



# L'influence de la presse financière auprès des investisseurs

- Etude réalisée pour le compte de CompanynewsGroupe, Euronext et Brunswick.
- Enquête téléphonique réalisée du 7 au 14 mars 2003 auprès de 30 gérants stock-picking en France de manière aléatoire à partir d'un fichier représentatif.

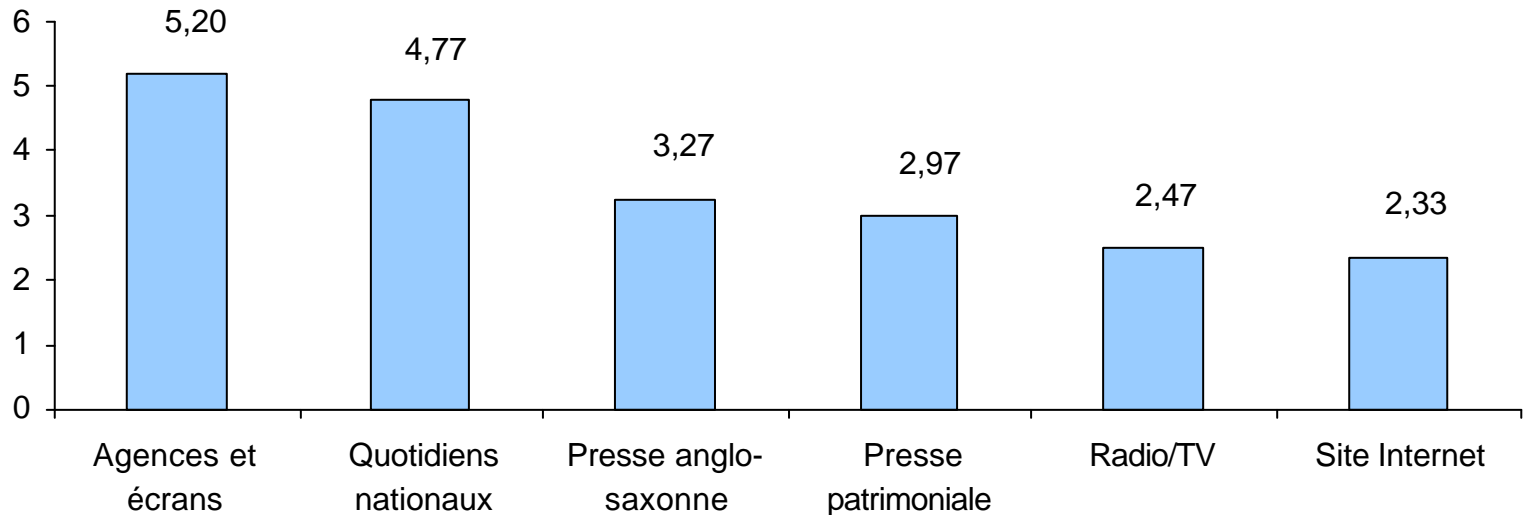
Synthèse Avril 2003

# Importance des sources d'informations dans les décisions d'investissement

Sont très important(e)s ou important(e)s :

- les informations diffusées par les entreprises pour 80 % d'entre eux
- les média économiques et financiers pour 70 % d'entre eux
- les notes d'analystes sell side pour 63 % d'entre eux
- les écrans professionnels pour 60 % d'entre eux
- les sites et portails d'informations financières pour 44 % d'entre eux

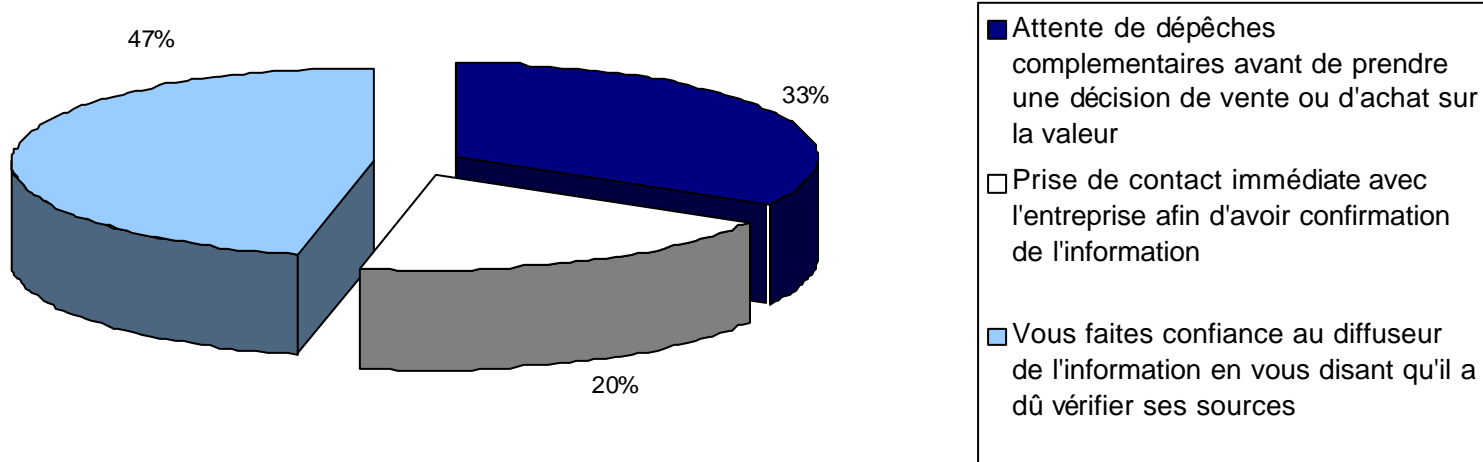
# La confiance dans les différents médias



Les gérants estiment que les agences de presse et écrans professionnels diffusent de l'information fiable, pertinente, ciblée et en temps réel.

# La réaction des gérants face aux dépêches

Lorsque vous recevez une dépêche sur une entreprise que vous suivez, quelle est votre attitude?



Les dépêches transmises par les différents média sont jugés relativement fiables par les gérants : 47% d'entre eux déclarent faire confiance au diffuseur de l'information en pensant qu'il a dû vérifier ses sources.

# Influence de la presse financière auprès des gérants

**Tenez-vous compte dans vos choix d'investissement des articles publiés par la presse financière?**

- 90% des gérants tiennent compte des articles de la presse financière dans leur choix d'investissement.
- 87% considèrent que la presse financière influence leur choix d'investissement.
- 58% d'entre eux considèrent la presse comme une source d'information fiable.

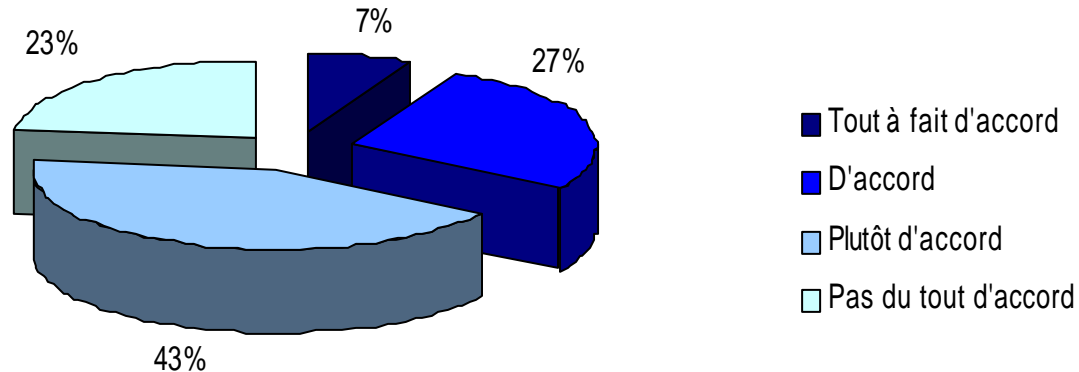
# L'utilisation différenciée des sources d'information

**L'utilisation de vos sources d'information est-elle différente selon qu'il s'agit d'un suivi normal de la vie d'une société, d'un événement ou d'une opération exceptionnelle liée à cette société ?**

- 57% des gérants utilisent des sources d'informations différentes selon qu'il s'agit d'un suivi normal de la vie d'une société, d'un événement ou d'une opération exceptionnelle liée à cette même société.
- Dans le cadre du suivi normal d'une société, les sources principales sont :
  - la communication des sociétés (40%)
  - les recherches diffusées par les analystes (24%)
- Pour les opérations exceptionnelles les sources privilégiées sont :
  - la presse (34%)
  - les sites financiers des entreprises (24%)
  - les rapports d'analystes (24%)

# La vision des gérants sur les communiqués des entreprises

**Les communiqués des entreprises sont crédibles et complets :**



77% des gérants considèrent que les communiqués des entreprises sont plutôt crédibles et complets.



BRUNSWICK

# Etude sur les professionnels de l'investissement et l'influence de la presse financière en France

Avril 2003



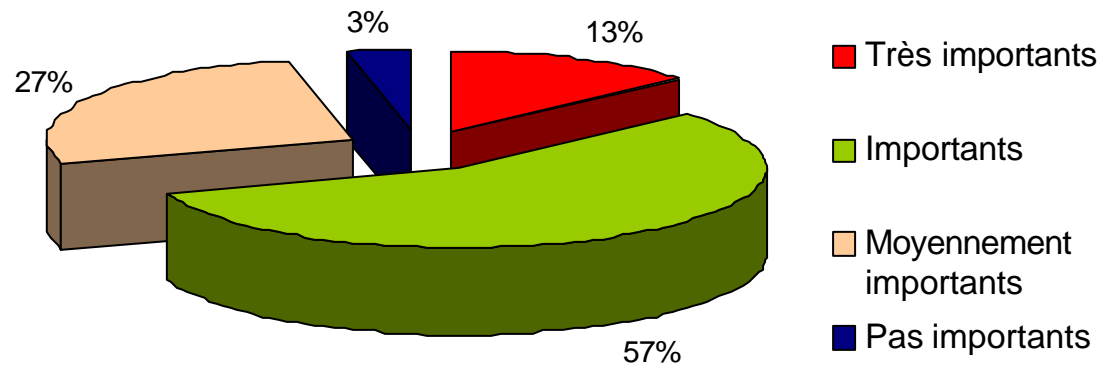
# Méthodologie

---

- Etude réalisée pour le compte de CompanynewsGroupe, Euronext et Brunswick.
- Enquête téléphonique réalisée du 7 au 14 mars 2003.
- Ont été interrogés 30 gérants stock picking en France de manière aléatoire à partir d'un fichier représentatif.
- Durée moyenne d'administration du questionnaire : 7 minutes.

# Le poids des média économiques et financiers

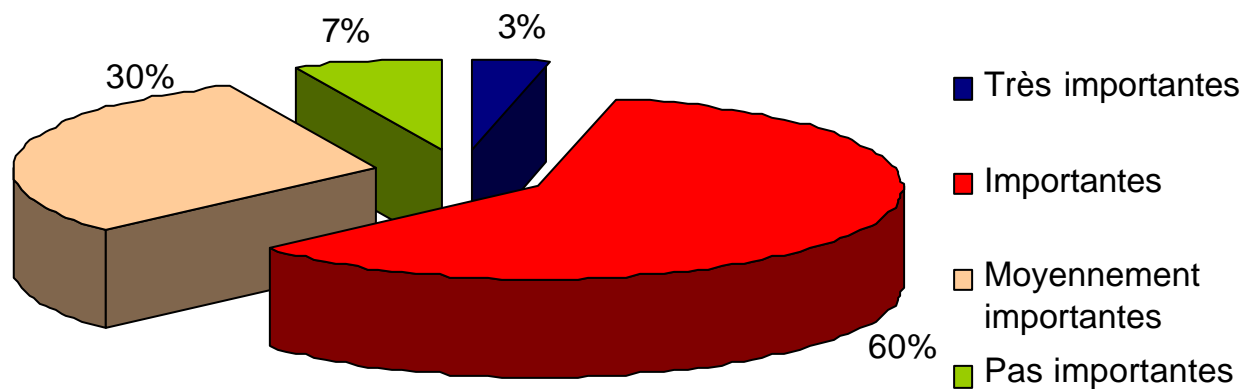
Dans vos prises de décisions, vous estimez que les média économiques et financiers sont :



Les média économiques et financiers sont pour les professionnels de l'investissement un élément important (57%) dans leur prise de décisions voire très important pour 13 % d'entre eux.

# L'importance des notes d'analystes sell-side

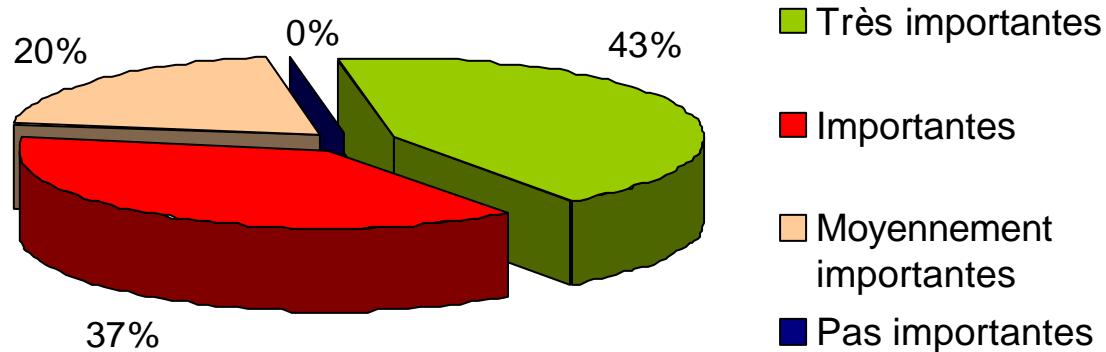
Les notes d'analystes sell-side sont :



En majorité, les professionnels pensent que les notes d'analystes sell-side sont importantes (60%), à noter aussi que 30% les jugent moyennement importantes.

# Les informations des sociétés données aux professionnels

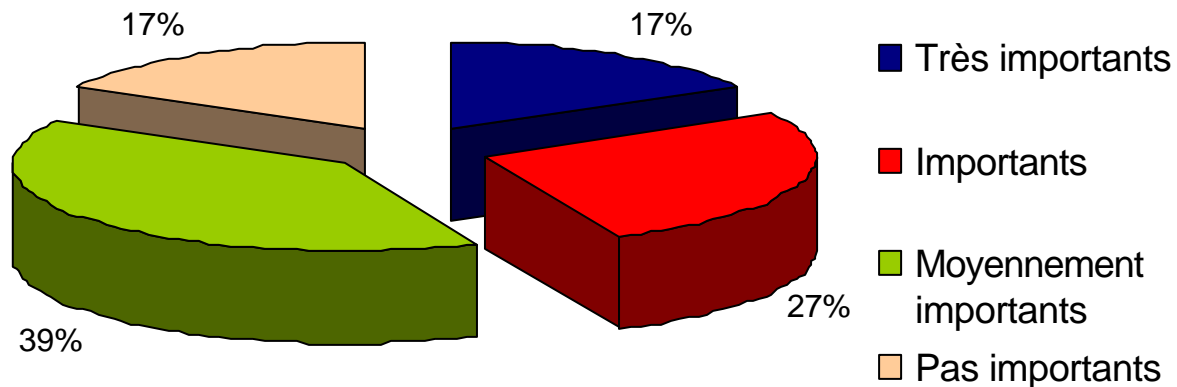
Les informations données par les sociétés sont :



Les sociétés, lorsqu'elles informent les professionnels, dispensent des informations « très importantes » pour 43% des gérants, aucun n'a répondu « sans importance ».

# L'importance des sites et portails d'informations

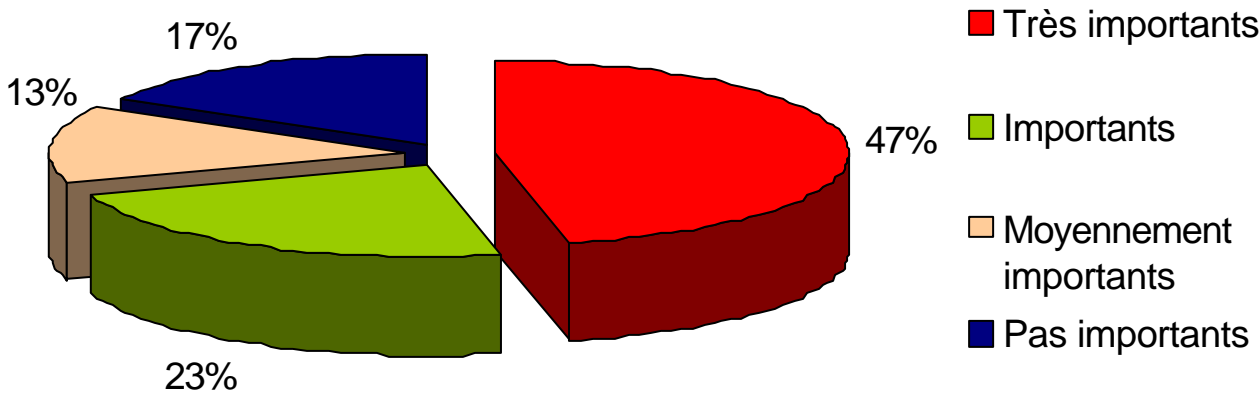
Les sites et portails d'informations sont :



Les sites et portails d'informations ne recueillent pas de franche majorité. 39% des professionnels interrogés les jugent moyennement importants, tandis que 27% les jugent importants pour leur travail.

# Le poids des écrans professionnels

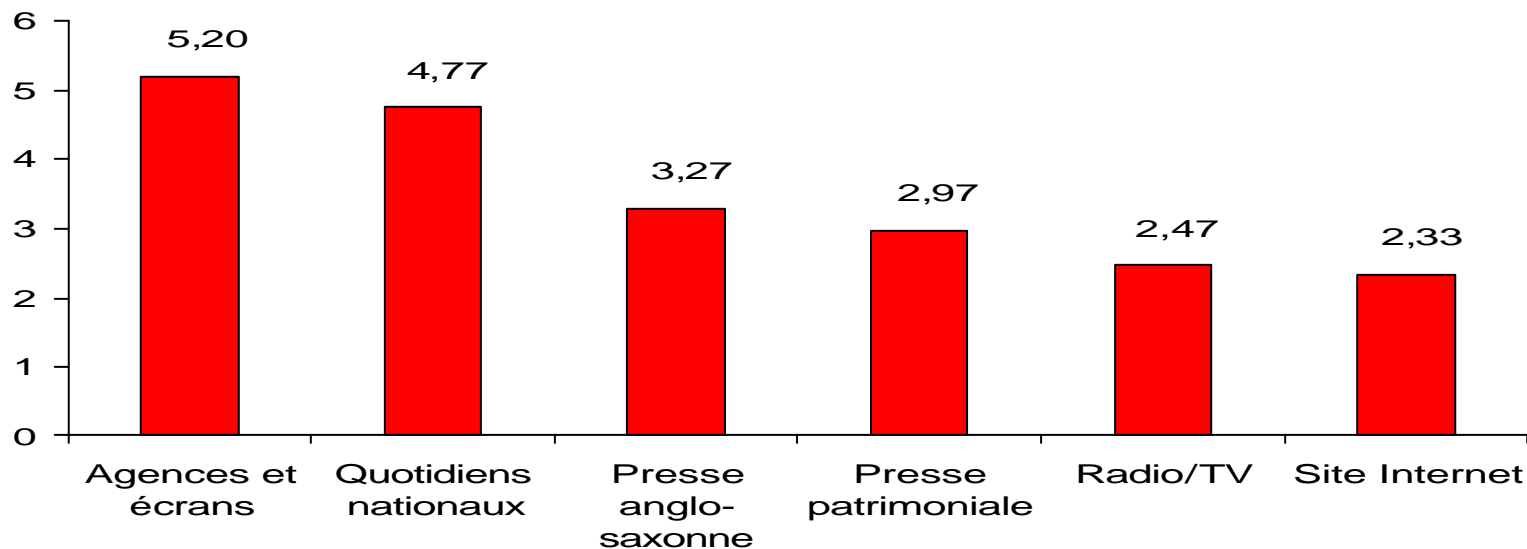
Les écrans professionnels sont :



Au contraire des sites et portails d'informations, les écrans professionnels sont considérés comme très importants (47%) par les professionnels de l'investissement.

# La confiance des professionnels dans les différents média

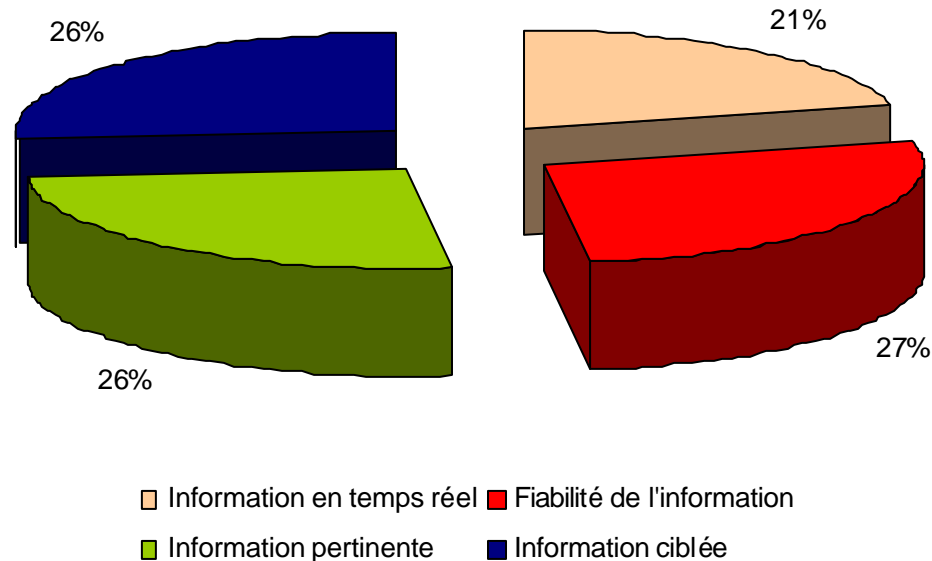
Classez les différents média selon votre niveau de confiance sur une échelle de 1 à 6, 6 étant le plus élevé :



Les professionnels de l'investissement ont avant tout confiance dans les agences de presse financières et les écrans professionnels, ils emportent l'adhésion de tous (5,2/6). Suivent alors les quotidiens économiques et financiers nationaux (4,77/6), distançant de 1,5 points la presse anglo-saxonne. Ce sont les sites Internet financiers qui sont les moins fiables pour eux avec un indice de confiance de 2,33 sur 6.

# Les professionnels, la presse financière et les écrans professionnels

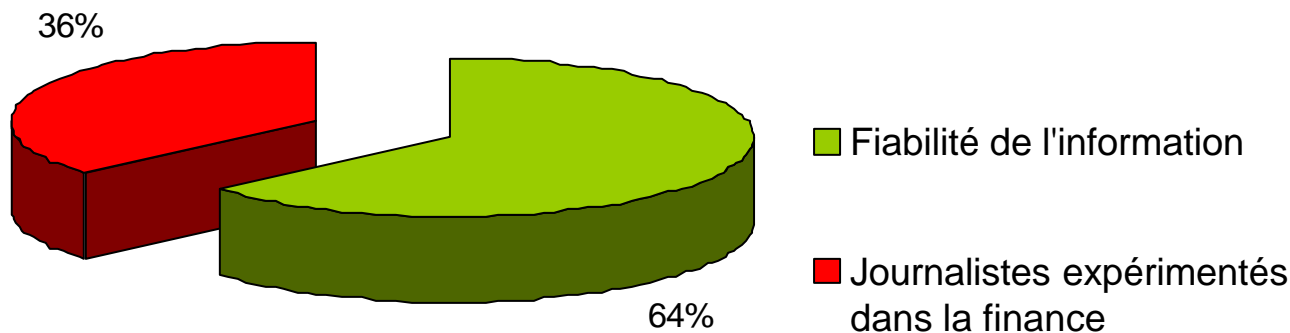
Pourquoi avez-vous le plus confiance dans les agences de presse financière et les écrans professionnels ? (Réponse spontanée)



Si la confiance est quasi-totale dans les agences de presse financières et les écrans professionnels de la part des professionnels, leurs raisons varient. Cette confiance viendrait grâce à la fiabilité de l'information (27%), mais aussi de la précision de celle-ci (26%).

# La confiance des professionnels et les quotidiens économiques et financiers

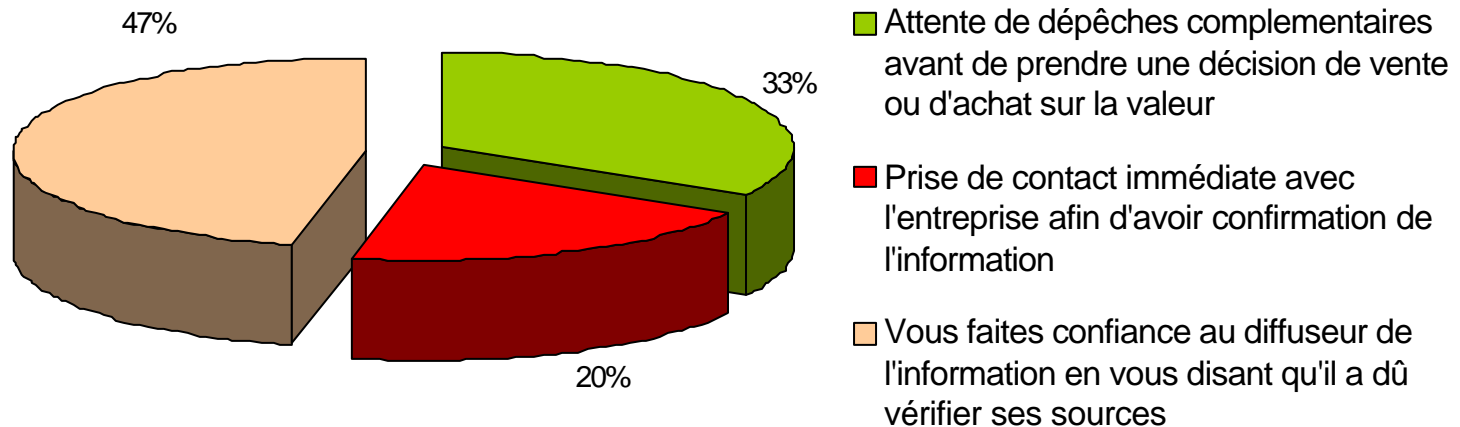
Pourquoi avez-vous le plus confiance dans les quotidiens économiques et financiers nationaux ? (Réponse spontanée)



Même si les journalistes des quotidiens économiques et financiers nationaux sont jugés « expérimentés » (36%), la confiance des professionnels dans ce média vient avant tout de la fiabilité prouvée de l'information (64%).

# La réaction des professionnels face aux dépêches

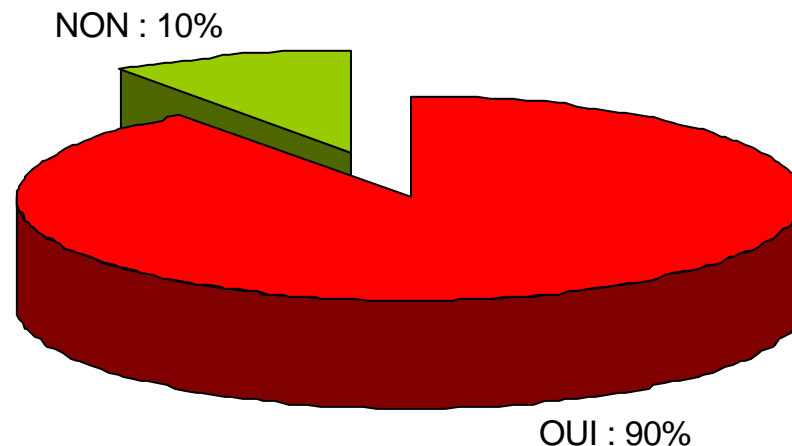
Lorsque vous recevez une dépêche sur une entreprise que vous suivez, quelle est votre attitude?



Les dépêches transmises par les différents média sont jugés relativement fiables par les professionnels puisque 47% d'entre eux déclarent faire confiance au diffuseur de l'information en pensant qu'il a dû vérifier ses sources.

# Les professionnels de l'investissement et l'impact de la presse financière

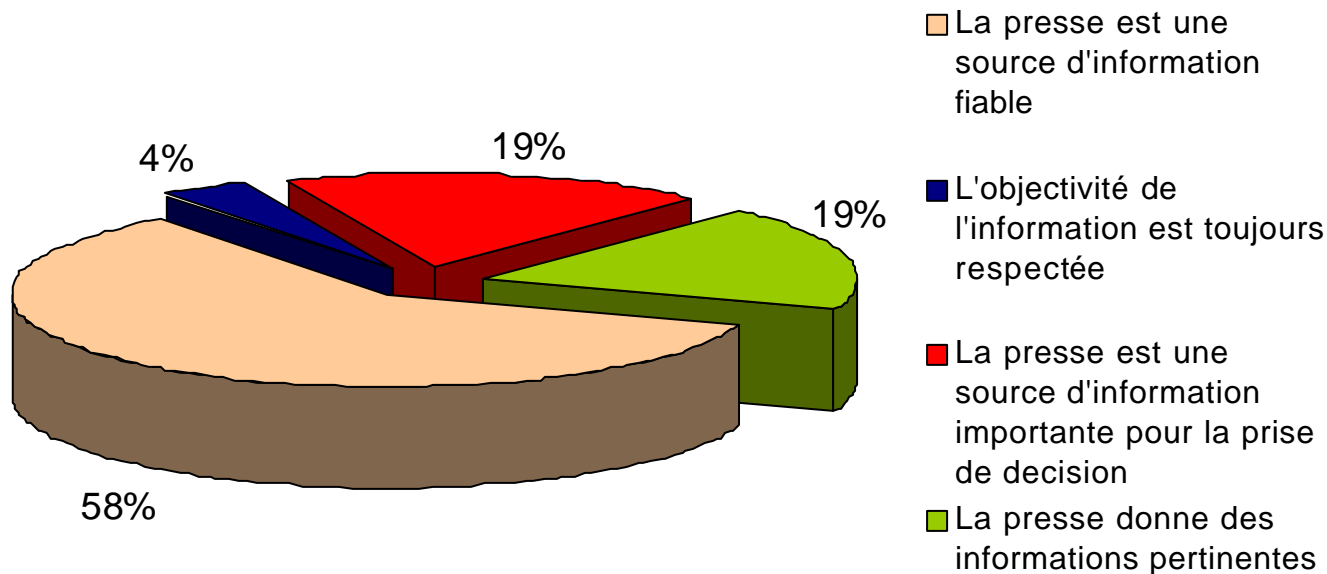
Tenez-vous compte dans vos choix d'investissement des articles publiés et émis par la presse financière?



La presse financière a un poids indéniable sur les choix d'investissement des professionnels de l'investissement puisque 90% des personnes interrogées affirment tenir compte dans leur choix des articles publiés.

# L'importance de la presse financière selon les professionnels de l'investissement

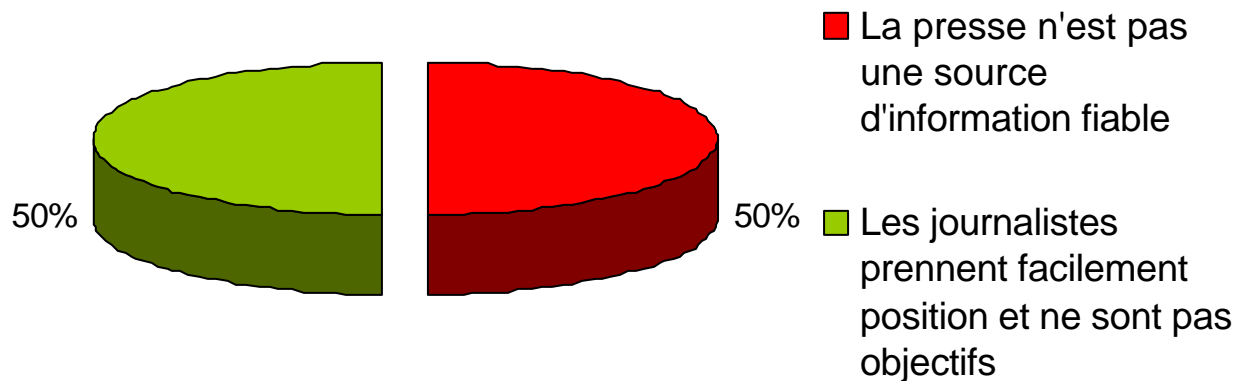
**Pourquoi tenez-vous compte des articles publiés et émis par la presse financière dans vos choix d'investissement ? (Réponse spontanée)**



Sur les 90% des professionnels qui tiennent compte de la presse financière, 58% le font car il juge la presse comme une source d'information fiable.

# Le rejet de la presse financière selon les professionnels de l'investissement

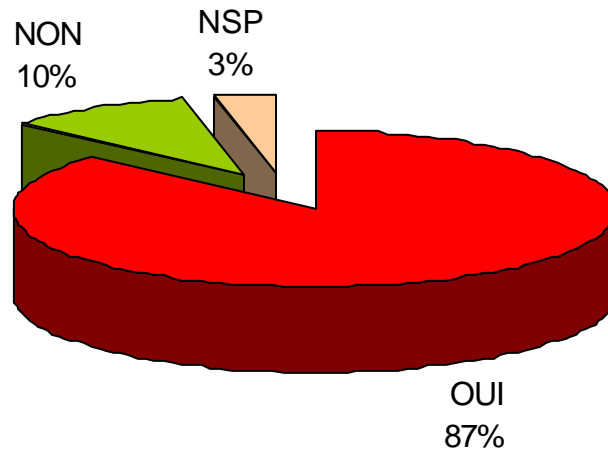
Pourquoi ne tenez-vous pas compte des articles publiés et émis par la presse financière dans vos choix d'investissement ?



Pour les 10% ne tenant pas compte de la presse financière dans leurs choix d'investissement pensent que la presse n'est pas une source d'information suffisamment fiable autant que les journalistes ne sont pas objectifs (50%).

# La presse, facteur d'influence sur les marchés financiers ?

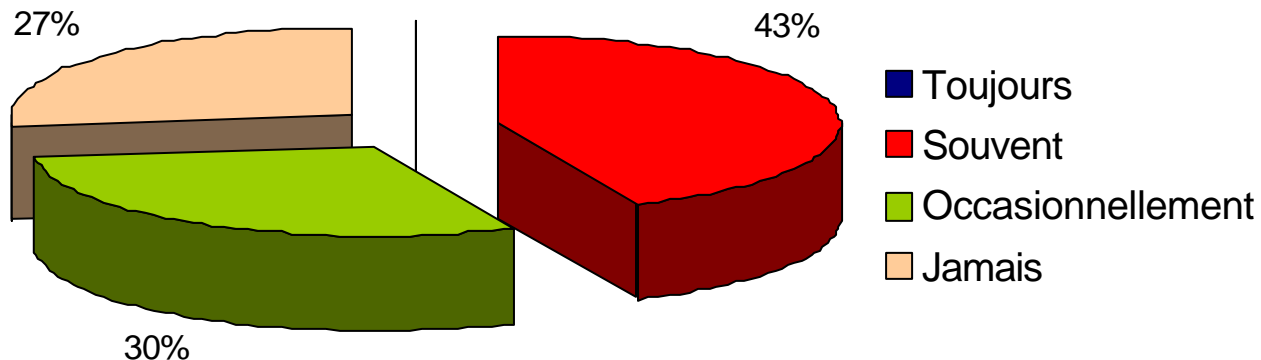
Pour vous, existe-t-il une véritable influence de la presse sur les marchés financiers ?



L'impact de la presse sur les marchés financiers paraît indiscutable, 87% des professionnels pensent que la presse exerce une véritable influence sur ces marchés.

# La presse financière, outil de vérification ?

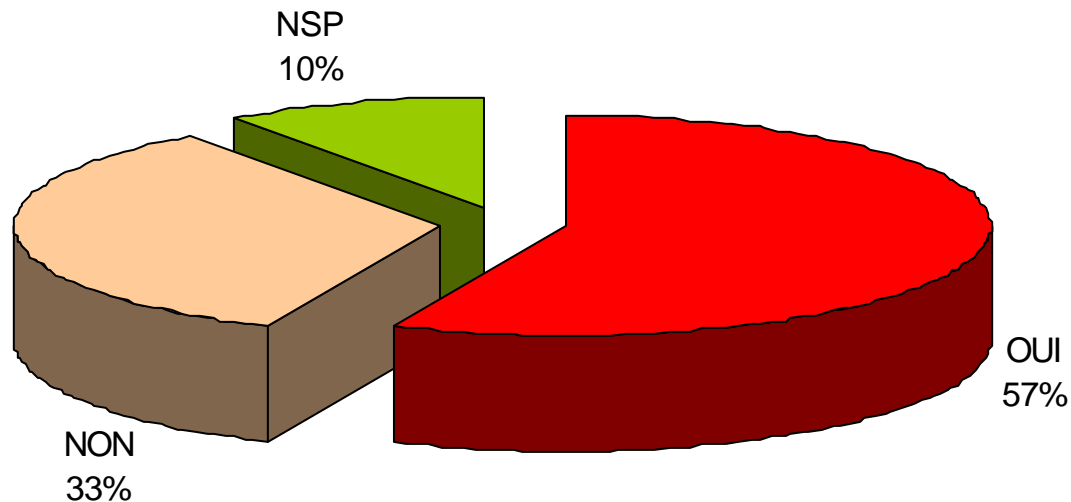
Utilisez-vous la presse comme moyen de validation d'autres sources d'information ?



Si la presse a une influence indéniable, son rôle de vérificateur d'information est moins certain. 43% avouent se servir souvent de la presse comme moyen de validation des autres sources d'information, mais 30% le font occasionnellement et 27% jamais.

# Les différentes utilisations des sources d'information chez les professionnels

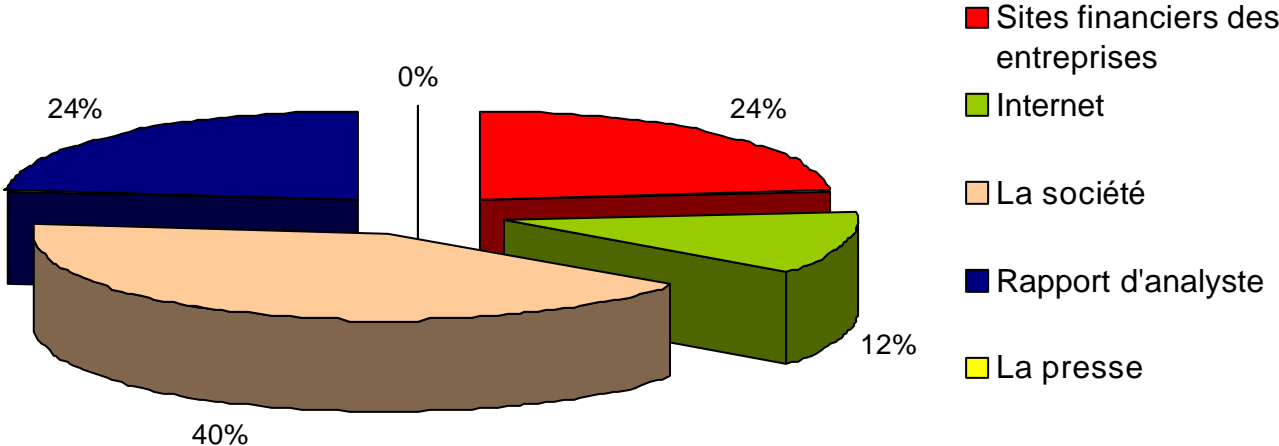
L'utilisation de vos sources d'information est-elle différente selon qu'il s'agit d'un suivi normal de la vie d'une société, d'un évènement ou d'une opération exceptionnelle liée à cette société ?



Les professionnels de l'investissement n'utilisent pas de la même façon leurs différentes sources d'information selon qu'il s'agit d'un suivi régulier de la société ou d'un évènement exceptionnel (57%).

# Les sources de suivi normal d'une société

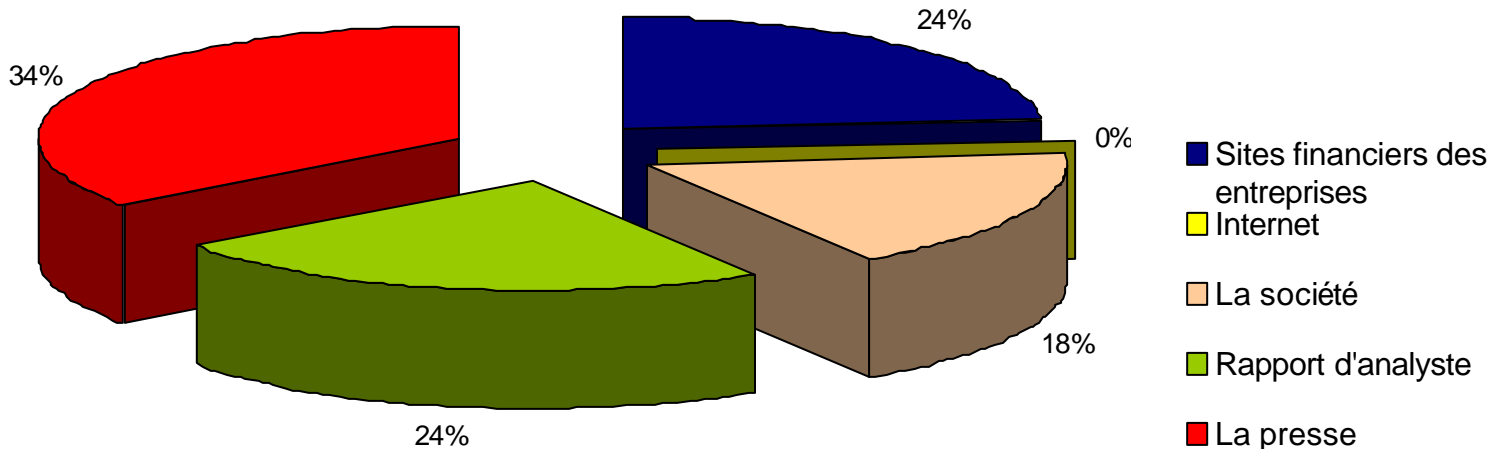
L'utilisation de vos sources est différente, quelle est donc votre source privilégiée pour un suivi normal de la vie d'une société? (Réponse spontanée)



Pour les 57% de professionnels variant l'utilisation des sources selon la nature de l'information requise, 40% privilégient la société même comme source de renseignement pour un suivi normal de l'entreprise. Les rapports des analystes tout comme Internet sont bien suivis (24%). La presse n'est pas utilisée.

# Les sources pour les évènements exceptionnels

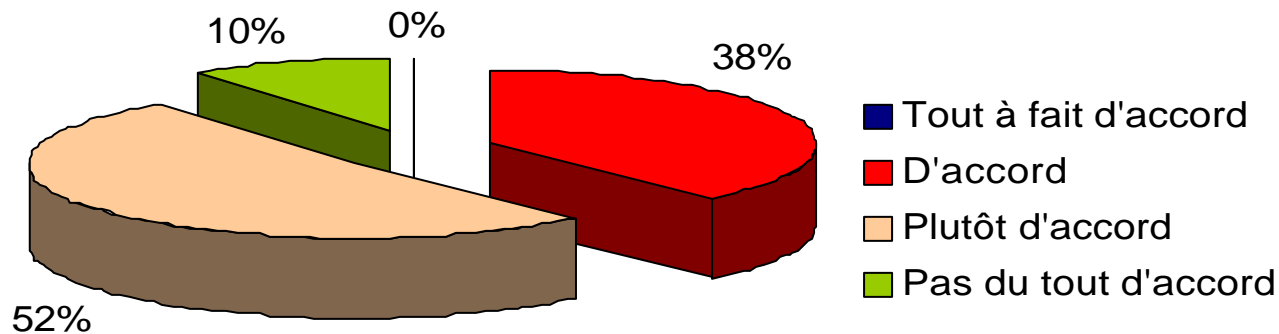
L'utilisation de vos sources est différente, quelle est donc votre source privilégiée pour un événement ou une opération exceptionnelle liée à la société? (Réponse spontanée)



Toujours pour les professionnels variant de sources selon la situation (57%), 34% utilisent la presse comme source d'information privilégiée concernant un évènement ou une opération exceptionnelle liée à l'entreprise. Les rapports d'analystes tout comme les sites financiers sont aussi consultés (24%). Internet n'est pas utilisé.

# La perception de la presse par les professionnels

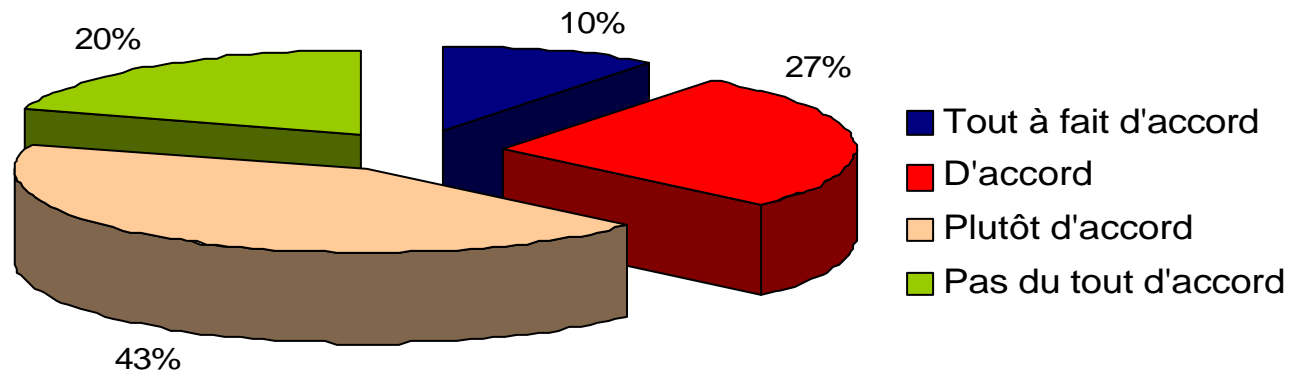
La presse diffuse de l'information claire et crédible :



52% des professionnels s'accordent à être plutôt d'accord pour reconnaître que la presse diffuse une information claire et crédible et 38% sont même d'accord avec cette proposition. Cependant, aucun ne s'affirme tout à fait d'accord.

# Le rôle de la presse face aux décisions des professionnels

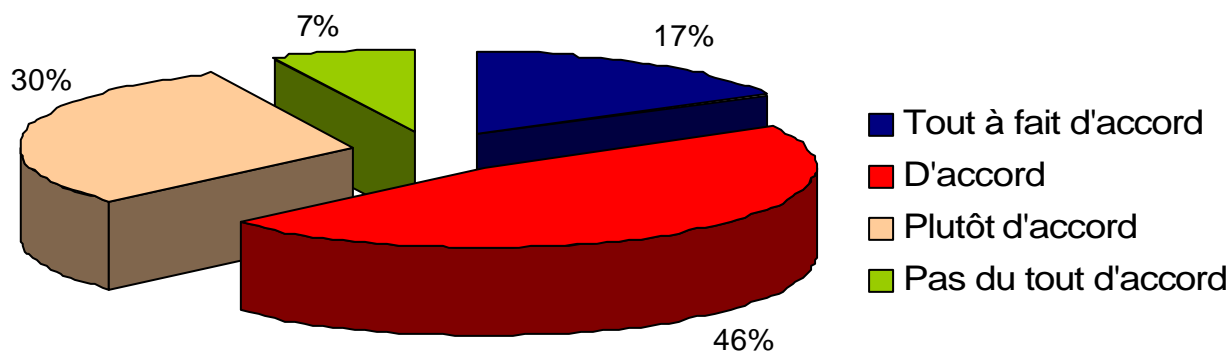
La presse joue un rôle important dans le choix de décision des professionnels de la finance :



43% des professionnels de l'investissement se définissent plutôt d'accord pour admettre que la presse joue un rôle important dans le choix de décision des professionnels de la finance, mais 20% d'entre eux ne sont pas du tout d'accord, ce qui tend à restreindre l'impact de la presse auprès des professionnels de la finance.

# Le rôle des journalistes dans la diffusion de l'information selon les professionnels

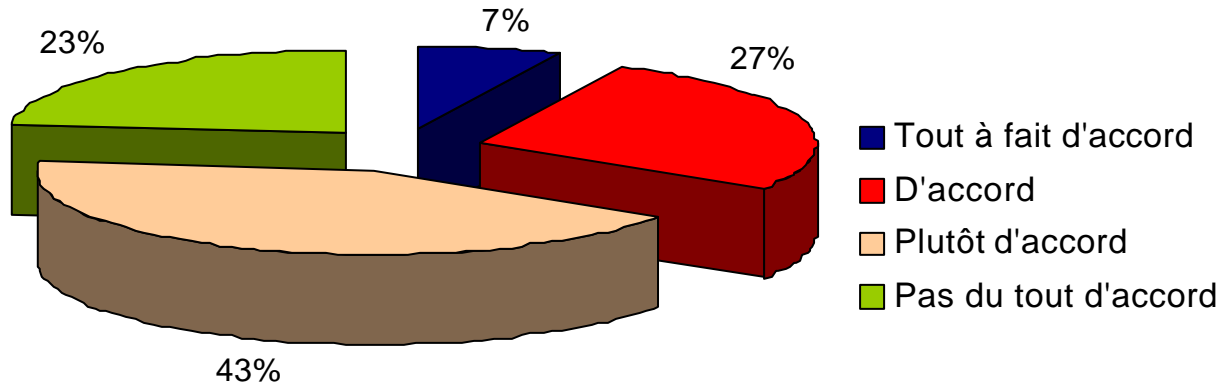
Les journalistes sont un élément important dans le maillon de la diffusion de l'information sur les entreprises :



Les journalistes seraient bien un élément important de la diffusion de l'information sur les entreprises pour 46% des professionnels qui sont d'accord avec cette idée, et 30% plutôt d'accord. Seuls 7% d'entre eux ne sont pas du tout d'accord.

# La vision des professionnels sur les communiqués des entreprises

Les communiqués des entreprises sont crédibles et complets :



Les entreprises auraient une communication mitigée au travers de leurs communiqués puisque 43% admettent que ceux-ci sont plutôt crédibles et complets, mais 23% des professionnels ne sont pas du tout d'accord tandis que 27% s'expriment d'accord.

Chaque année depuis 1998, TLB réalise une Etude Nationale sur les Actionnaires Individuels et la Bourse, le TLB<sup>120</sup>.

TLB a ainsi créé un panel représentatif de plus de 21.000 Actionnaires Individuels.

Garanties méthodologiques :

Afin de garantir sa représentativité, ce panel a été constitué progressivement par recrutement de nouveaux actionnaires. Il est renouvelé chaque année pour au moins 50 % des panélistes.



- Le TLB<sup>120</sup> qualifie les caractéristiques socio-économiques des actionnaires individuels : âge, profession, zone géographique, revenu net mensuel, niveau de formation...
- L'étude fournit une analyse du comportement boursier des actionnaires : comment sont-ils entrés en Bourse et depuis combien de temps, comment gèrent-ils leur portefeuille, utilisent-ils Internet pour passer des ordres et s'informer, le nombre de lignes, le montant de leur portefeuille, le nombre d'interventions annuelles, les marchés sur lesquels ils interviennent...
- L'étendue du panel et le nombre de répondants chaque année permettent à l'étude TLB<sup>120</sup> de fournir une analyse précise de l'image qu'ont les actionnaires individuels des sociétés cotées au SBF 120. Cette mesure est obtenue à partir des réponses des panélistes qui qualifient les valeurs du SBF 120 sur la base de 74 critères, issus de réunions de groupes et mis à jour chaque année (PER de la valeur, marge brute d'autofinancement, les relations avec les actionnaires, la communication, l'innovation, valeurs spéculatives, qualité du management, développement international...)

**LES ETUDES  
ACTUELLEMENT  
DISPONIBLES  
ISSUES DU  
TLB 120**

**1. Etudes générales accessibles à tous les intervenants du marché :**

- a. Le rapport général TLB<sup>120</sup> qui reprend le comportement global des actionnaires individuels et l'image qu'ils ont des sociétés cotées.
- b. Le rapport actionnaires individuels et les courtiers en ligne.

**2. Etude spécifique destinée aux valeurs du SBF 120 ou aux 25 courtiers en ligne :**

- a. Le rapport spécifique sur chaque valeur n'est commercialisé qu'à la valeur intéressée .
- b. Le rapport spécifique sur chaque courtier n'est commercialisé qu'au courtier intéressé.

**Les rapports 1a, 2a et 2 b comprennent le rapport général TLB<sup>120</sup>**

TLB possède un Info Centre de 21 000 actionnaires individuels qui répondent chaque année à l'enquête nationale sur les actionnaires individuels et/ou qui, en cours d'année, par vague de 400 à 1 000 actionnaires, répondent à une vingtaine d'enquêtes spécifiques en fonction des problématiques ciblées des clients. Pour éviter une « professionnalisation » des panélistes, aucun n'est sollicité plus de deux fois par an.

L'Info Centre TLB, unique sur le marché, permet de mener en permanence des études rapides et statistiquement fiables dans le cadre d'une OPA, de mesures d'impact de communication, de notoriété, d'introduction d'un titre...

Ce panel actuel de 21 000 Actionnaires Individuels permet aux intermédiaires financiers de mieux définir la stratégie marketing à adapter aux actionnaires individuels et à leurs clients.

## Les autres produits d'étude de TLB sur la Bourse :

- **Boursoscan** : 1ère Etude Nationale sur les Actionnaires Individuels connectés à Internet et les Sites Internet des Sociétés Cotées.

7 100 panélistes ont effectué plus de 13 000 visites des sites des sociétés cotées à Paris.

Près de 9 500 notations de sites.

Boursoscan est un outil opérationnel pour mesurer l'impact de son site Internet auprès des actionnaires individuels.

- **Les institutionnels** : TLB a développé un produit d'étude auprès des analystes , des investisseurs institutionnels et des journalistes pour mesurer l'impact de la communication financière des sociétés cotées avec un benchmark avec les sociétés du secteur. TLB réalise ces études à Paris, Londres, Bruxelles, Amsterdam.

# QUELQUES REFERENCES

## Sociétés cotées :

AGF, Air Liquide, Altran, Aventis, AXA, BNP Paribas, Cap Gemini, CNP Assurances, Crédit Lyonnais, Dexia, Essilor, Fleury Michon, LVMH, Michelin, Pernod Ricard, Renault, Rhodia, Société Générale, Usinor, Vivendi Universal...

## Intermédiaires Financiers :

ABN AMRO Rotschild, Banques Populaires, BNP Paribas, Capitol, Consors, CPR, Crédit Agricole, Crédit Mutuel, Fimatex, LineBourse, ING, Self Trade...

## Institutionnels de place :

Euronext, Paris Europlace....

## Presse :

Le Figaro, Investir....

## **TLB : The Customer Care Company**

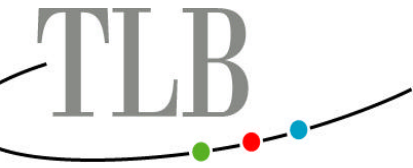
C'est grâce à sa maîtrise de l'Analyse Marketing de la relation clients et du datamining, tant en Business to Business, que vis-à-vis de populations spécifiques telles que les agriculteurs, les motards, les artisans, les utilisateurs de certains types de téléphonie, ... que TLB a pu développer le TLB<sup>120</sup> et toutes les études dérivées auprès des Actionnaires Individuels.

C'est la maîtrise de la relation clients et du conseil Marketing qui sont au centre de l'activité de TLB.

### **Nos principaux clients en dehors du secteur boursier :**

Groupe Chèque Déjeuner, Point-P Saint Gobain (distribution), Demos (formation), Foncia, INVS (Institut National de Veille Sanitaire), Lease Plan (LLD), RAGT(Agriculture), Kawasaki, Delcar Industries (automobiles), Cofinoga...

# CONTACTS



**Thierry Lebizay,**  
*Président*

**Didier Rayon**  
*Associé – Directeur Scientifique - Etudes et Datamining*

**Charles-Henri d’Auvigny**  
*Associé – Directeur du Développement*

**TLB**

60, rue de Londres - 75008 Paris

Tél : 01 53 04 34 00 - fax : 01 55 30 01 10

e-mail : [ch.dauvigny@tlbonline.com](mailto:ch.dauvigny@tlbonline.com)

Site Internet : [www.tlbonline .com](http://www.tlbonline.com)