

	Up ! Enhanced Management	Première édition
	7 La communication 7.8 La communication externe	http://www.up-comp.com contact@up-comp.com

- **Distinguer ce qui est le réel présent et ce qui est la cible future.**
Par exemple, le levier d'endettement peut être celui constaté pour l'exercice ou celui cible à deux ans.
- **Définissant les hypothèses de calcul.**
Par exemple, le **spread** entre le taux moyen du marché boursier et le rendement du marché boursier sans risque est de 4% en **France** mais de 6 % aux **Etats-Unis**.

7.8.2.2 Les enjeux de la communication

Les enjeux de la communication financière sont des plus importants puisque sa réussite détermine la confiance qu'auront les investisseurs et les prêteurs en l'entreprise, se traduisant au final par l'évolution du cours de l'action, comme le montre le diagramme suivant :

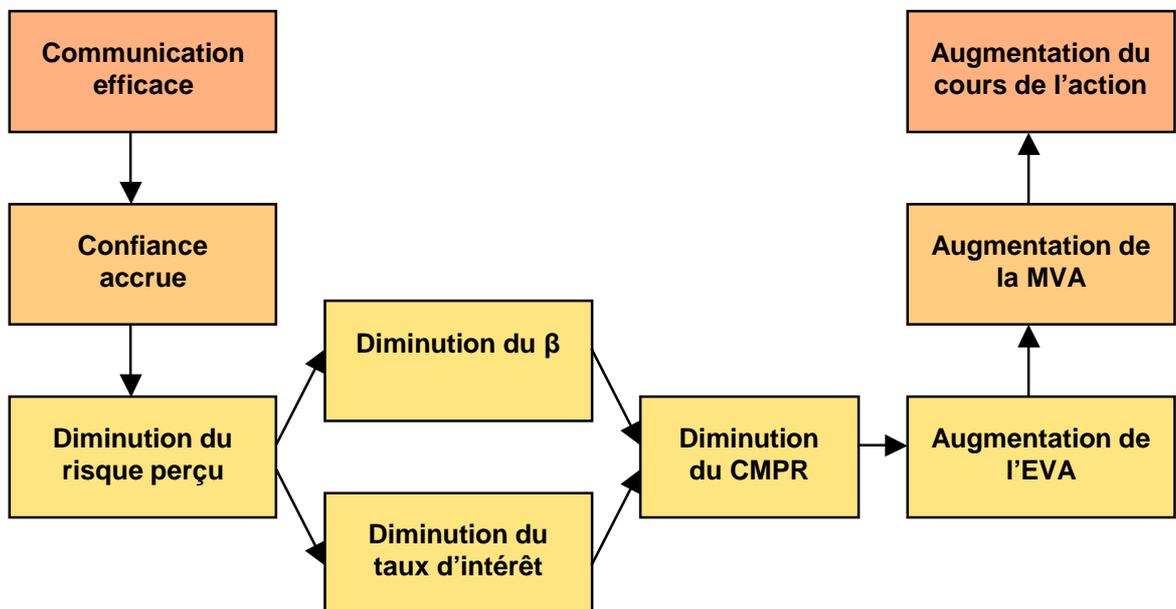


Diagramme 301 – L'effet de la communication financière

Tout l'art de cette communication consiste à trouver les arguments factuels pour réduire l'écart entre les informations disponibles en interne dans l'entreprise et celles diffusées au public, sans mettre en péril ses avantages concurrentiels. Ainsi, la communication financière ne peut pas être complète, notamment sur les activités stratégiques à fort potentiel, sinon les concurrents pourraient en profiter plus encore que les investisseurs.