises concernées, ainsi qu'auprès des membres de l'équipe de direction de ses entreprises. Tout d'abord, selon nos recherches, la majorité des entreprises du secteur de l'exploration minière ont une équipe et un nombre d'employés relativement petits et n'utilise pas les services de consultants en relations publiques ou ne possède pas de ressources à l'interne. Ce sont les géologues en chef et la haute direction qui rédigent les

---

<sup>31</sup> Virginia. En ligne. <<http://www.virginia.qc.ca/>>. , Sirios. En ligne. <<http://www.sirios.com/html/content.asp?node=3&lang=fr>>., Les Mines de la Vallée de l'Or. En ligne. <<http://www.goldenvalleymines.com/servlet/dispatcherservlet?selectedContentID=500&lang=1&action=2>>. et Exploration typhon. En ligne. <<http://www.explorationtyphon.com/francais.html>>. Consulté le 25 octobre 2007.

communications de l'entreprise. Plus particulièrement, pour les entreprises de l'étude de cas, après vérification, aucune d'entre elles ne possède une ressource en relations publiques dans leur équipe de gestion, ni ne fait affaire avec une firme des conseillers, mais elles nous certifient que les géologues et l'équipe de direction en place ont toutes les capacités et les connaissances pour bien effectuer la communication d'informations financières aux différents publics cibles. Toutefois, les quatre entreprises utilisent le savoir-faire de compagnies de diffusion telles que Marketwire<sup>32</sup>. En somme, pour les entreprises choisies, la personne responsable de la relation avec les investisseurs est le président de l'entreprise lui-même, un membre de la haute direction et le géologue en chef, et les communications s'effectuent aussi par le biais de ceux-ci dépendamment de leur spécialisation et du sujet concerné.

#### 2.2.8.1 La compagnie Mines d'or Virginia (VGQ-TSX)

La compagnie Mines d'or Virginia (VGQ-TSX) a été créée par Andrée Gaumond en 1993. L'entreprise est parmi les entreprises d'exploration minière les plus actives du Québec. Elle est aussi l'un des plus importants détenteurs de terrain minier au Québec. Son siège social est établi dans la ville de Québec. Mines d'or Virginia est considérée comme l'une des plus importantes compagnies d'exploration minière québécoises et travaille avec acharnement sur plusieurs projets en même temps qui se situent à plusieurs étapes d'exploration différentes. L'une de ces découvertes, le projet Éléonore, a été acquise par Goldcorp dans le cadre d'une transaction sollicitée en mars 2006. Suite à cette transaction, Mines d'or Virginia (VGQ-TSX) fut créée afin de poursuivre sa mission d'exploration à la Baie-James, maintenant considérée comme un nouveau camp minier. Mines d'or Virginia compte sur un personnel qualifié pour tenter de mener à bien sa stratégie, ce qui lui assure une présence sur le territoire. De plus, l'entreprise est très bien positionnée sur le plan économique : elle a une excellente situation financière puisqu'elle n'a aucune dette. Forte de son expérience de la découverte du gisement Éléonore, l'équipe d'exploration est reconnue comme ayant une très bonne expertise au Canada. L'entreprise se spécialise dans la recherche de gisements aurifères et de métaux de base dans les territoires peu explorés du Québec.

---

<sup>32</sup> Marketwire. En ligne. <<http://www.marketwire.com/mw/home.do?lang=F5>>. Consulté le 28 mai 2008.

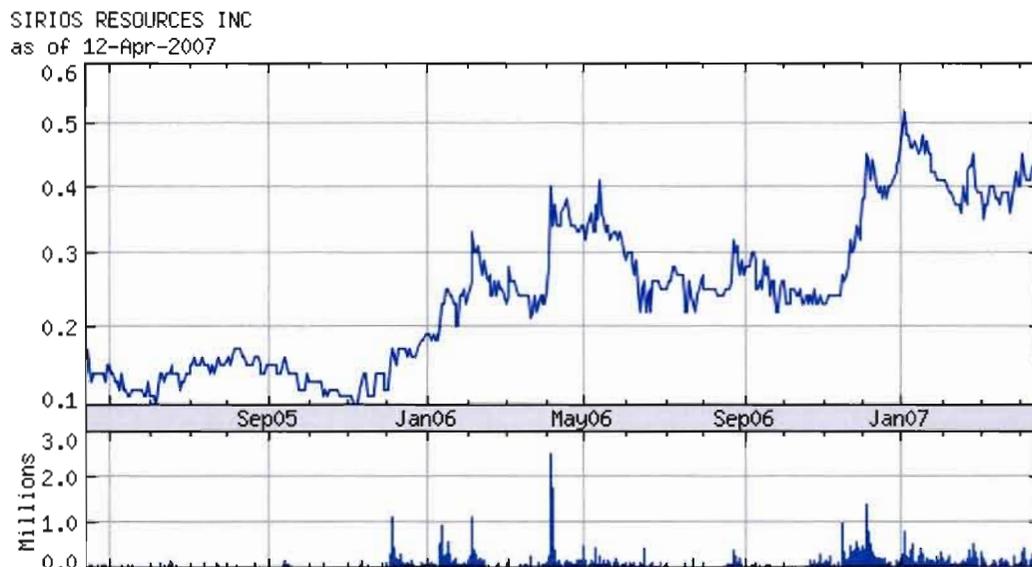
Mines d'or Virginia a également conclu des alliances stratégiques avec plusieurs consultants et universitaires afin qu'ils participent au développement de ses projets. Mines d'or Virginia est sans cesse à la recherche de gisements de classe mondiale ou de nouveaux camps miniers et le Québec, en plus d'offrir un potentiel minier exceptionnel et une stabilité politique, possède une des meilleures banques de données géoscientifiques au monde et une multitude d'incitatifs à l'exploration minière.



**Figure 2.4** Fluctuation du titre boursier et le volume d'actions négociées de Mines d'or Virginia.

### 2.2.8.2 La compagnie Sirius (SOI-V)

La compagnie Sirius (SOI-V) a été créée par une équipe de géologues en 1995. Sirius génère elle-même ses projets d'exploration dont 90 % sont situés près de la Bais-James. L'équipe travaille de manière systématique et est à l'affût des développements technologiques en exploration minière. La découverte de formations géologiques qui mettent en relief le fort potentiel de régions jusqu'alors inexplorées demeure l'une des forces de l'entreprise. Les efforts de Sirius ont conduit à la découverte de nombreux indices d'or, d'argent, de zinc, de cuivre, de molybdène au Québec, de même qu'à la création d'Exploration DIOS inc., compagnie spécialisée dans l'exploration du diamant.



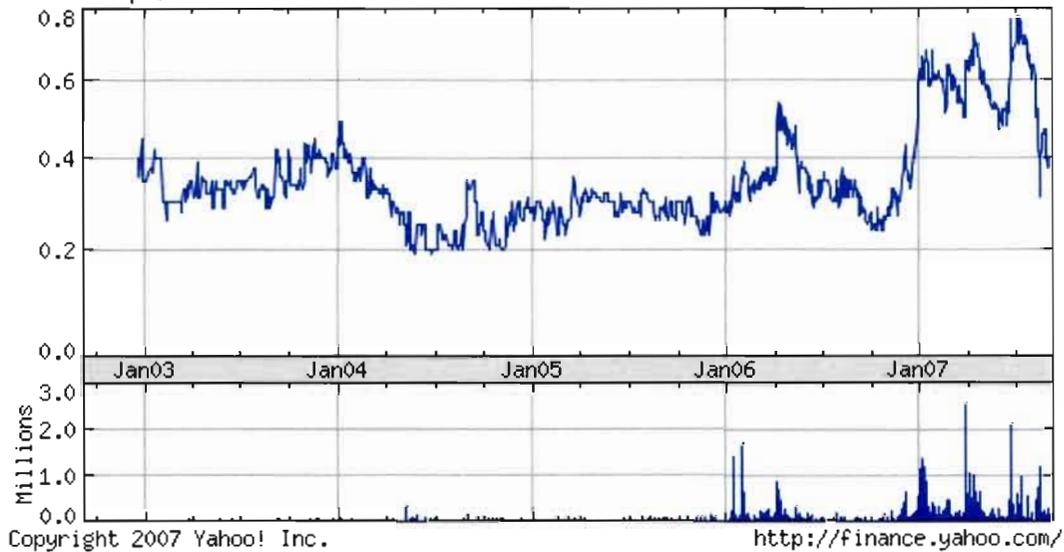
**Figure 2.5** Fluctuation du titre boursier et le volume d'actions négociées de Sirius.

### 2.2.8.3 La compagnie Mines de la Vallée de l'or Itée (GZZ-V)

Mines de la Vallée de l'or Itée (GZZ-V) fondée en 2003, a effectué de l'exploration minière sur les 47 propriétés qu'elle détient en Abitibi, dans le nord-ouest du Québec et dans le nord-est de l'Ontario, contenant plusieurs métaux précieux : or, cuivre, zinc, nickel, platine/palladium et diamant. La sélection des propriétés est faite à partir des documents faisant partie du domaine public : données géophysiques; travaux antérieurs effectués dans les camps miniers de Timmins et Kirkland Lake en Ontario et de Rouyn-Noranda, Cadillac, Malartic, Val-d'Or et Chibougamau au Québec; les plus récents travaux effectués au Québec par le ministère des ressources naturelles, de la faune et des parcs (MRNFP) et en Ontario par le ministère du Développement du Nord et des mines (MDNM). Plusieurs secteurs favorables ont été ciblés pour leur potentiel en or et en métaux usuels à partir de levés géophysiques aéroportés (magnétiques et électromagnétiques). La campagne actuelle consiste en travaux de cartographie, de prospection et d'échantillonnage menés sur des cibles géophysiques de haute priorité et dans les secteurs prometteurs qui ont été délimités par les travaux de cartographie géologique régionale.

L'entreprise détient un fonds de roulement qui lui permet de compléter ses objectifs d'exploration. Golden Valley compte forer environ deux propriétés à chaque mois de l'année, tout en poursuivant ses activités d'exploration sur les autres propriétés qu'elle possède au Labrador et au Nunavik, dans le nord du Québec. La compagnie possède toutes les liquidités requises pour maintenir son programme d'exploration actuel.

GOLDEN VALLEY MINES LTD  
as of 4-Sep-2007



**Figure 2.6** Fluctuation du titre boursier et le volume d'actions négociées de Mines Vallée d'or.

#### 2.2.8.4 La compagnie Exploration Typhon (TOO-V)

Exploration Typhon (TOO-V) est une entreprise d'exploration minière dont la mission est de développer et mettre en valeur des ressources minières au Canada. Typhon détient 100 % d'intérêt de six de ses propriétés et a signé une entente avec Agnico-Eagle pour acquérir un intérêt de 51 % dans la propriété Aiguebelle-Goldfields. Ses propriétés sont Fayolle, Aiguebelle-Goldfields, Monexco, McCorkill, Wapiscan, Ikirtuuq et celle sur la Côte-Nord. Sa stratégie d'entreprise est d'augmenter les ressources et la valeur de ses actionnaires. Typhon affirme avoir une bonne situation financière avec 5 millions de dollars en liquidités et aucune dette.



**Figure 2.7** Fluctuation du titre boursier et le volume d'actions négociées de Typhon.

## **CHAPITRE III**

### **CADRE THÉORIQUE**

#### 3.1 Les études dans le domaine

Beaucoup d'études ont été publiées dans le champ des relations publiques. Cependant, les études portant sur la diffusion de l'information financière ayant un impact direct sur la perception des publics, le cours des actions en Bourse et le comportement des investisseurs, ont été en grande partie réalisées seulement aux États-Unis (Jackall et Hirota, 2000). Nous pensons donc qu'il serait très intéressant de valider ce cadre d'étude dans la réalité sociale du Québec, notre réalité, notamment dans le secteur minier.

#### 3.2 La construction de l'objet de recherche

Les informations financières diffusées par le biais des communiqués de presse semblent influencer le comportement de l'investisseur. C'est ce que nous entendons démontrer à travers cette recherche. Nous allons tout d'abord analyser le contenu de l'information financière provenant des communiqués de presse. Certaines informations ont-elles une incidence plus importante sur l'investisseur que les autres? Cette influence provient-elle seulement du contenu des communiqués de presse ou est-ce le rôle du Service de relations publiques qui influence aussi la perception de l'investisseur? Le moyen utilisé, le communiqué de presse, joue-t-il un rôle crucial dans la façon dont l'investisseur perçoit la nouvelle? Les techniques de communication utilisées par les Services des relations auprès des groupes visés influent-elles sur la transmission d'informations? Nous croyons que l'impact sur l'intérêt des investisseurs sera limité à cause de la réglementation dans ce secteur et nous

croyons aussi que certains auront plus d'impact que d'autres. Ensuite, nous tenterons de mesurer l'impact de la nouvelle sur le prix du titre boursier. L'information émise par les entreprises est-elle immédiatement reflétée dans le cours des titres boursiers? Enfin, nous tenterons d'analyser la perception de l'investisseur, par son comportement, face aux informations émises. Est-ce que l'investisseur joue un rôle dans la sélection des nouvelles, choisit-il l'information qu'il juge pertinente et peut-il choisir adéquatement les sources des nouvelles?

Afin de mieux cerner cette problématique et les phénomènes entourant notre sujet de recherche, nous avons retenu la position de quatre auteurs. Ces auteurs précisent les principaux concepts liés à notre problématique. Le premier auteur, Bernard Dagenais (1997), éclaire l'art de faire parler de soi par la présentation d'une technique de communication utilisée dans les relations avec les médias et les journalistes pour permettre de faciliter la transmission d'informations. Cette technique est le communiqué de presse. Cet auteur nous permet de comprendre les subtilités du communiqué de presse ainsi que les enjeux entourant la diffusion d'information.

Par ailleurs, James Grunig et Todd Hunt (1984) nous invitent à la réflexion sur la place et le rôle des Services des relations publiques au sein d'une entreprise. Ce sont les auteurs des quatre modèles qui structurent la discipline des relations publiques. Ces auteurs nous permettront de poser un regard critique sur le sujet et de mieux comprendre l'une des techniques de communication utilisées par les Services des relations publiques avec les groupes visés afin de transmettre des informations.

D'autre part, la théorie de l'efficacité des marchés, introduite par Maurice Kendall (1953), mais publiée et élaborée par Fama (1965), soutient que les prix courants sur le marché financier sont établis de sorte que la prévision optimale du rendement d'un titre, basée sur un ensemble d'informations disponibles, est égale au rendement du titre. En d'autres mots, sur un marché efficient, le prix d'un titre reflète pleinement toute l'information

disponible. Cette théorie nous permettra de mesurer la réaction, ou le comportement, des investisseurs face à la nouvelle.

Enfin, nous avons retenu la théorie *Uses and Gratifications*, élaborée par Blumler et Katz (1974), qui suggèrent que les récepteurs jouent un rôle actif important en choisissant et utilisant un média. Cette théorie nous permettra de comprendre la perception des investisseurs face à la nouvelle et leurs rôles actifs dans le processus de communication. Nous verrons plus tard, notamment grâce aux analyses effectuées dans ce projet de recherche, quels concepts et modèles théoriques peuvent nous aider à comprendre comment la diffusion de l'information financière, par l'intermédiaire des communiqués de presse, influe sur le comportement des investisseurs.

### 3.3 La perspective théorique, concepts de base et définitions privilégiées

#### 3.3.1 Les communiqués de presse

Bernard Dagenais explique comment faire pour maximiser les chances que son message soit diffusé dans les médias. Il présente dans son livre, *Le communiqué ou l'art de faire parler de soi* (Dagenais, 1997), l'une des techniques de communication employées dans les relations avec les médias et les journalistes, soit le communiqué de presse. Nous avons choisi de présenter son approche puisqu'elle nous permettra d'une part de cerner l'objet d'analyse, le communiqué de presse, de le comprendre, de le décortiquer et de l'analyser et, d'autre part, elle permettra de comprendre comment le message émis, par l'entremise du communiqué de presse, est perçu par les récepteurs.

Dagenais propose de maîtriser l'utilisation du communiqué de presse afin de faciliter la tâche à ceux qui veulent transmettre de l'information aux médias ou à leurs publics. Pour arriver à son but, il explique d'abord comment se fabrique l'information, de sa sélection à son arrivée dans les médias jusqu'à sa diffusion. L'information arrive dans les salles de rédaction de façon continue et par plusieurs sources telles que : les journalistes, les directeurs de

services, les événements et les sources elles-mêmes. Plusieurs facteurs sont à l'origine de la sélection de l'information qui sera diffusée ou reprise par les médias, par exemple : l'espace disponible, la personnalité du média, la personnalité des employés et la définition de la nouvelle. L'auteur pousse un peu plus loin, en affirmant que c'est sur la base de la perception de la nouvelle que s'exercera le tri décisif des informations. D'abord, pour le communicateur, il faut évaluer l'importance de la nouvelle qui sera choisie et, ensuite, distinguer les médias qu'elle intéressera. Le contenu du communiqué de presse qui est un sujet important pour l'entreprise intéresse-t-il le public? Est-ce que la nouvelle est sujette à intéresser les médias dans un ordre de grandeur plus important que les autres nouvelles soumises? Est-ce que la nouvelle est dirigée vers le bon média? Certains éléments donnent de l'importance à une nouvelle : l'écart à la norme, la nouveauté, la proximité, l'importance, l'impact sur le public, l'immédiateté de l'événement, l'intérêt, l'ampleur, la controverse, la singularité et la manchette. Il est primordial, selon l'auteur, de bien identifier ces éléments et de définir la nouvelle afin de savoir si elle se communique bien.

Ensuite, l'auteur, toujours dans le but de faciliter la tâche à ceux qui veulent transmettre de l'information aux médias ou à leurs publics, propose au communicateur de connaître le métier de journaliste. D'abord, le journaliste veut l'exactitude des faits. Il veut que la nouvelle soit appuyée sur des arguments solides et véridiques qui parlent de la valeur réelle de l'entreprise. Le journaliste n'aime pas se faire berner : le communicateur doit livrer des faits vérifiés et des références justes dans son communiqué de presse. D'autre part, le journaliste n'étant pas un expert de tous les domaines, il ne peut pas toujours saisir la complexité des activités de l'entreprise. En ce sens, l'auteur propose au communicateur de faciliter la tâche du journaliste par la traduction et la vulgarisation des données afin de les rendre compréhensibles et accessibles. Le communicateur peut aussi approcher les journalistes qui sont spécialisés dans le domaine. De plus, l'auteur suggère de tenir compte des contraintes techniques des journalistes telles que les heures de tombée des bulletins de nouvelles par exemple. En somme, un communicateur qui prend en compte tous ces détails et qui saisit bien le métier de journaliste aura plus de chance de transmettre son information à son public.

Ensuite, l'auteur, toujours dans l'objectif de faciliter la tâche aux entreprises dans la transmission de l'information, propose à celles-ci de savoir utiliser une couverture de presse qui rejoint l'ensemble des publics, donc l'ensemble de médias locaux, régionaux, nationaux et spécialisés. Il suggère aussi d'utiliser les médias en fonction de leurs avantages respectifs, mais toujours sur la base de relations de confiance : « les relations publiques ont pour premiers objectifs de créer une image de confiance, un climat favorable et un courant de sympathie entre une entreprise et ses différents publics » (Dagenais, 1997, p. 28). Les communicateurs doivent devenir des interlocuteurs crédibles et professionnels face aux médias. Les journalistes privilégient toujours une bonne source (Walters *et al.*, 1994) qui est crédible. Selon l'auteur, une bonne collaboration favorise l'échange d'information.

Dagenais suggère aux entreprises désirant transmettre de l'information à leur public ou gérer un événement, de pratiquer la communication comme outil de gestion. Puisque les entreprises ne veulent pas uniquement transmettre de l'information, mais souvent gérer une situation complexe afin de faire accepter à leur public et aux médias sa prise de position, elles doivent gérer leurs déclarations, leurs intentions, leurs actions non plus dans un but de simple diffusion d'information, mais dans un angle de gestion des enjeux par la communication. Cette gestion doit tenir compte du fait que ce n'est plus seulement le diffuseur, l'entreprise, qui décide des informations qui seront discutées sur la place publique, mais c'est le récepteur qui exprime ses attentes et ses exigences. Toutefois, l'auteur croit qu'au-delà de la circulation d'information, l'entreprise doit continuellement travailler son image institutionnelle. Elle doit être à l'écoute et soigner sa réputation. En somme, selon Dagenais, l'entreprise doit gérer son rapport avec l'environnement par la communication.

Ensuite, l'auteur présente le communiqué de presse qui est l'outil de base des relations de presse et le véhicule le plus utilisé dans la transmission d'une nouvelle aux médias. Le communiqué de presse est : « un texte au moyen duquel une entreprise transmet une nouvelle d'intérêt public aux médias d'information dans l'espoir de faire connaître son message auprès de la clientèle à laquelle il est destiné » (Dagenais, 1997, p. 33). La rédaction d'un bon communiqué n'est pas chose facile puisque, d'une part, il comporte plusieurs règles que les

entreprises doivent apprendre et, d'autre part, parce que saisir la nouvelle d'un événement nécessite une certaine habileté. En ce sens, la qualité de la rédaction et l'intérêt de la nouvelle pour le public sont les deux critères les plus importants. Mis à part ces deux critères, d'autres qualités qui attirent l'attention des médias sont primordiales, telles que la brièveté, l'exactitude des renseignements et un titre accrocheur. Selon l'auteur, le communiqué de presse possède trois caractéristiques principales (Dagenais, 1997, p.35) :

- il se présente comme un avis, un renseignement ou un document transmis officiellement par une entreprise ou un individu;
- il énonce une nouvelle (idée, service, produit, cause, événement) susceptible d'intéresser la population ou un groupe donné et en précise la nature (Dumont-Frénette, 1971, p. 340);
- il est rédigé spécifiquement à l'intention des médias en vue d'une publication ou d'une diffusion (Ross, 1990, p. 166).

En fait, le texte permet à toute entreprise d'accéder à l'espace public par le biais des médias. Il leur revient de décider s'il sera publié en partie ou en totalité.

L'auteur distingue les types de communiqués par thèmes et cela permet aussi d'énumérer les différentes possibilités de son utilisation. Par exemple, il peut servir à convoquer ou inviter les journalistes à une conférence, un lancement, une prise de position ou autre événement que l'entreprise promeut. De plus, il peut servir à annoncer une activité, une prise de décision, à présenter des statistiques, communiquer des nominations d'intérêt général, en présentant un fait, une personnalité, un produit, un service ou un élément nouveau. Pour ce genre de communiqué, nous retrouvons deux types de documents : le communiqué officiel et le communiqué obligatoire. Dans le cas, du texte officiel, il est émis habituellement par les autorités politiques. Dans le cas du texte obligatoire, il est diffusé par les entreprises elles-mêmes puisque la loi les oblige à dévoiler certaines informations. À titre d'exemple, les autorités financières obligent les compagnies à divulguer leurs contrats, leurs projets de développement et leurs résultats financiers. Ces communiqués, selon Dagenais, doivent être extrêmement précis, ne négliger aucun détail et être soumis aux lois en vigueur. À ces types

de communiqués s'ajoutent les communiquées pour la radio, pour la presse écrite, pour Internet ou pour la télévision, qui ont tous une présentation différente.

Il n'est pas nécessaire, selon l'auteur, de diffuser chaque fois tous les genres de communiqués, au risque de voir la crédibilité de l'entreprise mise à l'épreuve. Il faut axer sur la pertinence de la nouvelle; selon l'auteur : « le communiqué est un outil extrêmement efficace pour diffuser une information; il peut prendre des formes diverses selon les circonstances et les besoins de l'entreprise et suscite des réactions variées dans les médias » (Dagenais, 1997, p. 84).

Le contenu du communiqué et sa structure vont jouer un rôle important dans l'accessibilité de la nouvelle aux médias. Comme l'auteur le spécifie, la valeur de l'information sera directement dépendante du contexte dans lequel elle sera rédigée. Il faut bien choisir son contexte afin de maximiser les chances de parution. De plus, la présentation et la forme du communiqué doivent répondre à certaines règles professionnelles. Il est aussi important que le communiqué réponde aux questions : qui? quoi? où? quand? pourquoi? comment? avec qui? et qu'il soit écrit dans un style qui tienne compte du type de communiqué à produire et des divers médias auxquels il sera soumis. Le rédacteur devra suivre deux règles simples, selon Dagenais : écrire en supposant que le lecteur ne connaît pas le sujet et rédiger dans un style neutre et dépersonnalisé. Le style du texte doit donc être objectif, concis, clair, sans répétitions inutiles et écrit dans un langage accessible à tous. De plus, la structure technique du communiqué est un élément important puisque toute dérogation au modèle reconnu universellement peut indisposer le journaliste et donner une perception négative du texte.

Avant de transmettre le communiqué aux médias, l'auteur recommande au communicateur de toujours soumettre son texte à ses supérieurs. Cela dans le but d'éviter d'inscrire des faux faits, mais aussi de s'assurer que le texte ne néglige aucun détail et surtout qu'il reçoit l'aval de la direction. Un autre aspect à ne pas négliger est le mode de diffusion du communiqué. Il ne suffit pas seulement de le rédiger conformément aux règles, mais il faut porter une

attention judicieuse à la diffusion. Si certains détails sont laissés au hasard, une mauvaise diffusion peut détruire les efforts fournis jusque-là. Il est donc primordial de bien identifier les médias, les journalistes et les publics à qui le communiqué sera transmis. Il faut, pour maximiser la diffusion du communiqué, instaurer une politique de diffusion, dresser une liste de presse, projeter et planifier le moment de l'expédition, le diffuser efficacement et rapidement, utiliser les agences de diffusion et utiliser une agence de presse. Et enfin, faire le suivi du communiqué pour permettre l'évaluation du rendement de l'opération de presse et de rectifier le tir s'il y a lieu.

L'auteur définit le communiqué de presse comme un texte dont la rédaction est difficile puisqu'elle est soumise à des règles strictes permettant à l'entreprise de transmettre une nouvelle d'intérêt public aux médias dans l'espoir de faire connaître son message auprès de la clientèle à laquelle il est destiné. Le communiqué de presse possède trois caractéristiques particulières : il se présente comme un document officiel transmis par une entreprise; il énonce une nouvelle d'intérêt pour un des publics de l'entreprise; et il est rédigé précisément pour la diffusion dans les médias. En bref, le communiqué de presse est le moyen de l'entreprise pour joindre ses publics grâce aux médias.

Le communiqué de presse est, dans la majorité des cas, rédigé sous forme électronique. Il est destiné à un groupe cible de médias ou de publics visés par l'entreprise qui diffuse, pour annoncer différents événements relatifs à la vie de l'entreprise dans un délai rapide. Sa conception et sa diffusion sont le plus souvent assurées par une agence de relations de presse ou par le Service de relations publiques de l'entreprise. L'efficacité du communiqué de presse ne se limite pas seulement à sa rédaction. Selon Dagenais, la diffusion du communiqué joue un rôle primordial. Il détient des caractéristiques uniques qui lui permettent de remplir certaines tâches de façon plus ou moins efficace. Il présente des avantages tels que sa rapidité et sa facilité à être réalisé; il est efficace pour rejoindre un ensemble de médias d'un seul jet, il est économique à réaliser, c'est un moyen rapide de rejoindre sa clientèle, de contrôler l'information et de diffuser des données exactes. Il existe aussi, selon l'auteur, plusieurs

inconvenients qu'il ne faut pas sous-estimer : il s'agit d'un procédé impersonnel, le contenu est difficile à contrôler, sa présentation n'est pas toujours adéquate, etc. Pourtant pour l'auteur, il est évident que ses avantages dépassent toujours largement ses inconvenients.

En somme, le communiqué contient de l'information portant sur les activités de l'entreprise et les coordonnées de personnes-ressources dans le but de créer un répertoire de ressources pouvant aider le média ou le journaliste souhaitant faire des recherches, écrire un article ou diffuser un reportage. Il est la forme la plus utilisée des techniques de communication et lorsqu'il est adéquatement utilisé, il devient un outil hors pair pour la planification stratégique des communications des entreprises.

### 3.3.2 Le concept de relations publiques et ses modèles

Les relations publiques sont, à la base, une interface communicationnelle entre l'entreprise et ses publics; plus précisément, elles sont une fonction de gestion communicationnelle entre les deux entités : « *Management of communication between an organization and its publics* » (Grunig et Hunt, 1984, p. 26). Les relations publiques gèrent, planifient et effectuent les communications comme un tout intégré, à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise. La plupart des définitions existantes décrivent les tâches, les responsabilités, les fonctions et les impacts des relations publiques. Grunig et Hunt (1984) pour leur part, proposent de sortir de cette logique et d'adopter une définition globale qui tient compte du virage significatif vécu par cette profession dans la deuxième moitié du XX<sup>e</sup> siècle, dans un contexte de forte concurrence économique, les forçant alors à prendre un biais promotionnel.

Ce premier modèle décrit par James Grunig et Todd Hunt (1984) comme l'aspect promotionnel des relations publiques représente selon ces auteurs l'approche de la communication unidirectionnelle, qui est encore beaucoup utilisée aujourd'hui. Grunig et

Todd Hunt (1984), sans faire table rase du passé, proposent aux relations publiques un virage vers d'autres modèles pour les relations publiques :

*« We believe it is an important profession that, during the twentieth century, has made great strides in its sophistication, ethics, responsibility, and contribution to society. We do not hide the fact that the ancestor of modern-day public relation – press agency and publicity – often were unethical and irresponsible »* (Grunig et Hunt, 1984, p. 20).

C'est ainsi que Grunig et Hunt ont mis en évidence un deuxième modèle des relations publiques qui tient davantage compte des besoins de tous les publics, indépendamment des visées marketing de l'entreprise, comme c'était le cas historiquement. Il s'effectue ainsi un passage du modèle de l'agence de presse – publicité répondant uniquement aux besoins des entreprises et utilisant largement la propagande, à la diffusion d'informations objectives répondant aux besoins des publics, une approche que Grunig et Hunt nomment le modèle de l'information du public.

Le troisième modèle, soit la communication asymétrique bidirectionnelle, est construit sur des communications bidirectionnelles dont les relations publiques établissent les mécanismes par la recherche et des processus de communications qui permettent aux différents publics de s'exprimer, sans que cela n'induisse une dimension décisionnelle. Dans ce cas, il s'agit ici d'une communication asymétrique puisque l'entreprise est à l'écoute de ses publics, mais que ceux-ci n'ont aucun pouvoir décisionnel.

Le quatrième et dernier modèle, la communication symétrique bidirectionnelle, constitue une approche plus éthique et plus respectueuse des publics, selon les auteurs. Il permet aux deux parties d'avoir une influence mutuelle sur les échanges communicationnels. Ce modèle est l'aboutissement de l'évolution des relations publiques, permettant aux entreprises d'assumer pleinement leurs responsabilités en tant qu'acteur dans la société.

Dans ce contexte, quelle est la responsabilité sociale d'un Service des relations publiques? Selon les auteurs, la pression sociale créée par les attentes du public campent les

conditions nécessaires pour l'émergence et l'utilisation du modèle de communication symétrique bidirectionnelle. Toutefois, le modèle de communication asymétrique bidirectionnelle peut aussi permettre aux entreprises d'assumer leurs responsabilisations sociales. En effet, Grunig et Hunt affirment que les responsabilités sociales représentent une dimension primordiale du mandat des relations publiques leur permettant de promouvoir des comportements qui ne vont pas à l'encontre des intérêts des publics de l'entreprise.

Après avoir souligné l'importance de la responsabilité sociale des entreprises, les auteurs abordent l'aspect financier des relations publiques, soit la diffusion de l'information financière. Ils rappellent que cette dimension des relations publiques est soumise à une stricte réglementation : le contenu de l'information se doit d'être objectif et il doit répondre aux normes en vigueur régies par les gouvernements et les Bourses. Par exemple, les entreprises sont dans l'obligation de publier un communiqué pour chaque nouvelle qui a un impact sur le prix du titre boursier : acquisition, grève, découverte majeure, nouveau P.D.G en fonction, etc. De plus, l'information confidentielle doit être diffusée immédiatement, s'il y a des fuites, pour éviter la circulation de rumeurs. La diffusion d'informations prématurées n'est pas recommandée et toutes les informations devraient être publiées en précisant leur contexte.

Selon les auteurs, non seulement la communication financière doit être limpide pour éviter toute mauvaise interprétation, mais elle doit être rédigée dans un langage simple, permettant ainsi aux investisseurs non professionnels d'en comprendre le contenu. Les publics financiers de l'entreprise sont très importants puisque ce sont eux qui prennent la décision d'acheter ou de vendre le titre boursier, entraînant des conséquences importantes sur la capitalisation des entreprises et sur leurs publics : les actionnaires, les futurs actionnaires, la communauté financière et les médias. Ces publics sont des publics avertis qui portent une attention particulière aux informations fournies.

Au sujet de la diffusion de l'information financière à travers un communiqué de presse, la marge de manœuvre des professionnels en relations publiques est, somme toute, très limitée :

*« The financial public relation man is basically a communicator of information. Through his expertness in communications, he help many people reach the decision to buy or hold his company's stock. His success can be measured in many ways but is best reflected in a realistic appraisal of his company and of his security. To accomplish this, the public relations man must be professional and have a high regard for truthfulness and accuracy and lean on the side of conservatism in discussing future developments of his company. »* (Miller, 1978, p. 112.)

Les spécialistes en relations publiques doivent tenir compte des normes législatives et des échéances auxquelles ils doivent se soumettre. C'est pour cette raison qu'il est parfois difficile d'utiliser le modèle de communication symétrique bidirectionnelle, les spécialistes en relations publiques utilisent alors, selon la théorie situationnelle de Grunig et Hunt (1984), le modèle de communication de l'information au public dans le cas de l'information financière. De plus, les Services de relations publiques s'adressent presque uniquement à des publics actifs; ces publics sont très alertes et analysent toutes les informations disponibles. Ils ne peuvent être facilement dupés, selon les auteurs. Ensuite, les Services des relations publiques ont la tâche de communiquer le message à leurs publics dans un langage compréhensible pour ceux-ci, tout en étant crédibles. En somme, les Services de relations publiques doivent être très spécialisés : comprendre le message diffusé, en saisir tous les impacts et connaître les domaines connexes, comme la finance, l'économie, les lois et la communication. Le communiqué de presse est l'outil de communication le plus souvent utilisé.

### 3.3.3 La théorie de l'efficience des marchés

Ce concept d'efficience des marchés stipule que l'information se trouve largement à la portée des investisseurs et que toute l'information pertinente offerte et disponible est immédiatement reflétée dans le cours des titres boursiers. Le concept « d'efficience de marchés » a vu le jour en 1953 lorsque la *Royal Statistical Society* s'est réunie à Londres pour discuter d'un article plutôt inusité publié par Maurice Kendall (1953), un statisticien réputé.

Dans son article, il examinait le modèle de l'évolution des prix des actions et des denrées. L'auteur poursuivait le but suivant : il voulait tenter d'isoler les variations cycliques régulières du cours des actions à la Bourse. Toutefois à son grand étonnement, il ne fut pas en mesure d'identifier de tels cycles. Chacune des séries étudiées prenait une direction différente, évoluant de façon très aléatoire, sans direction commune ou cycle tendanciel. Ensuite, la théorie que nous connaissons aujourd'hui est introduite sous le nom de "*Random Walk Theory*" et "*The behavior of stock market prices*", l'hypothèse de Fama (1965) conduit donc à énoncer que les mouvements de prix ne peuvent être prédits d'aucune façon. Donc, en émettant l'idée que le cours boursier des actions évoluait selon un cheminement aléatoire, Fama a fait ressortir le fait que les variations successives des cours sont aussi indépendantes des unes des autres. Après plusieurs analyses techniques et statistiques, les résultats de ses recherches amenèrent à conclure que les variations antérieures des cours des actions ne contiennent aucune information utile pour prédire les cours futurs : "*Efficient Capital Markets : a review of theory and empirical work*" Fama (1970).

Quelques années plus tard, l'effet de surprise que la découverte avait procuré fit place à une constatation sans équivoque : en définitive, l'évolution des cours boursiers correspond à celle que l'on devrait trouver dans tout marché en libre concurrence. En somme, dans un marché financier, les analystes financiers, investisseurs, créent un marché des titres tel que les cours boursiers reflètent à tout instant les valeurs véritables de ceux-ci. Une valeur qui correspond à un prix d'équilibre qui reflète toute l'information disponible aux investisseurs à un moment précis. Les cours des valeurs mobilières reflètent toujours l'information pertinente et disponible, ils varient seulement lorsque le marché reflète une nouvelle information.

Fama (1970) a défini trois niveaux d'efficience des marchés. Le premier niveau décrit des titres qui reflètent toute l'information contenue dans l'historique des cours passés. Fama le nomma : forme faible d'efficience des marchés. Pour le deuxième niveau d'efficience, les cours reflètent non seulement le cours antérieur, mais aussi toute autre information publiée. Il le nomma : forme semi-forte de l'efficience. Ainsi, des chercheurs ont testé la validité de ce

degré d'efficience en étudiant l'impact de l'introduction de la nouvelle information et le cours des actions intègre rapidement et adéquatement la plus grande partie de celle-ci (Patell et Wolfson, 1984). L'ajustement du cours s'effectue presque instantanément. Finalement, le troisième niveau envisage une forme forte de l'efficience des marchés, dans laquelle les cours reflètent non seulement l'information accessible au public, mais aussi toute l'information qu'une analyse fondamentale de la compagnie en question, de la société et de l'économie permet d'obtenir. Advenant cette situation, les cours seraient toujours (et en permanence) équitables et aucun investisseur ne pourrait faire constamment de meilleures prévisions des variations des cours. Les tests de validité pour cette forme d'efficience des marchés ont porté sur une analyse détaillée de la performance d'experts, gestionnaires de portefeuilles expérimentés et investisseurs chevronnés, et les conclusions, en tenant compte du niveau de risque, est qu'aucun expert n'a pu de façon constante battre le marché, donc obtenir un rendement supérieur à celui-ci.

En fait, il existe peu de concepts, tel celui de l'efficience des marchés, qui s'appuient sur des faits et des analyses. Nous croyons qu'il existe un consensus assez fort autour de ce concept d'efficience des marchés influant sur le fonctionnement des marchés financiers. Dans le même ordre d'idées, l'efficience des marchés existe précisément à cause d'une concurrence vive sur les marchés.

En somme, la définition de base du concept de l'efficience des marchés financiers est la suivante : les prix courants sur le marché financier sont établis de sorte que la prévision optimale du rendement d'un titre basée sur un ensemble d'information disponible est égale au rendement du titre. Autrement dit, sur un marché efficient, le prix d'un titre reflète pleinement toute l'information disponible.

### 3.3.4 La perspective communicationnelle : la théorie *Uses and Gratifications*

Sur le plan communicationnel, cette recherche tend à démontrer les liens entre la diffusion des informations financières et le comportement des investisseurs. Afin d'y

parvenir, la démarche de cette recherche sera réalisée avec l'aide de la théorie *Uses and Gratifications*. Dans le but de déterminer si, du point de vue des récepteurs (les investisseurs), l'information financière transmise sur les activités des entreprises minières est compréhensible et si elle comble leurs attentes.

La théorie élaborée par Blumler et Katz (1974), *Uses and Gratifications*, suggère que les récepteurs jouent un rôle actif important en choisissant et en utilisant un média qui satisfait sa quête d'information. En poursuivant leur objectif, les utilisateurs du média jouent un rôle actif dans le processus de communication. La théorie stipule que le récepteur choisit le média qui comble le mieux ses besoins. De plus, la théorie soutient que le récepteur a plusieurs alternatives pour satisfaire ses besoins.

Cette théorie est née pour contrer l'approche préconisée par les théories des médias de masse qui mettent l'accent sur le diffuseur et sur le message. Au contraire, la théorie *Uses and Gratifications* est une approche psychosociale centrée sur le comportement du récepteur (ses besoins et ses motivations), qui explique les fonctions et les utilisations des médias dans la société. Les trois grands objectifs qui sous-tendent l'élaboration de la théorie sont : expliquer la motivation des récepteurs pour l'utilisation des médias, découvrir leurs motivations pour combler leurs besoins et identifier les conséquences négatives et positives de l'utilisation par les récepteurs des médias.

Selon nous, une information juste et pertinente, une composante de saine gouvernance, doit être rédigée selon les lois en cours et devrait contribuer à favoriser une bonne compréhension des activités financières de l'entreprise pour ses investisseurs. C'est par le comportement des investisseurs que nous serons en mesure de valider si l'information est compréhensible pour les récepteurs et leurs rôles actifs dans le choix des médias pour satisfaire leur quête d'information. Nous croyons que les publics financiers sont des publics très avertis qui prêtent une attention particulière aux informations fournies et qui cherchent une information précise là où elle est disponible : Internet, agence de diffusion, télévision, Agence de presse (Bloomberg et Reuters), sites web de l'entreprise, tous des endroits où le communiqué de presse est diffusé. Par conséquent, malgré la transmission plutôt directe de

l'information dans ce type de recherche, ce n'est pas seulement le choix du média pour sa qualité de la nouvelle, mais aussi pour sa rapidité à sortir la nouvelle qui satisfait le besoin de l'investisseur averti. De ce fait, si certains investisseurs réagissent à une nouvelle avec un certain retard (comportement de l'investisseur reflété par le rendement du titre boursier), cela pourrait être expliqué par le fait qu'ils ont appris la nouvelle dans les journaux du lendemain ou à la télévision en soirée. Bien sûr, dans une autre recherche il serait très intéressant d'examiner le processus de recherche d'informations par les investisseurs.

### 3.4 La conclusion

Les auteurs présentés fixent les principaux concepts liés à notre problématique. Bernard Dagenais (1997) présente une technique de communication utilisée dans les relations avec les médias et les journalistes : le communiqué de presse. Il nous permet de comprendre les subtilités du communiqué de presse ainsi que les enjeux entourant la diffusion d'information. James Grunig et Todd Hunt (1984) nous initient sur la place et le rôle des services des relations publiques au sein d'une entreprise. Et ils nous présentent leurs quatre modèles sur les relations publiques. Ces auteurs nous permettront de poser un regard critique sur le sujet et de mieux comprendre les techniques de communication utilisées par les Services des relations publiques. De plus, Fama (1965, 1970), par la théorie de l'efficience des marchés, nous permet de comprendre comment les prix courants sur le marché financier sont établis, basés sur un ensemble d'informations disponibles. Cette théorie, qui stipule que dans un marché efficient le prix d'un titre reflète pleinement toute l'information disponible, nous permet de mesurer la réaction, ou le comportement, des investisseurs face à la nouvelle. Enfin, Blumler et Katz (1974) nous suggèrent, par la théorie *Uses and Gratifications*, que les récepteurs jouent un rôle actif important en choisissant et en utilisant un média. Cette théorie nous permettra de comprendre la perception des investisseurs face à la nouvelle et leurs rôles actifs dans le processus de communication.

Nous verrons plus tard, notamment grâce aux analyses effectuées dans ce projet de recherche, quels concepts et modèles théoriques peuvent nous aider à mieux cerner notre

problématique et les phénomènes entourant notre sujet de recherche : comment la diffusion de l'information financière dans les médias, par l'intermédiaire des communiqués de presse, influe sur le comportement des investisseurs.

## CHAPITRE IV

### CADRE MÉTHODOLOGIQUE ET DÉMARCHE ANALYTIQUE

#### 4.1 La méthodologie communicationnelle

##### 4.1.1 L'analyse de contenu : généralités et hypothèses sous-jacentes

L'intuition de départ est que l'information financière diffusée par les communiqués de presse et véhiculée par les médias influence le comportement des investisseurs des compagnies de l'étude de cas. Reste à savoir si notre hypothèse se vérifie et, si c'est le cas, dans quelle mesure ce traitement de l'information financière joue sur l'interprétation des publics de l'entreprise et plus précisément sur leurs investisseurs. Le flux d'information transmise par les médias contribue-t-il à fabriquer et à changer l'opinion des investisseurs par leur comportement? A-t-il un impact sur la réaction de ces publics? Dans quelle mesure cette information provenant des communiqués de presse contribue-t-elle à éclairer ou à dérouter le public? Plus précisément, est-ce que les informations financières émises par les entreprises, dans une logique de saine gouvernance et selon les lois en cours, à travers leurs communiqués de presse et transmises par les divers médias utilisés, sont favorables, défavorables ou neutres par rapport à la perception de l'investisseur dans le secteur de l'exploration minière?

Nous avons retenu deux hypothèses de l'analyse de contenu. Nous croyons (première hypothèse de l'analyse de contenu) dans l'ensemble de l'échantillon que la majorité des communiqués seront neutres, donc avec un impact limité sur l'investisseur puisqu'ils sont

rédigés sous des normes et une législation très stricte qui ne permettent pas la prise de position ou une « marketisation » de la nouvelle et qui sous-tendent un langage très objectif. De plus, suivant cette logique, certains sujets auront certainement plus d'impact que d'autres sur le comportement de l'investisseur et l'analyse de contenu nous permettra de vérifier quels sujets se démarquent plus de d'autres. Nous croyons (deuxième hypothèse de l'analyse de contenu) que le sujet : « les résultats de programmes » sera sans doute le sujet ayant le plus impact sur la perception des investisseurs puisqu'il est en général dans ce secteur précisément, selon monsieur Thomassin, le sujet le plus attendu et observé par les analystes et investisseurs.

Pour répondre à ces questions, nous utiliserons l'analyse de contenu de presse. L'approche que nous retenons est inspirée de l'analyse de contenu conçue par la philosophe, sociologue et mathématicienne Violette Morin (2003) de l'École des Hautes études en sciences sociales de Paris, méthode appliquée par les analystes Christian Leray et Karine Casault, du Laboratoire d'analyse de presse Caisse Chartier, de la Chaire en relations publiques de l'UQAM (dont une copie du rapport des résultats se retrouve à l'Annexe E). Cette méthode fut développée afin de vérifier scientifiquement le contenu d'un corpus en fonction d'une intuition de départ. Elle consiste à découper un texte en unités d'information qui vont être analysées grâce à l'utilisation d'une série de variables constituées pour cerner l'intuition de départ.

La méthode d'analyse de Violette Morin (2003), de l'École des Hautes études en sciences sociales de Paris, a vu le jour au sein du Centre d'étude des communications de masse (CÉCMAS), sous la direction de Georges Friedman. Sa méthode d'analyse se construit avec l'utilisation d'un décodage objectif d'un contenu, en faisant usage d'un étalon de mesure constant. Chaque unité d'information désigne une idée ou un groupe d'idées que le chercheur détermine.

Plus précisément, la méthode d'analyse de presse de Violette Morin (Morin, 2003), repose sur la façon de disséquer et décortiquer un texte pour en relever toutes les

composantes afin d'apporter une plus grande compréhension sur ce texte. L'analyse effectuée ne vise pas le message transmis, mais plutôt la façon dont il est transmis. Elle cherche à dégager les significations supplémentaires des textes.

Cette analyse n'est pas ce qu'on appelle ordinairement une analyse de contenu bien que, pour la mener, il ait fallu analyser le contenu d'un certain nombre de journaux. Elle ne vise pas, dans la presse, l'événement transmis, mais la manière de le transmettre. Comme les actualités filmées, la presse moderne s'efforce chaque jour de donner au lecteur l'illusion qu'il découvre l'événement au moment même où il se produit. Elle témoigne chaque jour davantage d'une telle volonté dans l'art de transformer la durée narrative d'un événement en spectacle instantané, qu'on est en droit de se demander si elle n'innove pas une certaine forme d'expression. Peut-on lire, comprendre et étudier cette écriture? Ne peut-on pas la considérer comme capable de transmettre de significations supplémentaires, voire différentes de celles que transmettent les écritures ordinaires? (Morin, 2003, p. 3)

La méthode d'analyse de Violette Morin est construite de façon telle qu'elle respecte les modes de lecture des lecteurs. Elle fragmente le texte en unités indépendantes : unités d'information, à l'image de la composition d'un journal. En somme, l'analyse permet de réaliser un codage en détail des communiqués de presse pour obtenir un rapport qui inclut diagrammes et graphiques permettant de cerner de façon juste l'opinion publique sur le sujet à l'étude. Comme le précise l'auteur :

Il y a dans la répétition d'une information et, précisément à travers les variantes de chacun de ses univers sémantiques, un rapport associatif neuf, une mise en place de significations nouvelles. Si l'on veut considérer comme déterminante l'idée de Lasswell que le contenu des communications actuelles dépend de plus en plus « de l'attention que le public prête aux répétitions », ces significations nouvelles seront celles dont le public retiendra l'événement terminé, les journaux oubliés; ce seront les significations rémanentes de l'information. Si l'on veut également considérer, toujours avec Lasswell, qu'elles ne peuvent être saisies que « dans un tout quantitativement », l'analyse se doit de les ramasser toutes pour saisir dans chacune sa signification rémanente (Morin, 2003, p. 21).

Principalement applicable à l'analyse de contenu de presse, cette séparation de contenu par paragraphe, phrase ou mot, représentant une idée ou même un sujet précis, réduit de

beaucoup la marge d'erreur, comparativement à l'analyse d'un texte entier : ce qui procure un résultat d'analyse beaucoup plus objectif que les méthodes de contenu intégral.

En 1980, Lise Chartier (2003) a repris la méthode d'analyse de contenu développée par Violette Morin pour développer un outil informatisé d'analyse pratique pour les communicateurs. Ce logiciel, élaboré après des années de recherche effectuées par Lise Chartier, permet la compilation par ordinateur de toutes les unités d'information : les unités sont prises en considération, comptabilisées et regroupées, mettant ainsi en lumière les significations de chaque sous-groupe, offrant la possibilité de réaliser des analyses croisées et de sortir des diagrammes indiciels. L'évaluation individuelle de chacune de ces unités repose sur une question posée à chacune des unités d'information : « **est-ce que ce qui est dit dans cette unité à propos de "sujet de l'unité" est favorable, défavorable ou neutre par rapport à la perception d'un investisseur dans le secteur de l'exploration minière?** » qui permet d'établir la tendance d'une couverture de presse une fois toutes les unités compilées à la fin de l'étude. Chaque unité est rattachée à différentes catégories comme les sujets, les médias, les dossiers ou encore les intervenants. Après compilation, les significations qui se dégagent des rapports produits par le logiciel mettent en évidence les thèmes prédominants du corpus analysé (communiqués de presse produits par un échantillon d'entreprises spécialisées en exploration minière). Les résultats permettent également de dégager une meilleure compréhension des textes dans leur ensemble. Le logiciel procure un rapport final<sup>33</sup> dont les résultats seront analysés dans le prochain chapitre.

#### 4.1.2 L'analyse quantitative et qualitative

Nous avons effectué une analyse quantitative et qualitative du contenu des communiqués de presse choisis pour une période de temps déterminée. L'analyse de contenu effectuée avec l'aide du logiciel d'analyse de presse élaboré par Lise Chartier et utilisé par le Laboratoire d'analyse de presse Caisse Chartier, de la Chaire des Relations publiques de l'UQAM,

---

<sup>33</sup> Voir le détail du rapport en Annexe E

propose une méthode permettant de qualifier autant que de quantifier un contenu d'information. En effet, chacune des unités décodées est interrogée afin d'en évaluer l'orientation. Et l'ensemble de ces évaluations nous donne un indice global de la tendance générale et d'un poids-tendance de chacun des sujets abordés. Voici les définitions des variables obtenues :

- l'indice de tendance indique l'**orientation** de chaque sujet sur l'ensemble de la couverture sur le sujet de l'étude et il précise avec quelle conviction la presse s'est appliquée à traiter d'un sujet. Son échelle va de 100- à 100+. La moyenne des couvertures favorables est de 25+ et celle des couvertures défavorables de 25-;
- la **quantité** précise le nombre d'unités traitant de chaque sujet;
- la **fréquence** transpose ce nombre en pourcentage. On parle également de **visibilité**, qui représente la place d'un sujet dans l'ensemble de la couverture;
- la **partialité** montre par quel pourcentage la presse a pris position sur chacun des sujets. Il s'agit du nombre d'unités orientées (les plus et les moins) sur le total des unités retracées (les autres sont neutres). Cet indice permet de cerner pour le cas de la présente étude dans quelle mesure les communiqués de presse diffusés par les compagnies ont été orientés. La moyenne constatée par le Laboratoire depuis 25 ans se base sur la compilation des résultats de plus de 300 études, principalement réalisées pour des couvertures médiatiques. Celle-ci s'établit à 40 %, ce qui signifie que si le taux de partialité constaté est supérieur à 40 %, c'est qu'il s'agit alors d'une couverture pour laquelle les médias ont montré beaucoup de passion et que le sujet a été largement débattu. Inversement, un taux de partialité inférieur à 40 % indique que les médias ont rapporté les faits de manière factuelle, sur un ton neutre et qu'ils ont donc montré un intérêt limité.

La **neutralité** se manifeste dans les énoncés factuels, dans une narration linéaire, dans la communication d'informations statistiques, dans la relation de faits, dans l'annonce d'un évènement. Selon Lise Chartier (2003, p93), la presse s'efforce de présenter les faits dans un contexte qui se veut neutre et exempt de biais, un contexte qui donne toutes les apparences d'objectivité. Cela explique que la neutralité occupe une place majeure dans l'évaluation des unités d'information et les analystes ne doivent pas craindre d'y recourir. La majorité des couvertures de presse étudiées par l'auteure présentent un taux moyen de partialité de 40%, ce qui signifie que la plupart du temps la presse rapporte les faits neutres. Alors, des unités d'information ou les sujets majoritairement neutres signifient que la couverture est sans prise de position, ni intérêt. Et donc, dans le cadre de cette recherche, selon la question de recherche, sans impact ou avec un impact limité sur les investisseurs. Par conséquent, si les unités d'information ou les sujets sont majoritairement positifs, ils auront un impact positif sur les investisseurs.

Nous avons aussi eu recours aux services de plusieurs experts de divers domaines afin de renforcer notre cadre méthodologique. Par exemple le directeur de l'Association des compagnies d'exploration minière québécoises, Jean-Pierre Thomassin, nous grandement aidé à établir la grille d'analyse, les sujets et dossiers utilisés dans l'analyse de contenu ainsi que d'évaluer les mots à connotation positive afin de bien coder les unités d'information. De plus, les gestionnaires de portefeuille Guy Lamontagne, François Perron et Steve Robitaille, le mathématicien Marc Auger et l'analyste en finance appliquée Tarek Masmoudi, nous ont fourni leurs savoir-faire et leurs connaissances afin de développer une méthodologie rigoureuse pour toute l'étude et la construction des modèles financiers utilisés.

#### 4.1.2.1 Les grilles d'analyse

La grille est décomposée en plusieurs catégories d'analyse qui seront détaillées plus tard. De plus, la grille utilisée pour réaliser l'analyse sera jointe en annexe du mémoire (Annexe A).

#### 4.1.2.2 Le traitement

Seront analysés seulement les communiqués de presse provenant de divers médias, pour qu'il nous soit possible d'établir le lien entre le comportement de l'investisseur (qui réagit à la nouvelle par la fluctuation du prix du titre boursier) et l'information émise par l'entreprise (diffusée dans les médias) pour démontrer l'hypothèse de départ.

#### 4.1.2.3 Les sujets et les idées

Les sujets identifient les thèmes des unités d'information contenues dans les communiqués de presse. La construction d'une liste des idées qui seront utilisées pour la grille d'analyse avec leurs descriptions :

- **Programme d'exploration** : il s'agit d'unités d'information qui, dans un premier cas, annoncent une nouvelle campagne de prospection, de géophysique ou de forage de l'entreprise, avec ou sans partenaires ou dans un deuxième cas, annoncent que la compagnie continuera sa campagne d'exploration. Il est à noter que cette unité ne concerne en aucun cas les résultats de la campagne d'exploration. L'entreprise informe de leur campagne d'exploration, des découvertes, des lentilles<sup>34</sup> demeurant ouvertes, potentiel d'accroissement de leur tonnage<sup>35</sup> [...] Cette unité est très souvent formulée de la manière suivante : « l'entreprise désire informer ses actionnaires et la communauté financière qu'elle débute, seule ou avec ses partenaires, plusieurs campagnes d'exploration sur ses nombreux projets actifs au Québec... » ou bien

---

<sup>34</sup> Une lentille est une masse de terrain se terminant de toute part en biseau. Une formation irrégulière constituée de sédiments poreux et perméables entourée de roche imperméable.

<sup>35</sup> La teneur est la somme des éléments de valeur dans chaque tonne de matériaux, exprimée en grammes par tonne pour les métaux précieux et en pourcentage pour les autres métaux.

« ...l'entreprise désire informer que des forages supplémentaires seront réalisés pour évaluer la **lentille X**... ».

- **Résultats des programmes** : il s'agit d'unités d'information qui donnent les résultats de la campagne d'exploration, soit des résultats de prospection, de levés géophysiques ou du forage, de la zone dont il est mentionné. Cette unité est souvent formulée de cette façon : « ... l'entreprise est heureuse de rapporter les résultats de la campagne d'exploration 2006 complétée récemment sur la propriété X » ou bien « ...ces résultats suggèrent que la zone à haute teneur ne se poursuit pas à ces profondeurs ou que sa plongée a changé de façon très significative. Finalement, le sondage X testant l'extension ouest de la zone X à une profondeur verticale de 200 m n'a recoupé aucune minéralisation d'intérêt économique... ».
- **Options d'achat d'actions** : il s'agit d'unités d'information qui rapportent le nombre d'options d'achat d'actions attribuées aux administrateurs, dirigeants, employés et consultants de l'entreprise. Cette unité est souvent formulée de cette façon : « ...l'entreprise annonce qu'elle a procédé aujourd'hui même à l'octroi de X options d'achat d'actions... ».
- **Mises au point** : il s'agit d'unités d'information qui permettent d'une part de donner un statut au projet en cours ou, d'autre part, de démentir certaines fausses rumeurs ou d'apporter certaines clarifications, précisions ou explications sur un sujet donné. Cette unité est souvent formulée de cette façon : « ... l'entreprise donne une mise à jour sur ses propriétés d'exploration. Elle annonce que son programme de forages carottiers à diamant se poursuit tel que planifié sur la propriété X située dans le camp minier de Rouyn-Noranda (Québec), et que des travaux sont en cours sur ses autres propriétés. »
- **Entente / Transaction** : il s'agit d'unités d'information qui annoncent une entente avec un partenaire concernant une propriété et non pas les actions d'une entreprise. Cette unité est souvent formulée de cette façon : « ... annoncer la signature d'une

entente de partenariat, une acquisition, une vente, une convention option d'achat, une lettre d'intention pour une propriété... ».

- **Annonce d'un financement** : il s'agit d'unités d'information qui annoncent un plan de financement. Le plan de financement peut prendre plusieurs formes : un placement privé ou public, une émission d'actions, de bons de souscription, d'actions accréditives ou l'acquisition de l'entreprise, en totalité ou en partie, par l'achat des actions en circulation. Cette unité est souvent formulée de cette façon : « ... l'entreprise projette un placement privé non accréditif pour un maximum de 2 650 000 \$. L'émission comprend 12 325 581 unités au prix de X \$ l'unité. Chaque unité comprend une action ordinaire et un bon de souscription de l'entreprise. Chaque bon de souscription permet à son détenteur d'acquérir une action ordinaire au prix de 0,25 \$ pour une période de 12 mois suivant la clôture du placement privé » ou bien « ... l'entreprise est heureuse d'annoncer la signature d'une entente par laquelle l'entreprise X fera l'acquisition de toutes les actions émises et en circulation de Y en vertu d'un plan d'arrangement... ».
  
- **Annonce de la clôture d'un financement** : il s'agit d'unités d'information qui annoncent la clôture d'un plan de financement. Cette unité est souvent formulée de cette façon : « ... l'entreprise a le plaisir d'annoncer la clôture le 1<sup>er</sup> décembre 2006 de l'émission de deux millions neuf cent cinquante mille (2 950 000) unités au prix de vingt et un cents et demi (X \$) l'unité, pour un produit brut de 634 250 \$. Chaque unité est composée d'une action ordinaire à X \$ et d'un bon de souscription valide jusqu'au 1<sup>er</sup> décembre 2007 avec un prix d'exercice de X \$ chacun » ou bien « ...l'entreprise est très heureuse d'annoncer la signature d'une entente définitive avec X, par laquelle X fera l'acquisition, par le biais d'un plan d'arrangement approuvé, de tous les titres émis et en circulation de Y... ».
  
- **Communication promotionnelle** : il s'agit d'unités d'information qui annoncent, d'une part, toutes les actions entreprises par une entreprise pour augmenter la mise en

valeur de l'entreprise ou sa visibilité, comme l'embauche d'un professionnel en relations publiques ou d'une firme en relations publiques qui seront responsables d'élaborer les stratégies de communication de l'entreprise. Ou d'autre part, il s'agit d'unités d'information qui tentent de donner un argument favorable sur le sujet qui fait l'objet du communiqué de presse, par exemple les commentaires du président suite aux résultats obtenus.

- **Assemblée des actionnaires** : il s'agit d'unités d'information qui informent de la tenue d'une assemblée des actionnaires, tout en précisant les détails qui seront discutés. Cette unité est souvent formulée de cette façon : « ... l'entreprise a le plaisir d'annoncer que l'assemblée générale annuelle des actionnaires de la Société se tiendra le 28 juillet à 10 h 00 au bureau 1216 du 1155, rue Université, Montréal. Les actionnaires de X recevront cette semaine tous les documents relatifs à cette assemblée. Tous les actionnaires peuvent se prévaloir de leur droit de vote ... ».
- **Ressources humaines** : il s'agit d'unités d'information qui informent de toute information liée aux ressources humaines de l'entreprise, par exemple les nominations, les départs ou les promotions des dirigeants de l'entreprise.
- **Pourparlers** : il s'agit d'unités d'information qui annoncent une révision stratégique.
- **Information financière** : il s'agit d'unités d'information concernant des données relatives à l'information financière.
- **Divers** : il s'agit de toutes les autres unités d'information qui ne se classent pas sous les autres sujets.

#### 4.1.2.4 Les dossiers

Pour les besoins de l'analyse, nous comptons évaluer 23 dossiers. Ces dossiers regroupent donc plusieurs sujets et retracent l'idée en général que peut receler une unité d'information. Sous lesquels viennent se regrouper les unités d'information suivantes :

- L'annonce d'un programme de prospection
- L'annonce d'un programme de levé géophysique
- L'annonce d'un programme de forage
- Les résultats d'un programme de prospection
- Les résultats d'un programme de levé géophysique
- Les résultats d'un programme de forage
- Mise à jour de programme
- Le nombre de lignes dans un tableau est égal ou inférieur à 5
- Le nombre de lignes dans un tableau est supérieur à 5 ou inférieur à 10
- Le nombre de lignes dans un tableau est supérieur à 10
- Un financement par placement privé
- Un financement par placement public
- Le rappel d'événements passés
- Description de l'entente
- Description de la propriété
- L'annonce d'une décision prise par les actionnaires
- L'annonce d'une convocation des actionnaires
- Stratégie poursuivie par la compagnie
- Description de la compagnie
- Travaux d'exploration antérieurs
- Approbation de l'entente
- Mise à jour du programme
- Promotion communicationnelle : Éléonore & Goldcorp

#### 4.1.2.5 La catégorisation par période

Afin de comparer l'effet des communiqués sur le rendement, il faut catégoriser les communiqués selon les périodes d'émissions. Une période représente un jour.

#### 4.1.2.6 La catégorisation par intervention effectuée par des intervenants indépendants de l'entreprise

Cette catégorie nous permet de mesurer si les entreprises font intervenir des intervenants dans leurs communiqués de presse, soit par extrait de rapport ou d'un expert. Cette catégorie répondra positivement ou négativement à la question suivante : l'entreprise utilise-t-elle des intervenants indépendants à l'intérieur de leurs communiqués de presse?

#### 4.1.2.7 Le recensement de la signature de la personne certifiée

Ce recensement nous permet de mesurer si les entreprises se conforment à la nouvelle loi selon laquelle les résultats des travaux d'exploration réalisés doivent être rapportés par une personne qualifiée telle que définie par la Norme canadienne 43-101, en vigueur depuis le 30 novembre 2005. Ce recensement répondra positivement ou négativement à la question suivante : l'entreprise utilise-t-elle une personne certifiée indépendante pour rapporter les résultats des travaux d'exploration?

#### 4.1.2.8 Le recensement de la signature d'une personne certifiée indépendante de l'entreprise

Cette catégorie nous permet de savoir dans quelle mesure les entreprises qui se conforment à la nouvelle loi utilisent une personne certifiée et indépendante de la société. Les résultats des travaux d'exploration réalisés sont rapportés par une personne qualifiée telle que définie par la Norme canadienne 43-101, en vigueur depuis le 30 novembre 2005 et indépendante de l'entreprise. Ce recensement répondra positivement ou négativement à la question suivante : l'entreprise utilise-t-elle une personne certifiée et indépendante pour rapporter les résultats des travaux d'exploration?

#### 4.1.2.9 Le recensement de la mention du laboratoire indépendant de l'entreprise

Ce recensement nous permet de savoir dans quelle mesure les entreprises qui se conforment à la nouvelle loi rapportent dans le communiqué de presse que les résultats des travaux d'exploration ont été réalisés par un laboratoire indépendant. Cette catégorie répondra positivement ou négativement à la question suivante : l'entreprise utilise-t-elle une personne certifiée et indépendante de l'entreprise pour rapporter les résultats des travaux d'exploration?

#### 4.1.2.10 Le recensement des types de métaux

Ce recensement des types de métaux : or, cuivre, uranium, diamant, argent, molybdène et autres, nous permettra de déceler si la mention de ces types de métaux a un impact sur le prix du titre boursier, puisque certains métaux ont une connotation très positive sur le comportement de l'investisseur, comme c'est le cas de l'uranium de nos jours.

#### 4.1.3 Le codage

L'ensemble des communiqués de presse sera codé par le chercheur dont l'expertise aura été fournie par la Chaire des relations publiques de l'UQAM. Dans l'analyse qui nous concerne, à chacune des 975 unités d'information relevées dans 160 communiqués de presse, nous avons posé la question suivante : « est-ce que ce qui est dit dans cette unité à propos de "sujet de l'unité" est favorable, défavorable ou neutre par rapport à la perception d'un investisseur dans le secteur de l'exploration minière? » et voici une liste d'ensemble de mots à connotation positive, donc favorable, et à connotation négative, donc défavorable.

##### Les mots à connotation positive :

- Anomalies/découvertes
- Intervalle économique/Intérêt économique
- Affleurements, en surface, tranchés
- Lentilles ouvertes dans toutes les directions et en profondeur
- Uranium
- Éléonore & Goldcorp
- Confirmation/confirmer la continuité
- Additionnels
- Ajout de claims
- Forte teneur
- L'annonce d'autres forages...
- L'annonce d'un plan de protection des actionnaires/droit des actionnaires
- L'annonce de programme d'exploration
- Financement à prime
- Bons de souscription (seuls)
- L'annonce d'un professionnel en relations publiques ou d'une firme de relations publiques
- L'annonce de nouvelles liquidités à cause de l'exercice de warrants
- Capitalisation boursière des partenaires de plus de 75 millions de dollars

#### Les mots à connotation négative :

- Revoir la stratégie/ne pas conduire le programme
- L'annonce de financement public
- Financement à escompte
- Actions accréditatives
- Départ d'un membre important de la compagnie
- Faible teneur
- Capitalisation boursière des partenaires de moins de 20 millions de dollars

#### 4.1.4 Le choix du corpus

Le corpus est composé de tous les communiqués de presse ayant été publiés par les compagnies québécoises d'exploration minière, lesquelles font partie de l'échantillon sur l'horizon choisi. Le corpus est constitué d'un total de 160 communiqués de presse répartis comme suit : 46 ont été émis par la compagnie Ressources Sirios inc., 28 par la compagnie Mines de la Vallée de l'or ltée, 61 par la compagnie Exploration Typhon inc., alors que 25 ont été émis par Mines d'or Virginia inc. Chaque communiqué a été analysé séparément, selon sa période. Les périodes correspondent au jour de la publication des communiqués, ce qui permet de situer dans le temps les annonces des nouvelles des compagnies susmentionnées, et notamment celles qui ont eu le plus d'impact sur le comportement des investisseurs dans le secteur de l'exploration minière.

#### 4.1.5 L'horizon d'analyse

L'horizon d'analyse sera de deux ans, ce qui correspond à un peu moins que la durée du cycle normal d'exploration. Ce cycle d'exploration se divise en 3 phases : les activités de reconnaissance géologique (exploration de base, cartographie, prospection), identification d'anomalies (géochimie, géophysique) et découverte d'indices minéralisés (prospection, décapage, forages d'exploration, forages supplémentaires). Les étapes suivantes font partie

du cycle de mise en valeur. L'horizon débutera le 1<sup>er</sup> mars 2005 et s'étendra jusqu'au 1<sup>er</sup> mars 2007.

#### 4.1.6 Le choix de communiqués de presse

Nous avons choisi les communiqués de presse seulement puisque, d'une part, le corpus aurait été trop volumineux s'il avait inclus les types de publication écrite ainsi que la couverture de presse. D'autre part, en cherchant à démontrer la relation entre le traitement médiatique de l'information financière publiée par les relations publiques des compagnies d'exploration minière et le comportement des investisseurs au moment où la nouvelle est diffusée, cela exclut donc les publications qui impliquent un certain délai, comme les journaux, dont leur parution est le lendemain, ou le bulletin de nouvelles qui passe en ondes quelques heures après la sortie du communiqué de presse. De plus, dans le but de permettre un codage uniforme et une analyse juste, les communiqués de presse sélectionnés seront de langue française seulement.

##### 4.1.6.1 La sélection de communiqués de presse

Nous ne procédons à aucune sélection de communiqués de presse puisqu'ils seront tous analysés et retenus pour l'analyse de contenu.

##### 4.1.7 L'échantillonnage des compagnies minières

L'échantillon est composé de quatre compagnies québécoises d'exploration minière. Par souci d'effectuer la sélection d'entreprises de façon objective et non biaisée, l'aide de la part d'experts en la matière, soit l'Association québécoise d'exploration minière du Québec, a été sollicitée. Le directeur de l'Association nous a donc, dans un premier temps, procuré un échantillon de vingt entreprises. Dans un second temps, cet échantillon a été réduit à quatre pour correspondre à certains critères, dont le nombre de communiqués de presse soumis à l'analyse.

#### 4.1.8 Le choix du logiciel

Plusieurs logiciels d'analyse de contenu sont disponibles. Toutefois, le logiciel d'analyse de presse du laboratoire d'analyse de presse Caisse Chartier de la Chaire en relations publiques de l'UQAM sera utilisé. Ce logiciel permettra d'analyser les unités d'information, de les comptabiliser et de réaliser un rapport final sur tous les sujets traités.

Dans le rapport final<sup>36</sup> qui sera présenté au prochain chapitre, nous retrouvons les tableaux des résultats bruts de l'analyse de contenu, donc une sortie des résultats par catégories et puis ensuite par sujets. Nous avons utilisé les données de la variable Orientation et non celles de Tendence-impact, puisque nous cherchons à identifier le degré d'unités positives, neutres ou négatives du corpus analysé. Inversement, la variable Tendence-impact ne prend pas en compte les unités neutres et est directement dépendante du nombre d'unités d'information contenues dans un communiqué de presse.

## 4.2 La méthodologie financière

### 4.2.1 Quantifier le comportement de l'investisseur

Comme nous l'avons expliqué préalablement, le comportement des investisseurs peut être mesuré et quantifié par leurs réactions à la suite de la parution de nouvelles financières, en analysant les actions qui seront prises par ceux-ci. Par conséquent, si l'investisseur perçoit la nouvelle positivement, toutes proportions gardées et selon ses attentes, il achètera le titre boursier en question. Le prix du titre boursier reflétera donc instantanément les nouvelles informations disponibles. Il nous est donc possible de quantifier la variation du prix du titre boursier dans les minutes suivant la diffusion de la nouvelle. Il est important de souligner que, selon la théorie d'efficacité des marchés, expliquée au chapitre précédent, le prix reflète instantanément les nouvelles informations financières disponibles au public. Par ce fait, la

---

<sup>36</sup> Le détail du rapport est présenté en Annexe E

variation du prix du titre boursier nous permet de quantifier le comportement des investisseurs. À l'aide de la base de données financière Bloomberg, il est possible, avec l'utilisation de bons modèles financiers, d'identifier et de mesurer la réaction des investisseurs. Alors pour répondre à l'objectif de cette recherche, nous avons recueilli et quantifié les variations de prix des titres de l'échantillon à la suite de la parution d'un communiqué de presse.

Selon la théorie d'efficacité des marchés, les acteurs du marché boursier créent un marché des titres tel que les cours boursiers reflètent à tout instant les valeurs véritables de ceux-ci correspondant à un prix d'équilibre qui reflète toute l'information disponible aux investisseurs. Les cours des valeurs mobilières reflètent toujours l'information pertinente et disponible. Ils varient seulement lorsque le marché reflète une nouvelle information. Alors, pour démontrer que l'information financière influence le comportement des investisseurs et que ce comportement est reflété par la variation du prix du titre boursier au moment où l'information est disponible au public, nous allons calculer le rendement quotidien du titre la journée de la diffusion du communiqué de presse.

#### 4.2.2 La méthodologie financière

Pour ce faire, nous nous sommes inspirés à la base de Sharpe (1964), Treynor (1961, 1962) et Lintner (1965) qui ont développé la théorie du CAPM (*Capital Asset Pricing Model*). Ils affirment que, dans un marché concurrentiel, la prime de risque prévue est directement proportionnelle au coefficient bêta ( $\beta$ ). Ils introduisent les notions de risques systématique et spécifique. Le risque systématique est celui qui est lié au marché, il revient à mesurer le degré de sensibilité du titre aux mouvements du marché. Le degré de sensibilité du rendement d'un actif aux mouvements du marché est appelé son coefficient bêta ( $\beta$ ). Quant au risque spécifique, il n'est pas corrélé avec les mouvements du marché, et au moyen de la diversification il est considérablement réduit. Selon la théorie du CAPM, le rendement d'une action est égal au taux sans risque plus le bêta ( $\beta$ ) de marché du titre multiplié par le rendement excédentaire espéré du marché.

$$E(R_i) = R_f + \beta_i [E(R_m) - R_f]$$

Où

$E(R_i)$  est le rendement espéré de l'actif risqué  $i$

$R_f$  est le taux sans risque

$\beta_i$  est le bêta de marché de l'actif  $i$

$E(R_m)$  est le rendement espéré du portefeuille de marché

Avec le CAPM, c'est le bêta ( $\beta$ ) qui est le facteur déterminant et qui explique le rendement d'un titre. Ainsi, selon ce modèle, la prime de risque prévue à l'égard de chaque investissement est proportionnelle à son bêta ( $\beta$ ). Cela veut dire que chaque titre a une relation linéaire avec le rendement du marché, ajouté à cela le taux sans risque.

Les études événementielles (Campbell et Mackinlay, 1997) introduites par Dolley en 1933, ont ensuite développé la marche à suivre pour mesurer les effets d'un événement sur un titre boursier. Il peut s'agir d'un changement de loi, d'une acquisition, d'une annonce de profit, d'une annonce de résultats ou de n'importe quel genre d'événement. Cette théorie peut s'appliquer autant à la finance qu'à l'économie ou à la comptabilité. En 1960, Myers et Bakey ont travaillé sur des études selon des intervalles de temps, et à la fin des années 1960, Ball et Brown, et Fama, Fisher, Jensen et Roll ont aussi contribué à faire évoluer la méthodologie. C'est en 1980 que Brown et Warner y ont apporté quelques modifications pour en arriver à ce qu'elle est aujourd'hui, en introduisant de nouvelles hypothèses. C'est donc à l'aide de ces études sur la base linéaire du CAPM que nous allons tenter de démontrer que l'information financière influence le rendement d'un titre boursier.

En somme, les études événementielles tentent d'identifier le rendement anormal d'un titre lié à un événement, et la méthodologie se résume en quelques étapes : sélection des variables et facteurs, mesure de la performance du titre boursier et des facteurs d'influence, identification des facteurs d'influences significatifs avec une régression de données historiques et calcul du rendement anormal du titre.

Selon les études événementielles, le rendement du titre dépend du taux sans risque et de sa sensibilité aux facteurs externes. Nous voulons tout d'abord identifier le rendement du titre pour la journée de la publication du communiqué de presse, qui exclut l'influence des facteurs externes et du taux sans risque, dans le but d'identifier le rendement provenant de l'information financière seulement. Pour ce faire, nous allons donc utiliser cette relation :

$$E(R_{\text{anormal}}) = E(R_i) - R_f - \beta_1 [E(R_{\text{facteur1}}) - R_f] - \beta_2 [E(R_{\text{facteur2}}) - R_f] - \beta_3 [E(R_{\text{facteur3}}) - R_f] \dots - \varepsilon_{i,t}$$

Où

$E(R_i)$  est le rendement espéré de l'actif risqué  $i$

$R_f$  est le taux sans risque

$\beta_1$  est le bêta du facteur1

$\beta_2$  est le bêta du facteur2

$\beta_3$  est le bêta du facteur3

$E(R_{\text{anormal}})$  est le rendement anormal du titre

$E(R_{\text{facteur1}})$  est le rendement espéré du facteur 1

$E(R_{\text{facteur2}})$  est le rendement espéré du facteur 2

$\varepsilon_{i,t}$  est le terme d'erreur

#### 4.2.3 Le modèle et les facteurs d'influence

Nous tenterons de déterminer si les variables identifiées ont un pouvoir explicatif sur le rendement du titre. Alors, pour identifier la sensibilité du titre aux différents facteurs, les *Bêtas* des facteurs d'influence, nous avons dans un premier temps utilisé les séries de prix de fermetures<sup>37</sup> historiques (2002 à 2007) des titres boursiers choisis, des facteurs d'influence et des bons du Trésor de trois mois du Canada. Dans un second temps, nous avons calculé, à

---

<sup>37</sup> Le prix de fermeture correspond au prix de la dernière transaction effectuée pour la journée mentionnée.

l'aide d'une moyenne mobile (sept jours ouvrables), les rendements sur sept jours des titres et des facteurs.

Les facteurs d'influence dont nous allons tenter d'exclure les impacts, s'ils sont significatifs, sont le secteur minier canadien (SPTSMT Index)<sup>38</sup> et le prix au comptant<sup>39</sup> de l'or au Canada. Pour la sélection de nos facteurs d'influence, nous avons choisi d'exclure le TSE 60 parce que notre recherche cible des compagnies d'exploration minière et le choix du secteur (SPTSMT Index) est plus approprié. Aussi, nous avons choisi le prix au comptant de l'or au Canada parce que, d'une part, il est calculé en devise canadienne<sup>40</sup> et, d'autre part, parce que c'est cette ressource, l'or, qui a le plus d'influence sur les titres boursiers de l'échantillon puisqu'il s'agit de compagnies d'exploration minière dont l'or est le principal métal.

Ensuite, le rendement est calculé à partir d'une moyenne mobile de sept jours ouvrables. C'est la période qui est recommandée selon les études événementielles, donc trois jours avant le jour x et trois jours après. De plus, pour notre étude, il est important de tenir compte des soubresauts du prix du titre dans les jours précédents l'événement et dans les jours suivants l'événement pour bien calculer le rendement du titre. Par exemple, si le prix avant le jour x monte ou descend et qu'après la parution de la nouvelle il se réajuste, il est important de considérer dans le calcul du rendement tous les mouvements et ajustements. Par cette méthode de calcul, il nous est aussi possible d'atténuer l'impact des rumeurs et des autres causes inqualifiables afin de calculer un rendement beaucoup plus juste.

---

<sup>38</sup> Voir la composition de l'index SPTSMT en annexe.

<sup>39</sup> Le prix au comptant est le prix actuel de la ressource pour en prendre livraison immédiate.

<sup>40</sup> Une autre devise nous aurait obligée à considérer les variations dans le taux de change.

Où la moyenne du rendement du titre et du secteur (SPTSMT), sur sept jours, s'établit comme suit :

$$\frac{\text{Prix de fermeture J+3} - \text{Prix de fermeture J-3}}{\text{Prix de fermeture J-3}}$$

Dans un deuxième temps, nous allons régresser les séries historiques du rendement du titre, du rendement du secteur minier (SPTSMT Index) et celui de l'or afin d'identifier le bêta de chaque facteur et de vérifier s'il est significatif<sup>41</sup>. Tout cela servira à mesurer l'impact de chaque facteur sur le titre boursier. Si le coefficient est significativement différent de zéro, cela signifie qu'il y a une sensibilité entre le titre et le facteur. Il suffit de remplacer le bêta obtenu dans la formule pour en retirer le rendement anormal du titre. Selon l'équation suivante :

$$E(\text{Ranormal-moyenne 7 jours}) = E(\text{Ri-moyenne 7 jours}) - R_f - \beta_1 [E(\text{R SPTSMT Index - moyenne 7 jours}) - R_f] - \beta_2 [E(\text{ROr}) - R_f] - \varepsilon_{i,t}$$

Où nous trouvons les significations suivantes :

$E(\text{Ranormal})$  est le rendement anormal du titre (moyenne de 7 jours)

$E(\text{Ri})$  est le rendement espéré de l'actif risqué  $i$  (moyenne de 7 jours)

$R_f$  est le taux sans risque

$\beta_1$  est le bêta du SPTSMT Index

$\beta_2$  est le bêta de l'or

$E(\text{R SPTSMT Index})$  est le rendement espéré SPTSMT Index

$E(\text{R or})$  est le rendement espéré de l'or

---

<sup>41</sup> Pour déterminer si le bêta du facteur est significativement différent de zéro, nous utiliserons la loi de Student. Donc, à la suite de la régression, selon les hypothèses sous-jacentes à la loi de Student (déterminer si le coefficient est à 95% de confiance différent de zéro), nous allons déterminer si le coefficient est significatif. Voir en annexe D la définition de la loi de Student.

$\epsilon_{i,t}$  est le terme d'erreur

Dans le cas d'un impact significatif du facteur sur le titre, il faut l'exclure du rendement du titre boursier afin d'obtenir le rendement du titre excluant l'impact de tous les facteurs : nous le nommerons rendement anormal.

Dans un troisième temps, après avoir obtenu le rendement anormal, nous avons trouvé très intéressant de considérer dans notre résultat le volume d'actions négociées pour la même journée. Dans le cas précis de notre recherche, le volume de titres boursiers négociés joue un rôle central dans la pertinence de nos résultats. Le volume, dans le cas d'une compagnie d'exploration minière, est une donnée très importante puisque celui-ci est généralement inférieur aux compagnies à forte capitalisation boursière. De plus, il est significatif les journées où de nouvelles informations financières sont publiées. Alors, nous considérerons cette variable dans nos tableaux afin de rendre plus visibles et significatives à l'œil les données importantes.

Nous allons donc multiplier le rendement anormal et le volume de la même journée pour mesurer avec justesse l'importance réelle de la variation de rendement quotidien. Par ce fait, nous voulons isoler les jours dont le rendement anormal est important et dont le volume de titres négociés est important. Par conséquent, nous ne voulons pas accorder de l'importance à une variation négative du prix d'un titre s'il n'y a aucun titre négocié.

### **4.3 Les limites de l'étude et posture du chercheur**

Notre recherche comporte plusieurs limites qu'il est important de soulever afin de ne pas tirer de mauvaises conclusions ou de fausses généralités et, par la suite, nous présenterons la posture du chercheur.

#### 4.3.1 Les limites de la recherche

D'abord, une des limites de l'étude consiste en l'existence de plusieurs facteurs d'influence qui ne sont pas quantifiables. À titre d'exemple, nous pensons aux rumeurs qui peuvent faire varier le prix du titre boursier sans que nous puissions en mesurer l'impact. Nous pensons aussi à la proximité de certains terrains appartenant à des entreprises différentes, dans l'éventualité où l'une des entreprises trouve de l'or en quantités significatives, cela affectera le prix du titre à la hausse ainsi que celui de tous les titres des entreprises ayant des terrains à proximité de la découverte. De plus, nous pensons à l'influence que les autres entreprises peuvent avoir sur le titre boursier à cause de commentaires émis ou des actions données. Ces facteurs, et bien d'autres, peuvent donc avoir une influence considérable sur la variation du prix du titre boursier sans que nous puissions en mesurer l'impact.

Ensuite, dans cette étude, la variation du titre boursier est calculée avec le prix de fermeture de la séance boursière et non avec le prix reflété à la sortie de l'information financière, une information qui peut être diffusée à n'importe quelle heure de la journée. Il n'est donc pas possible de mesurer l'impact en temps réel à la sortie du communiqué de presse, de l'information financière sur la variation du titre boursier. Il aurait été très intéressant de faire une étude en temps réel, cela pourra être effectué dans une étude future.

Aussi, nous avons fait l'analyse de l'information financière provenant seulement des communiqués de presse et non des autres véhicules de transmissions comme les médias écrits ou télévisuels. Il pourrait être intéressant de vérifier ces impacts dans une autre recherche.

De plus, dans cette recherche, notre échantillon comporte seulement quatre entreprises du secteur de l'exploration minière. Cela rend beaucoup plus difficile de tirer des conclusions globales pour le secteur en entier. Les conclusions effectuées seront relatives à ces quatre entreprises et, dans une prochaine étude, nous pourrions augmenter le nombre d'entreprises comprises dans l'échantillon pour nous permettre de faire des extrapolations sur les résultats obtenus.

Dans le même ordre d'idées, notre recherche a été effectuée dans le secteur de l'exploration minière, ce secteur est si caractéristique et si différent des autres secteurs, tant par ses spécificités que par sa forme, qu'il est impossible d'extrapoler nos conclusions de façon globale. Dans une prochaine recherche, il serait très intéressant de faire la même analyse pour un autre secteur.

#### 4.3.2 La validité et la posture du chercheur

Enfin, dans cette étude, l'auteur porte deux chapeaux, soit ceux de chercheur en communication et d'analyste en finance. Ce double rôle est particulièrement intéressant, puisqu'il permet d'avoir un regard critique sur les deux angles de la thèse. Le chercheur provient du milieu financier et y travaille à plein temps, il n'a donc pas travaillé en communication ou dans un département de relations publiques, ce qui lui permet d'analyser les résultats avec un regard détaché. Toutefois, le chercheur ne peut échapper à l'influence socioculturelle dont il a été l'objet; de ce fait, puisque l'objectivité n'existe pas, il faut tout de même tenir compte du biais du chercheur.

Dans la section qui suit, nous présenterons d'abord en détail les résultats de l'analyse de contenu puis, ensuite, les résultats financiers obtenus et leur analyse. Finalement, nous allons présenter les résultats financiers juxtaposés aux résultats de l'analyse de contenu afin d'en tirer des conclusions et de confirmer (ou d'infirmer) l'hypothèse de départ.

## CHAPITRE V

### RÉSULTATS DE LA RECHERCHE ET ANALYSE

L'intuition de départ est née de nos observations qui nous portent à penser que l'information financière diffusée par les communiqués de presse influence le comportement de leurs publics cibles. Alors, peut-on avancer l'hypothèse selon laquelle la diffusion d'information financière, par un communiqué de presse émis par la compagnie minière et véhiculée par les médias, influence grandement le comportement des investisseurs? Il nous semble que cette hypothèse mérite d'être étudiée, mesurée et vérifiée.

Les résultats de l'analyse de contenu présentés dans ce chapitre pourront, dans un premier temps, nous éclairer sur les conclusions préliminaires relevant du contenu des communiqués de presse pour chaque entreprise et procurer également une vue d'ensemble des sujets étudiés. Dans un deuxième temps, les résultats financiers présentés pourront nous informer du comportement des investisseurs pour chaque entreprise. Finalement, nous effectuerons une analyse croisée (mettant en relation l'analyse du contenu des communiqués de presse avec l'évaluation des résultats financiers). Pour ce faire, nous présenterons des graphiques qui permettront de tirer des conclusions afin d'infirmer ou de confirmer notre hypothèse de recherche.

## 5.1 Les résultats de l'analyse de contenu

Nous allons d'abord présenter les résultats de l'analyse du contenu des communiqués de presse publiés par chacune des entreprises de notre échantillon, la couverture dans son ensemble, les sujets particuliers et les périodes étudiées. Ensuite, nous présenterons les résultats des sujets avec une vue d'ensemble. Tout cela nous permettra de tirer des conclusions préliminaires de la couverture des communiqués de presse et valider les hypothèses sous-jacentes à celles-ci.

### 5.1.1 Les généralités

Nous avons analysé 160 communiqués de presse : 46 ont été diffusés par la compagnie Ressources Sirios inc., 28 par la compagnie Mines de la Vallée de l'or Itée, 61 par la compagnie Exploration Typhon inc. et 25 par Mines Virginia inc., totalisant 975 unités d'information.

### 5.1.2 Les résultats empiriques par compagnie : Mines de la Vallée de l'or Itée

Les communiqués de presse diffusés par Mines de la Vallée de l'or Itée sont orientés positivement (21,7 %+) <sup>42</sup>, ce qui est légèrement sous la moyenne des couvertures favorables (25 %) <sup>43</sup>. Mines de la Vallée de l'or Itée a donc publié des communiqués majoritairement neutres.

Le taux de partialité qui se dégage du corpus (24,8 %) est cependant inférieur à la moyenne de 40 % observée par le Laboratoire depuis plus de 25 ans dans les médias, ce qui

---

<sup>42</sup> Sur une échelle allant de 100- à 100+.

<sup>43</sup> Sur les couvertures analysées par le Laboratoire depuis plus de 25 ans.

indique que le ton des communiqués est plutôt neutre (75,2 % des unités d'information retracées sont neutres) lorsqu'ils parlent de Mines de la Vallée de l'or ltée.

L'analyse détaillée basée sur les 28 communiqués de presse diffusés par Mines de la Vallée de l'or ltée recèle 254 unités d'information, ce qui représente 26 % des unités totales observées pour la recherche. La densité moyenne des communiqués de cette compagnie s'établit donc à 9 unités d'information par document, ce qui signifie que les communiqués produits par cette compagnie contiennent beaucoup d'unités d'information. La médiane du contenu des communiqués de presse s'établit à 8 unités d'information.

Le 18 mai 2005, journée au cours de laquelle le plus grand nombre d'unités d'information ont été retracées (27), représente 10,6 % de la fréquence du contenu total. L'annonce de la compagnie selon laquelle elle a acquis « une position foncière dominante à proximité de la découverte d'or Éléonore de Mines d'or Virginia » (Mines de la Vallée de l'or ltée, 18 mai 2005) a fait l'objet d'une importante diffusion d'information financière. Il est souvent fait mention du sujet « entente/transaction », de l'acquisition effectuée par Mines de la Vallée de l'or ltée dans le secteur de la propriété Éléonore de Virginia, si bien que « communication marketing » est le second sujet en importance pour cette période, la compagnie ayant tenté de mousser ladite transaction auprès des investisseurs.

Le 3 juillet 2006 est la seconde journée se démarquant du corpus en raison de l'importance de sa visibilité (fréquence de 8,3 %). Celle-ci ressort quasiment au neutre, plusieurs sujets ayant été traités de façons factuelles afin de réaliser un compte-rendu aux actionnaires, à la suite de l'assemblée des actionnaires. Une mise à jour des programmes, la description de la stratégie de l'entreprise ainsi qu'un rappel des travaux antérieurs ont été couverts dans ce communiqué. On y apprend également que « Mines de la Vallée de l'or ltée a conclu une entente avec Exploration Osisko ltée » (Mines de la Vallée de l'or ltée, 3 juillet 2006).

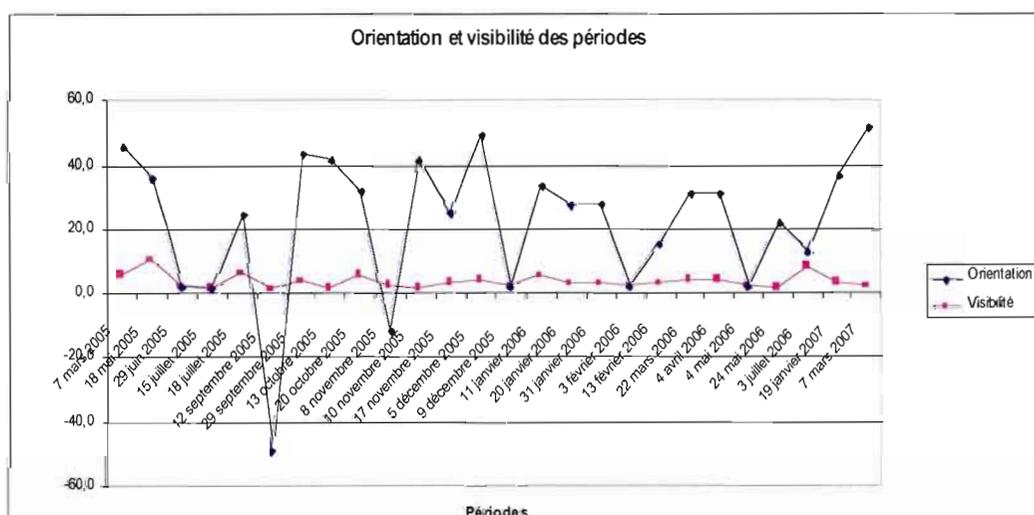
Cette compagnie n'a pas utilisé les citations d'intervenants pour faire mousser son marketing. Aucun intervenant, ni interne ni externe, n'a été cité parmi l'ensemble des communiqués.

Mines de la Vallée de l'or Itée mentionne à 16 reprises des personnes certifiées dans les 28 communiqués de la période analysée. Ces personnes certifiées ne sont jamais indépendantes de la compagnie. Le laboratoire d'expertise avec lequel cette entreprise a fait affaire pour analyser ses résultats ne s'avère indépendant qu'une seule fois.

Différents métaux comme l'or, le cuivre, le nickel et le zinc sont mentionnés à quatre reprises. L'uranium est mentionné une seule fois, soit lors de la période du 20 janvier 2006. L'orientation de cette période se situe à 25,0 %+. Cela laisse entrevoir que par l'utilisation du mot uranium, la compagnie a essayé de mousser l'orientation de son communiqué de presse.

### Les périodes

Voici les résultats de l'analyse de contenu par période où il y a la diffusion d'un communiqué de presse.



**Figure 5.1** Orientation et visibilité des périodes de Mines de la Vallée de l'or Itée.

Le 7 mars 2007 est la période qui présente l'orientation la plus favorable de la couverture (50 %+). Bien que peu dense, ce communiqué ressort de façon très favorable par l'annonce d'un financement privé que l'on y fait. En effet, Mines de la Vallée de l'or Itée « agira comme mandataire d'un placement privé de 3 636 363 unités au prix de 0,55 \$ par unité pour des revenus bruts de 2 000 000 \$ » (Mines de la Vallée de l'or Itée, 7 mars 2007).

Le 5 décembre 2005 est la deuxième période la plus favorable de la couverture (45,5 %+). Cette journée-là, Mines de la Vallée de l'or Itée fait part dans son communiqué des résultats de ses programmes d'exploration, plus particulièrement des résultats de programme de prospection, qui sont très positifs et encourageants pour la compagnie et ses investisseurs. La compagnie fait mention de « la découverte de minéralisation or-cuivre, qui a titré 3,98g/t en or et 1,73 % en cuivre » (Mines de la Vallée de l'or Itée, 5 décembre 2005).

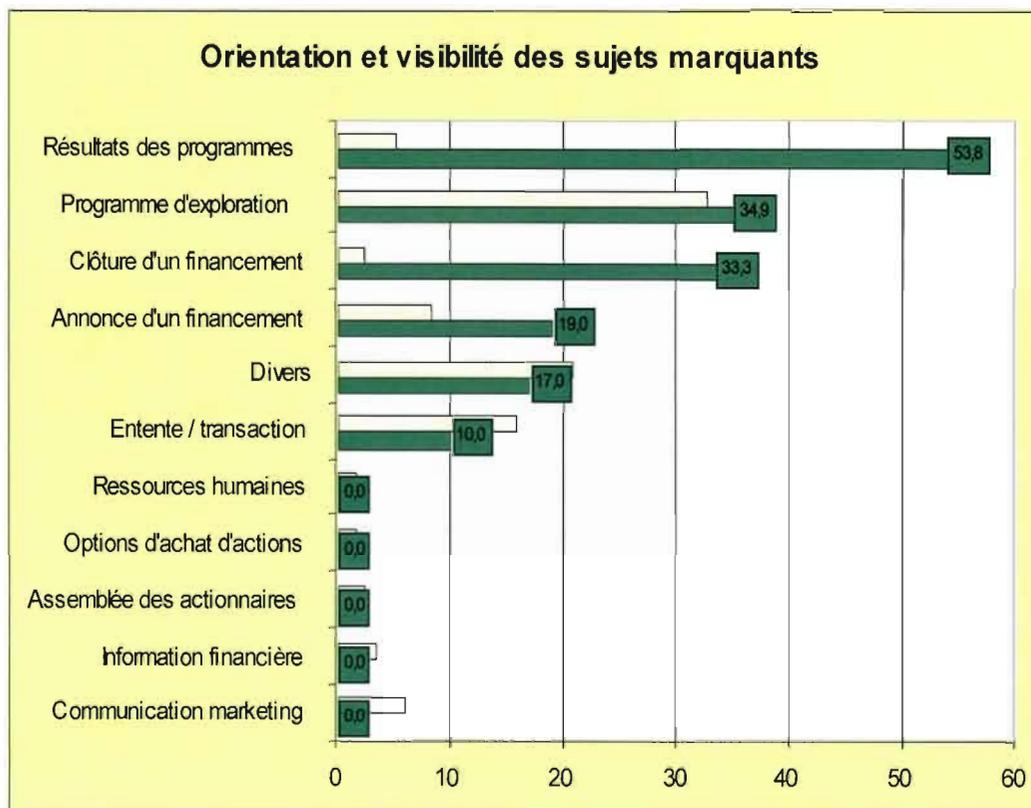
L'orientation est négative pour la période du 12 septembre 2005 (50 %-), cela étant dû au fait que la compagnie effectue « une mise au point concernant l'émission publique de 2 millions de dollars CAN » (Mines de la Vallée de l'or Itée, 12 septembre 2005). Comme les financements publics ont une influence négative sur le comportement des investisseurs dans le secteur de l'exploration minière, l'orientation de cette période est défavorable.

La compagnie effectue également la conclusion de « deux émissions publiques » (Mines de la Vallée de l'or Itée, 12 septembre 2005), ce qui contribue à l'orientation légèrement négative de cette période (-14,3 %).

Certaines périodes ressortent au neutre, comme le 4 mai 2006 où la compagnie ne fait que des mises à jour de programme et où l'on décrit les travaux antérieurs effectués sur les propriétés de la compagnie.

## Les sujets

Les résultats de l'analyse de contenu par sujets.



**Figure 5.2** Orientation et visibilité des sujets marquants dans les communiqués de presse analysés pour Mines de la Vallée de l'or Itée.

Les résultats des programmes de cette compagnie obtiennent l'orientation la plus favorable de la couverture (53,8 % +). Bien que positifs, leur visibilité sur l'ensemble de la couverture est mince (5,1 %), du fait que les résultats sont modestes et n'ont qu'un intérêt mitigé pour les investisseurs dans le secteur de l'exploration minière. Le plus grand nombre d'unités de ce sujet a d'ailleurs été répertorié le 5 décembre 2005, soit le jour de l'annonce du financement privé de Mines d'or Virginia inc. avec Goldcorp, ce qui peut avoir contribué à leur faible visibilité, notamment auprès des investisseurs du secteur de l'exploration minière.

La visibilité dominante des programmes d'exploration s'explique par les nombreuses mises à jour de programmes effectuées par la compagnie. L'annonce de programmes de forage a grandement contribué à l'orientation favorable (34,9 %+ ) de ce sujet.

### 5.1.3 Les résultats empiriques par compagnie : Ressources Sirios inc.

Les communiqués de presse publiés par Ressources Sirios inc. sont orientés positivement (38 %+)<sup>44</sup>, ce qui est légèrement sous la moyenne des couvertures favorables (25 %)<sup>45</sup>. L'orientation favorable met en lumière le fait que le contenu des communiqués diffusés par la compagnie est majoritairement positif.

Le taux de partialité (41,0 %) est très légèrement supérieur à la moyenne de 40 % observée par le Laboratoire depuis plus de 25 ans dans les médias, ce qui indique que le ton des communiqués est plutôt mitigé (39,5 % des unités d'information retracées sont positives, alors que 59,0 % sont neutres) lorsqu'ils parlent de Ressources Sirios inc.

L'analyse détaillée basée sur 46 communiqués de presse diffusés par Ressources Sirios inc. recèle 271 unités d'information, ce qui représente 28 % des unités totales observées pour la recherche. La densité moyenne des communiqués de cette compagnie s'établit à 5,9 unités. Cela signifie que les communiqués produits par cette compagnie ne sont pas très denses et ne contiennent pas beaucoup d'unités d'information. Les communiqués de Ressources Sirios inc. sont en moyenne moins denses que ceux des autres compagnies minières et sont en deçà de la moyenne du laboratoire. La médiane du contenu des communiqués de presse s'établit à huit unités d'informations.

---

<sup>44</sup> Sur une échelle allant de 100- à 100+.

<sup>45</sup> Sur les couvertures analysées par le Laboratoire depuis plus de 25 ans.

Le 21 mars 2005 est la journée au cours de laquelle le plus grand nombre d'unités d'information ont été retracées (12). Le communiqué du 21 mars 2005 témoigne de la propension de Ressources Sirios inc. de mettre en valeur sa proximité avec le site Éléonore de Mines Virginia, dans une tentative de mousser sa propre valeur. En effet, la compagnie clame qu'elle « augmente de façon importante sa position dans le secteur de la découverte aurifère Éléonore de Virginia » (Ressources Sirios inc., 21 mars 2005).

Le 5 avril 2006 est la deuxième journée se démarquant du corpus en raison de l'importance de sa visibilité (fréquence de 4,4 %). Celle-ci a été très positive du fait que Ressources Sirios inc. mentionne des « résultats hautement significatifs sur Kukames » qui « ont validé une importante anomalie linéaire régionale en or » et que cette anomalie est « comparable en intensité et en étendue avec celle observée à la découverte Éléonore » (Ressources Sirios inc., 5 avril 2006).

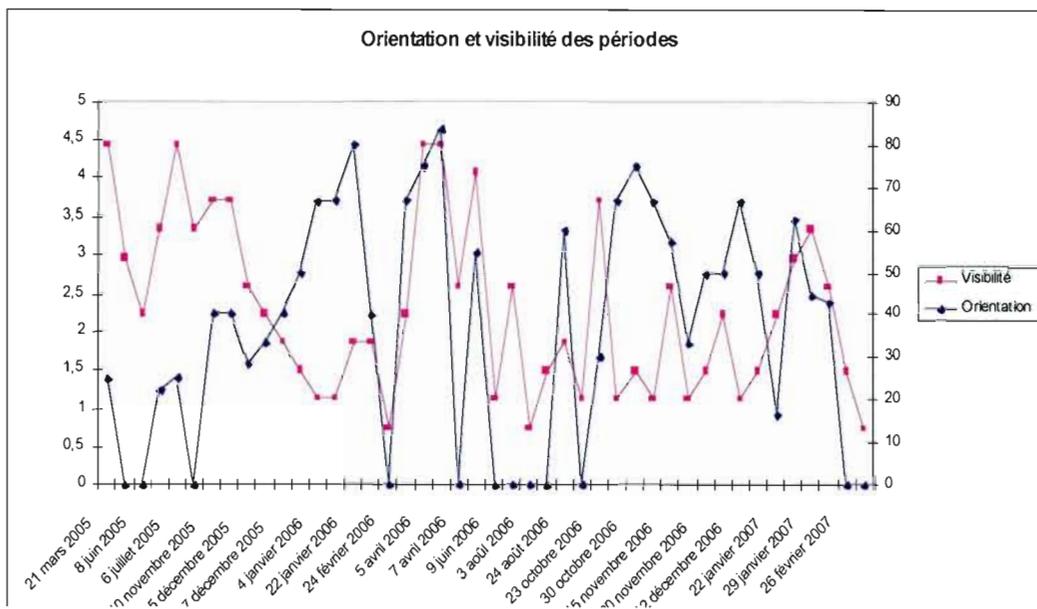
Plusieurs extraits de rapport ont servi de citations dans les communiqués. Ce sont le plus souvent les rapports de géologues concernant des découvertes effectuées sur les propriétés qui ont été utilisés à ce propos. Le géophysicien Pierre Boileau a également été cité à une reprise pour valider que « plusieurs particularités structurales pourraient constituer des cibles valables dans la recherche de minéralisation aurifère » (Ressources Sirios inc., 20 juin 2005).

Cette compagnie mentionne 20 fois la personne certifiée dans ses 46 communiqués analysés durant le laps de temps retenu. Celle-ci est indépendante dans huit de ces communiqués. Le laboratoire avec lequel la compagnie fait affaire pour analyser ses résultats s'avère indépendant 9 fois sur 46.

Différents métaux comme l'or, le cuivre, l'argent, le zinc, l'arsenic et le bismuth sont mentionnés à 11 reprises. L'uranium n'y est pas mentionné.

### Les périodes

Les résultats de l'analyse de contenu par période où il y a la diffusion d'un communiqué de presse.



**Figure 5.3** Orientation et visibilité des périodes pour Ressources Sirius inc.

Le 6 avril 2006 est la période qui présente l'orientation la plus positive de la couverture, avec 83,3 %<sup>46</sup>. Ce communiqué assez dense ressort de façon extrêmement positive, car les résultats de programmes « ont mis en lumière une importante anomalie aurifère d'extension régionale incluant une vingtaine de lacs anormaux présentant un fort contrôle structural dans la partie ouest de la propriété » (Ressources Sirius inc., 6 avril 2006). Ce sont surtout les résultats de programmes de levés géophysiques et les résultats de programmes de prospection qui prédominent dans le contenu de ce communiqué.

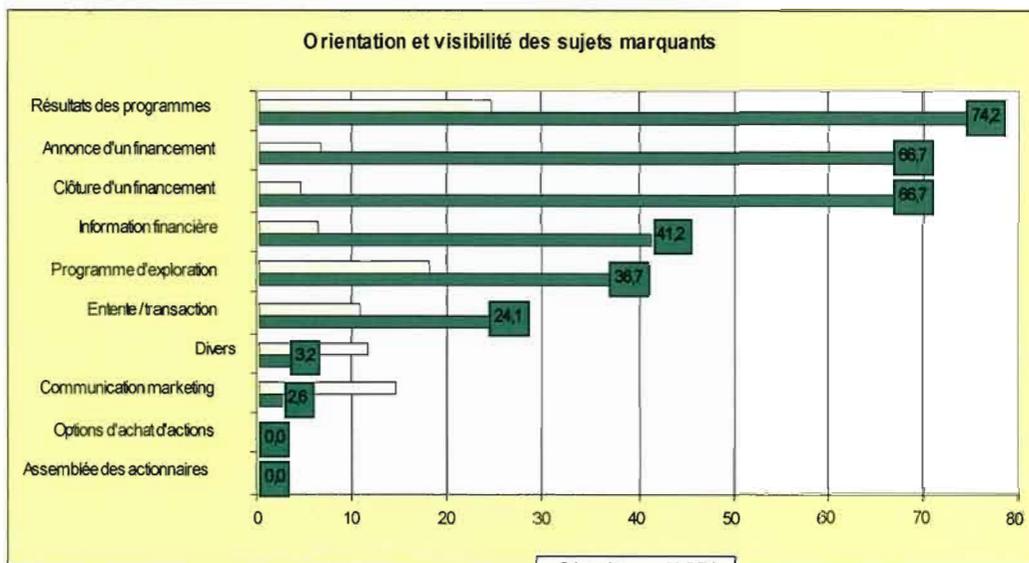
<sup>46</sup> Sur une échelle allant de 100- à 100+.

Le 22 janvier 2006 est la deuxième période la plus favorable de la couverture (80,0 %+). Cette journée-là, Ressources Sirios inc. fait part dans son communiqué des « anomalies d'or significatives détectées sur Pontax », ce qui « dans un contexte d'échantillonnage régional, est considéré comme très encourageant » (Ressources Sirios inc., 22 janvier 2006). Cela fait de « résultats des programmes » le sujet le plus traité au sein de ce communiqué.

L'orientation n'est négative pour aucun des communiqués de cette compagnie. L'orientation est neutre lors de plusieurs périodes différentes, notamment lors de quatre périodes consécutives, soit le 9 juin 2006, le 20 juin 2006, le 3 août 2006 ainsi que le 23 août 2006. Le principal dossier de ces communiqués est la mise à jour de programme qui s'avère neutre puisqu'on ne fait que ressasser les programmes d'exploration et où les travaux en sont rendus.

## Les sujets

Les résultats de l'analyse de contenu par sujets.



**Figure 5.4** Orientation et visibilité des sujets marquants dans les communiqués de presse analysés pour Sirius inc.

Les résultats de programme obtiennent une orientation très favorable (74,2 %+) dans les communiqués de Ressources Sirius inc. et obtiennent également le plus de visibilité.

L'annonce d'un financement et la clôture d'un financement présentent deux orientations également très favorables (66,7 %), non loin derrière les résultats de programmes. Cette compagnie effectue plusieurs transactions avec des investisseurs privés, et les financements sont fréquemment décrits dans les communiqués de la compagnie durant les périodes retenues aux fins de la présente recherche.

Cette présence importante s'explique par les nombreux résultats de programmes de levés géophysiques effectués par la compagnie, et des résultats des programmes de forage.

Ressources Sirios inc. utilise beaucoup la communication marketing (visibilité de 14,4 %) dans ses annonces afin de créer de l'engouement auprès des investisseurs du secteur de l'exploration minière.

#### 5.1.4 Les résultats empiriques par compagnie : Mines d'or Virginia inc.

Les communiqués de presse publiés par Mines d'or Virginia inc. sont orientés positivement à 36,4 %<sup>47</sup>, ce qui est légèrement au-dessus de la moyenne des couvertures favorables (25 %)<sup>48</sup>.

Le taux de partialité (37,7 %) est légèrement inférieur à la moyenne de 40 % observée par le Laboratoire depuis plus de 25 ans dans les médias, ce qui indique que le ton des communiqués n'est pas mouvementé. La plupart des unités d'information sont neutres (62,3 %), alors que 37,1 % sont positives. Il n'y a qu'une seule unité d'information qui apparaît négative.

L'analyse détaillée basée sur 25 communiqués de presse diffusés par Mines Virginia recèle 151 unités d'information, ce qui représente 15 % des unités totales observées pour la recherche. La densité moyenne des communiqués s'établit à 6,0 unités par document. Cela signifie que les communiqués produits par cette compagnie ne sont pas très denses et ne contiennent pas beaucoup d'unités d'information. La médiane du contenu des communiqués de presse s'établit à cinq unités d'informations.

Le 19 décembre 2006 est la journée au cours de laquelle le plus grand nombre d'unités d'information ont été retracées (24). Cette période contient à elle seule près de 16 % (15,9 %)

---

<sup>47</sup> Sur une échelle allant de 100- à 100+.

<sup>48</sup> Sur les couvertures analysées par le Laboratoire depuis plus de 25 ans.

des unités d'information de la couverture totale d'une durée de deux ans. Ce long communiqué rapporte les résultats de programme de quatre lentilles sur le projet Coulon. Ceux-ci sont très positifs, car du fait que « l'anomalie InfiniTEM qui demeure entièrement ouverte vers le sud-ouest », « au cours de l'hiver 2007, le levé InfiniTEM sera poursuivi vers le sud-ouest et des forages supplémentaires seront réalisés pour évaluer la lentille 43 » (Mines Virginia inc., 19 décembre 2006). « La cartographie a aussi permis de mettre à jour deux nouveaux affleurements de volcanites felsites », ce qui permet à la compagnie de dire qu'elle « est très encouragée par les résultats de la campagne 2006 » (Mines Virginia inc., 19 décembre 2006). Ce sont surtout les résultats des programmes de forage qui retiennent l'attention.

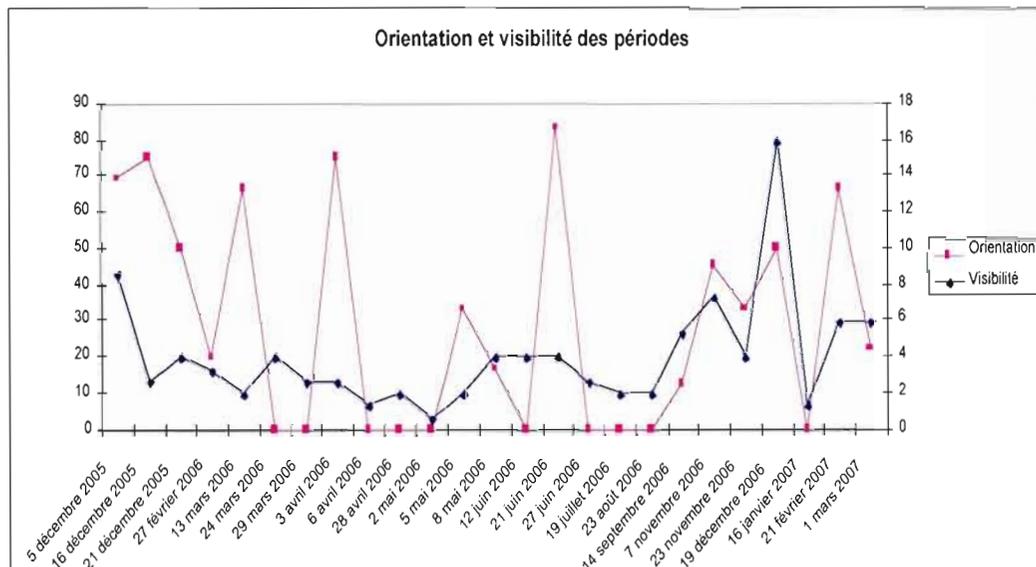
Le 5 décembre 2005 est la deuxième journée se démarquant du corpus en raison de l'importance de sa visibilité (fréquence de 8,6 %). L'« Entente avec Goldcorp inc. en vue de l'acquisition de la propriété aurifère Éléonore de Mines d'or Virginia dans le cadre d'une transaction amicale » (Mines Virginia inc., 5 décembre 2005) a nécessité beaucoup de précisions de la direction de Mines Virginia pour les actionnaires, faisant de l'« annonce d'un financement » le sujet le plus prolifique de ce communiqué. La direction énonce d'ailleurs que : « C'est un grand jour pour les actionnaires de Virginia » (Mines Virginia inc., 5 décembre 2005).

Cette compagnie n'utilise les citations d'intervenant dans aucun de ces communiqués. Il arrive que le président soit cité en guise de communication-marketing, mais cela n'a pas été relevé dans cette catégorie.

Cette compagnie mentionne à trois reprises la personne certifiée dans ses 25 communiqués analysés durant le laps de temps retenu. Celle-ci n'est indépendante dans aucun de ces communiqués. Le laboratoire avec lequel la compagnie fait affaire pour analyser ses résultats ne s'est jamais avéré indépendant. Différents métaux comme l'or, le cuivre, l'argent, et le zinc sont mentionnés à neuf reprises. L'uranium n'est jamais mentionné.

### Les périodes

Les résultats de l'analyse de contenu par période où il y a la diffusion d'un communiqué de presse.



**Figure 5.5** Visibilité et orientation des périodes pour Mines Virginia inc.

Le 21 juin 2006 est la période la plus favorable de la couverture (83,3 %+). Cette journée titre un « Budget d'exploration de plus de 6 millions de dollars au cours des 6 prochains mois », « particulièrement dans le secteur de la récente découverte du dépôt Éléonore dans la région d'Opinaca » (Mines d'or Virginia, 21 juin 2006). Les unités d'information ont surtout trait au programme d'exploration.

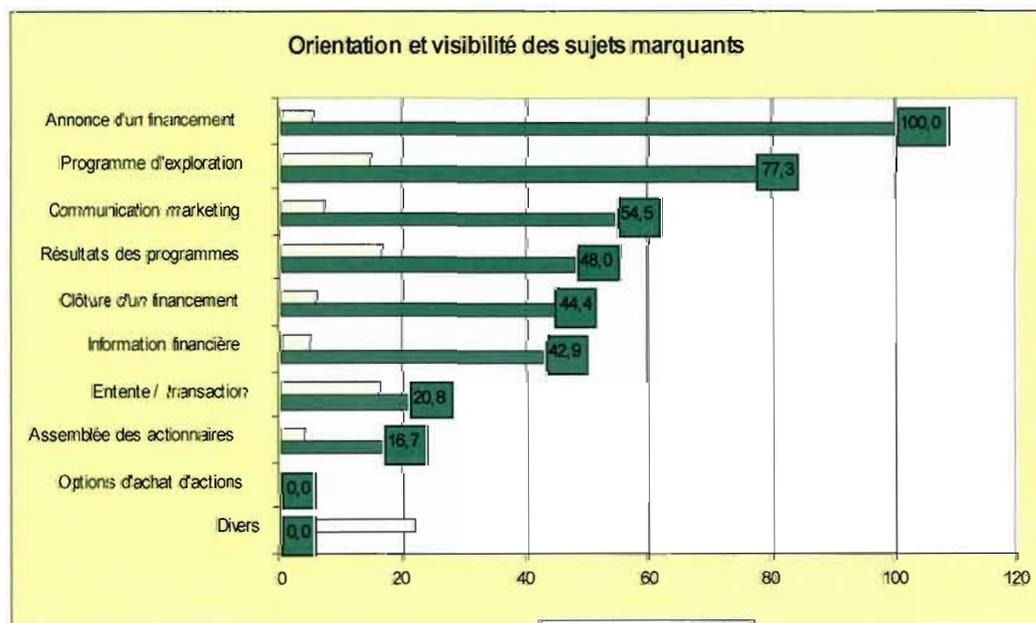
Le 16 décembre 2005 est la deuxième période qui se démarque du corpus en raison de son orientation favorable (75,0 %+). C'est la journée où « Virginia signe une entente définitive avec Goldcorp », « en vertu de l'entente chaque actionnaire de Virginia recevra 0,40 action ordinaire de Goldcorp et 0,5 action d'une nouvelle compagnie publique d'exploration » (Mines d'or Virginia, 16 décembre 2005).

Le 3 avril 2006 obtient également une orientation favorable de 75,0 %+ : « Nouvelle Virginia annonce la clôture de la transaction avec Goldcorp » (Mines d'or Virginia, 3 avril 2006), ce qui représente une nouvelle de très grande importance pour les investisseurs du secteur de l'exploration minière.

Le 5 décembre 2005, avec une orientation favorable de 69,2 %+, est la journée où est réalisée une « entente avec Goldcorp inc. en vue de l'acquisition de la propriété aurifère Éléonore de Mines d'or Virginia dans le cadre d'une transaction amicale » (5 décembre 2005). Aucune période ne présente d'orientation négative.

### Les sujets

Les résultats de l'analyse de contenu par sujets.



**Figure 5.6** Orientation et visibilité des sujets marquants dans les communiqués de presse analysés pour Mines Virginia inc.

L'« annonce d'un financement » est le sujet le plus marquant en matière d'orientation favorable (100,0 %+). Cela est lié directement à l'annonce de l'« entente définitive avec Goldcorp inc. par laquelle Goldcorp fera l'acquisition, par le biais d'un plan d'arrangement approuvé, de tous les titres émis et en circulation de Virginia » (Mines d'or Virginia inc., le 16 décembre 2005), qui recense beaucoup d'unités d'information positives.

Les programmes d'exploration présentent une orientation très favorable dans les communiqués de Mines Virginia (77,3 %+). Le corpus de la compagnie mentionne à plusieurs reprises des annonces de programmes, ce qui est très positif pour les investisseurs du secteur de l'exploration minière.

#### 5.1.5 Les résultats empiriques par compagnie : Exploration Typhon inc.

Les communiqués de presse publiés par Exploration Typhon inc. sont orientés positivement à 18 %<sup>49</sup>, ce qui est légèrement sous la moyenne des couvertures favorables (25 %)<sup>50</sup>. La compagnie a donc diffusé des communiqués majoritairement neutres.

Le taux de partialité (20,0 %) qui se dégage du corpus est largement inférieur à la moyenne de 40 % observée par le Laboratoire depuis plus de 25 ans dans les médias, ce qui indique que le ton des communiqués n'est pas du tout mouvementé. En fait, la très grande majorité des unités d'information est neutre (79,9 %), alors que 19,1 % est positif et 1,0 % négatif.

L'analyse détaillée basée sur 61 communiqués de presse diffusés par Exploration Typhon inc. recèle 299 unités d'information, ce qui représente 31 % des unités totales observées pour la recherche. La densité moyenne des communiqués s'établit à 4,9 unités d'information. Cela

---

<sup>49</sup> Sur une échelle allant de 100- à 100+.

<sup>50</sup> Sur les couvertures analysées par le Laboratoire depuis plus de 25 ans.

signifie que les communiqués produits par cette compagnie ne sont pas très denses et ne contiennent que peu d'unités d'information. La médiane du contenu des communiqués de presse s'établit à huit unités d'informations.

Le 26 avril 2006 est la journée au cours de laquelle le plus grand nombre d'unités d'information ont été retracées (16). Les « résultats de la campagne de sondages Hiver 2006 » ont permis « d'identifier une nouvelle lentille à haute teneur de style boîte à bijoux de type Sigma » (Exploration Typhon inc., 26 avril 2006). Ces résultats de programme, ainsi que les mises à jour de programme effectuées par la compagnie Typhon, font de ce communiqué celui comportant le plus d'unités d'information de la couverture.

Le 29 décembre 2006 est la deuxième journée se démarquant du corpus en raison de l'importance de sa visibilité. La « clôture d'un placement privé de 2 101 200 \$ canadiens » nécessite beaucoup d'explications concernant la description de l'entente pour les actionnaires (Exploration Typhon inc., 29 décembre 2006).

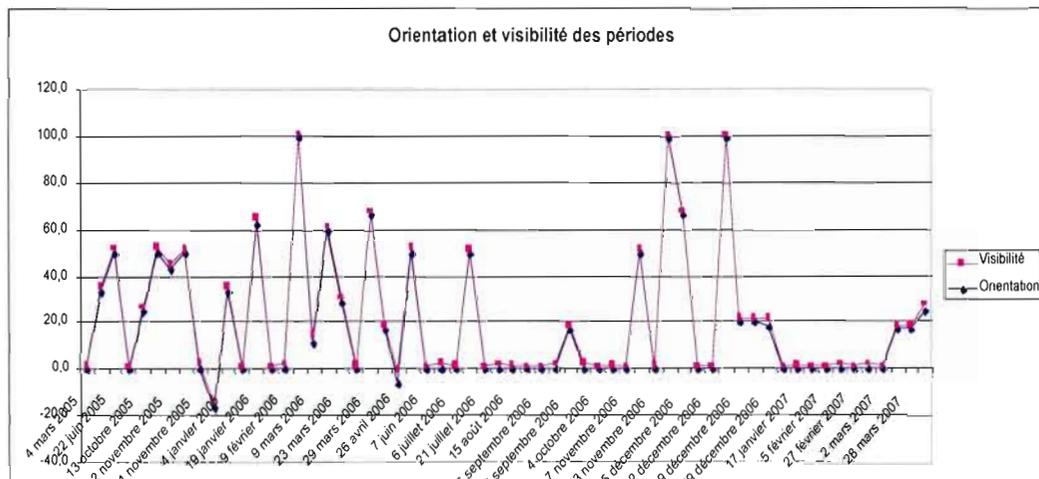
Le président et chef de la direction est cité à six reprises et un administrateur de la compagnie à deux reprises pour l'ensemble de la couverture d'Exploration Typhon inc.

Cette compagnie mentionne 24 fois la personne certifiée dans ses 61 communiqués analysés durant le laps de temps retenu. Celle-ci n'est indépendante dans aucun de ces communiqués.

Le laboratoire avec lequel la compagnie fait affaire pour analyser ses résultats s'est avéré indépendant à sept reprises. L'or a été mentionné à 12 reprises. L'uranium a été mentionné à 1 reprise, soit le 28 février 2007. L'orientation de ce communiqué est neutre (0 %).

## Les périodes

Les résultats de l'analyse de contenu par périodes où il y a la diffusion d'un communiqué de presse.



**Figure 5.7** Orientation et visibilité des périodes pour Exploration Typhon inc.

Le 28 novembre 2006 est l'une des deux périodes qui présente l'orientation la plus positive de la couverture, avec la marque parfaite de 100,0 %<sup>51</sup>. Ce communiqué ressort de façon extrêmement positive, car la compagnie Typhon effectue la « clôture d'un placement privé de 200 000,10 \$ » (Exploration Typhon inc., 28 novembre 2006) et que c'est exclusivement ce dont le communiqué traite. Cela fait donc de « clôture d'un financement » le sujet exclusif de ce communiqué.

Le 18 décembre 2006 est la deuxième période la plus positive de la couverture, avec la même orientation que celle du 28 novembre 2006 (100,0 %+). Cette journée traite également de « la clôture d'un financement privé », qui est le sujet exclusif de ce communiqué.

<sup>51</sup> Sur une échelle allant de 100- à 100+.

L'orientation est négative pour la période du 29 décembre 2005, car la compagnie « complète un financement par voie d'appel public à l'épargne » et que l'entreprise a « offert au public des unités A, composées de 4000 actions accréditatives à 0,20 \$ l'action<sup>52</sup> » (Exploration Typhon inc., 29 décembre 2005).

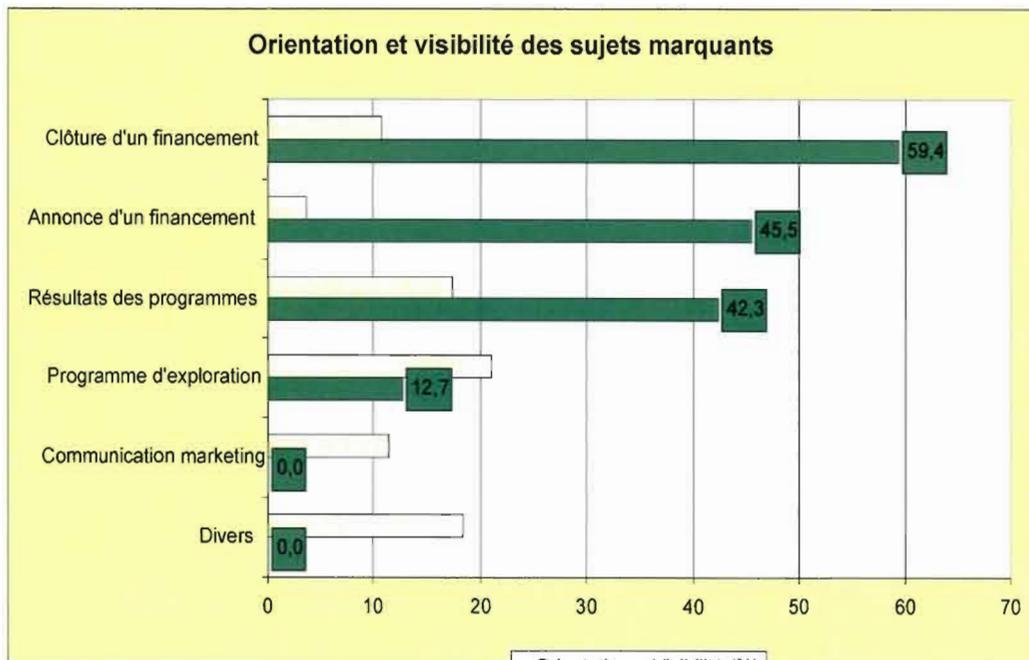
L'orientation se retrouve sous zéro également pour la période du 26 avril 2006, car ce communiqué statue que « les travaux sont insuffisants en ce moment afin de définir des ressources minérales entre Fayolle et Aiguebelle-Goldfields; et qu'il est incertain que les travaux futurs mèneront dans la découverte d'une ressource minérale » (Exploration Typhon inc., 26 avril 2006). Plusieurs périodes ressortent au neutre, dont le 21 juillet 2006, où la compagnie ne fait que des mises à jour de programmes.

---

<sup>52</sup> Comme il est mentionné dans la grille d'analyse, les financements publics comprenant des actions accréditatives ont une connotation négative pour les investisseurs dans le secteur de l'exploration minière.

## Les sujets

Voici les résultats de l'analyse de contenu par sujets.



**Figure 5.8** Orientation et visibilité des sujets marquants dans les communiqués de presse analysés pour Exploration Typhon inc.

Exploration Typhon inc. fait fréquemment mention de ses programmes d'exploration, sur ses propriétés Aiguebelle-Goldfields et Fayolle (visibilité de 21,1 %).

La clôture d'un financement (59,4 %+) et l'annonce d'un financement (45,5 %+) obtiennent les orientations les plus favorables de la couverture.

### 5.1.6 La couverture globale pour les quatre compagnies

Les communiqués de presse publiés par ces quatre compagnies du secteur de l'exploration minière sont orientés positivement à 27,4 %<sup>53</sup>, ce qui est légèrement au-dessus de la moyenne des couvertures favorables (25 %)<sup>54</sup>. Les compagnies ont donc diffusé des communiqués majoritairement neutres.

Le taux de partialité (29,8 %) qui se dégage du corpus est inférieur à la moyenne de 40 % observée par le Laboratoire depuis plus de 25 ans dans les médias, ce qui indique que le ton des communiqués n'est pas du tout mouvementé. En fait, la très grande majorité des unités d'information est neutre (70,2 %), alors que 28,6 % est positif et 1,2 % négatif.

L'analyse détaillée basée sur 160 communiqués de presse diffusés par les quatre compagnies d'exploration minière recèle 975 unités d'information. La densité moyenne des communiqués s'établit à 7,5 unités d'information. Cela signifie que les communiqués produits par ces compagnies sont généralement assez denses et contiennent plusieurs unités d'information. La médiane du contenu des communiqués de presse s'établit à six unités d'informations.

Les intervenants ont été mentionnés à 18 reprises dans le corpus, ce qui représente 1,8 % des unités d'information recensées.

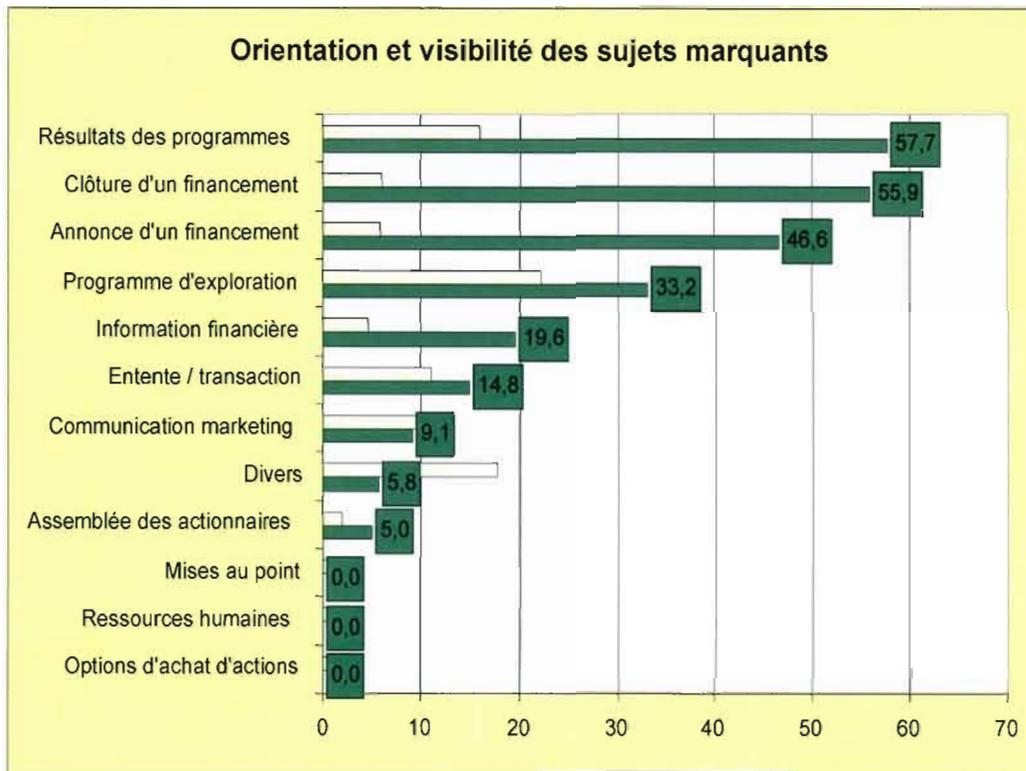
---

<sup>53</sup> Sur une échelle allant de 100- à 100+.

<sup>54</sup> Sur les couvertures analysées par le Laboratoire depuis plus de 25 ans.

## Les sujets

Les résultats de l'analyse de contenu par sujets.



**Figure 5.9** Orientation et visibilité des sujets marquants dans les communiqués de presse analysés pour toutes les entreprises analysées.

Les « résultats de programme » est le sujet présentant l'orientation la plus favorable de ces quatre compagnies du secteur de l'exploration minière (57,7 %+). Ce sujet présente un grand intérêt pour les investisseurs.

Il est suivi de près par « la clôture d'un financement » qui présente une orientation de 55,9 %+. L'« annonce d'un financement » récolte quant à lui une orientation favorable de 46,6 %+.

Le sujet ayant obtenu le plus de visibilité dans le corpus de communiqués est « les programmes d'exploration » (22,3 %+).

#### 5.1.7 L'analyse de la couverture globale pour les quatre compagnies

Après l'analyse étoffée de 975 unités d'information et de 160 communiqués de presse pour l'ensemble de l'échantillon, notre première constatation est que l'ensemble des compagnies a diffusé des communiqués majoritairement neutres. Ces résultats satisfont nos hypothèses puisque nous avons supposé que la majorité des communiqués de presse seraient neutres prenant en compte toute la législation s'appliquant à ce secteur et de la sensibilité à certains sujets en particulier.

De plus, nous pouvons aussi constater que le sujet ayant l'orientation favorable des quatre compagnies du secteur de l'exploration minière est « résultats de programmes ». Comme nous l'avons expliqué préalablement, nous avons choisi l'indice Orientation plus propice à notre recherche afin d'effectuer les analyses voulues. Selon Lise Chartier (2003, p.115), cet indice permet de mesurer si l'ensemble d'une couverture de presse présente des aspects neutres, positifs ou négatifs du sujet d'étude et il précise avec quelle conviction la presse s'est appliquée à traiter d'un sujet. De plus, après avoir discuté avec madame Chartier du sujet de la recherche, nous en avons conclu de la façon d'analyser les résultats. Les résultats nous permettent de tirer les conclusions suivantes, les sujets ayant l'indice Orientation le plus favorable renferment donc un grand intérêt pour les investisseurs, puisque la question de base pour le codage est unités d'information est : « est-ce qui est dit dans cette unité à propos de « sujet de l'unité » est favorable, défavorable ou neutre par rapport à la perception d'un investisseur dans le secteur de l'exploration minière? ». Par conséquent, la recherche s'effectuait autour de la perception de l'investisseur et non selon l'intérêt de l'entreprise émettrice et c'est dans ce sens que l'analyse s'est construite. Ce sujet est donc celui qui représente un grand intérêt pour les investisseurs, selon les résultats obtenus avec la variable Orientation.

Dans la section suivante, nous présenterons les résultats financiers et nous analyserons les résultats de l'analyse de contenu croisés aux résultats financiers.

## **5.2 Les résultats financiers et analyses**

Dans cette section, les résultats financiers nous permettront de quantifier le comportement des investisseurs afin de confirmer (ou d'infirmer) l'hypothèse de départ qui stipule que l'information financière issue des communiqués de presse influence le comportement de l'investisseur.

Après avoir présenté les résultats financiers pour chaque compagnie, nous analyserons les résultats pour chaque diffusion de communiqué de presse<sup>55</sup>, pour chacune des entreprises de l'échantillon, dans le but de voir si les résultats de l'analyse de contenu, constatés dans la section antérieure, ajoutés aux résultats financiers, confirmeront ou infirmeront l'hypothèse de départ.

### **5.2.1 Les généralités**

L'objectif de l'étude est de déterminer si l'information financière influence le comportement des investisseurs. Pour y arriver, nous avons, selon la méthodologie présentée préalablement, calculé les rendements anormaux des titres de l'échantillon que nous présenterons pour chaque entreprise distinctement. Ensuite, nous présenterons les résultats des rendements anormaux significatifs obtenus par la multiplication du volume d'actions négociées sur la période observée. La seconde phase de présentation de résultats consistera en une juxtaposition des résultats de l'analyse de contenu et les résultats financiers, et la vérification de l'influence de l'information financière sur le comportement de l'investisseur

---

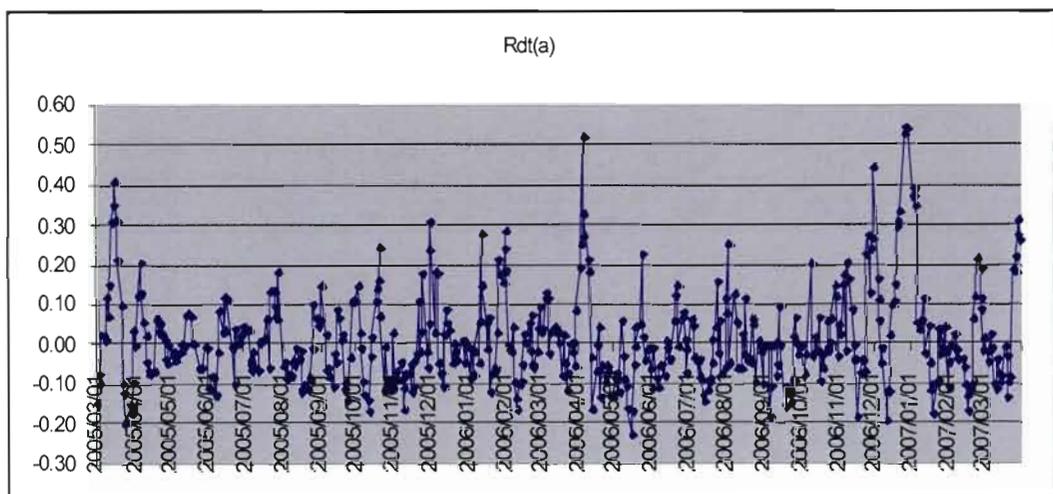
<sup>55</sup> Chaque diffusion de communiqué de presse correspond à une période.

par des tests statistiques. Finalement, nous analyserons les résultats obtenus et tirerons les grandes conclusions.

L'analyse fut intéressante à réaliser, car en plus d'arriver à des résultats inattendus, elle fait ressortir des faits intéressants qui nous mèneront à des conclusions différentes de celle que nous avions envisagée.

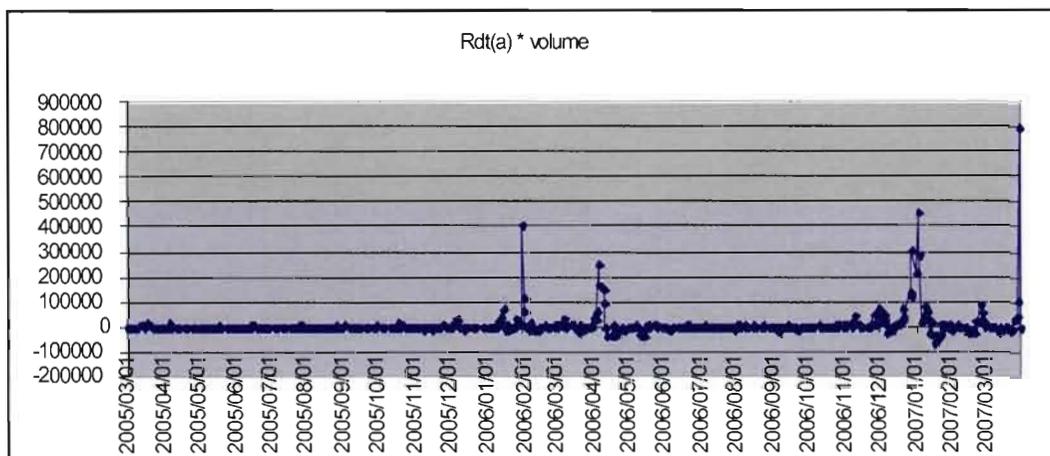
### 5.2.2 Les résultats empiriques et analyses présentés pour : Mines de la Vallée de l'or Itée

Dans un premier temps, considérons le graphique (figure 5.10) présentant les rendements anormaux de Mines de la Vallée de l'or Itée. Il est plutôt difficile de cerner une tendance ou des points qui se démarquent des autres puisque les rendements sont en moyenne assez élevés, ce qui est caractéristique d'une entreprise dont le prix est volatil et peu élevé.



**Figure 5.10** Rendement anormal de Mines de la Vallée de l'or Itée.

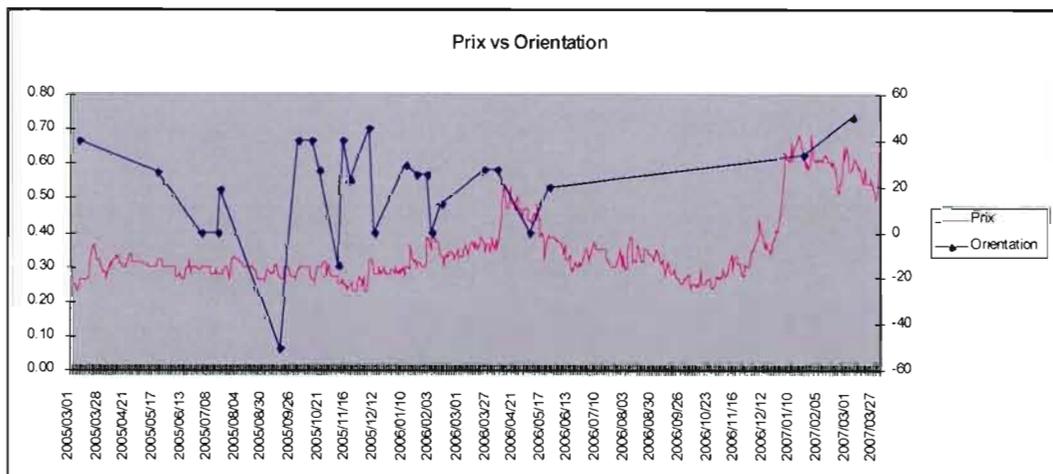
Dans un second temps, considérons le graphique (figure 5.11) présentant les rendements anormaux multipliés par le nombre d'actions de l'entreprise Mines de la Vallée de l'or Itée négociées pour chaque période. Comme nous l'avons préalablement précisé, ces données ciblent les rendements anormaux significatifs. Ce graphique témoigne que les rendements ont été significatifs quatre fois sur l'horizon de la recherche et que, la plupart du temps, ils sont positifs.



**Figure 5.11** Rendement anormal multiplié par le volume d'actions négociées de Mines de la Vallée de l'or Itée.

Finalement, les graphiques (figures 5.12, 5.13 et 5.14) présentant le prix du titre, les rendements anormaux et les rendements anormaux multipliés par le nombre d'actions négociées pour chaque période pour l'entreprise concernée; juxtaposée à cela, la variable Orientation. Ces graphiques nous permettront de faire les analyses des périodes où il y a eu des diffusions de communiqués de presse et de déterminer si l'information financière influence le comportement des investisseurs, qui se traduit, tel que mentionné préalablement, par le rendement du titre boursier réduit des influences de tous les autres facteurs.

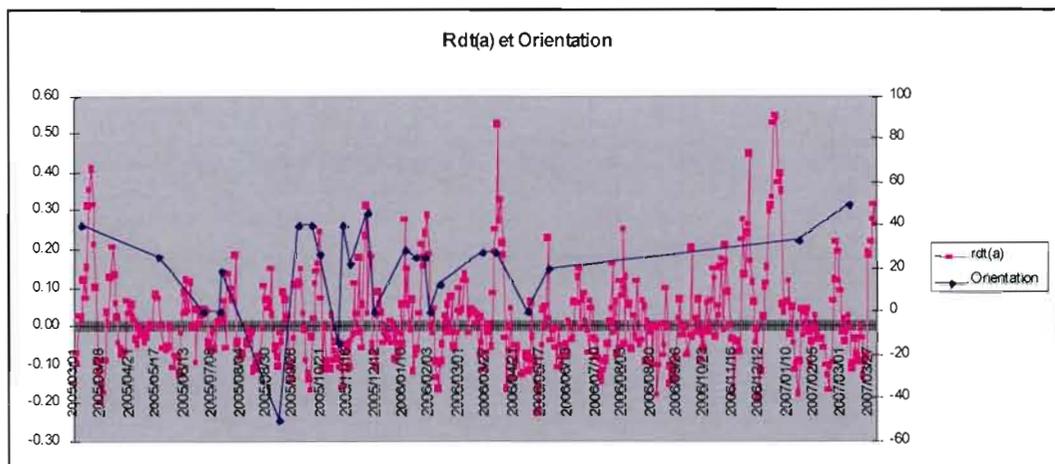
Ce graphique (figure 5.12), « le prix et la variable Orientation », nous permet d'avoir un premier regard d'ensemble sur les données préliminaires de la recherche et de préciser l'intuition de départ, mais ne nous permet pas de mesurer l'influence de l'information financière sur la variation du prix du titre boursier.



**Figure 5.12** Le prix du titre et Orientation pour Mines de la Vallée de l'Or Ltée.

Pour ce faire, le graphique suivant (figure 5.13), « le rendement anormal et la variable Orientation », nous renseigne un peu plus sur la question de recherche. Nous pouvons observer que certains pics correspondent à la publication de communiqués de presse. Toutefois, après l'analyse des tests statistiques, nous pouvons affirmer que les variables Orientation ne sont pas corrélées avec les rendements anormaux.

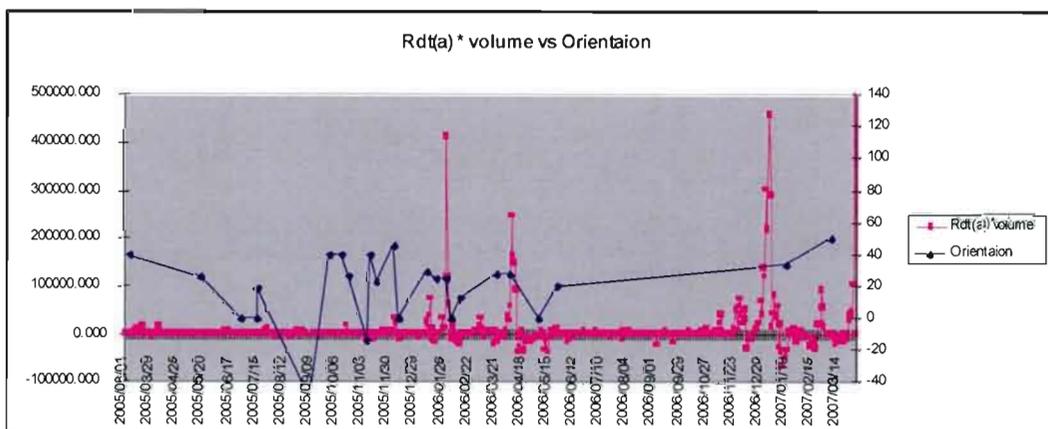
À première vue, les résultats étonnent, mais il est important de ne pas poser de conclusions hâtives. Alors, pour nous permettre de bien cerner quels sont les rendements anormaux significatifs, nous avons par la suite multiplié ceux-ci par les volumes d'actions négociées et nous avons ajouté à ceux-ci la variable Orientation. Cela nous permet de dégager et de rendre plus significatifs les changements réels de comportements des investisseurs.



**Figure 5.13** Rendement anormal et Orientation pour Mines de la Vallée de l'or ltée.

Le graphique (figure 5.14) ne nous semble pas concluant pour confirmer l'influence de l'information contenue dans les communiqués de presse, sur le comportement des investisseurs. Deux pics importants ne sont pas expliqués par la diffusion de communiqués de presse. Dans un deuxième temps, pour vérifier l'influence, nous avons effectué les tests statistiques. Nous pouvons affirmer après leurs résultats et leurs analyses que les variables Orientation ne sont pas corrélées avec les rendements anormaux multipliés par le volume d'actions négociées.

Bien que les variables ne soient pas significativement liées, la situation est beaucoup plus complexe et elle mérite d'être analysée en profondeur. Dans la section suivante, nous explorerons les tendances et les grandes conclusions de cette étude. Toutefois, nous pouvons déjà tirer une conclusion : nous nous attendions à ce que les variables soient corrélées avec la variable Orientation, mais à l'observation de cette entreprise, nos conclusions semblent infirmer l'hypothèse de départ (voir tableaux des données à l'Annexe C).

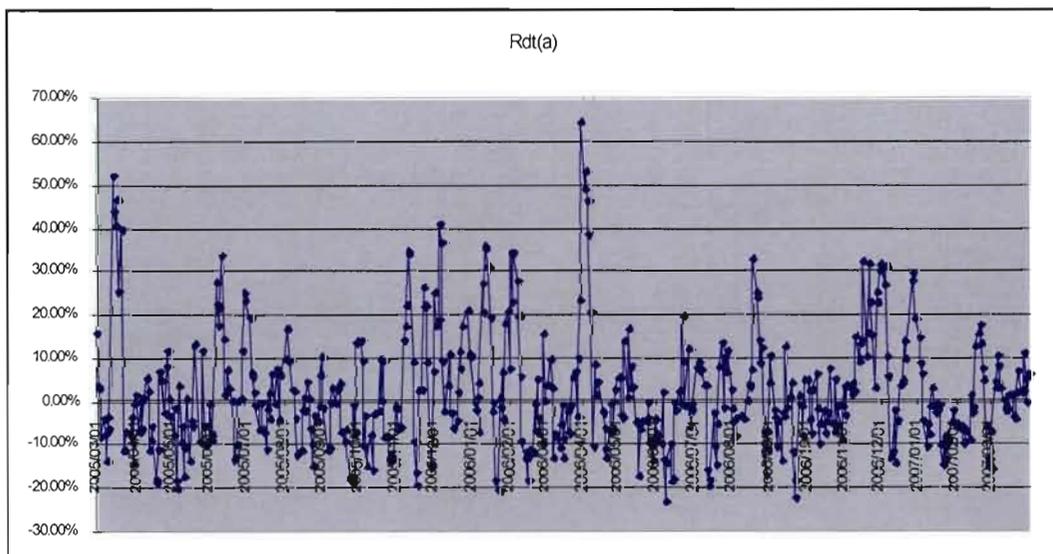


**Figure 5.14** Rendement anormal multiplié par le volume d'actions négociées et Orientation pour Mines de la Vallée de l'or Itée.

### 5.2.3 Les résultats empiriques et analyses présentés pour : Ressources Sirios inc.

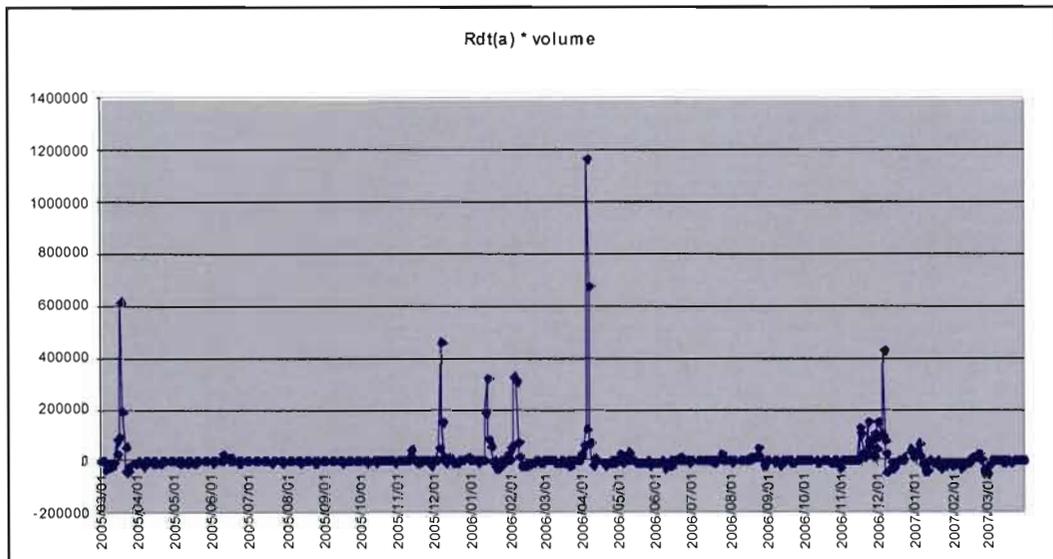
Suivant la même présentation, penchons-nous sur les résultats de l'entreprise Ressources Sirios inc., en considérant le graphique (figure 5.15) des rendements anormaux, suivi du graphique (figure 5.16) des rendements anormaux multipliés par le nombre d'actions négociées pour chaque période. Comme nous l'avons précisé préalablement, ce deuxième graphique (figure 5.16) cible les rendements anormaux significatifs et il est beaucoup plus facile de les isoler afin de les analyser.

Le graphique (figure 5.15), celui des rendements anormaux, permet d'identifier deux pics, sans toutefois tirer d'autres conclusions. Encore cette fois, le nombre de rendements anormaux élevés est important, ce qui reflète tout à fait le comportement d'une compagnie avec un prix volatil et très bas.



**Figure 5.15** Rendement anormal de Ressources Sirios inc.

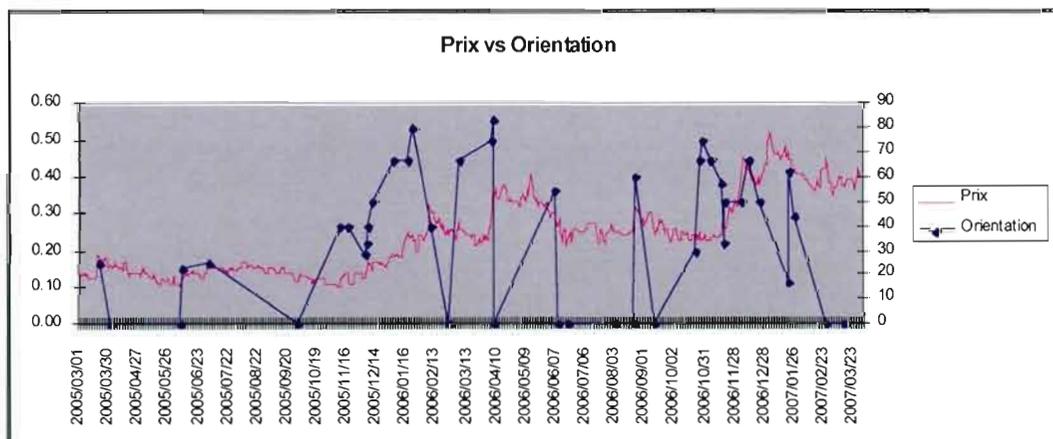
Le graphique (figure 5.16) témoigne que les rendements anormaux multipliés par le nombre d'actions négociées pour chaque période, ont été significatifs six fois sur l'horizon de la recherche et qu'ils sont majoritairement positifs.



**Figure 5.16** Rendement anormal multiplié par le volume d'actions négociées pour Ressources Sirios inc.

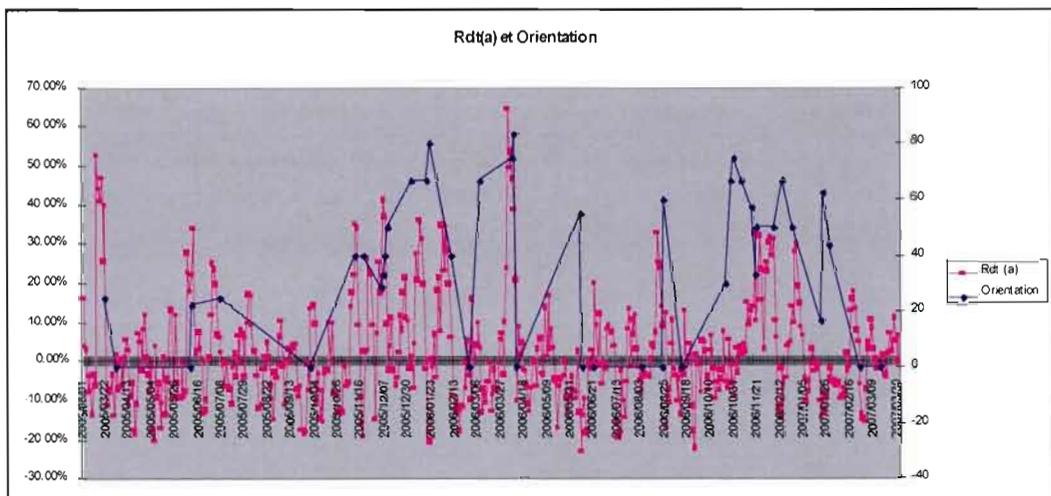
Voici les graphiques présentant le prix du titre (figure 5.17), les rendements anormaux (figure 5.18) et les rendements anormaux multipliés par le nombre d'actions négociées pour chaque période pour l'entreprise, juxtaposée à cela la variable Orientation (figure 5.19). Ces graphiques nous permettront de faire les analyses des périodes où il y a eu des diffusions de communiqués de presse et de déterminer si l'information financière influence le comportement des investisseurs, qui se traduit tel que mentionné préalablement par le rendement du titre boursier réduit des influences de tous les autres facteurs.

Ce graphique (figure 5.17) du prix et de la variable Orientation, nous permet d'avoir une première intuition sur les données préliminaires de la recherche, sans toutefois mesurer l'influence de l'information financière sur le comportement de l'investisseur.



**Figure 5.17** Le prix du titre et Orientation pour Ressources Sirios inc.

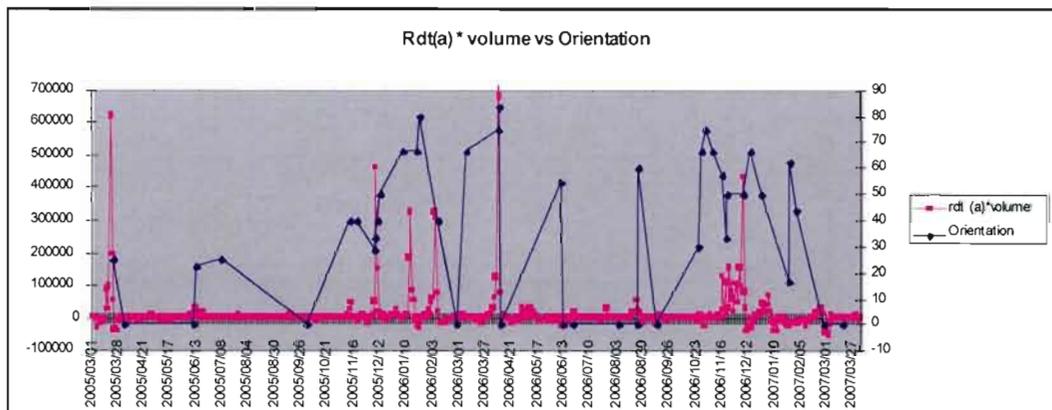
Le graphique suivant (figure 5.18), rendement anormal et variable Orientation, nous renseigne avec un peu plus de précision sur l'influence de l'information financière fournie par l'entremise des communiqués de presse. Certes, nous pouvons observer que certains pics de rendements correspondent à la diffusion de communiqués de presse, mais sans grande conviction. Les tests statistiques effectués nous révèlent la même conclusion, l'influence n'est pas significative. Nous pouvons donc affirmer que les variables Orientation ne sont pas corrélées avec les rendements anormaux.



**Figure 5.18** Rendement anormal et Orientation pour Ressources Sirios inc.

Pour nous permettre de bien cerner quels sont les rendements anormaux significatifs, nous avons multiplié ceux-ci par le volume d'actions négociées, ce qui nous permet de rendre plus visibles les changements réels de comportements des investisseurs. Ce graphique est révélateur, en effet nous pouvons observer que les pics correspondent à la diffusion de communiqués de presse. De plus, après avoir effectué les tests statistiques, nous pouvons affirmer que les variables Orientation sont corrélées avec les rendements anormaux multipliés par le volume d'actions négociées.

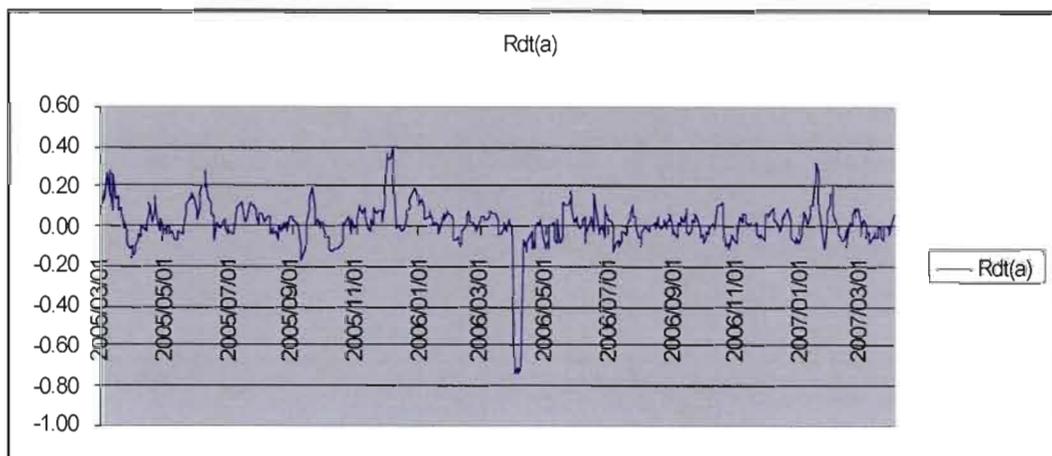
En somme, pour l'entreprise Ressources Sirios inc., nous pouvons affirmer que dans ce cas, l'hypothèse de départ est vérifiée quantitativement. Il est toutefois primordial d'analyser les résultats de façon plus globale afin d'en déceler les grandes tendances et les constats de la recherche, ce qui sera effectué dans la section suivante (voir tableaux des données à l'Annexe C).



**Figure 5.19** Rendement anormal multiplié par le volume d'actions négociées et Orientation pour Ressources Sirios inc.

#### 5.2.4 Les résultats empiriques et analyses présentés pour : Mines d'or Virginia inc.

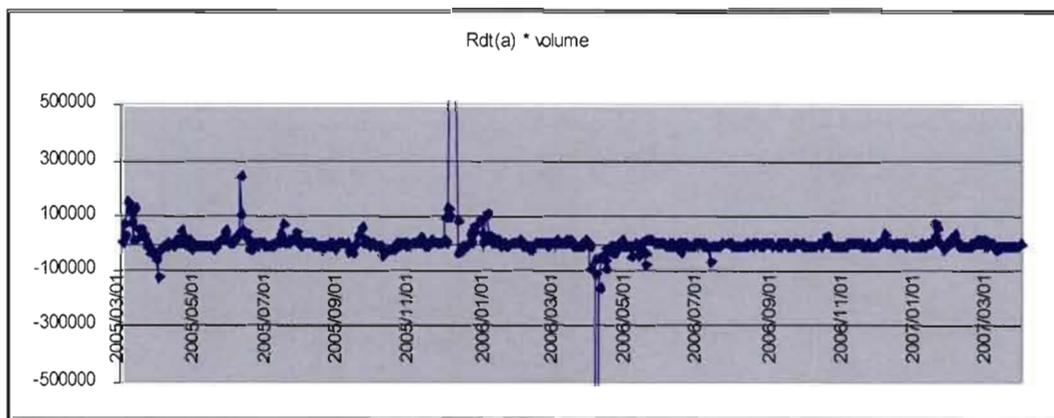
Suivant le même ordre de présentation, le graphique (figure 5.20) représentant les rendements anormaux, suivi du graphique (figure 5.21) présentant les rendements anormaux multipliés par le nombre d'actions négociées pour chaque période. Comme nous l'avons précisé préalablement, ces données ciblent les rendements anormaux significatifs et il est beaucoup plus facile de les isoler pour en tirer de bonnes conclusions.



**Figure 5.20** Rendement anormal de Mines d'or Virginia inc.

Le graphique des rendements anormaux (figure 5.21) se démarque avec deux pics majeurs, un positif et un autre très négatif. Les rendements anormaux sont beaucoup plus petits en comparaison des autres entreprises observées. Cela correspond tout à fait au fait que c'est une entreprise avec une capitalisation boursière plus importante et dont le prix du titre boursier est plus élevé.

Ce graphique confirme que les rendements multipliés par le nombre d'actions négociées pour chaque période ont été significatifs six fois sur l'horizon de la recherche et qu'ils sont positifs dans cinq cas, et négatifs dans un cas. Il est à noter que deux d'entre eux se démarquent de façon significative, cela laisse percevoir que des événements majeurs se sont produits pour ces deux périodes.



**Figure 5.21** Rendement anormal multiplié par le volume d'actions négociées pour Mines d'or Virginia inc.

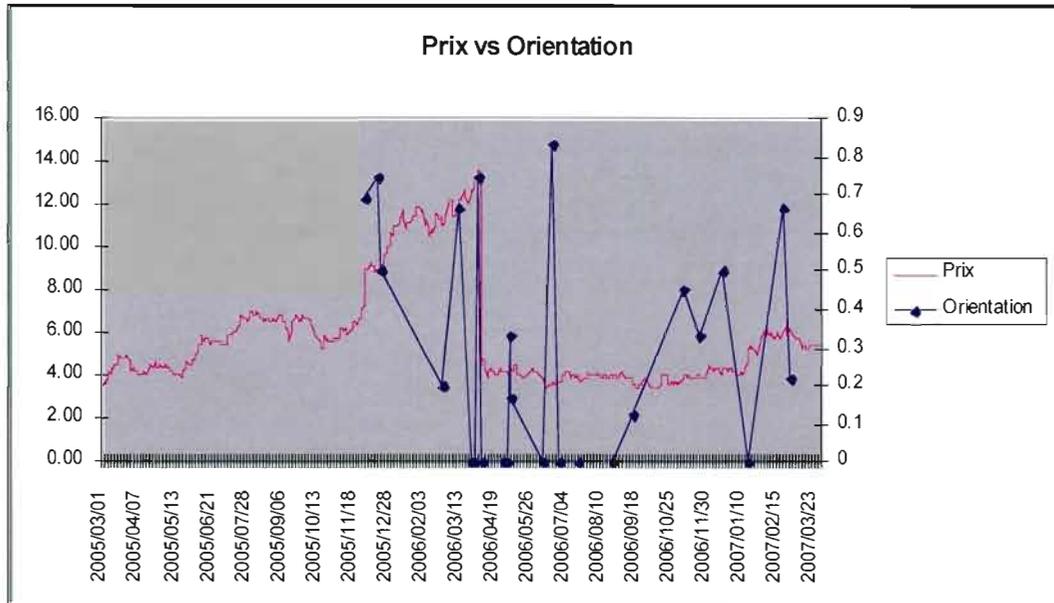
Ensuite, voici les graphiques présentant le prix du titre, les rendements anormaux et les rendements anormaux multipliés par le nombre d'actions négociées pour chaque période pour l'entreprise, juxtaposée à cela la variable Orientation. Ces graphiques nous permettront d'analyser les périodes où il y a eu des diffusions de communiqués de presse et de déterminer si l'information financière influence le comportement des investisseurs.

Ce graphique (figure 5.22), prix et variable Orientation, nous permet d'avoir un premier regard sur les données préliminaires de la recherche, sans toutefois mesurer l'influence de l'information financière sur le comportement de l'investisseur. Dans ce cas-ci, l'entreprise a été l'objet d'une offre d'achat et d'une acquisition de la part de Goldcorp, ce qui est représenté par une hausse de prix du titre le 12 décembre 2005, à l'annonce et d'une forte baisse à l'acquisition, le 3 avril 2006. Cette baisse n'est pas une baisse réelle de la valeur de l'entreprise, elle s'explique par le fait qu'à l'acquisition l'actionnaire recevait<sup>56</sup> 0,40 action de Goldcorp et 0,5 action d'une nouvelle compagnie publique d'exploration (« Nouvelle Virginia »).

---

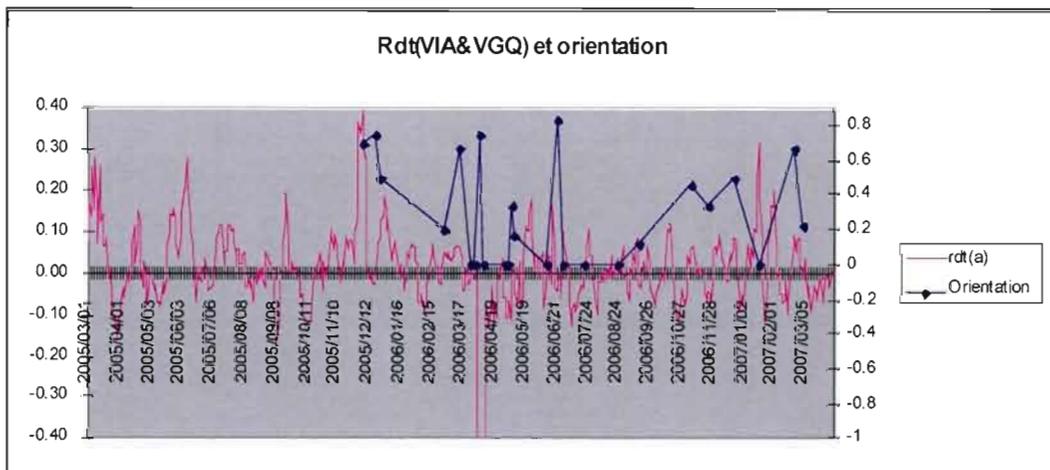
<sup>56</sup> Mines d'Or Virginia inc. *Communiqué de presse du 5 décembre 2005* : « Mines d'Or Virginia inc. (VIA:TSX) est heureuse d'annoncer la signature d'une entente par laquelle Goldcorp inc. (G:TSX; GG:NYSE) fera l'acquisition de toutes les actions émises et en circulation de Virginia en vertu d'un plan d'arrangement. Selon cette entente, chaque actionnaire de Virginia recevra 0,40 action de Goldcorp et 0,5 action d'une nouvelle compagnie publique d'exploration (« Nouvelle Virginia ») pour chaque action détenue de Virginia. Virginia transférera à la Nouvelle Virginia approximativement 31 millions de dollars canadiens en liquidités et titres (incluant les montants à recevoir et investissements à court et long terme), les liquidités provenant des options et des bons de souscription exercés avant la clôture, tous les actifs miniers autres que ceux d'Éléonore ainsi qu'une royauté escalatoire de revenus de fonderie de 2 % sur la propriété Éléonore. Basée sur la moyenne pondérée du cours du titre des 10 derniers jours de transaction pour chacune des compagnies sur la Bourse de Toronto, la transaction évalue à 9,87 dollars la valeur de chacune des actions de Virginia et la valeur de chaque 0,50 action de la Nouvelle Virginia à 1,23 dollar canadien, ce prix étant basé sur la juste valeur du marché des actifs et des liquidités. La contrepartie totale reçue par les actionnaires de Virginia représente une prime approximative de 43 %, laquelle est basée sur la période de 10 jours précitée ». 2005, 5 décembre. En ligne. <<http://www.virginia.qc.ca/>>. Consulté le 25 octobre 2007.

Le prix du titre et Orientation pour Mines d'or Virginia inc.



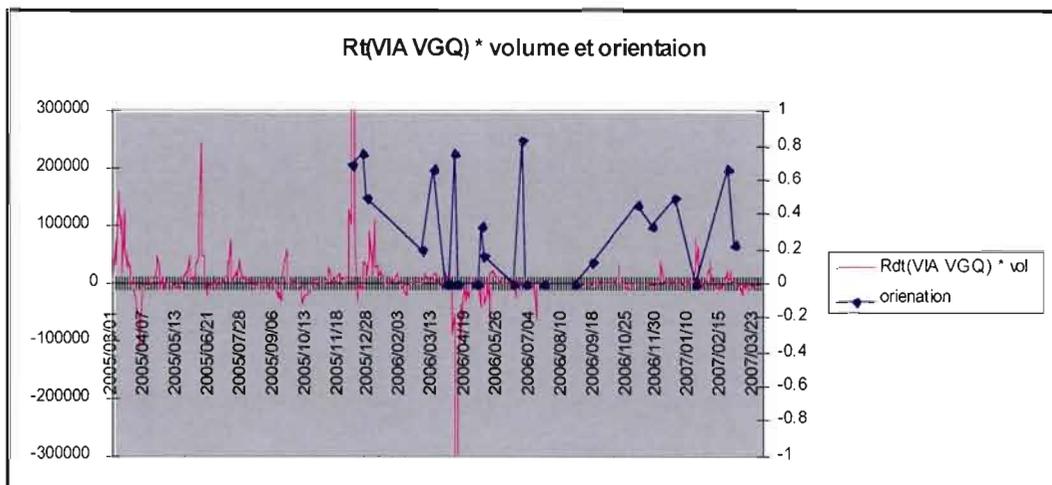
**Figure 5.22** Le prix du titre et Orientation pour Mines d'or Virginia inc.

Le graphique suivant, intitulé Rendement anormal et variable Orientation (figure 5.23), nous renseigne avec un peu plus d'exactitude sur l'influence de l'information financière. Nous pouvons donc observer que certains pics de rendements anormaux correspondent à la diffusion de communiqués de presse, toutefois aucune tendance n'est pas facilement décelable. Les tests statistiques effectués nous révèlent que les deux variables ne sont pas dépendantes. Nous pouvons donc affirmer que les variables Orientation ne sont pas corrélées avec les rendements anormaux sur la période observée. Cela s'explique par le fait que dans la période s'écoulant entre l'offre d'achat de l'entreprise par Goldcorp (le 5 décembre 2005) jusqu'à l'achat définitif, l'acquisition (le 3 avril 2006), le titre de Mines d'or Virginia est ajusté au titre de Goldcorp. Donc, les variations de prix sont dépendantes des variations du prix de l'acheteur et, par conséquent, il est tout à fait normal que la publication de communiqués de presse par l'entreprise n'ait pas un impact significatif sur le rendement du titre.



**Figure 5.23** Rendement anormal et Orientation pour Mines d'or Virginia inc.

De plus, la même explication prévaut pour le prochain graphique, les rendements anormaux multipliés par le volume d'actions négociées et la variable Orientation (figure 5.24). Ainsi, les tests statistiques confirment la tendance des résultats, les variables ne sont pas dépendantes.

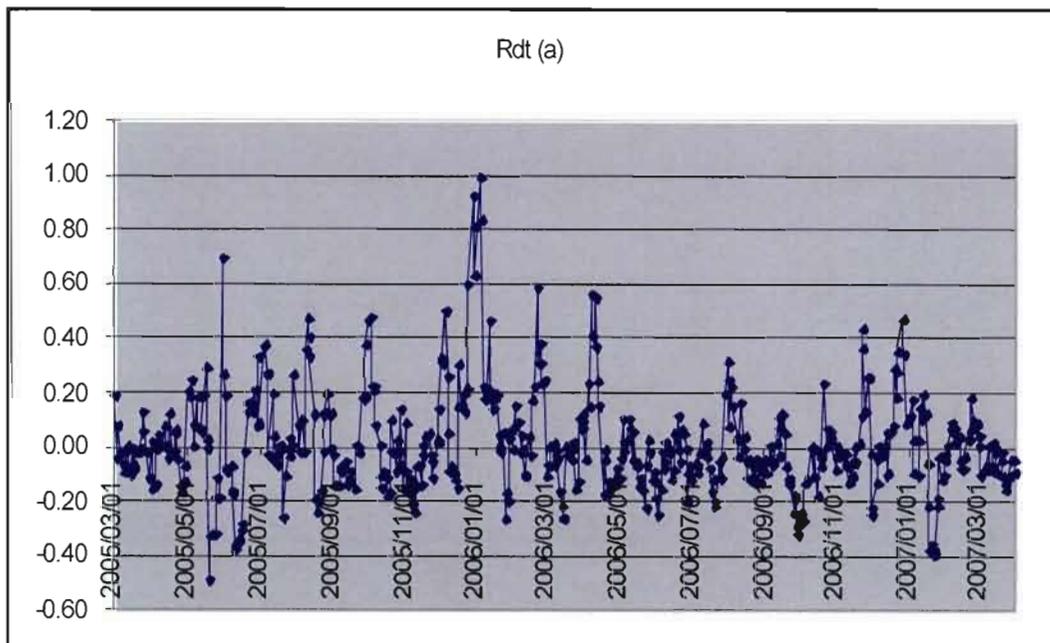


**Figure 5.24** Rendement anormal multiplié par le volume d'actions négociées et Orientation pour Mines d'or Virginia inc.

En somme, pour l'entreprise Mines Virginia inc., nous pouvons affirmer que, dans ce cas, l'hypothèse de départ n'est pas vérifiée quantitativement. Malgré ce fait, la situation est beaucoup plus complexe et elle mérite d'être regardée en profondeur, puisque cette entreprise a été l'objet d'une acquisition par Goldcorp. Pendant cette période, le titre de Mines Virginia dépendait de la fluctuation du titre de Goldcorp et non principalement du contenu de ses communiqués de presse. Il est donc important de regarder les résultats de la recherche dans leur ensemble, et c'est ce que nous ferons dans le prochain chapitre. Toutefois, nous pouvons déjà tirer une conclusion : nous nous attendions à ce que les variables soient corrélées avec la variable Orientation, mais à l'observation de cette entreprise, nos conclusions semblent infirmer l'hypothèse de départ (voir tableaux des données à l'Annexe C).

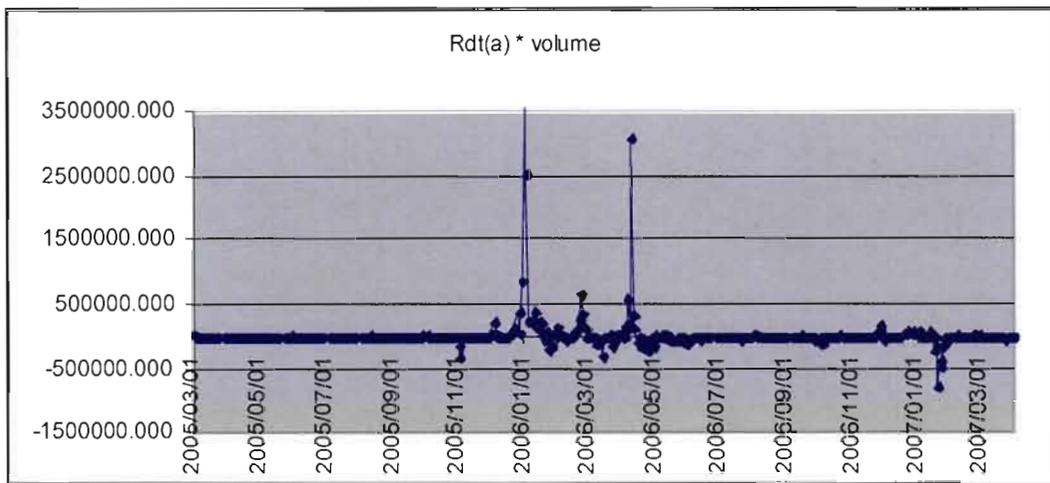
### 5.2.5 Les résultats empiriques et analyses présentés pour : Exploration Typhon inc.

Suivant la même logique, le graphique présentant les rendements anormaux, suivi du graphique présentant les rendements anormaux multipliés par le nombre d'actions négociées pour chaque période (figures 5.25 et 5.26). Comme nous l'avons précisé préalablement, ces données ciblent les rendements anormaux significatifs. Le graphique des rendements anormaux, permet d'identifier plusieurs pics, sans toutefois tirer d'autres conclusions. Encore cette fois, le nombre de rendements anormaux élevés est important, ce qui reflète tout à fait le comportement d'une compagnie avec un prix volatil et très bas.



**Figure 5.25** Rendement anormal d'Exploration Typhon inc.

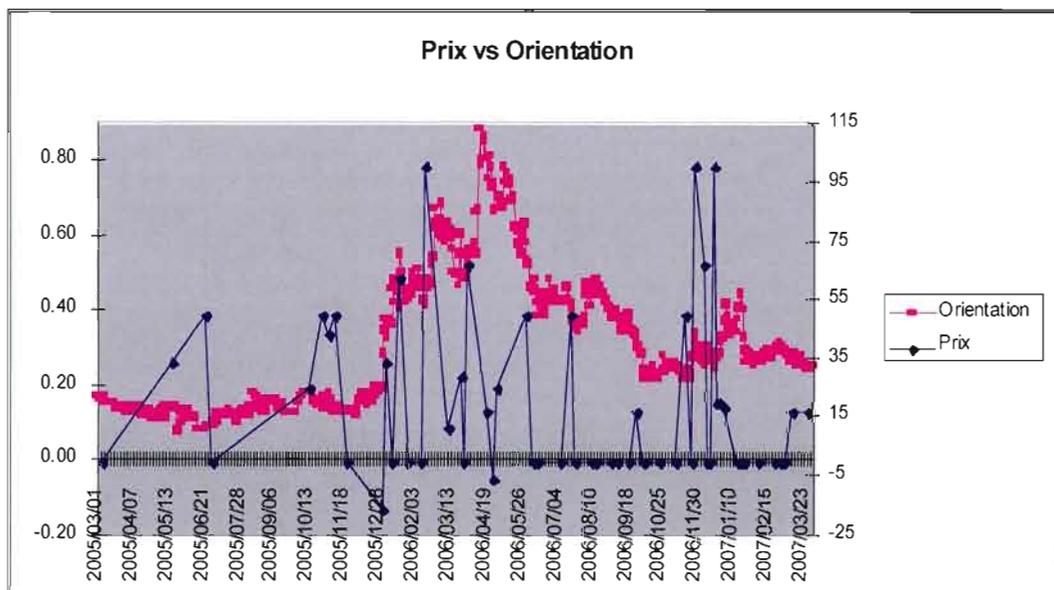
Le graphique (figure 5.26) témoigne du fait que les rendements anormaux multipliés par le nombre d'actions négociées pour chaque période ont été très significatifs deux fois sur l'horizon de la recherche et que deux autres pics beaucoup moins significatifs émergent, l'un positif et l'autre négatif.



**Figure 5.26** Rendement anormal multiplié par le volume d'actions négociées pour Exploration Typhon inc.

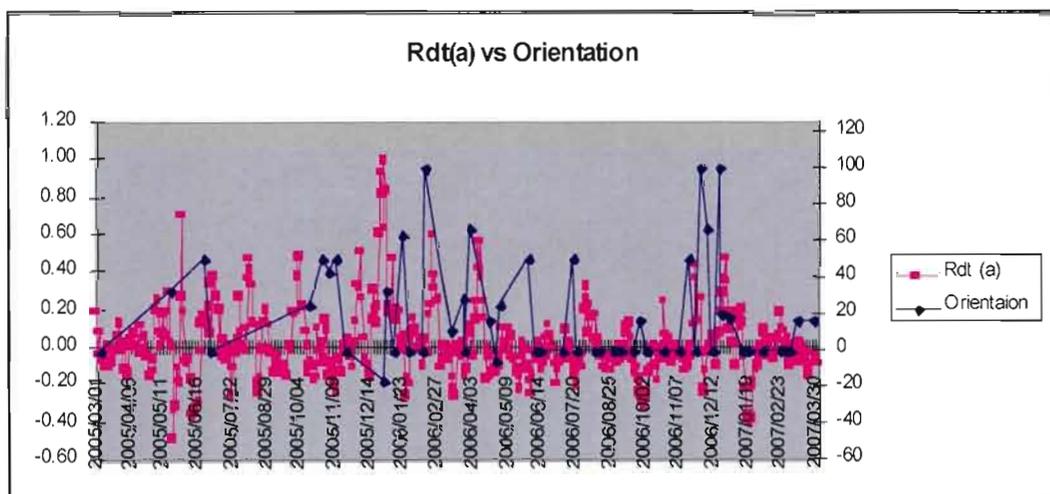
Ensuite, considérons les graphiques présentant le prix du titre, les rendements anormaux et les rendements anormaux multipliés par le nombre d'actions négociées pour chaque période pour l'entreprise, juxtaposée à cela la variable Orientation (figures 5.27, 5.28 et 5.29). Ces graphiques nous permettront de faire les analyses des périodes où il y a eu des publications de communiqués de presse et de déterminer si l'hypothèse de départ est confirmée.

Ce graphique, prix et variable Orientation, nous permet encore cette fois, d'avoir une première intuition sur les données préliminaires de la recherche, sans toutefois mesurer l'influence de l'information financière sur le comportement de l'investisseur.



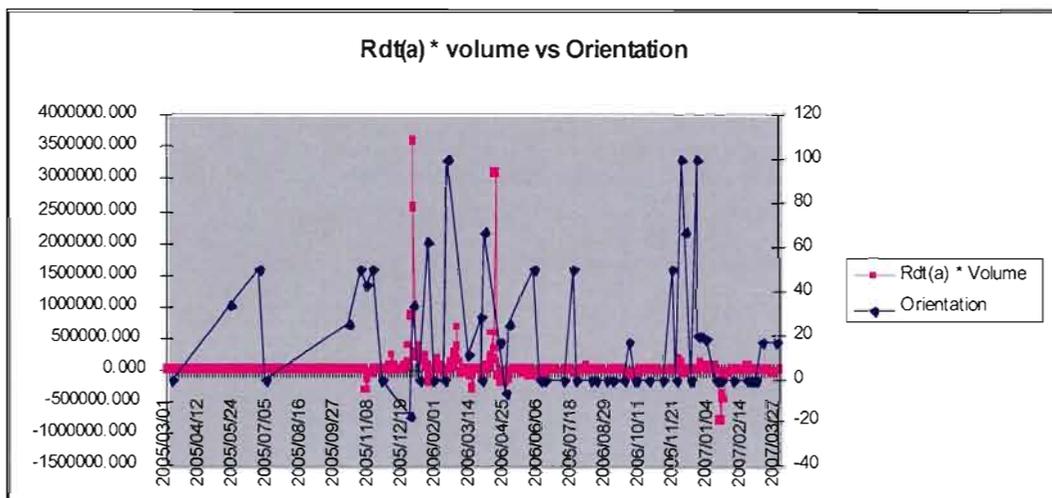
**Figure 5.27** Le prix du titre et Orientation pour Exploration Typhon inc.

Tandis que le graphique suivant, le rendement anormal et la variable Orientation (figure 5.28), nous renseigne avec un peu plus de précision sur l'influence de l'information financière fournie par l'entremise des communiqués de presse. Nous pouvons donc observer que certains pics de rendements correspondent à la publication de communiqués de presse, sans grande conviction. De plus, c'est ce que les tests statistiques effectués nous révèlent : les deux variables ne sont pas corrélées. Nous pouvons donc affirmer que les variables Orientation ne sont pas corrélées avec les rendements anormaux.



**Figure 5.28** Rendement anormal et Orientation pour Exploration Typhon inc.

Pour nous permettre de bien cerner quels sont les rendements anormaux significatifs, nous avons multiplié ceux-ci par le volume d'actions négociées, ce qui nous permet de rendre plus visibles les changements réels de comportements des investisseurs. Ce graphique ne nous permet pas de confirmer l'influence de l'information financière avec le comportement des investisseurs. De plus, après avoir effectué les tests statistiques, nous pouvons affirmer que les variables Orientation ne sont pas corrélées avec les rendements anormaux multipliés par le volume d'actions négociées.



**Figure 5.29** Rendement anormal multiplié par le volume d'actions négociées et Orientation pour Exploration Typhon inc.

En somme, pour l'entreprise Typhon Ressources inc., nous pouvons affirmer que l'hypothèse de départ ne peut être confirmée quantitativement. Nous ne devrions pas nous arrêter à une analyse quantitative des résultats, mais approfondir l'analyse de façon beaucoup plus globale. Cette approche sera abordée dans la prochaine section de ce mémoire (voir tableaux des données à l'Annexe C).

### **5.3 La conclusion de l'analyse des résultats**

Rappelons que l'hypothèse de notre problématique cherche à savoir si l'information financière contenue dans les communiqués de presse, diffusée par les médias, influence le comportement des investisseurs. Or, après l'analyse des résultats, nous pouvons avancer que la diffusion d'information financière, par l'entremise de communiqués de presse, influence de façon non significative le comportement des investisseurs.

Les résultats de l'analyse de contenu présentés dans un premier temps nous ont permis de tirer des conclusions préliminaires : le contenu des communiqués de presse pour l'ensemble des entreprises est en majorité neutre et la très grande majorité, les deux tiers, des unités d'information sont aussi neutres, alors que le tiers seulement est positif. Ces résultats satisfont nos hypothèses puisque nous avons supposé que la majorité des communiqués de presse seraient neutres prenant en compte toute la législation s'appliquant à ce secteur et à la sensibilité de certains sujets en particulier. De plus, en ce qui a trait aux sujets, « les résultats de programme » est celui qui présente l'orientation la plus favorable de ces quatre compagnies du secteur de l'exploration minière. Il est suivi de près par le sujet « la clôture d'un financement ». Comme nous l'avons expliqué préalablement, nous avons choisi l'indice Orientation plus propice à notre recherche afin d'effectuer les analyses voulues. Les résultats nous permettent de tirer les conclusions suivantes, les sujets ayant l'indice Orientation le plus favorable renferment donc un grand intérêt pour les investisseurs, Ce, puisque la question de base pour le codage est unités d'information concerne la perception d'un investisseur dans le secteur de l'exploration minière et non l'intérêt de l'entreprise émettrice et c'est dans ce sens que l'analyse s'est construite.

Dans un deuxième temps, les résultats financiers présentés nous ont informés sur le comportement des investisseurs pour chaque entreprise. Toutefois, il faut associer ces résultats aux résultats de l'analyse de contenu, pour nous permettre de vérifier l'hypothèse de départ, soit l'influence de l'information financière sur le comportement des investisseurs.

Finalement, les résultats de l'analyse de la croisée des résultats de l'analyse de contenu et des résultats financiers ont été présentés par des graphiques et ils nous ont permis de tirer des conclusions qui ne nous permettraient pas de confirmer, sans aucun doute, notre hypothèse de départ.

Dans la section suivante, la discussion, nous présenterons, d'une part, une analyse générale tirée des résultats et, d'autre part, des constats généraux trouvés à partir de la recherche. Tout cela en rappelant les principaux concepts du cadre théorique afin de faire un lien épistémologique avec les théories sous-jacentes.

## CHAPITRE VI

### DISCUSSION

Notre recherche tente de démontrer l'existence d'une relation entre le comportement des investisseurs et la diffusion de l'information financière, par les médias au moyen des communiqués de presse, issue des entreprises du secteur de l'exploration minière québécoise.

Si nos résultats ne nous permettent pas de conclure hors de tout doute que l'information financière, issue des communiqués de presse, influence le comportement des investisseurs, nous pouvons néanmoins émettre des commentaires sur les résultats de cette étude afin d'en dégager les grandes tendances et d'en tirer des constats généraux. Tout cela en nous appuyant sur les théories sous-jacentes à la construction de l'objet de recherche.

Il est tout d'abord important d'analyser les conclusions préliminaires tirées de l'analyse de contenu globale des quatre entreprises. Nous tentons d'abord de déterminer si le rôle joué par les communiqués de presse est important dans la perception des investisseurs et, si tel est le cas, quel sujet tient un rôle prédominant. Les résultats de l'étude nous ont permis d'affirmer que l'ensemble des compagnies a diffusé des communiqués majoritairement neutres. Cela signifie que la forme écrite de l'information financière diffusée par l'entreprise, a un impact limité sur la perception des investisseurs. Ces résultats satisfont notre hypothèse puisque nous avons supposé que la majorité des communiqués de presse seraient neutres, tenant compte de toute la législation s'appliquant à ce secteur. Les exigences légales et réglementaires très strictes auxquelles doivent se soumettre les entreprises, après l'entrée en vigueur de la loi 43-101, servent à protéger les investisseurs, et les mesures prises sont saluées par tous les intervenants. Si nous poussons nos réflexions un peu plus loin, les résultats de l'étude nous laissent croire que la neutralité des unités d'information est due entre

autres aux répercussions des règles de divulgation de l'information financière qui structurent l'information dans un langage hermétique et technique qui, dans certains cas, nuit à la compréhension d'un message clair par les investisseurs.

En ce sens, nous croyons que c'est généralement la qualité et la nature de l'information financière (la nouvelle, les sujets) contenue dans le communiqué qui influence la perception des investisseurs. De fait, les Services de relations publiques ont très peu de manœuvre et de liberté, dans ce secteur spécifique, pour écrire et diffuser l'information. Donc, nos résultats sont en partie en accord avec les recommandations de Dagenais (1997). Dans son livre, il propose au communicateur de prêter une attention toute particulière au contenu. Celui-ci doit non seulement avoir une importance pour l'entreprise, mais encore faut-il qu'il intéresse le public visé. Par ce fait, le communicateur doit se poser, dans ce cas-ci, la question de savoir si la nouvelle est importante pour l'investisseur. Dagenais affirme aussi que l'information doit être valide, claire et contenir tous les détails. Pour attirer l'attention du public, la nouvelle doit mettre en évidence certains éléments dont : l'écart à la norme, la nouveauté, la proximité, l'impact sur le public, l'immédiateté de l'événement, l'intérêt, l'ampleur, la controverse, la singularité et la manchette. Toutefois, malgré l'importance du contenu, Dagenais (1997) croit que la valeur de l'information est directement dépendante du contexte dans lequel elle sera rédigée.

De plus, comme l'affirme Dagenais (1997) au sujet de la fréquence de diffusion des communiqués de presse, il n'est pas nécessaire de publier des communiqués pour chaque occasion, ni d'en diffuser de tous les genres chaque fois, au risque de voir la crédibilité de l'entreprise mise à l'épreuve. Comme en témoignent les résultats obtenus pour toutes les entreprises, mais principalement ceux démontrés par l'entreprise Typhon ltée, le nombre de communiqués diffusés n'influence pas la perception des investisseurs. Bien qu'elle ait publié 61 communiqués, soit près de deux fois plus que la moyenne de la diffusion des autres entreprises, les résultats de l'analyse du comportement des investisseurs ne sont pas en corrélation avec ce nombre élevé de communiqués. Nous pouvons aussi nous pencher sur la densité des communiqués, c'est-à-dire le nombre moyen d'unités d'information retracées par

communiqué, pour cette recherche est de 6,1 (975/160). La moyenne des articles de presse, selon les observations de l'analyste Christian Leray de la Chaire en Relations Publiques, est de 6,2. Ce qui nous laisse supposer que nos communiqués de presse sont relativement longs pour des communiqués financiers. En somme, la fréquence de diffusion et la densité n'influencent pas de façon significative le comportement des investisseurs, ce qui vient appuyer notre l'hypothèse de départ.

Comme nous l'avons mentionné et démontré préalablement, contrairement aux recommandations formulées par Dagenais (1997), nous en venons à la conclusion que la manière dont le communiqué est rédigé n'influence pas la perception des publics (à cause de la neutralité des résultats de l'étude de contenu) et que certains sujets influencent la perception des investisseurs beaucoup plus que d'autres. Cependant, Dagenais (1997) croit que la présentation et la forme du communiqué doivent répondre à des règles professionnelles afin de ne pas indisposer le gouvernement, le secteur boursier, l'industrie concernée, le public intéressé, etc. En ce sens, il accorde autant d'importance à la forme et à la structure technique du communiqué qu'à son contenu. Nous pouvons cependant faire l'hypothèse que si le langage utilisé pour répondre aux règlements en vigueur était moins hermétique, il se pourrait que les résultats de cette recherche aient été différents. Ce qui nous laisse croire que l'utilisation de spécialistes en relations publiques pourrait être bénéfique pour les entreprises de l'étude.

De plus, nos résultats sont en majeure partie en accord avec la théorie de Grunig et Hunt (1984), qui stipule que le contenu de la diffusion d'information doit être juste, clair et pertinent et que l'information doit être signifiante pour les publics de l'entreprise; les objectifs doivent être ciblés; le contenu doit être clair et simple et qu'elle doit répondre aux exigences légales. Nous pouvons grâce à nos résultats émettre l'hypothèse que si l'information communiquée était compréhensible pour les investisseurs, donc diffusée dans un langage simple et clair, elle influencerait probablement le comportement des investisseurs dans une plus grande proportion que celle de l'étude. Les auteurs abordent aussi le rôle du Service de relations publiques dans la diffusion de l'information financière. Ils rappellent que

cette dimension du Service des relations publiques d'une entreprise est soumise à une stricte réglementation : le contenu de l'information se doit d'être objectif et il doit répondre aux normes en vigueur régies par les gouvernements et les Bourses, tel est le cas de l'industrie de l'exploration minière du Québec. De plus, l'information confidentielle doit être diffusée immédiatement pour éviter les fuites et la circulation de rumeurs. La diffusion d'informations prématurées n'est pas recommandée et toutes les informations devraient être publiées en précisant leur contexte.

Selon les auteurs, non seulement la communication financière doit être limpide pour éviter toute mauvaise interprétation, elle doit aussi être rédigée dans une langue simple, permettant ainsi aux investisseurs non professionnels d'en comprendre le contenu. En ce sens, comme Grunig et Hunt (1984), les publics financiers de l'entreprise sont très importants puisque ce sont eux qui prennent la décision d'acheter ou de vendre le titre boursier en question, entraînant des conséquences importantes sur la capitalisation des entreprises et sur leurs publics : les actionnaires, les futurs actionnaires, la communauté financière et les médias.

Puisque nous avons démontré, à travers les résultats de l'analyse de contenu, l'importance du contenu de certains des **sujets** en particulier du communiqué de presse sur la perception des investisseurs, nous pouvons maintenant montrer quel sujet tient un rôle prédominant. Nous avons donc constaté que le sujet ayant l'orientation la plus favorable pour les quatre compagnies du secteur de l'exploration minière est « les résultats de programme ». Ce sujet est donc celui qui a le plus d'impact sur la perception des investisseurs. Ce résultat va dans le même sens que notre deuxième hypothèse de départ concernant l'analyse de contenu, puisqu'il est après tout le sujet ayant une grande importance aux yeux des investisseurs, comme préconisé par Grunig et Hunt (1984).

L'analyse de ces résultats confirme nos deux hypothèses, puisque nous avons supposé que la majorité des communiqués de presse seraient neutres, tenant compte de toute la législation s'appliquant à ce secteur et que l'information contenue dans le communiqué a un

impact limité sur le comportement des investisseurs et nous avons supposé que le sujet ayant l'orientation la plus favorable pour les quatre compagnies du secteur de l'exploration minière est « les résultats de programme ».

Après avoir tiré les conclusions préliminaires de l'analyse de contenu globale des quatre entreprises, nous interpréterons les résultats de l'analyse croisée des contenus et des résultats financiers. Les résultats financiers présentés au chapitre précédent nous ont informés sur le comportement des investisseurs pour chaque entreprise. Toutefois, il faut associer ces résultats à ceux de l'analyse de contenu, pour nous permettre de vérifier (ou d'infirmer) l'hypothèse de départ. Les résultats de l'analyse croisée ne furent pas significativement concluants, car seulement une des quatre entreprises nous a permis de vérifier l'hypothèse de départ, à savoir que la diffusion de l'information financière, par l'intermédiaire des communiqués de presse, pour les entreprises de l'exploration minière québécoises, influe sur le comportement des investisseurs.

En somme, nous ne pouvons pas tirer une conclusion finale de l'analyse croisée effectuée permettant de vérifier hors de tout doute la relation entre la diffusion d'information financière et le comportement des investisseurs, sans tenir compte des limites auxquelles l'étude est contrainte. Nous croyons que l'hypothèse de départ n'est pas confirmée hors de tout doute, parce qu'il y a des limites importantes et que plusieurs facteurs n'ont pu être vérifiés dans le cadre de cette étude; il serait très intéressant de les vérifier dans le cadre de recherches ultérieures.

Il faut tenir compte d'abord de la taille de l'échantillon. L'étude portait sur quatre entreprises, ce nombre est trop petit pour permettre d'extrapoler une généralisation des résultats de façon à englober tout le secteur ou d'appliquer les résultats à toutes les entreprises d'exploration minière canadiennes ou seulement québécoises. Les conclusions effectuées seront relatives à ces quatre entreprises et, dans une prochaine étude, nous pourrions augmenter le nombre d'entreprises comprises dans l'échantillon pour nous permettre de faire des extrapolations sur les résultats obtenus.

Dans le même ordre d'idées, notre recherche a été effectuée dans le secteur de l'exploration minière, ce secteur est si caractéristique et si différent des autres secteurs, tant par ses spécificités que par sa forme, qu'il est impossible d'extrapoler nos conclusions de façon globale à l'ensemble des entreprises québécoises. Dans une prochaine recherche, il serait très intéressant de faire la même analyse pour un autre secteur d'activités économiques.

De plus, compte tenu des caractéristiques particulières du secteur minier, des attentes de performance et du nombre de facteurs d'influence non quantifiables, nous ne pouvons appliquer une seule conclusion globale à tout autre secteur de l'économie. À titre d'exemple, nous pensons aux rumeurs, qui peuvent faire varier le prix du titre boursier sans que nous puissions en mesurer l'impact. Nous pensons aussi à la proximité de certains terrains appartenant à des entreprises différentes, dans l'éventualité où l'une des entreprises trouve de l'or en quantité significative, cela va affecter le prix du titre à la hausse ainsi que tous les titres des entreprises ayant des terrains à proximité de la découverte. De plus, nous pensons à l'influence que les autres entreprises peuvent avoir sur le titre boursier à cause de commentaires émis ou des actions données. Ces facteurs, et bien d'autres, peuvent donc avoir une influence considérable sur la variation du prix du titre boursier sans que nous puissions en mesurer l'impact.

Ensuite, dans cette étude, la variation du titre boursier est calculée selon le prix de fermeture de la séance boursière et non selon le prix reflété à la sortie de l'information financière, une information qui peut être diffusée à n'importe quelle heure de la journée. Il n'est donc pas possible de mesurer l'impact en temps réel, à la sortie du communiqué de presse, de l'information financière sur la variation du titre boursier. Il aurait été très intéressant de faire une étude en temps réel, cela pourra être effectué dans une étude future.

De plus, notre étude portait sur l'analyse de contenu des communiqués de presse seulement, cela restreint plusieurs autres sources de diffusion d'information telles que les conférences de presse, les articles de journaux, la couverture à la télévision, Internet, etc. Il

pourrait être intéressant de vérifier ces impacts de manière spécifique dans le cadre d'une autre recherche.

Il est aussi important de souligner que malgré le fait que l'hypothèse n'a pas pu être confirmée, la théorie d'efficacité des marchés n'est aucunement remise en cause. Rappelons que cette théorie soutient que les prix courants sur le marché financier sont établis de sorte que la prévision optimale du rendement d'un titre, basée sur un ensemble d'informations disponibles, est égale au rendement du titre. En d'autres mots, sur un marché efficient, le prix d'un titre reflète pleinement toute l'information disponible. Cette théorie nous permet de mesurer le comportement des investisseurs face à la nouvelle. Toutefois, plusieurs facteurs influent sur le comportement de l'investisseur, simultanément à la diffusion de communiqués de presse, de sorte qu'il est quasi impossible d'isoler l'influence d'une seule variable.

Ainsi, nous ne pouvons pas confirmer notre hypothèse et tirer une conclusion globale qui permettrait la généralisation de nos résultats à tous les autres secteurs d'activités, si nous prenons en compte toutes les limites de l'étude et tous les facteurs non vérifiés. Nous pouvons par contre établir quelques constats généraux.

Un premier grand constat se dégageant de notre étude est que les entreprises observées utilisent le modèle asymétrique élaboré par Grunig et Hunt (1984) plutôt que le modèle asymétrique bidirectionnel ou le modèle symétrique bidirectionnel, le dernier modèle qui constitue selon les auteurs l'idéal de la fonction des relations publiques à cause du seul mode de communication observé et évalué qui est le communiqué de presse. Comme Grunig et Hunt (1984, p348) l'affirment dans leur théorie, les spécialistes en relations publiques ont un champ d'action très limité à cause des normes législatives s'appliquant particulièrement au secteur de l'exploration minière : « *...legal requirements for adequate and timely disclosure of financial information essentially limit financial PR specialists to the public-information or two-way symmetric models ...* ». C'est d'ailleurs pour cela, selon les auteurs, qu'il est difficile d'utiliser le modèle de communication symétrique bidirectionnelle, les spécialistes en relations publiques s'en remettant alors au modèle de communication de l'information au

public dans le cas de l'information financière. C'est tout à fait à la même conclusion que nous parvenons : le type d'information véhiculé par les communiqués de presse, principalement de l'information financière, et le cadre législatif auquel le secteur est contraint rendent difficilement applicable tout autre modèle de communication entre une entreprise et ses parties prenantes.

Un deuxième grand constat se traduit par le fait que les entreprises observées n'ont pas de relationniste, ou de Service de relations publiques, car c'est le président qui assume cette fonction ou un membre de la haute direction. Nous préconisons donc l'introduction d'une fonction de relationniste au sein de ces entreprises ou de Services de relations publiques. En ce sens, nous rejoignons Dagenais (1997), qui suggère aux entreprises désirant transmettre de l'information à leur public ou de gérer un événement, de pratiquer la communication comme outil de gestion et de confier cette fonction à des spécialistes. Cela permettrait aux entreprises qui ne veulent pas uniquement transmettre de l'information, mais plutôt gérer une situation complexe, de faire accepter à leur public et aux médias leur prise de position. Cette gestion doit tenir compte du fait que ce n'est plus seulement le diffuseur (l'entreprise) qui décide des informations qui seront discutées sur la place publique, mais c'est le récepteur, ici l'investisseur, qui exprime ses attentes et ses exigences. Toutefois, Dagenais croit qu'au-delà de la circulation d'information, l'entreprise doit continuellement travailler son image institutionnelle. Elle doit être à l'écoute de ses parties prenantes et soigner sa réputation. En somme, selon Dagenais (1997), l'entreprise doit gérer son rapport avec l'environnement par la communication.

En ce sens, comme l'affirment Maisonneuve, Lamarche et St-Amand (2003, p. 32) : « Judicieusement utilisées par les entreprises, les relations publiques contribuent à améliorer leur mode de gestion et de communication ainsi que la perception qu'ont les divers publics de ses entreprises. Les relations publiques peuvent réunir les conditions nécessaires à l'établissement d'un réel dialogue avec leurs interlocuteurs de l'entreprise, lui permettant ainsi d'être influencée autant que d'influencer. » Cette nouvelle fonction, si elle est bien utilisée dans un rôle de gestion intégrée, pourrait permettre à l'entreprise de prendre position

dans la société actuelle. En somme, comme les auteurs le soulignent, pour assurer leur fonction bicéphale au sein des entreprises, les Services de relations publiques sont responsables d'ériger des structures communicationnelles bidirectionnelles qui favorisent une politique de transparence et de responsabilité sociale, favorisant la compréhension de ses enjeux par ses publics. En ce sens, nous croyons qu'avec l'intégration de cette nouvelle fonction (relations publiques) à leur cadre de gestion, les entreprises du secteur de l'exploration minière pourraient également bénéficier du mixmédias (multi-média, téléconférences, publicité institutionnelle, etc.) afin de rejoindre les courtiers et les investisseurs par un cumul de moyens dont l'influence croisée pourrait permettre de diffuser leur message plus largement.

Somme toute, afin de mieux répondre aux besoins des investisseurs et de rejoindre efficacement les divers publics de l'entreprise, un Service de relations publiques pourrait contribuer à vulgariser l'information financière de manière à mieux répondre aux besoins d'information et de compréhension des investisseurs face aux réalités complexes des entreprises. Ainsi, elles pourraient élaborer des stratégies multimédias plus complètes pour rejoindre leurs publics plus efficacement, et surtout instaurer des moyens de communication bidirectionnelle. Ce faisant, les relationnistes des entreprises du secteur de l'exploration minière peuvent participer à la compréhension de l'information financière par les parties prenantes de ces firmes et à la protection des investisseurs en diffusant une information juste et complète, formulée dans un langage clair pour ces publics, tout en tenant compte de leurs exigences, de leurs demandes et de leurs attentes, de cette façon le lien entre la diffusion d'information comprise par les investisseurs et le comportement pourrait être plus significatif.

## CONCLUSION

L'originalité de cette recherche réside dans le fait qu'aucune étude n'avait été réalisée sur l'influence de l'information financière, au moyen des communiqués de presse d'entreprises du secteur de l'exploration minière sur le comportement des investisseurs, spécifiquement au Québec et en français.

Afin de répondre à notre question de recherche et pour mieux cerner cette problématique, nous avons retenu la position de quatre auteurs. Le premier auteur, Bernard Dagenais (1997), précise les règles de base du communiqué de presse utilisé dans l'établissement de relations avec les médias et les journalistes pour permettre de faciliter la transmission d'informations. Cet auteur nous permet de comprendre les subtilités du communiqué de presse ainsi que les enjeux entourant la diffusion d'information.

Par ailleurs, James Grunig et Todd Hunt (1984) nous invitent à la réflexion sur la place et le rôle des Services des relations publiques au sein d'une entreprise. Ce sont les auteurs des quatre modèles qui structurent la discipline des relations publiques. Ces auteurs nous ont permis de poser un regard critique sur le sujet et de mieux comprendre la gestion des communications institutionnelles dans la diffusion d'informations.

D'autre part, la théorie de l'efficacité des marchés, introduite par Maurice Kendall (1953), publiée et complétée par Eugène Fama (1965), soutient que les prix courants sur le marché financier sont établis de sorte que la prévision optimale du rendement d'un titre, basée sur un ensemble d'informations disponibles, est égale au rendement du titre. En d'autres mots, sur un marché efficient, le prix d'un titre reflète pleinement toute l'information

disponible. Cette théorie nous a permis de mesurer la réaction, ou le comportement, des investisseurs face à la nouvelle.

Enfin, nous avons retenu la théorie *Uses and Gratifications*, élaborée par Blumler et Katz (1974), qui suggèrent que les récepteurs jouent un rôle actif important en choisissant et en utilisant un média comme source d'information. Cette théorie nous a permis de mieux comprendre comment se développe la perception des investisseurs face à la nouvelle et leurs rôles actifs dans le processus de communication.

Pour répondre à notre question de recherche dont l'objectif est d'expliquer en quoi la diffusion de l'information financière, par l'intermédiaire des communiqués de presse, influe sur le comportement des investisseurs, nous avons eu recours, d'une part, à l'analyse de contenu de presse. Et, d'autre part, au calcul du rendement quotidien du titre boursier au jour de la diffusion du communiqué de presse (excluant tout autre facteur d'influence), afin de trouver le rendement « anormal » issu seulement des nouvelles financières. Pour ce faire, nous nous sommes inspirés de Sharpe (1964), Treynor (1961, 1962) et Lintner (1965) qui ont développé la théorie du CAPM (*Capital Asset Pricing Model*). Par la suite, nous avons multiplié le rendement anormal et le volume d'actions négociées de la même journée pour mesurer avec justesse l'importance réelle de la variation de rendement quotidien.

Et finalement, afin de répondre à la question de départ, nous avons effectué une analyse croisée des résultats de l'analyse de contenu avec les résultats financiers. Les résultats de cette analyse croisée nous ont permis de tirer des conclusions qui infirment en partie notre hypothèse de départ.

De ces résultats, nous avons pu tirer deux grands constats : les entreprises observées utilisent le modèle d'information au public élaboré par Grunig et Hunt (1984), plutôt que le modèle asymétrique bidirectionnel ou le modèle symétrique bidirectionnel. Autre observation, aucune des entreprises observées n'a de relationniste ou de Service de relations publiques pour assurer leur fonction de communication favorisant une politique de

responsabilité sociale. En outre, une telle fonction intégrée à la gestion des entreprises favoriserait l'émergence d'une compréhension mutuelle avec leurs publics contribuant à vulgariser l'information financière, de manière à mieux répondre aux besoins d'information et de compréhension des investisseurs face aux réalités complexes de ce secteur de l'exploration minière.

En fait, en vue de pousser nos recherches un peu plus loin ou dans le cadre d'une recherche doctorale future, nous pourrions prendre le même cadre d'analyse et l'appliquer à d'autres secteurs économiques afin d'établir si les sujets traités dans les communiqués de presse ont les mêmes critères d'importance. Ces sujets analysés seraient certainement très différents d'un secteur à l'autre, alors il faudrait prime abord établir quels sujets seraient intéressants pour une analyse de contenu appropriée. Tout cela, dans le but de découvrir si le contenu de l'information diffusée par ses communiqués, par les entreprises en question, influence ses publics. Nous pourrions aussi élargir nos analyses afin de valider un modèle de communication qui tiendrait compte des modes de réception de l'information financière par les publics des entreprises en général et par les investisseurs plus spécifiquement. Et ainsi dans ce cadre, il nous serait possible d'analyser d'autres publics, soit à l'interne de l'entreprise ou à l'externe, en changeant bien sûr les façons de mesurer la réaction des ces mêmes publics.

Dans le même ordre d'idée, il serait très intéressant de mieux connaître les effets des règles de divulgation de l'information financière sur la clarté du message pour des entreprises des autres secteurs d'activité économiques. Les exigences légales et réglementaires auxquelles doivent se soumettre les entreprises ont, d'une part, des conséquences favorables en défendant les intérêts des publics de ses entreprises. Mais d'autre part, ces engagements légaux emmènent des effets négatifs en construisant le contenu des communiqués de presse dans un langage avec des terminologies propres aux experts du secteur et cela nuit à la compréhension du message par les publics en général. Par ce fait, extrapoler les résultats de cette recherche pourrait nous permettre de comprendre les répercussions des règles de l'information financière et ainsi juger aussi de leur pertinence pour chaque secteur. Dans un cas comme dans l'autre, il se peut que les règles soient trop sévères ou bien l'inverse, qu'elles

laissent trop place au marketing ou à l'interprétation et dans ce cas, l'intervention du gouvernement serait appropriée.

Nous pourrions aussi pousser nos recherches afin de trouver si dans un autre secteur économique, différent de celui observé, un autre modèle de Grunig est utilisé. Ainsi, nous pourrions mettre en lumière un secteur où les rôles des relationnistes touchent à une panoplie de tâches, par exemple, à la recherche, à la gestion stratégique, à l'analyse et à l'anticipation des attentes des publics cibles. Et par cela, nous pourrions faire des recommandations qui s'appliqueraient à l'ensemble des entreprises.

En somme, bien qu'il soit légitime de se demander si le contenu des communiqués de presse, dans une logique de saine gouvernance et d'éthique, est rédigé et diffusé de manière responsable par les entreprises, nous pouvons aussi nous interroger sur l'importance de la réception active chez les publics et de leur responsabilité face à la multitude de sources d'informations qui s'offrent à eux.

## BIBLIOGRAPHIE

### LES LIVRES

Blumler, Jay G., et Elihu Katz. 1974. *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage.

Bourdieu, Pierre. 1984. *Homo Academicus*, Éditions de Minuit, Paris.

Breton, Pierre. 1995. *L'utopie de la communication. Le Mythe du village planétaire*, Éditions La Découverte, Paris.

Campbell, John Y, Andrew W. Lo, et Craig MacKinlay. 1997. *The Econometrics of Financial Markets*, Princeton University Press, 632 p.

Chartier, Lise. 2003. *Mesurer l'insaisissable*, Presses de l'Université du Québec.

Chomsky, Noam. 2002. *De la propagande*, Fayard, Paris.

Cutlip, Scott M, Allen H. Center, et Glen M. Broom. 1985. *Effective Public Relations*, 6<sup>e</sup> édition, Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall, 670 p.

Dagenais, Bernard. 1997. *Le communiqué ou l'art de faire parler de soi*, 5e triage, Les presses de l'Université Laval, Sainte-Foy, 168p.

Dipiazza, Samuel, et Robert Eccles. 2002. *Restaurer la confiance de marchés*, Paris : Village

mondial.

Ellul, Jacques. 1962. *Propagande*, Librairie Armand Colin, Paris.

Fama, Eugene F. 1965. *The behaviour of stock market prices*, Journal of business, vol. 38, pages 34-105.

Fama, Eugene F. 1965. *Random Walks in Stock Market Prices*, Financial Analysts Journal, September/October.

Fama, Eugene F. 1970. *Efficient capital markets : a review of theory and empirical work*, Journal of finance, vol. 25, issue 2, pages 383-417.

Goffman, Erving. 1974. *Les rites d'interaction*, Éditions de Minuit, Paris.

Grunig, James E., et Todd Hunt. 1984. *Managing Public Relations*, New York: Rinehart and Winston.

Habermas, Jürgen. 1995. *Sociologie et théorie du langage*, A. Colin, Paris.

Jackall, Robert et M. Hirota, Janice. 2000. *Image Makers: Advertising, Public Relations, and the Ethos of Advocacy*, University of Chicago Press, Chicago.

Katz, Elihu et Lazarsfeld, Paul Felix. 1966. *Personnal influence: the part played by people in the mass Flow of Mass Communication*, Free Press, New-York.

Kendall, Maurice-George. 1953. *The Analysis of Economic Time-Series, Part I, Prices*, Journal of the Royal Statistical Society, vol. 96.

Léger, Jean-Yves. 2003. *La communication financière*, Paris : Dunod.

Libeart, Thierry. 1998. *La transparence d'entreprise*, Les éditions Économia, Paris.

- Libeart, Thierry. 2003. *La transparence en trompe-l'œil*, Les éditions Descartes et Cie, Paris.
- Lintner, John. 1965. *The valuation of risky assets and the selection of risky investment in stock portfolios and capital budgets*, Review of Economics and Statistics 47, p13-37.
- Mackenzie, Kenneth D. 1986. *Organization Design : The Organization Audit and Analysis Technology*, Ablex, Westport.
- Maisonneuve, Danielle, Jean-François Lamarche, et Yves St-Amand. 2006. *Les relations publiques dans une société en mouvance*, 3<sup>e</sup> édition, Presses de l'Université du Québec.
- Maisonneuve, Danielle. 2003. *Les relations publiques, Le syndrome de la cage de Faraday*, Presses de l'Université du Québec.
- Mattelart, Armand. 1996. *La mondialisation de la communication*, Presses universitaires de France, Paris.
- Miller, Eric. 1978. *Financial Public Relations I. Basic Planning and programs*, in Philip Lesly (ed.), *Lesly's Public Relation Handbokk*, 2<sup>nd</sup> ed. Prentice-Hall.
- Mintzberg, Henry. 1986. *Structure et dynamique dans les organisations*, Les Éditions Agence d'Arc, Montréal.
- Moynihan, Ray, Lisa Bero, Dennis Ross-Degnan, David Henry, Kirby Lee, Judy Watkins et Connie Mah. 2000. *Coverage by the news media of the benefits and risk of medications*, New England Journal of Medicine, vol. 342, no 22.
- Naville-Morin, Violette. 2003. *L'écriture de presse*, (Réédition dirigée par Lise Chartier) Presses de l'université du Québec.
- Patell, J.M. et Wolfson, M.A.. June 1984. *The Intraday Spread of Adjustment of Stock Prices*

*Earnings and Dividende Announcement*, Journal of Financials Economics, vol.13, p.223-252.

Ross, Line. 1990. *L'écriture de presse*, l'art d'informer, Boucherville, Gaetan Morin Éditeur.

Sharpe, William F. 1964. *Capital Asset Prices: A theory of Market Equilibrium under conditions of risks*, Journal of finance, vol. 19, p. 425-442.

Treynor, Jack L. 1961. *Market Value, Time, and Risk*, Unpublished manuscript dated 8/8/61, No. 95-209.

Treynor, Jack L. 1962. *Toward a Theory of Market of Risk Asset*, Asset Pricing and portfolio Performance edited by Robert A. Korajevzyk. London, Risk Books, 1999.

Walters, Timothy N., Walters, Lynn et Starr Douglas. 1994. *After the Highwayman : syntax and successful placement of press releases in new paper*, Public Relation Review, vol. 20, n 4, hiver, pages 345 à 356.

#### LES LIENS WEB

Commissions des valeurs mobilières. 2005, 30 novembre. *Loi 43-101 sur l'information concernant les projets miniers, Règlement, R.Q. c. V-1.1, r.0.1.01.2*. En ligne. <<http://www.nbsc-cvmnb.ca/PDF/43-101-MinisterialConsent-f.pdf>>. Consulté le 21 octobre 2007.

Conseil canadien des chefs d'entreprises. En ligne. <<http://www.ceocouncil.ca/fr/>>. Consulté le 10 octobre 2007.

CNN Matthews. En ligne. <<http://www.ccnmatthews.com/news/releasesfr/home.jsp>>. Consulté le 12 octobre 2007.

Exploration typhon. En ligne. <<http://www.explorationtyphon.com/francais.html>>. Consulté le 25 octobre 2007.

Falconbridge. *Le cycle d'exploitation minière*. En ligne. <[http://archive.xstrata.com/falconbridge/www.falconbridge.com/french/about\\_us/mining\\_life\\_cycle.htm](http://archive.xstrata.com/falconbridge/www.falconbridge.com/french/about_us/mining_life_cycle.htm)>. Consulté le 20 octobre 2007.

Institut sur la gouvernance d'organisations privées et publiques. En ligne. <<http://www.igopp.org/Institut.aspx>>. Consulté le 10 octobre 2007.

Jarislowsky Fraser Limitée. En ligne. <<http://www.jfl.ca/Francais/Apercu.html>>. Consulté le 10 octobre 2007.

L'Autorité canadienne en valeurs mobilières. En ligne. <<http://www.csa-acvm.ca/accueil.html>>. Consulté le 10 octobre 2007.

L'Autorité des marchés financiers. En ligne. <<http://www.lautorite.qc.ca/autorite/a-propos/mission.fr.html>>. Consulté le 10 octobre 2007.

L'institut des fonds d'investissement du Canada. En ligne. <<https://portal.ific.ca/Desktop/English/Home/FR/HomePage.asp?language=FR>>. Consulté le 5 octobre 2007.

L'ordre des géologues du Québec. En ligne. <<http://www.ogq.qc.ca>>. Consulté le 21 octobre 2007.

La Société canadienne des Relations publiques, Inc.. *À propos de nous*. En ligne. <[http://www.cprs.ca/AboutCPRS/f\\_about.htm](http://www.cprs.ca/AboutCPRS/f_about.htm)>. Consulté le 10 octobre 2007.

La Société canadienne des Relations publiques, Inc.. *Notre mission*. En ligne. <<http://www.sqprp.ca/?s=mission>>. Consulté le 10 octobre 2007.

La Société canadienne des Relations publiques, Inc.. *Code de déontologie de la SQPRP*

En ligne. <<http://www.sqprp.ca/?s=deontologie> >. Consulté le 10 octobre 2007. Hamel, Pierre. 2005, 9 décembre. *L'institut des fonds d'investissement du Canada : Groupe de travail pour la modernisation de la réglementation des valeurs mobilières au Canada*. En ligne. <[www.tfmsl.ca/docs/T46187-V7\\_183-191.pdf](http://www.tfmsl.ca/docs/T46187-V7_183-191.pdf)>. Consulté le 9 octobre 2007.

Le ministère des Ressources naturelles et de la Faune. S.d. MRN : *Histoire de l'industrie minière*. En ligne. <<http://www.mrn.gouv.qc.ca/mines/quebec-mines/2007-02/sommets.asp>>. Consulté le 2 novembre 2007.

Le ministère des Ressources naturelles et de la Faune. S.d. MRN. En ligne. <<http://www.mrn.gouv.qc.ca/mines/quebec-mines/index.asp>>. Consulté le 2 novembre 2007.

Les Mines de la Vallée de l'Or. En ligne. <<http://www.goldenvalleymines.com/servlet/dispatcherservlet?selectedContentID=500&lang=1&action=2>>. Consulté le 28 mai 2008.

Marketwire. En ligne. <<http://www.marketwire.com/mw/home.do?lang=F5>>. Consulté le 28 mai 2008.

Peltier-Rivest, Dominic. *Le Devoir*, 27 août 2005, section Forum, p. A-24. En ligne. <<http://www.ledevoir.com/>>. Consulté le 5 octobre 2007.

Québec, le ministère des Ressources naturelles et de la Faune. *Exploration minière : Québec atteint de nouveaux sommets en 2006!*. En ligne. <<http://www.mrn.gouv.qc.ca/mines/quebec-mines/2007-02/sommets.asp>>. Consulté le 2 novembre 2007.

Québec, le ministère des Ressources naturelles et de la Faune. 2006. *Rapport sur les activités d'exploration minière au Québec en 2006*. En ligne. <<http://www.mrnf.gouv.qc.ca/mines/publications/publications-rapports-2006.jsp>>. Consulté le 5 novembre 2007.

Québec, le ministère des Ressources naturelles et de la Faune. 2007, 21 février. *Allocution de M. Pierre Corbeil, ministre des Ressources naturelles et de la Faune, ministre responsable de la région de l'Abitibi-Témiscamingue et de la région du Nord-du-Québec : La diversification économique des régions ressources - Colloque de la Fédération des chambres de commerce de Québec*. En ligne. <<http://www.mrnf.gouv.qc.ca/presse/discours-detail.jsp?id=6065>>. Consulté le 5 novembre 2007.

Québec, le ministère des Ressources naturelles et de la Faune. 2006. *Rapport sur les activités d'exploration minière au Québec en 2006*. En ligne. <<http://www.mrnf.gouv.qc.ca/mines/publications/publications-rapports-2006.jsp>>. Consulté le 12 novembre 2007.

Radio-Canada. *Le scandale éclate : Le 25 août 2005, des milliers d'investisseurs apprennent avec consternation que leurs épargnes placées chez Norbourg gestion d'actifs se sont, en partie ou en totalité, volatilisées. Dans certains cas, ce sont les épargnes de toute une vie*. 2007, 15 février. En ligne. <[http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Economie-Affaires/2005/11/23/005-Norbourg\\_scandale\\_eclate.shtml](http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Economie-Affaires/2005/11/23/005-Norbourg_scandale_eclate.shtml)>. Consulté le 12 octobre 2007.

Ressources naturelles Canada. RNCAN. En ligne. < <http://www.nrcan-rncan.gc.ca/com/index-fra.php>>. Consulté le 20 octobre 2007.

Ressources naturelles Canada. *L'exploitation minière au Canada : Lois et règlements miniers*. En ligne. <[http://www.nrcan.gc.ca/mms/busi-entre/mlr\\_f.htm](http://www.nrcan.gc.ca/mms/busi-entre/mlr_f.htm)>. Consulté le 20 octobre 2007.

*Sedar. Communiqués de presse*. <[http://www.sedar.com/issuers/issuers\\_fr.htm](http://www.sedar.com/issuers/issuers_fr.htm)>. Consulté du 1er mai 2007 au 1er septembre 2007.

Sirios. En ligne. <<http://www.sirios.com/html/content.asp?node=3&lang=fr>>. Consulté le 28 mai 2008.

Société d'investissement dans la diversification des l'exploration. En ligne. <<http://www.sidex.ca/>>. Consulté le 20 octobre 2007.

Société québécoise d'exploration minière. En ligne. <<http://www.soquem.qc.ca/>>. Consulté le 20 octobre 2007.

Virginia. En ligne. <<http://www.virginia.qc.ca/>>. Consulté le 28 mai 2008.

Wikipédia, L'encyclopédie libre. *Loi Sarbanes-Oxley*. En ligne. <[http://fr.wikipedia.org/wiki/Loi\\_Sarbanes-Oxley](http://fr.wikipedia.org/wiki/Loi_Sarbanes-Oxley)>. Consulté le 5 octobre 2007.

## ANNEXE A

### GRILLE D'ANALYSE

Sujets	Dossiers
Programme d'exploration	L'annonce d'un programme de prospection
Résultats des programmes	L'annonce d'un programme de levé géophysique
Options d'achat d'actions	L'annonce d'un programme de forage
Mises au point	Les résultats d'un programme de prospection
Entente / Transaction	Les résultats d'un programme de levé géophysique
L'annonce d'un financement	Les résultats d'un programme de forage
L'annonce de la clôture d'un financement	Mise à jour de programme
Communication promotionnelle	Le nombre de lignes dans un tableau est égal ou inférieur à 5
	Le nombre de lignes dans un tableau est supérieur à 5 ou inférieur à 10
Assemblée des actionnaires	Le nombre de lignes dans un tableau est supérieur à 10
Ressources humaines	Un financement par placement privé
Entamer des pourparlers	Un financement par placement public
Information financière	Le rappel d'événements passés
Divers	Description de l'entente
	Description de la propriété
	L'annonce d'une décision prise par les actionnaires
	L'annonce d'une convocation des actionnaires
	Stratégie poursuivie par la compagnie
	Description de la compagnie
	Travaux d'exploration antérieurs
	Approbation de l'entente
	Mise à jour du programme
	Promotion communicationnelle : Éléonore & Goldcorp

## ANNEXE B

### COMPOSITION DE L'INDEX TSE60

A CT  
ABX CT  
ABZ CT  
AEM CT  
AGA CT  
AGI CT  
AGU CT  
AL CT  
AUR CT  
AVM CT  
CAS CT  
CCL/B CT  
CFP CT  
CG CT  
CTL CT  
DY CT  
ELD CT  
ELR CT  
EQN CT  
FDG-U CT  
FM CT  
FNX CT  
FRG CT  
G CT  
GAM CT  
GBU CT  
GNA CT  
GSC CT  
HBM CT  
IMG CT  
IMN CT  
IPS CT

IVN CT  
K CT  
KRY CT  
LIF-U CT  
LIM CT  
LUN CT  
MAE CT  
MNG CT  
MX CT  
NBD CT  
NCX CT  
NG CT  
NGX CT  
NNO CT  
PAA CT  
POT CT  
S CT  
SGF CT  
SLW CT  
SSO CT  
ST/A CT  
SVM CT  
TCK/B CT  
TCM CT  
TNK CT  
TNX CT  
TRE CT  
TWF-U CT  
WFT CT  
YRI CT

## ANNEXE C

### TABLEAUX DES RÉSULTATS

Mines de la Vallée de l'or Itée

Période	Orientation %	Rdt (a) %	Rdt(a) * volume
2005/03/07	40.00	25.00	1757
2005/05/18	25.93	32.00	2778
2005/06/29	0.00	30.00	345
2005/07/15	0.00	27.50	0
2005/07/18	18.75	28.00	115
2005/09/12	-50.00	27.00	-3750
2005/09/29	40.00	29.00	279
2005/10/13	40.00	26.50	-1078
2005/10/20	26.67	30.00	0
2005/11/08	-14.29	25.00	-10355
2005/11/10	40.00	26.00	-4737
2005/11/17	22.22	24.00	-1063
2005/12/05	45.45	29.00	4940
2005/12/09	0.00	28.00	-531
2006/01/11	28.57	30.00	23817
2006/01/20	25.00	30.00	-3585
2006/01/31	25.00	38.00	410198
2006/02/03	0.00	37.50	-977
2006/02/13	12.50	32.50	-20197
2006/03/22	27.27	36.00	-8019
2006/04/04	27.27	35.00	26637
2006/05/04	0.00	43.00	-6651
2006/05/24	20.00	38.00	8271
2007/01/19	33.33	63.00	-48871
2007/03/07	50.00	61.00	969

Sirios inc.

Période	Orientation %	Rdt (a) %	Rdt (a) * volume quotidien
2005/03/21	25.00	39.84	56448.6
2005/03/31	0.00	-0.47	-163.9
2005/06/08	0.00	17.71	7616.0
2005/06/09	22.22	22.03	27628.8
2005/07/06	25.00	5.80	608.7
2005/09/29	0.00	13.51	4322.4
2005/11/10	40.00	34.77	26426.9
2005/11/17	40.00	-19.37	-11429.3
2005/12/05	28.57	18.99	52032.2
2005/12/06	33.33	40.95	462144.5
2005/12/07	40.00	36.86	152236.5
2005/12/09	50.00	-2.35	-3895.3
2006/01/04	66.67	0.97	1079.6
2006/01/18	66.67	-0.26	-731.1
2006/01/22	80.00	-20.51	-28884.6
2006/02/08	40.00	5.81	16792.9
2006/02/24	0.00	-3.86	-4872.3
2006/03/07	66.67	3.24	862.2
2006/04/05	75.00	46.42	1171126.0
2006/04/06	83.33	38.52	676230.0
2006/04/07	0.00	20.77	76481.1
2006/06/07	54.55	-13.15	-7755.9
2006/06/09	0.00	-14.03	-1964.2
2006/06/20	0.00	-0.41	-322.8
2006/08/03	0.00	-8.03	-2268.5
2006/08/23	0.00	14.07	53268.2
2006/08/24	60.00	8.85	23398.4
2006/09/12	0.00	-2.40	-660.6
2006/10/23	30.00	-5.36	-8179.7
2006/10/26	66.67	-5.56	-3613.6
2006/10/30	75.00	-8.74	-24703.3
2006/11/06	66.67	2.99	2901.9
2006/11/15	57.14	13.25	130001.4
2006/11/17	33.33	32.52	110085.2
2006/11/20	50.00	10.25	15891.4
2006/12/05	50.00	31.18	430362.4
2006/12/12	66.67	-1.83	-3650.2
2006/12/21	50.00	14.00	14493.2
2007/01/22	16.67	-14.48	-24555.6

2007/01/23	62.50	-8.35	-13816.5
2007/01/29	43.75	-4.50	-11914.6
2007/02/26	0.00	-5.84	-29768.8
2007/03/15	0.00	-2.03	-3334.4

Les Mines Virginia inc.

Période	Orientation %	Rdt(a) %	Rdt(a) * volume
2005/12/05	0.69	39.11	1,667,923
2005/12/16	0.75	-1.43	-4,260
2005/12/21	0.50	8.42	11,522
2006/02/27	0.20	4.67	6,366
2006/03/13	0.67	6.45	17,085
2006/03/24	0.00	-1.73	-4,263
2006/03/29	0.00	-0.25	-133
2006/04/03	0.75	-70.78	-53,025
2006/04/06	0.00	-71.87	-775,663
2006/04/28	0.00	-6.13	-2,982
2006/05/02	0.00	-10.73	-6,459
2006/05/05	0.33	-0.58	-929
2006/05/08	0.17	1.01	2,045
2006/06/12	0.00	2.99	2,399
2006/06/21	0.83	-4.82	-4,007
2006/06/27	0.00	9.67	1,069
2006/07/19	0.00	1.46	107
2006/08/23	0.00	3.26	1,043
2006/09/14	0.13	-3.06	-3,041
2006/11/07	0.45	5.60	1,386
2006/11/23	0.33	-4.15	-397
2006/12/19	0.50	8.22	5,168
2007/01/16	0.00	31.46	78,028
2007/02/21	0.67	9.05	18,927
2007/03/01	0.22	-1.73	-2,577

## Exploration Typhon inc.

Période	Orientation %	Rdt(a) %	Rdt(a) volume
2005/03/04	0.00	17.00	-607
2005/05/17	33.33	14.00	176
2005/06/22	50.00	8.00	0
2005/06/29	0.00	9.00	0
2005/10/13	25.00	18.00	-17
2005/10/26	50.00	17.00	2346
2005/11/02	42.86	17.50	-316578
2005/11/09	50.00	13.00	-26354
2005/11/21	0.00	13.50	6200
2005/12/29	-16.67	19.00	68384
2006/01/04	33.33	34.50	2530942
2006/01/11	0.00	45.50	394932
2006/01/19	62.50	55.00	36361
2006/01/26	0.00	45.00	-161025
2006/02/09	0.00	47.00	-43183
2006/02/14	100.00	43.00	-24667
2006/03/09	11.11	63.00	-39903
2006/03/11	60.00	#N/A	#N/A
2006/03/23	28.57	48.50	47338
2006/03/24	0.00	50.00	-148363
2006/03/29	66.67	54.00	51585
2006/04/19	16.67	80.00	-52403
2006/04/26	-6.25	74.00	-221516
2006/05/01	25.00	70.00	-150847
2006/05/31	50.00	58.00	-121183
2006/06/07	0.00	44.50	-15296
2006/06/13	0.00	38.50	-1524
2006/07/06	0.00	43.00	-3226
2006/07/18	50.00	42.00	-15150
2006/07/21	0.00	37.50	-33370
2006/08/09	0.00	45.00	721
2006/08/15	0.00	45.00	1480
2006/08/29	0.00	41.00	-12909
2006/09/06	0.00	39.50	500
2006/09/19	0.00	34.00	-8705
2006/09/26	16.67	33.00	-46633
2006/10/03	0.00	24.00	-87455
2006/10/04	0.00	22.00	-128671
2006/10/20	0.00	23.00	25401
2006/11/07	0.00	25.50	-7512
2006/11/16	50.00	23.00	300

2006/11/23	0.00	23.00	47760
2006/11/28	100.00	31.00	100501
2006/12/05	66.67	27.50	-4276
2006/12/08	0.00	28.00	-1574
2006/12/12	0.00	26.50	8731
2006/12/18	100.00	24.50	21198
2006/12/19	20.00	27.00	41246
2006/12/21	20.00	28.00	45637
2006/12/29	18.18	37.00	76324
2007/01/15	0.00	40.00	15349
2007/01/17	0.00	44.00	-222503
2007/01/19	0.00	32.50	-792979
2007/02/05	0.00	27.00	3963
2007/02/21	0.00	29.00	29604
2007/02/27	0.00	31.00	34372
2007/02/28	0.00	29.00	10488
2007/03/02	0.00	29.50	-19083
2007/03/12	16.67	28.00	-14454

## ANNEXE D

### LOI DE STUDENT

[http://fr.wikipedia.org/wiki/Loi\\_de\\_Student](http://fr.wikipedia.org/wiki/Loi_de_Student)

La loi de Student est une loi de probabilité, faisant intervenir le quotient entre une variable suivant une loi normale centrée réduite et la racine carrée d'une variable distribuée suivant la loi du  $\chi^2$ .

Soient  $Z$  une variable aléatoire de loi normale centrée et réduite et  $U$  une variable indépendante de  $Z$  et distribuée suivant la loi du  $\chi^2$  à  $k$  degrés de liberté. Par définition la variable

$$T = \frac{Z}{\sqrt{U/k}}$$

suit une loi de Student à  $k$  degrés de liberté.

La densité de  $T$  notée  $f_T$  est :

$$f_T(t) = \frac{1}{\sqrt{k\pi}} \frac{\Gamma(\frac{k+1}{2})}{\Gamma(\frac{k}{2})} \frac{1}{(1 + \frac{t^2}{k})^{\frac{k+1}{2}}},$$

pour  $k \geq 1$ .

où  $\Gamma$  est la fonction Gamma d'Euler.

La densité  $f_T$  associée à la variable  $T$  est symétrique, centrée sur 0, en forme de cloche.

Son espérance ne peut pas être définie pour  $k = 1$ , et est nulle pour  $k > 1$ .

Sa variance est infinie pour  $k \leq 2$  et vaut pour  $k > 2$ .

Le niveau de confiance  $\alpha$  correspond à la probabilité que l'espérance  $\mu$  de la loi normale se trouve à l'intérieur de l'intervalle de confiance. Par exemple pour  $\alpha = 0,95$ , on a un niveau de confiance de 95 %, correspondant à  $\gamma = (1-\alpha)/2 = 0,025$ .

## **ANNEXE E**

RAPPORT DU LABORATOIRE D'ANALYSE DE PRESSE DE CAISSE CHARTIER

Laboratoire d'analyse de presse  
Caisse Chartier

**L'influence des communiqués de  
presse sur les investisseurs dans le  
secteur de l'exploration minière**  
**-Golden Mines**  
**-Sirios**  
**-Mines Virginia**  
**-Typhon**

Analyse de presse  
Mars 2005-Mars 2007

Rapport préparé pour France Boisjoli

10 juillet 2007

---

**TABLE DES MATIÈRES**

<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>4</b>
<b>FAITS SAILLANTS.....</b>	<b>7</b>
<b>LES PÉRIODES.....</b>	<b>8</b>
<b>LES SUJETS .....</b>	<b>10</b>
<b>LES DOSSIERS.....</b>	<b>11</b>
<b>FAITS SAILLANTS.....</b>	<b>14</b>
<b>LES PÉRIODES.....</b>	<b>15</b>
<b>LES SUJETS .....</b>	<b>17</b>
<b>LES DOSSIERS.....</b>	<b>19</b>
<b>FAITS SAILLANTS.....</b>	<b>22</b>
<b>LES PÉRIODES.....</b>	<b>23</b>
<b>LES SUJETS .....</b>	<b>25</b>

<b>LES DOSSIERS.....</b>	<b>26</b>
<b>EXPLORATION TYPHON INC. ....</b>	<b>27</b>
<b>FAITS SAILLANTS.....</b>	<b>28</b>
<b>LES PÉRIODES.....</b>	<b>29</b>
<b>LES SUJETS .....</b>	<b>31</b>
<b>LES DOSSIERS.....</b>	<b>32</b>

## INTRODUCTION

Ce rapport d'analyse de presse a été préparé par le Laboratoire d'analyse de presse caisse, chartier de l'UQAM pour France Boisjoli, dans le cadre du mémoire qu'elle prépare pour évaluer l'influence des communiqués de presse sur le comportement des investisseurs dans le secteur de l'exploration minière. Il présente l'image globale du traitement réservé à quatre compagnies différentes, soit Ressources Sirios Inc., Exploration Typhon, Mines de la Vallée de l'or Ltée ainsi que Mines Virginia Inc., à travers les communiqués de presse qu'elles ont émis pendant deux ans, de mars 2005 à mars 2007.

### Méthodologie

Pour établir la tendance de cette couverture, le Laboratoire d'analyse de presse utilise une méthode reposant sur le concept « d'unité d'information », une unité de mesure servant à découper le contenu des nouvelles. « L'unité d'information correspond à une idée provenant d'une source quelconque, mise en forme et acheminée par un média et comprise par des membres de son auditoire. L'ensemble des unités d'information constitue un magma informel dans lequel nous baignons tous. Isolément, la compréhension de chacune des idées extraites des nouvelles peut varier selon l'acteur, le transmetteur ou le récepteur<sup>1</sup> ». Une unité d'information est donc une idée ou un sujet retracé dans un document.

C'est l'évaluation individuelle de chacune de ces unités en leur posant la question suivante : « est-ce que ce qui est dit dans cette unité à propos de 'sujet de l'unité' est favorable, défavorable ou neutre par rapport à la perception d'un investisseur dans le secteur de l'exploration minière? » qui permet d'établir la tendance d'une couverture une fois toutes les unités compilées à la fin de l'étude. Chaque unité est rattachée à différentes catégories comme les sujets, les médias, les dossiers ou encore les intervenants.

Celles-ci sont ensuite codifiées dans le logiciel d'analyse de presse du Laboratoire d'analyse de presse et les résultats sont présentés sous forme de tableaux indicels dont nous vous présentons l'analyse dans ce rapport.

Voici une définition des différents indices utilisés pour cette analyse:

- L'indice de **tendance** indique l'orientation de chaque sujet sur l'ensemble de la couverture. Son échelle va de 100- à 100+. La moyenne des couvertures favorables est de 25+ et celle des couvertures défavorables de 25-.
- La **quantité** précise le nombre d'unités traitant de chaque sujet.

<sup>1</sup> Lise Chartier. *Mesurer l'insaisissable*. Presses de l'Université du Québec, 2003, page 70.

- La **fréquence** transpose ce nombre en pourcentage. On parle également de **visibilité**, qui représente la place d'un sujet dans l'ensemble de la couverture.
- La **partialité** montre par quel pourcentage la presse a pris position sur chacun des sujets. Il s'agit du nombre d'unités orientées (les plus et les moins) sur le total des unités retracées (les autres sont neutres). Cet indice permet de cerner pour le cas de la présente étude dans quelle mesure les communiqués de presse diffusés par les compagnies ont été orientés. La moyenne constatée par le Laboratoire depuis 25 ans se base sur la compilation des résultats de plus de 300 études, principalement réalisées pour des couvertures médiatiques. Celle-ci s'établit à 40 %, ce qui signifie que si le taux de partialité constaté est supérieur à 40 %, c'est qu'il s'agit alors d'une couverture pour laquelle les médias ont montré beaucoup de passion et que le sujet a été largement débattu. Inversement, un taux de partialité inférieur à 40 % indique que les médias ont rapporté les faits de manière factuelle, sur un ton neutre et qu'ils ont donc montré un intérêt limité. Dans le cas de la présente étude, ce sont plutôt les compagnies qui ont manifesté les unités de façon favorable ou défavorable, ce qui nous donne la partialité.

## Contexte

Le corpus est constitué d'un total de 160 communiqués de presse répartis comme suit : 46 ont été émis par la compagnie Ressources Sirios Inc., 28 par la compagnie Mines de la Vallée de l'or Ltée, 61 par la compagnie Exploration Typhon Inc., alors que 25 ont été émis par Mines Virginia Inc.

Chaque communiqué a été analysé séparément, selon sa période. Les périodes correspondent au jour de l'émission des communiqués, ce qui permet de situer dans le temps les annonces des nouvelles des compagnies susmentionnées, et notamment celles qui ont eu le plus d'impact sur le comportement des investisseurs dans le secteur de l'exploration minière.

**UQÀM****Chaire en relations publiques**

Université du Québec à Montréal

Laboratoire d'analyse de presse  
Caisse Chartier**PARTIE 1****Mines de la Vallée de l'or Ltée**

## FAITS SAILLANTS

---

- Les communiqués de presse émis par Mines de la Vallée de l'or Ltée sont orientés positivement (21,7 %+)², ce qui est légèrement sous la moyenne des couvertures favorables (25 %)³. Mines de la Vallée de l'or Ltée a donc diffusé des communiqués majoritairement neutres.
- Le taux de partialité qui se dégage du corpus (24,8 %) est cependant inférieur à la moyenne de 40 % observée par le Laboratoire depuis plus de 25 ans dans les médias, ce qui indique que le ton des communiqués est plutôt neutre (75,2 % des unités d'information retracées sont neutres) lorsqu'ils parlent de Mines de la Vallée de l'or.
- L'analyse détaillée basée sur les 28 communiqués de presse diffusés par Mines de la Vallée de l'or Ltée recèle 254 unités d'information. La densité moyenne des communiqués de cette compagnie s'établit donc à 9 unités d'information par document, ce qui signifie que les communiqués produits par cette compagnie contiennent beaucoup d'unités d'information. La médiane des communiqués s'établit à 8 unités d'informations.
- Le 18 mai 2005 est la journée lors de laquelle le plus grand nombre d'unités d'information ont été retracées (27), ce qui représente 10,6 % de la fréquence du contenu total. L'annonce de la compagnie selon laquelle elle a acquis « une position foncière dominante à proximité de la découverte d'or Éléonore de Mines d'or Virginia » (Mines de la Vallée de l'or Ltée, 18 mai 2005), a fait l'objet d'une importante diffusion d'information financière de sa part. Il est souvent fait mention du sujet **entente/transaction**, de par l'acquisition effectuée par Mines de la Vallée de l'or Ltée, dans le secteur de la propriété *Éléonore* de Virginia. Si bien que **communication marketing** est le second sujet en importance pour cette période, la compagnie ayant tenté de mousser ladite transaction auprès des investisseurs.
- Le 3 juillet 2006 est la deuxième journée se démarquant du corpus en raison de l'importance de sa visibilité (fréquence de 8,3 %). Celle-ci ressort quasiment au neutre, plusieurs sujets différents ayant été traités de façon factuelle afin de réaliser un compte-rendu aux actionnaires, suite à **l'assemblée des actionnaires**. Une *mise à jour des programmes*, la description de la *stratégie de l'entreprise* ainsi qu'un rappel des *travaux antérieurs* ont été couverts dans ce communiqué. On y apprend également que « Mines de la Vallée de l'Or a conclu une entente avec Exploration Osisko Ltée » (Mines de la Vallée de l'or Ltée, 3 juillet 2006).

---

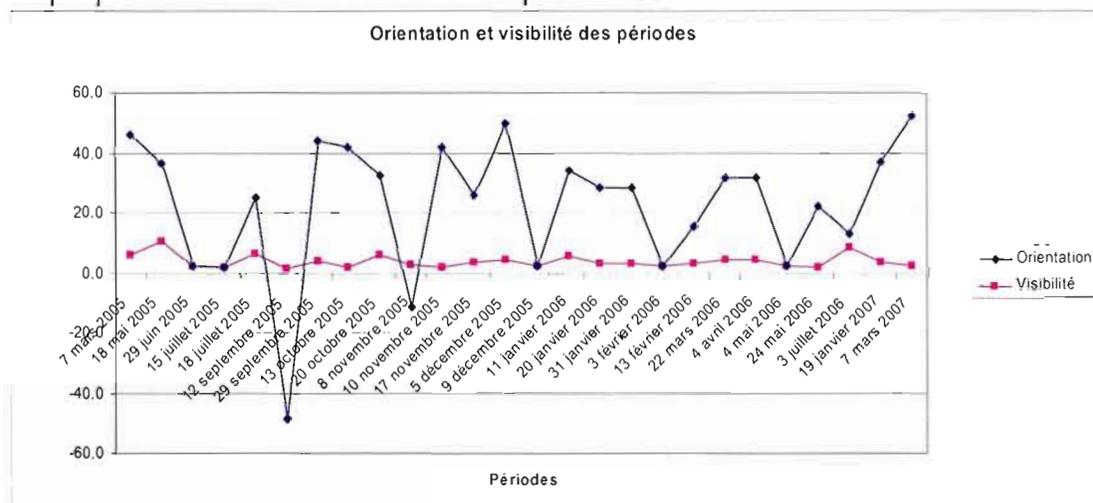
<sup>2</sup> Sur une échelle allant de 100- à 100+.

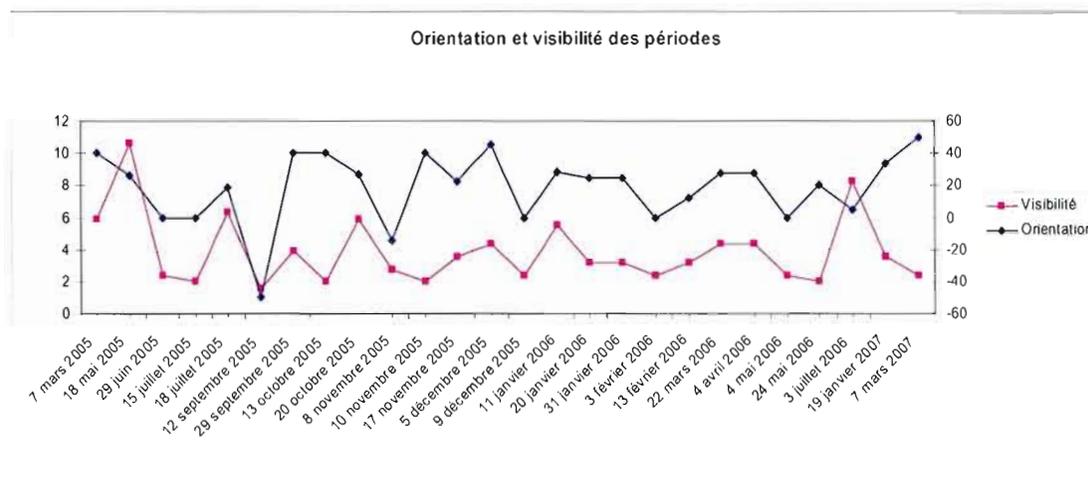
<sup>3</sup> Sur les couvertures analysées par le Laboratoire depuis plus de 25 ans.

- Cette compagnie n'a pas utilisé les citations d'intervenants afin de faire mousser son marketing. Aucun intervenant, ni interne ni externe, n'a été cité parmi l'ensemble des communiqués.
- Mines de la vallée de l'or Ltée mentionne à 16 reprises des personnes certifiées dans les 28 communiqués de la période analysée. Celles-ci ne sont jamais indépendantes de la compagnie. Le laboratoire auquel celle-ci fait affaire pour analyser ses résultats ne s'avère indépendant qu'une seule fois.
- Différents métaux comme l'or, le cuivre, le nickel et le zinc sont mentionnés à 4 reprises différentes.
- L'uranium est mentionné à 1 reprise, soit lors de la période du 20 janvier 2006. L'orientation de cette période se situe à 25,0 %+.

## LES PÉRIODES

Graphique 1 : Orientation et visibilité des périodes





Le 7 mars 2007 est la période qui présente l'orientation la plus favorable de la couverture (50 %+). Bien que peu dense, ce communiqué ressort de façon très favorable, de par l'**annonce d'un financement privé** que l'on y annonce. En effet, Mines de la Vallée de l'or Ltée « agira comme mandataire d'un placement privé de 3 636 363 unités au prix de 0,55\$ par unité pour des revenus bruts de 2 000 000\$ » (Mines de la Vallée de l'or Ltée, 7 mars 2007).

Le 5 décembre 2005 est la deuxième période la plus favorable de la couverture (45,5%+). Cette journée là, Mines de la Vallée de l'or Ltée fait part dans son communiqué des **résultats des programmes**, plus particulièrement des *résultats de programme de prospection* qui sont très positifs et encourageants pour la compagnie et ses investisseurs. La compagnie fait mention de « la découverte de minéralisation or-cuivre, qui a titré 3,98g/t en or et 1,73 % en cuivre » (Mines de la Vallée de l'or Ltée, 5 décembre 2005).

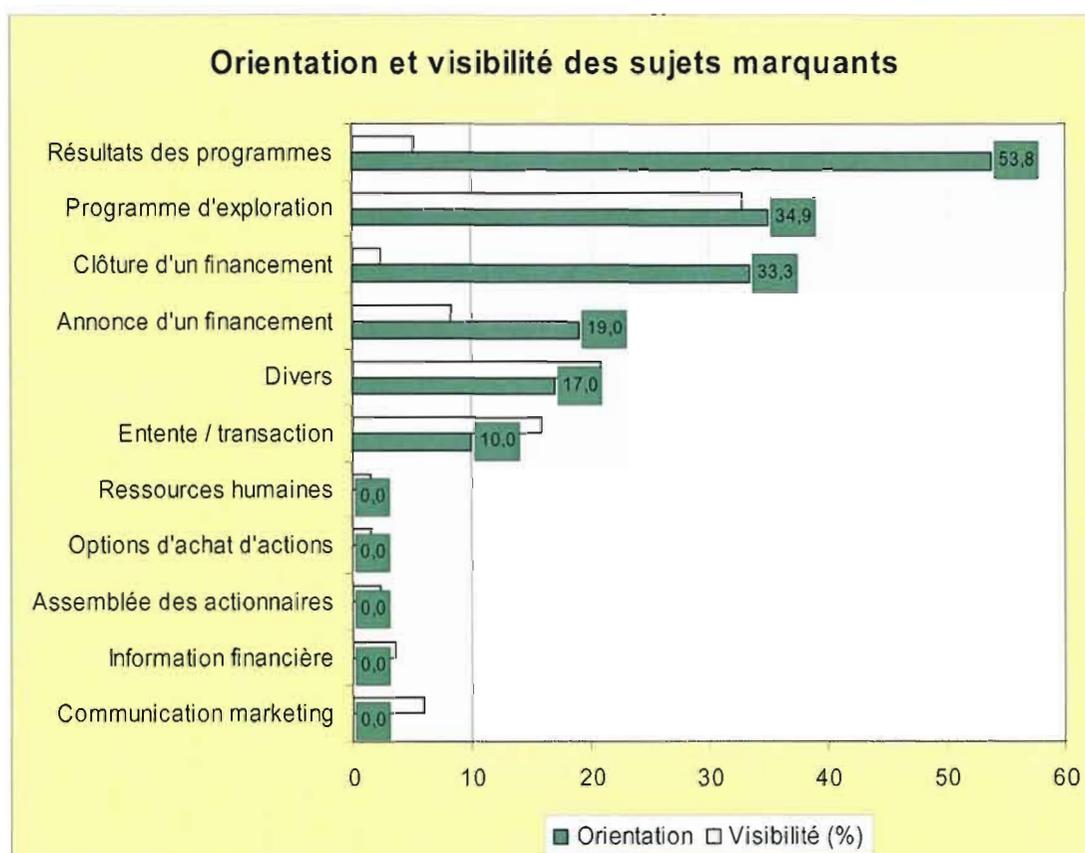
L'orientation est négative pour la période du 12 septembre 2005 (50 %-), cela étant dû au fait que la compagnie effectue « une mise au point concernant l'émission publique de 2 millions de dollars CAN » (Mines de la Vallée de l'or Ltée, 12 septembre 2005). Comme les *financement public* ont une influence négative sur le comportement des investisseurs dans le secteur de l'exploration minière, l'orientation de cette période est défavorable.

La compagnie effectue également la conclusion de «deux émissions publiques» (Mines de la Vallée de l'or Ltée, 12 septembre 2005), ce qui contribue à l'orientation légèrement négative de cette période (-14,3 %).

Certaines périodes ressortent au neutre, comme le 4 mai 2006, où la compagnie ne fait que des *mises à jour de programme* et où l'on décrit les *travaux antérieurs* effectués sur les propriétés de la compagnie.

## LES SUJETS

Graphique 2 : Orientation et visibilité des sujets marquants

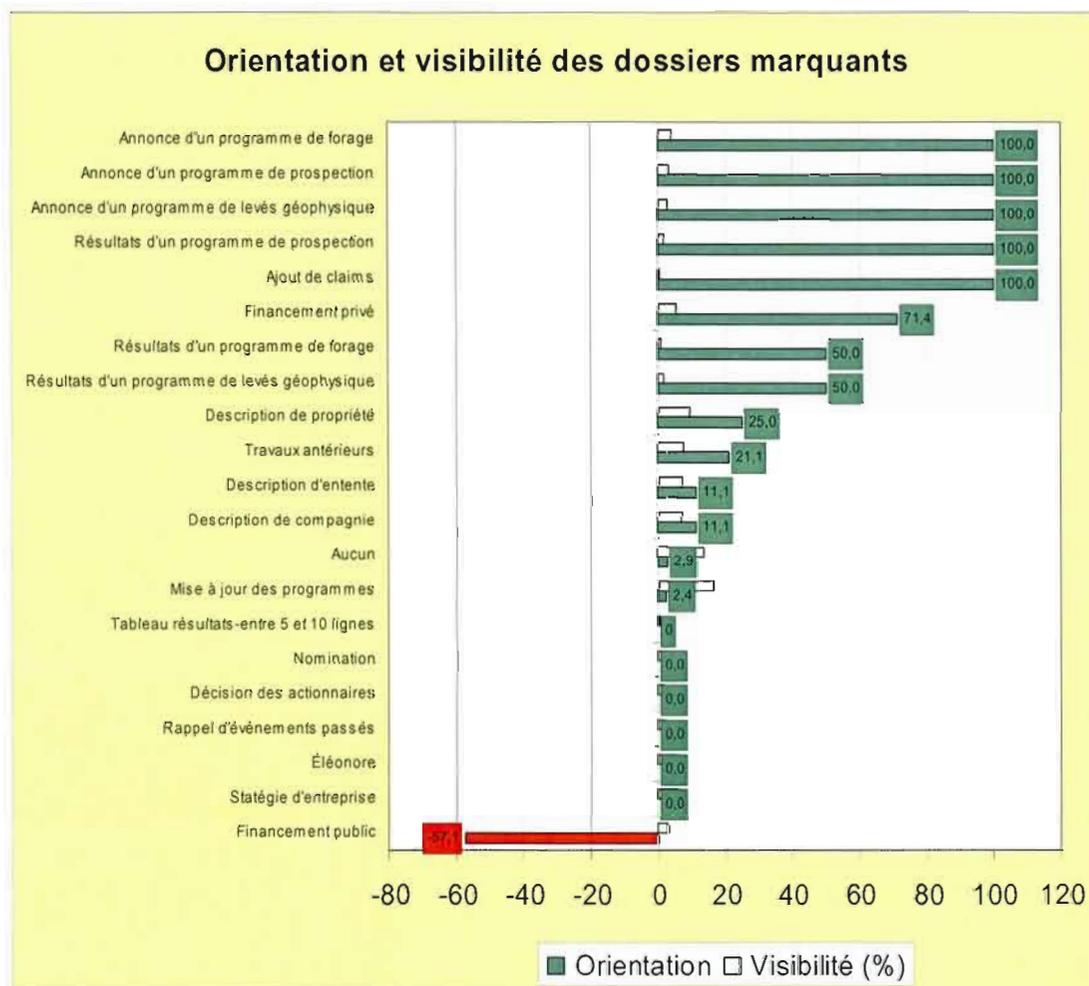


Les **résultats des programmes** de cette compagnie obtiennent l'orientation la plus favorable de la couverture (53,8% +). Bien que positifs, leur visibilité sur l'ensemble de la couverture est mince (5,1 %), du fait que les résultats sont modestes et ne sont que d'intérêt mitigé pour les investisseurs dans le secteur de l'exploration minière. Le plus grand nombre d'unités de ce sujet a d'ailleurs été répertorié le 5 décembre 2005, soit le jour de l'annonce du financement privé de Mines d'or Virginia Inc. avec Goldcorp, ce qui peut avoir contribué à leur faible visibilité, notamment auprès des investisseurs du secteur de l'exploration minière.

La visibilité dominante des **programmes d'exploration** s'explique par les nombreuses *mises à jour de programmes* effectuées par la compagnie. L'*annonce de programmes de forage* a grandement contribué à l'orientation favorable (34,9 %+ ) de ce sujet.

## LES DOSSIERS

Graphique 3 : Orientation et visibilité des dossiers marquants



Plusieurs dossiers obtiennent l'orientation la plus favorable (100%). Les *Annonce de programme*, que ce soit de *prospection*, de *levés géophysique* ou de *forage* sont exclusivement positives (100 %+). Cela est dû au fait que les investisseurs sont encouragés lorsque les compagnies lancent de nouveaux programmes et jugent bon d'y investir leurs fonds, attestant ainsi le fait qu'elles croient pouvoir faire des découvertes.

Les communiqués de presse de la compagnie ont mentionné que « l'acquisition de 19 nouveaux claims (environ 1007 ha) afin de couvrir des indices uranifères

découverts lors des travaux de compilation » (Mines de la Vallée de l'or, 7 mars 2005). Les unités d'information concernant l'**ajout de claims**<sup>4</sup> vont dans ce sens, ce qui contribue à faire de ce dossier un des plus favorables (100 %+ ) de la couverture.

Le dossier le plus visible de la couverture est la *mise à jour des programmes* (16,1 %).

Le seul dossier à connotation négative est le *financement public*, qui retranscrit 57,1 % dans le négatif<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> Tel que mentionné dans la grille d'analyse, ce sujet est toujours positif, car de par l'agrandissement des propriétés, il est entendu que les compagnies voient du potentiel sur ces secteurs.

<sup>5</sup> Tel que mentionné dans la méthodologie, les financements publics, notamment lorsqu'ils contiennent une importante quantité d'actions accréditatives, sont négatifs pour les investisseurs du secteur de l'exploration minière.

**UQÀM****Chaire en relations publiques****Université du Québec à Montréal**

Laboratoire d'analyse de presse  
Caisse Chartier

## **PARTIE 2**

### **Ressources Sirius Inc.**

## FAITS SAILLANTS

---

- Les communiqués de presse émis par Ressources Sirios Inc. sont orientés positivement (38 %+) <sup>6</sup>, ce qui est légèrement sous la moyenne des couvertures favorables (25 %) <sup>7</sup>. L'orientation favorable met en lumière le fait que le contenu des communiqués diffusé par la compagnie est majoritairement positif.
- Le taux de partialité (41,0 %) est supérieur à la moyenne de 40 % observée par le Laboratoire depuis plus de 25 ans dans les médias, ce qui indique que le ton des communiqués est plutôt mitigé (39,5 % des unités d'information retracées sont positives, alors que 59,0% sont neutres) lorsqu'ils parlent de Ressources Sirios Inc.
- L'analyse détaillée basée sur 46 communiqués de presse diffusés par Ressources Sirios Inc. recèle 271 unités d'information. La densité moyenne des communiqués de cette compagnie s'établit à 5,9 unités. Cela signifie que les communiqués produits par cette compagnie ne sont pas très denses et ne contiennent pas beaucoup d'unités d'information. Les communiqués de Ressources Sirios Inc. sont en moyenne moins denses que ceux des autres compagnies minières et sont en deçà de la moyenne du laboratoire. La médiane des communiqués s'établit à 8 unités d'informations.
- La période du 21 mars 2005 est la journée lors de laquelle le plus grand nombre d'unités d'information ont été retracées (12). Le communiqué témoigne de la propension de Sirios de mettre en valeur sa proximité avec le site *Éléonore* de Mines Virginia, dans une tentative de mousser sa propre valeur. En effet, la compagnie clame qu'elle « augmente de façon importante sa position dans le secteur de la découverte aurifère Éléonore de Virginia » (Ressources Sirios Inc., 21 mars 2005).
- Le 5 avril 2006, est la deuxième journée se démarquant du corpus en raison de l'importance de sa visibilité (fréquence de 4,4 %). Celle-ci a été très positive, du fait que Sirios mentionne des « résultats hautement significatifs sur Kukames » qui « ont validé une importante anomalie linéaire régionale en or » et que cette anomalie est « comparable en intensité et en étendue avec celle observée à la découverte Éléonore » (Ressources Sirios Inc., 5 avril 2006).
- Plusieurs extraits de rapport ont servi de citations dans les communiqués. Ce sont le plus souvent les rapports de géologues concernant des découvertes effectuées sur les propriétés qui ont été utilisés à ce propos. Le géophysicien Pierre Boileau a également été cité à une reprise pour valider que « plusieurs particularités structurales pourraient constituer des cibles valables dans la recherche de minéralisation aurifère » (Ressources Sirios Inc., 20 juin 2005).

---

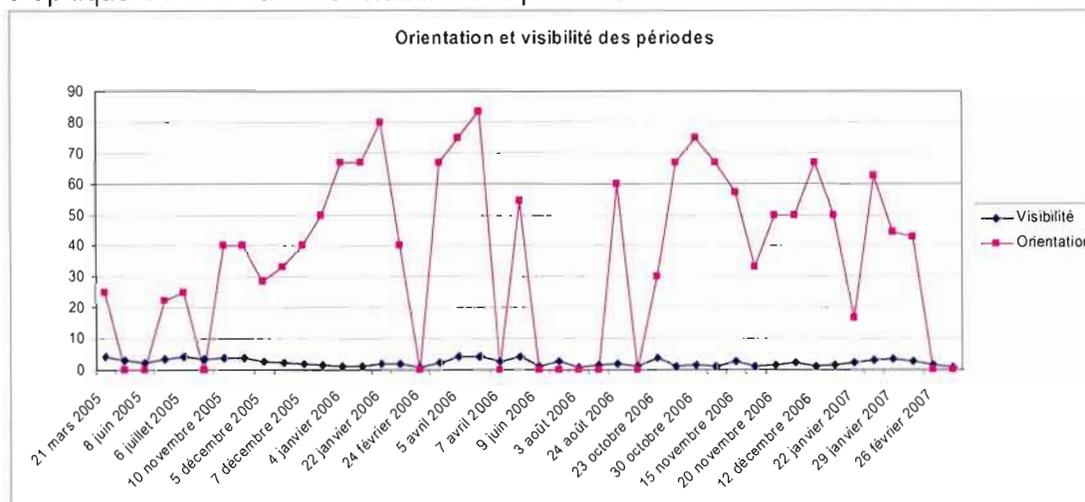
<sup>6</sup> Sur une échelle allant de 100- à 100+.

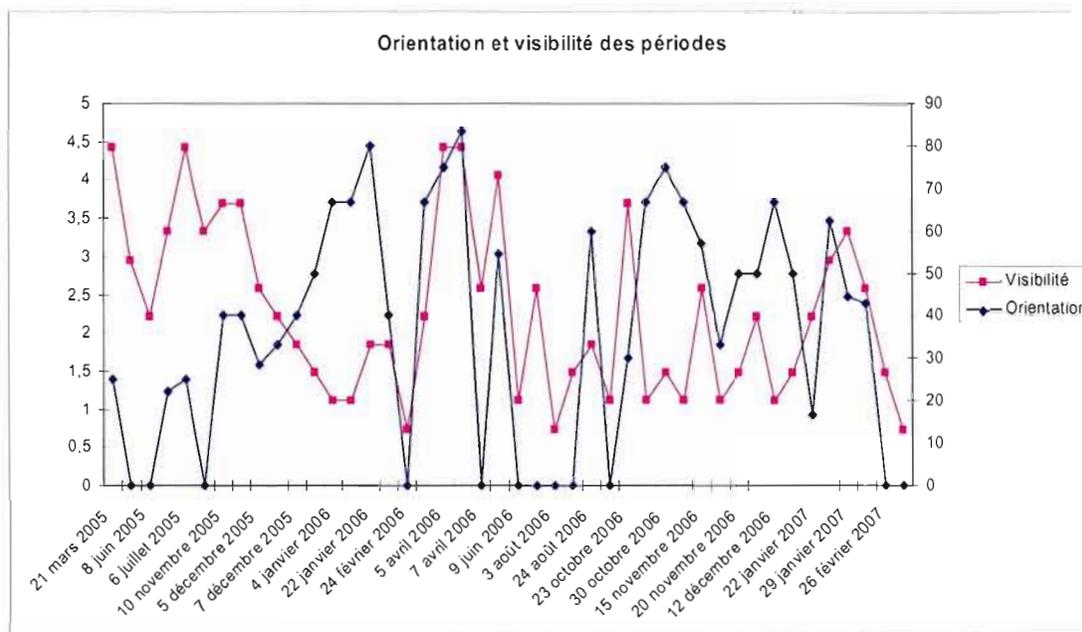
<sup>7</sup> Sur les couvertures analysées par le Laboratoire depuis plus de 25 ans.

- Cette compagnie mentionne 20 fois la personne certifiée dans ses 46 communiqués analysés durant le laps de temps retenu. Celle-ci est indépendante dans 8 de ces communiqués. Le laboratoire auquel la compagnie fait affaire pour analyser ses résultats s'avère indépendant 9 fois sur 46.
- Différents métaux comme l'or, le cuivre, l'argent, le zinc, l'arsenic et le bismuth sont mentionnés à 11 reprises différentes.
- L'uranium n'est mentionné à aucune reprise.

## LES PÉRIODES

Graphique 4 : Orientation et visibilité des périodes





Le 6 avril 2006 est la période qui présente l'orientation la plus positive de la couverture, avec 83,3 %<sup>8</sup>. Ce communiqué assez dense ressort de façon extrêmement positive, car les **résultats de programmes** « ont mis en lumière une importante anomalie aurifère d'extension régionale incluant une vingtaine de lacs anormaux présentant un fort contrôle structural dans la partie ouest de la propriété » (Ressources Sirios Inc., 6 avril 2006). Ce sont surtout les *résultats de programmes de levés géophysiques* et les *résultats de programmes de prospection* qui prédominent dans le contenu de ce communiqué.

Le 22 janvier 2006 est la deuxième période la plus favorable de la couverture (80,0 %+). Cette journée là, Ressources Sirios Inc. fait part dans son communiqué des « anomalies d'or significatives détectées sur Pontax », ce qui « dans un contexte d'échantillonnage régional, est considéré comme très encourageant » (Ressources Sirios Inc., 22 janvier 2006). Ceci fait de **résultats des programmes** le sujet le plus traité au sein de ce communiqué.

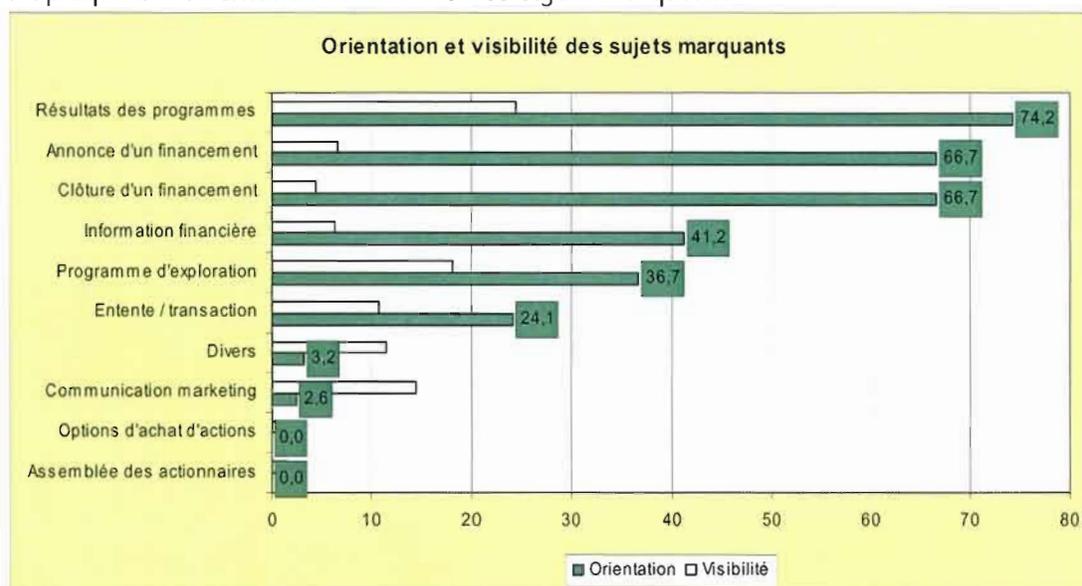
L'orientation n'est négative pour aucun des communiqués de cette compagnie.

L'orientation est neutre lors de plusieurs périodes différentes. Notamment lors de quatre périodes consécutives, soit le 9 juin 2006, le 20 juin 2006, le 3 août 2006 ainsi que le 23 août 2006. Le principal dossier de ces communiqués est la *mise à jour de programme*, qui s'avère neutre, puisqu'on ne fait que ressasser les **programmes d'exploration** et où les travaux en sont rendus.

<sup>8</sup> Sur une échelle allant de 100- à 100+.

## LES SUJETS

Graphique 5 : Orientation et visibilité des sujets marquants



Les **résultats de programme** obtiennent une orientation très favorable (74,2 %+) dans les communiqués de Ressources Sirios Inc. et obtiennent également le plus de visibilité.

L'**annonce d'un financement** et la **clôture d'un financement** présentent 2 orientations également très favorables (66,7 %) non loin derrière les résultats de programmes. Cette compagnie fait beaucoup de transactions avec des investisseurs

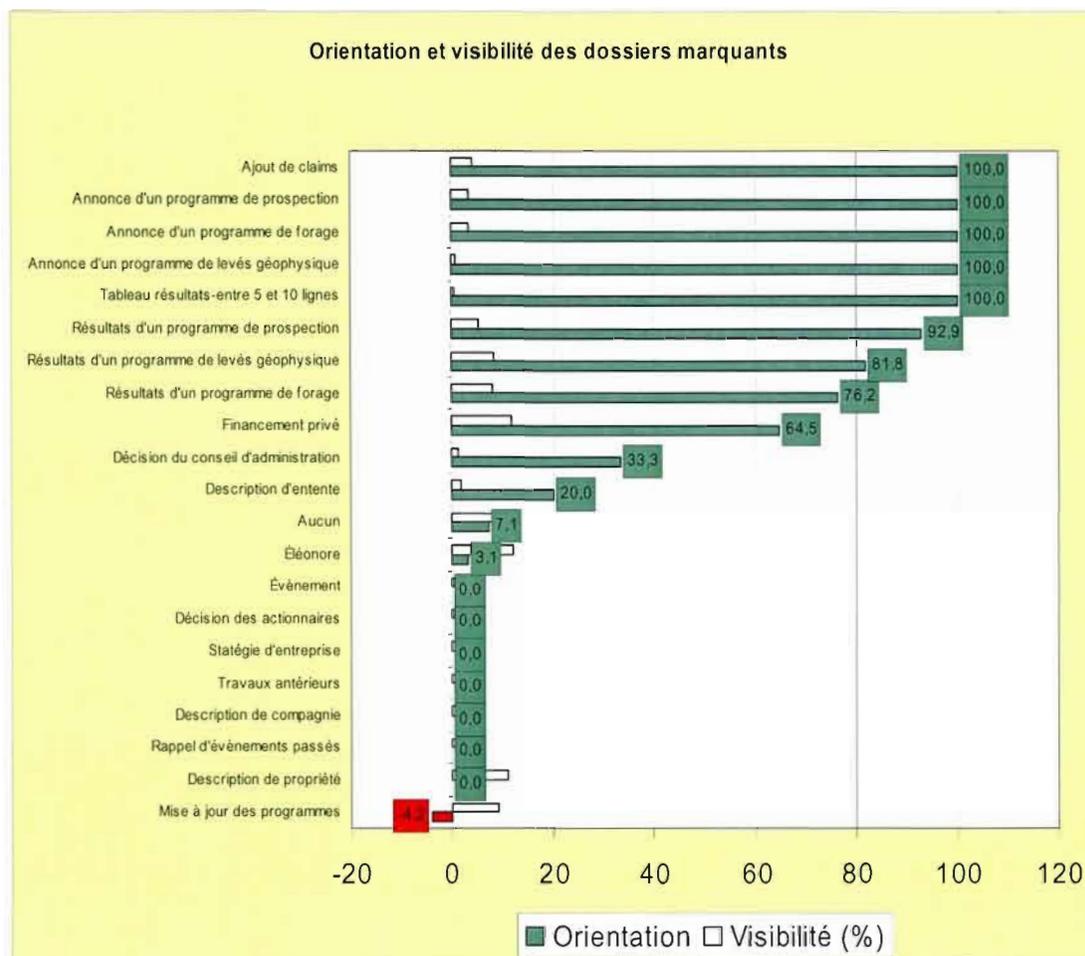
privés et les financements sont fréquemment décrits dans les communiqués de la compagnie durant les périodes retenues.

Cette présence importante s'explique par les nombreux *résultats de programmes de levés géophysiques* effectués par la compagnie, et des *résultats des programmes de forage*.

Ressources Sirios Inc. utilise beaucoup la **communication marketing** (visibilité de 14,4 %) dans ses annonces afin de créer de l'engouement auprès des investisseurs du secteur de l'exploration minière.

## LES DOSSIERS

Graphique 6 : Orientation et visibilité des dossiers marquants



Plusieurs dossiers obtiennent la couverture exclusivement favorable de 100%, soit *Tableau résultats-entre 5 et 10 lignes*, *l'annonce d'un programme de levés géophysique*, *annonce d'un programme de prospection*, *annonce d'un programme de forage*, et *ajout de claims*. Essentiellement, ces sujets sont positifs pour les investisseurs du secteur de l'exploration minière lorsqu'ils sont mentionnés.

La compagnie Ressources Sirios Inc. a eu beaucoup recours à la **communication-marketing** en mentionnant le rapport de ses propriétés avec le site *Éléonore* de Virginia, ce qui en fait le dossier le plus marquant de la couverture en terme de visibilité (11,8 %).

Le seul dossier à connotation négative est la mise à jour des programmes (4,2 %-).

**UQÀM**

**Chaire en relations publiques**

**Université du Québec à Montréal**

Laboratoire d'analyse de presse  
Caisse Chartier

## **PARTIE 3**

**Mines Virginia Inc.**

## FAITS SAILLANTS

---

- Les communiqués de presse émis par Mines Virginia Inc. sont orientés positivement à 36,4 %<sup>9</sup>, ce qui est légèrement au-dessus de la moyenne des couvertures favorables (25 %)<sup>10</sup>.
- Le taux de partialité (37,7 %) est inférieur à la moyenne de 40 % observée par le Laboratoire depuis plus de 25 ans dans les médias, ce qui indique que le ton des communiqués n'est pas mouvementé. La plupart des unités d'information sont neutres (62,3%), alors que 37,1% sont positives. Il n'y a qu'une seule unité d'information qui apparaît être négative.
- L'analyse détaillée basée sur 25 communiqués de presse diffusés par Mines Virginia recèle 151 unités d'information. La densité moyenne des communiqués s'établit à 6,0 unités par document. Cela signifie que les communiqués produits par cette compagnie ne sont pas très denses et ne contiennent pas beaucoup d'unités d'information. La médiane des communiqués s'établit à 5 unités d'informations.
- Le 19 décembre 2006 est la journée lors de laquelle le plus grand nombre d'unités d'information ont été retracées (24). Cette période contient à elle seule près de 16 % (15,9 %) des unités d'information de la couverture totale d'une durée de 2 ans. Ce long communiqué rapporte les **résultats de programme** de quatre lentilles sur le projet Coulon. Ceux-ci sont très positifs, car du fait que « l'anomalie InfiniTEM qui demeure entièrement ouverte vers le sud-ouest », « au cours de l'hiver 2007, le levé InfiniTEM sera poursuivi vers le sud-ouest et des forages supplémentaires seront réalisés pour évaluer la lentille 43. » (Mines Virginia Inc., 19 décembre 2006). « La cartographie a aussi permis de mettre à jour deux nouveaux affleurements de volcanites felsites », ce qui permet à la compagnie de dire qu'elle « est très encouragée par les résultats de la campagne 2006 » (Mines Virginia Inc., 19 décembre 2006). Ce sont surtout les *résultats des programmes de forage* qui retiennent l'attention.
- Le 5 décembre 2005 est la deuxième journée se démarquant du corpus en raison de l'importance de sa visibilité (fréquence de 8,6 %). L'« Entente avec Goldcorp Inc. en vue de l'acquisition de la propriété aurifère Éléonore de Mines d'or Virginia dans le cadre d'une transaction amicale » (Mines Virginia Inc., 5 décembre 2005) a nécessité beaucoup de précisions de la direction de Mines Virginia pour les actionnaires, faisant d'**Annnonce d'un financement** le sujet le plus prolifique de ce communiqué. La direction énonce d'ailleurs que « C'est un grand jour pour les actionnaires de Virginia » (Mines Virginia Inc., 5 décembre 2005).

---

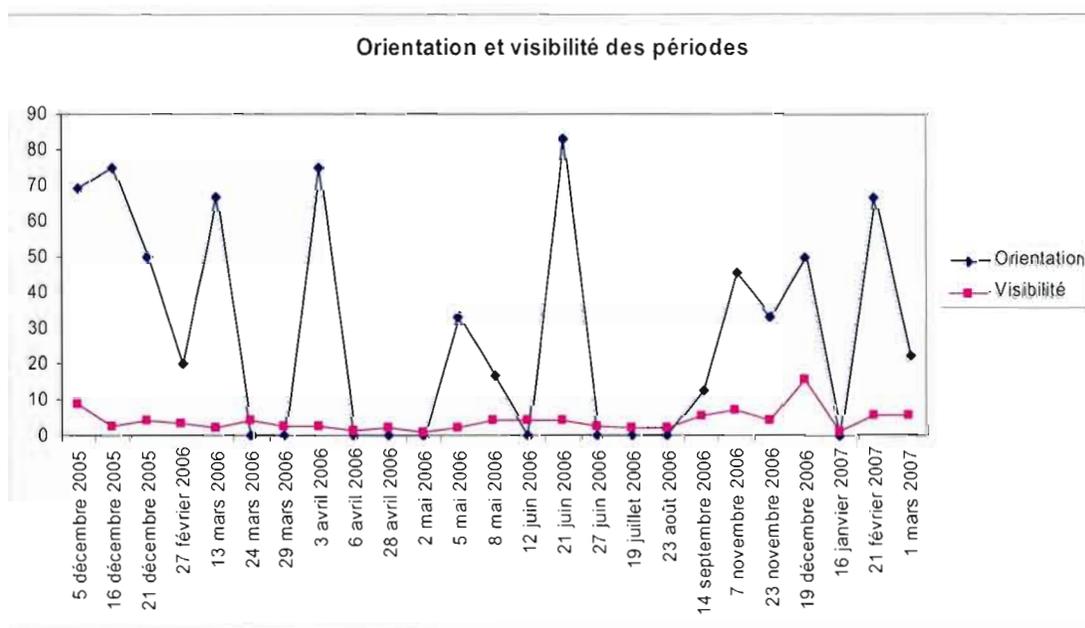
<sup>9</sup> Sur une échelle allant de 100- à 100+.

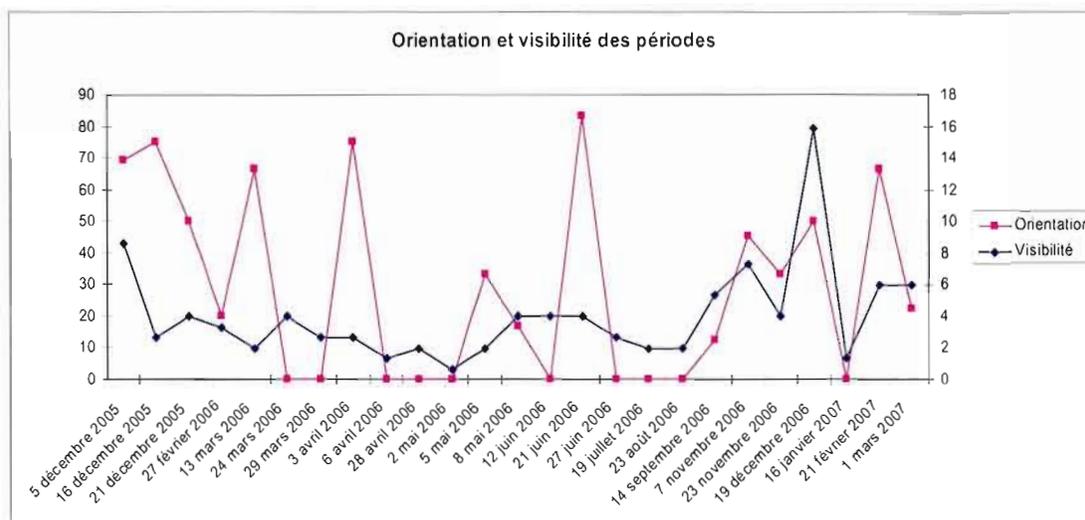
<sup>10</sup> Sur les couvertures analysées par le Laboratoire depuis plus de 25 ans.

- Cette compagnie n'utilise pas les citations d'intervenant dans aucun de ces communiqués. Il arrive que le président soit cité en guise de **communication-marketing**, mais cela n'a pas été relevé dans cette catégorie.
- Cette compagnie mentionne 3 fois la personne certifiée dans ses 25 communiqués analysés durant le laps de temps retenu. Celle-ci n'est indépendante dans aucun de ces communiqués. Le laboratoire auquel la compagnie fait affaire pour analyser ses résultats ne s'est jamais avéré indépendant.
- Différents métaux comme l'or, le cuivre, l'argent, et le zinc ont mentionnés à 9 reprises différentes.

## LES PÉRIODES

Graphique 7 : Visibilité et orientation des périodes





Le 21 juin 2006 est la période la plus favorable de la couverture, (83,3 %+). Cette journée titre un « Budget d'exploration de plus de 6 millions \$ au cours des 6 prochains mois. », « particulièrement dans le secteur de la récente découverte du dépôt Éléonore dans la région d'Opinaca » (Mines d'or Virginia, 21 juin 2006). Les unités d'information ont surtout trait au **programme d'exploration**.

Le 16 décembre 2005 est la deuxième période qui se démarque du corpus en raison de son orientation favorable (75,0 %+). C'est la journée où « Virginia signe une entente définitive avec Goldcorp », « en vertu de l'entente chaque actionnaire de Virginia recevra 0,40 action ordinaire de Goldcorp et 0,5 action d'une nouvelle compagnie publique d'exploration ». (Mines d'or Virginia, 16 décembre 2005).

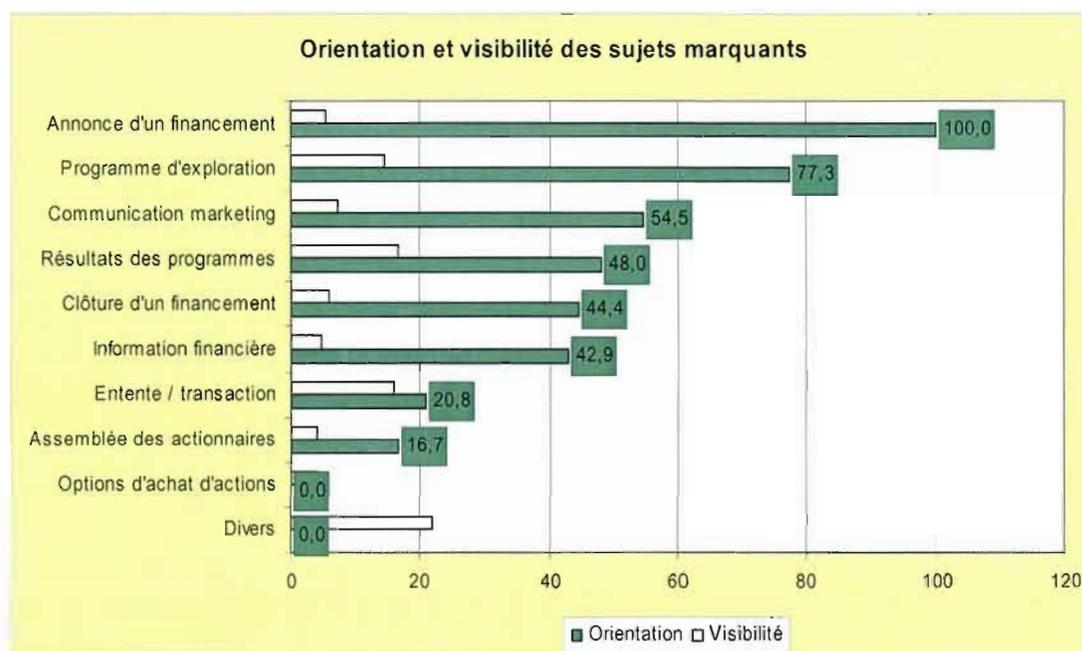
Le 3 avril 2006 obtient également une orientation favorable de 75,0 %+ : « Nouvelle Virginia annonce la clôture de la transaction avec Goldcorp » (Mines d'or Virginia, 3 avril 2006), ce qui représente une nouvelle de très grande importance pour les investisseurs du secteur de l'exploration minière.

Le 5 décembre 2005, avec une orientation favorable de 69,2 %+ , est la journée où est réalisée une « entente avec Goldcorp Inc. en vue de l'acquisition de la propriété aurifère Éléonore de Mines d'or Virginia dans le cadre d'une transaction amicale » (5 décembre 2005).

Aucune période ne présente d'orientation négative.

## LES SUJETS

Graphique 8 : Orientation et visibilité des sujets marquants



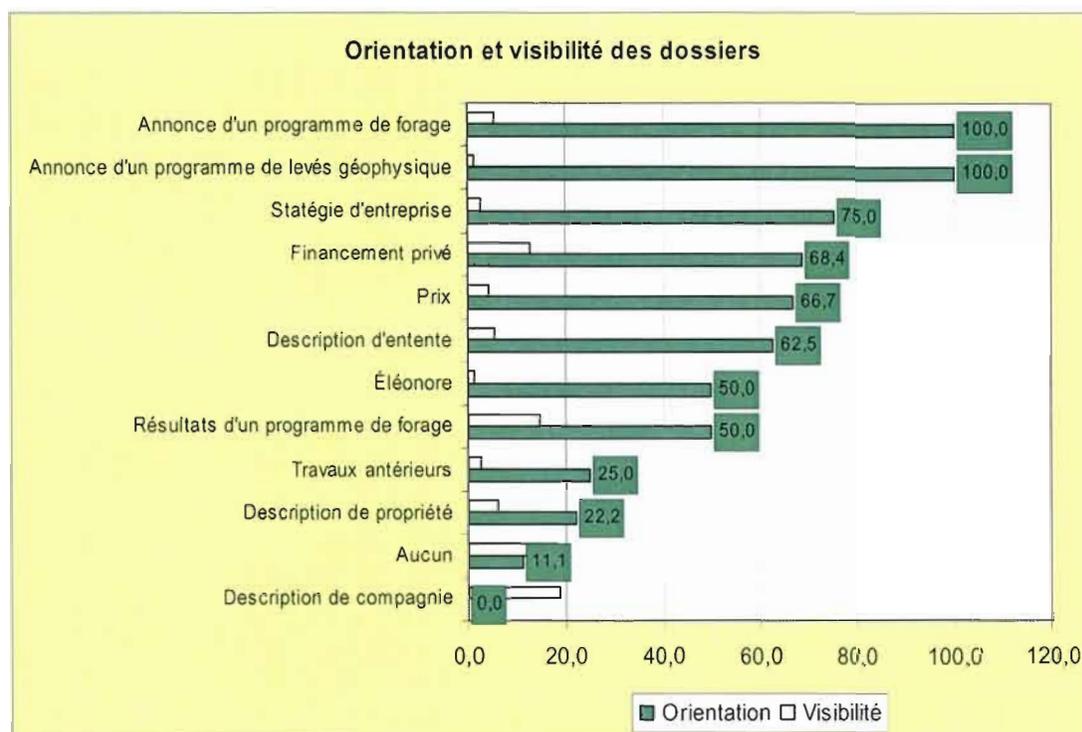
L'annonce d'un financement est le sujet le marquant en matière d'orientation favorable (100,0%+). Cela est lié directement à l'annonce de l'« entente définitive avec Goldcorp Inc. par laquelle Goldcorp fera l'acquisition, par le biais d'un plan d'arrangement approuvé, de tous les titres émis et en circulation de Virginia » (Mines d'or Virginia Inc., le 16 décembre 2005), qui recense beaucoup d'unités d'information positives.

Les **programme d'exploration** présentent une orientation très favorable dans les communiqués de Mines Virginia (77,3 %+). Le corpus de la compagnie mentionne à

plusieurs reprises des **annonce de programmes**, ce qui est très positif pour les investisseurs du secteur de l'exploration minière.

## LES DOSSIERS

Graphique 9 : Orientation et visibilité des dossiers marquants



Mines Virginia Inc. est la compagnie dont le plus grand nombre de dossiers obtiennent une orientation parfaite de 100 %. Ce ne sont par contre pas les sujets ayant le plus de visibilité, par conséquent, certains ont été retranchés du présent graphique.

Les *annonce de programmes*, que ce soit de *forage* ou de *levés géophysiques*, obtiennent une orientation parfaite de 100,0 %+.

**UQÀM**

**Chaire en relations publiques**  
Université du Québec à Montréal

Laboratoire d'analyse de presse  
Caisse Chartier

## **PARTIE 4**

### **EXPLORATION TYPHON INC.**

## FAITS SAILLANTS

---

- Les communiqués de presse émis par Exploration Typhon Inc. sont orientés positivement à 18 %<sup>11</sup> ce qui est légèrement sous la moyenne des couvertures favorables (25 %). La compagnie a donc diffusé des communiqués majoritairement neutres.
- Le taux de partialité (20,0 %) qui se dégage du corpus est largement inférieur à la moyenne de 40 % observée par le Laboratoire depuis plus de 25 ans dans les médias, ce qui indique que le ton des communiqués n'est pas du tout mouvementé. En fait, la très grande majorité des unités d'information est neutre (79,9%), alors que 19,1% est positif et 1,0% négatif.
- L'analyse détaillée basée sur 61 communiqués de presse diffusés par Exploration Typhon Inc. recèle 299 unités d'information. La densité moyenne des communiqués s'établit à 4,9 unités d'information. Cela signifie que les communiqués produits par cette compagnie ne sont pas très denses et ne contiennent que peu d'unités d'information. La médiane des communiqués s'établit à 8 unités d'informations.
- Le 26 avril 2006 est la journée lors de laquelle le plus grand nombre d'unités d'information ont été retracées (16). Les « résultats de la campagne de sondages Hiver 2006 », ont permis « d'identifier une nouvelle lentille à haute teneur de style boîte à bijou de type Sigma » (Exploration Typhon Inc., 26 avril 2006). Ces **résultats de programme**, ainsi que les *mise à jour de programme* effectuées par la compagnie Typhon font de ce communiqué celui comportant le plus d'unités d'informations de la couverture.
- Le 29 décembre 2006 est la deuxième journée se démarquant du corpus en raison de l'importance de sa visibilité. La « Clôture d'un placement privé de 2 101 200\$ canadien » nécessite beaucoup d'explications concernant la *description de l'entente* pour les actionnaires. (Exploration Typhon Inc., 29 décembre 2006).
- Le président et chef de la direction est cité à 6 reprises et un administrateur de la compagnie à 2 reprises pour l'ensemble de la couverture d'Exploration Typhon Inc.
- Cette compagnie mentionne 24 fois la personne certifiée dans ses 61 communiqués analysés durant le laps de temps retenu. Celle-ci n'est indépendante dans aucun de ces communiqués.

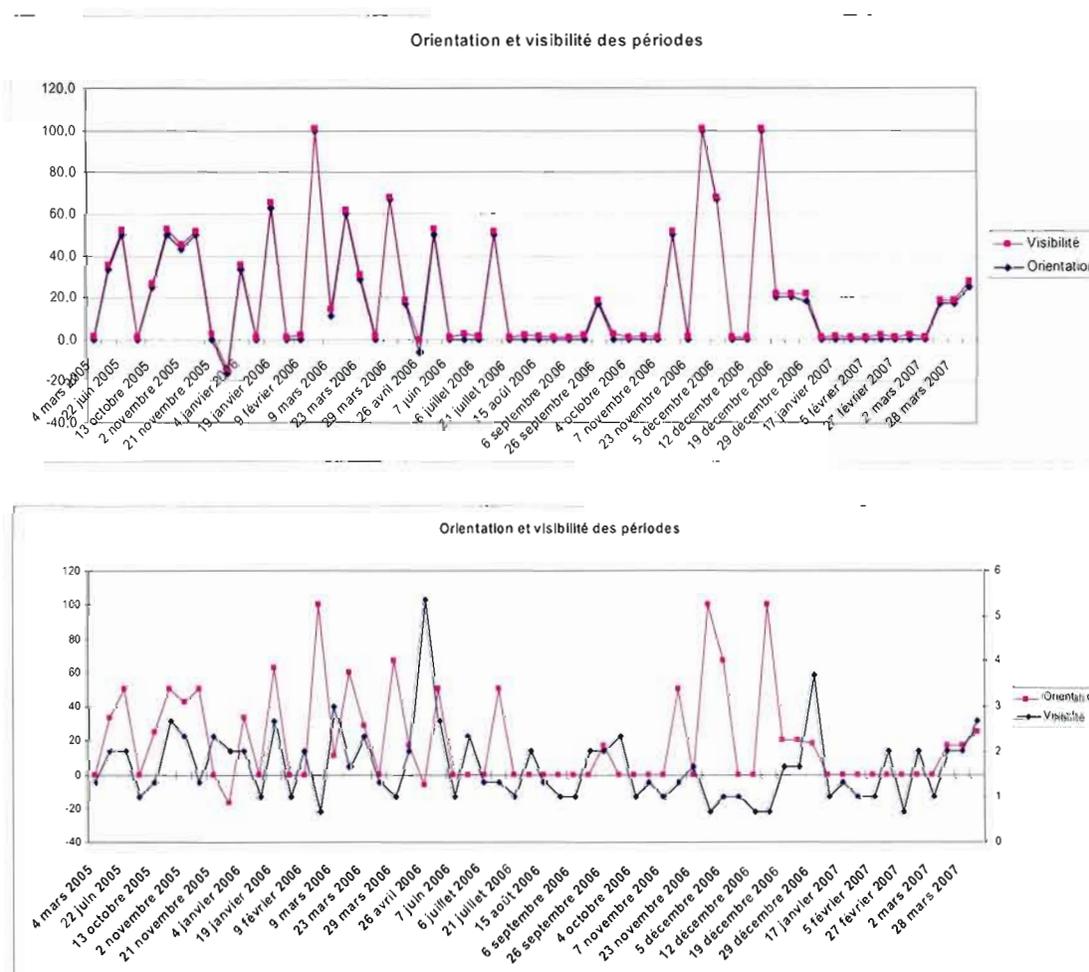
---

<sup>11</sup> Sur une échelle allant de 100- à 100+.

- Le laboratoire auquel la compagnie fait affaire pour analyser ses résultats s'est avéré indépendant à 7 reprises.
- L'or a été mentionné à 12 reprises.
- L'uranium a été mentionné à 1 reprise, soit le 28 février 2007. L'orientation de ce communiqué est neutre (0 %).

## LES PÉRIODES

Graphique 10 : Orientation et visibilité des périodes



Le 28 novembre 2006 est l'une des deux périodes qui présentent l'orientation la plus positive de la couverture, avec le score parfait de 100,0 %<sup>12</sup>. Ce communiqué

<sup>12</sup> Sur une échelle allant de 100- à 100+.

ressort de façon extrêmement positive, car la compagnie Typhon effectue la « clôture d'un placement privé de 200 000,10\$ » (Exploration Typhon Inc., 28 novembre 2006) et que c'est exclusivement ce dont le communiqué traite. Cela fait donc de **clôture d'un financement** le sujet exclusif de ce communiqué.

Le 18 décembre 2006 est la deuxième période la plus positive de la couverture, avec la même orientation que celle du 28 novembre 2006 (100,0 %+). Cette journée traite également de la **clôture d'un financement privé**, qui est le sujet exclusif de ce communiqué.

L'orientation est négative pour la période du 29 décembre 2005, car la compagnie « complète un financement par voie d'appel public à l'épargne » et que la société a « offert au public des unités A, composées de 4000 actions accréditives à 0,20\$ l'action<sup>13</sup> » (Exploration Typhon Inc., 29 décembre 2005).

L'orientation se retrouve sous zéro également pour la période du 26 avril 2006, car ce communiqué statue que «les travaux sont insuffisants en ce moment afin de définir des ressources minérales entre Fayolle et Aiguebelle-Goldfields; et qu'il est incertain que les travaux futurs mèneront dans la découverte d'une ressource minérale» (Exploration Typhon Inc., 26 avril 2006).

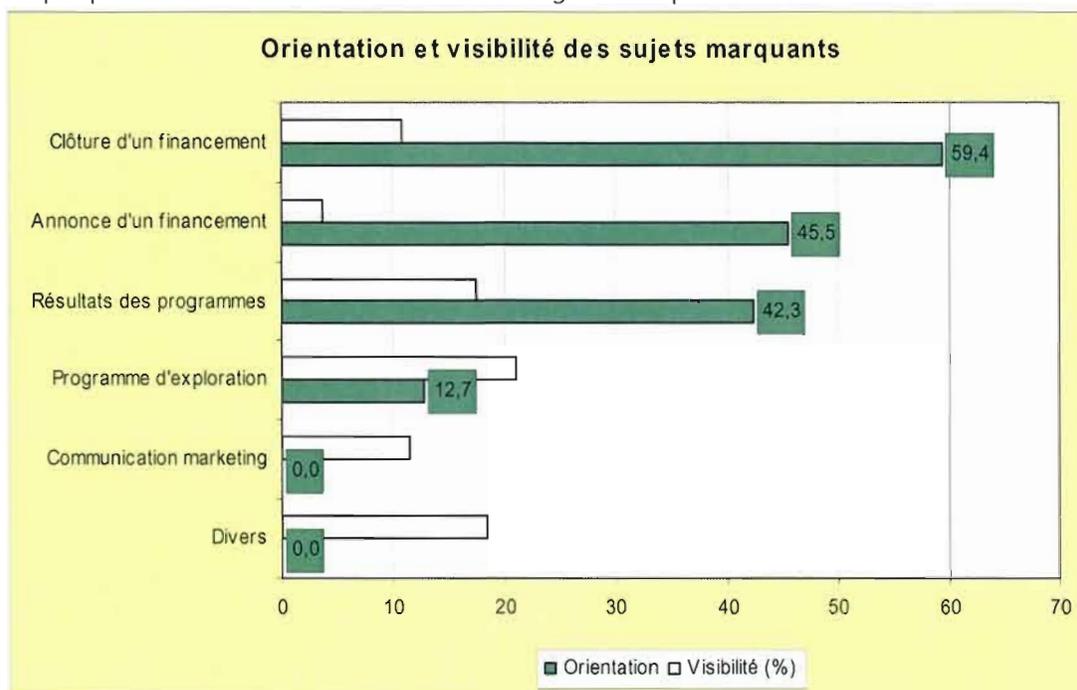
Plusieurs périodes ressortent au neutre, dont le 21 juillet 2006, où la compagnie ne fait que des *mises à jour de programmes*.

---

<sup>13</sup> Comme mentionné dans la grille d'analyse, les financements publics comprenant des actions accréditives ont une connotation négative pour les investisseurs dans le secteur de l'exploration minière.

## LES SUJETS

Graphique 11 : Orientation et visibilité des sujets marquants



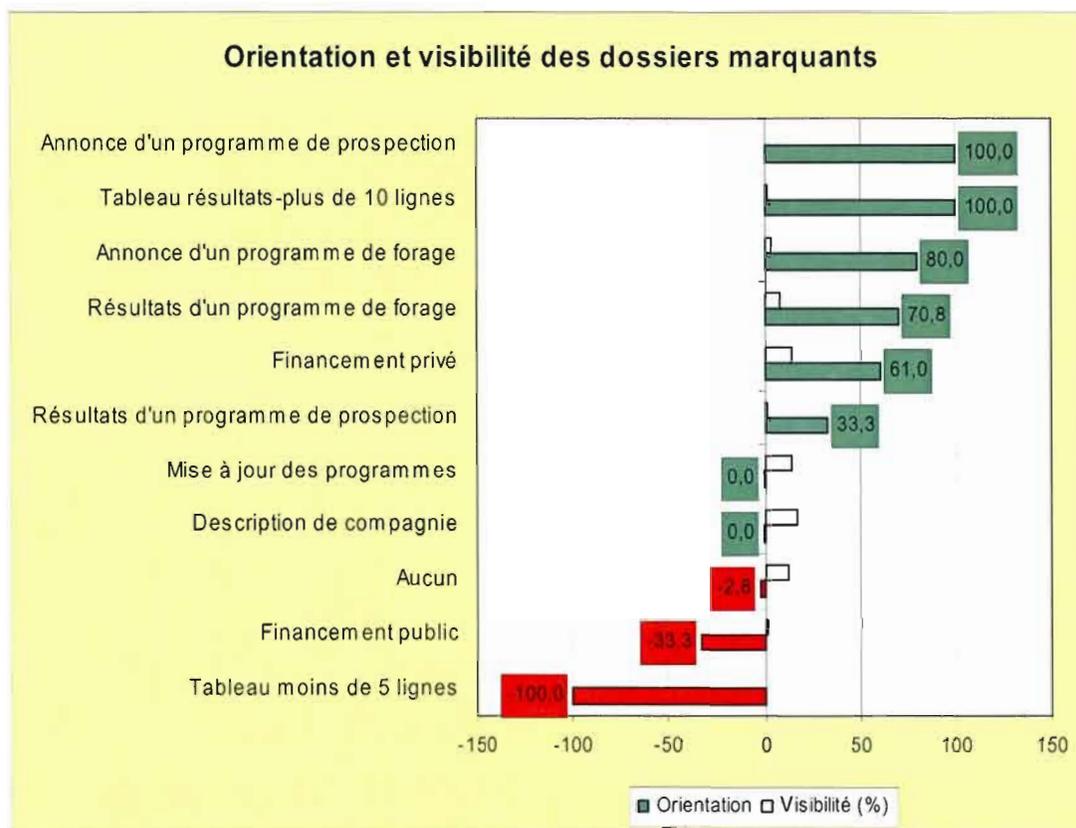
Exploration Typhon Inc. fait fréquemment mention de ses **programme d'exploration**, sur ses propriétés Aiguebelle-Goldfields et Fayolle (visibilité de 21,1%).

La **clôture d'un financement** (59,4%+) et l'**annonce d'un financement** (45,5%+) <sup>14</sup>obtiennent les orientations les plus favorables de la couverture.

<sup>14</sup> Sur une échelle allant de 100- à 100+.

## LES DOSSIERS

Graphique 12 : Orientation et visibilité des dossiers marquants



L'*annonce d'un programme de prospection* obtient une orientation exclusivement favorable de 100 %+, bien que ce dossier n'est que très peu visible sur l'ensemble des communiqués (0,3 %).

Le dossier *tableau-résultats-plus de 10 lignes*, est exclusivement favorable (100 %+), tel que statué dans la grille d'analyse.

Les *tableau de moins de 5 lignes* sont exclusivement négatifs, tel que statué dans la grille d'analyse.

Les *financement public*, bien que peu présents sur l'ensemble des communiqués, obtiennent une orientation légèrement défavorable (33,3 %-).

**UQÀM**

**Chaire en relations publiques**

**Université du Québec à Montréal**

Laboratoire d'analyse de presse  
Caisse Chartier

**PARTIE 5**  
**Général**  
**Les 4 compagnies**

## FAITS SAILLANTS

---

- Les communiqués de presse émis par ces quatre compagnies du secteur de l'exploration minière sont orientés positivement à 27,4 %<sup>15</sup> ce qui est légèrement au-dessus de la moyenne des couvertures favorables (25 %)<sup>16</sup>. La compagnie a donc diffusé des communiqués majoritairement neutres.
- Le taux de partialité (29,8 %) qui se dégage du corpus est inférieur à la moyenne de 40 % observée par le Laboratoire depuis plus de 25 ans dans les médias, ce qui indique que le ton des communiqués n'est pas du tout mouvementé. En fait, la très grande majorité des unités d'information est neutre (70,2%), alors que 28,6% est positif et 1,2% négatif.
- L'analyse détaillée basée sur 160 communiqués de presse diffusés par les quatre compagnies d'exploration minière recèle 975 unités d'information. La densité moyenne des communiqués s'établit à 7,5 unités d'information. Cela signifie que les communiqués produits par ces compagnies sont généralement assez denses et contiennent plusieurs unités d'information. La médiane des communiqués s'établit à 6 unités d'informations.
- Les intervenants ont été mentionnés à 18 reprises dans le corpus, ce qui représente 1,8% des unités d'information recensées.

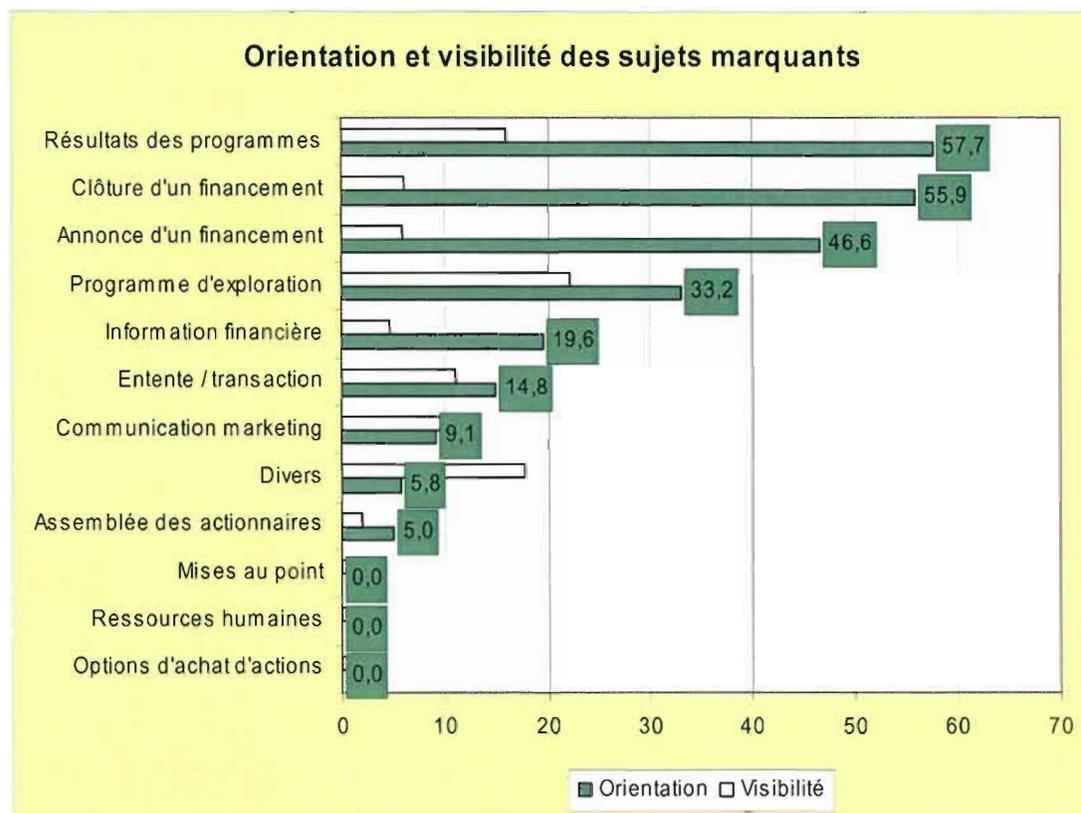
---

<sup>15</sup> Sur une échelle allant de 100- à 100+.

<sup>16</sup> Sur les couvertures analysées par le Laboratoire depuis plus de 25 ans.

## SUJETS

Graphique 13 :



**Les résultats de programme** est le sujet présentant l'orientation la plus favorable de ces quatre compagnies du secteur de l'exploration minière (57,7 %+). Ce sujet présente un grand intérêt pour les investisseurs.

Il est suivi de près par la clôture d'un financement qui présente une orientation de 55,9 %+. L'annonce d'un financement récolte quant à lui une orientation favorable de 46,6 %+.

Le sujet ayant obtenu le plus de visibilité dans le corpus de communiqués est les **programme d'exploration** (22,3 %+).