

De l'intérêt pour les mines juniors



MICHEL GIRARD
TRANSACTIONS D'INITIÉS

Malgré la forte hausse du prix de l'or et des autres métaux, la plupart des valeurs minières de second rang (« mines juniors ») ont du mal à sortir du trou depuis la fin du printemps dernier. Elles accusent dans bien des cas de lourdes pertes par rapport au début de l'année.

Qu'à cela ne tienne, une poignée de dirigeants et d'administrateurs gardent tout de même confiance dans un éventuel redressement de leurs titres en Bourse puisqu'ils viennent d'augmenter leurs positions en acquérant des actions.

RESSOURCES ABITEX (ABE: 29 cents)

Yves Rougerie, de la haute direction, vient d'acquérir

80 000 actions. Il les a payées 25 cents pièce. Cet achat porte son solde d'actions de Ressources Abitex à 118 000. M. Rougerie a ainsi investi une somme additionnelle de 20 000\$ dans son titre.

RESSOURCES CADISCOR (CAO: 70 cents)

Le dirigeant et administrateur de Cadiscor, Michel Bouchard, a ajouté 3000 actions de la compagnie dans son portefeuille. Il a payé ses nouvelles actions 77 cents pièce. M. Bouchard détient maintenant 66 000 actions de Ressources Cadiscor dans son portefeuille.

RESSOURCES CARTIER (ECR: 69 cents)

L'administrateur Jean Carrière a mis la main sur un lot de 10 000 actions, au prix

de 65 cents l'unité. Son collègue de la haute direction Jean-Yves Laliberté a acquis pour sa part 23 500 actions au cours moyen de 69 cents. M. Carrière possède maintenant 190 000 actions de Cartier dans son portefeuille et M. Laliberté, 223 000 actions.

RESSOURCES GOLDEN GNOSE (GGR: 54 cents) Jean-Marc Lacoste, du conseil d'administration de Golden Goose, a légèrement haussé sa position personnelle dans l'actionnariat de la mine. Le 1^{er} novembre dernier, il a acheté 15 000 actions. Cette acquisition porte la participation de M. Lacoste à près de 1,3 million d'actions.

RESSOURCES PRO-OR (POI: 65 cents)

Deux administrateurs viennent d'augmenter leurs positions respectives dans les capitalisations de Ressources Minières Pro-Or. Yvon Boisselle a fait l'acquisition d'un lot de 16 000 actions, portant sa position à 670 438 actions. De son côté, Léo-Guy Morissette a mis le grappin sur 28 000 actions, ce qui augmente sa position dans Pro-Or à 170 750 actions. Dans

les deux cas, les actions supplémentaires ont été achetées au prix de 65 cents pièce.

RESSOURCES THUNDERMIN (THR: 30 cents)

John Boyd Heslop, de la haute direction, vient d'acquérir sur le marché boursier 25 000 actions de cette mine junior. Prix versé pour les actions: 33 cents l'unité. Dans son portefeuille, M. Heslop possède maintenant 118 070 actions de Thundermin.

EXPLORATION LOUNOR (LO: 16 cents)

L'administrateur Michel Hertel a fait l'acquisition d'un bloc de 250 000 actions de Lounor. Cet achat a été effectué par l'entremise d'une transaction privée. Date de la transaction: 29 octobre dernier. Prix versé pour ces 250 000 actions de Lounor: 20 cents.

MINÉRAUX SIERRA (SIM: 38 cents)

Martin Walter, du conseil d'administration de Sierra, a réalisé cinq transactions d'achat, pour un total de 36 000 actions supplémentaires. Les achats ont été effectués à la fin du mois d'octobre, à un prix moyen de

37 cents l'action. La position de M. Walter dans l'actionnariat de Sierra approche les 1,3 million d'actions.

RESSOURCES MINIÈRES RADISSON (RDS: 31 cents)

Kenneth G. Murton, de la haute direction, a augmenté de 25 000 sa position dans Radisson. Les actions ont été payées un prix moyen de 32 cents. Solde de sa position dans Ressources Minières Radisson: un peu plus de 1,2 million d'actions.

RESSOURCES ROBEX (RBX: 17 cents)

Le dirigeant Jean Demers a acquis par l'entremise d'une transaction privée un bloc de 56 000 actions de Robex, au prix de 18 cents pièce. Ce premier achat a été réalisé vers la mi-octobre.

NDLR: Les actionnaires détenant une position privilégiée dans une entreprise inscrite en Bourse, comme les dirigeants, les administrateurs et les principaux actionnaires, doivent signaler leurs transactions d'achat et de vente à l'Autorité des marchés financiers. Cette dernière en fait état par la suite dans son bulletin hebdomadaire.

LES IMPACTS DU WEB 2.0 EN ENTREPRISE

Attention à l'effet de mode

En collaboration avec HEC Montréal, nous présentons notre chronique hebdomadaire sur les défis auxquels font face les entreprises au plan de la gestion.

JEAN-GRÉGOIRE BERNARD
COLLABORATION SPÉCIALE

Les promoteurs des technologies de type web 2.0 promettent une transformation radicale de la manière d'organiser et d'effectuer le travail. Avant de réaliser cette vision, il est important de considérer certains dilemmes posés par l'utilisation de ces technologies en entreprise.

L'industrie des technologies de l'information est particulièrement vulnérable aux effets de mode. Le dernier concept à la mode dans l'industrie des technologies

L'utilisation des technologies en entreprise génère des dilemmes qu'il est nécessaire d'aborder avant de les implanter pour éviter la résistance et les déceptions.

de l'information est le « web 2.0 », ainsi que son dérivé, « l'entreprise 2.0 ». Les gestionnaires qui ne font pas attention aux dilemmes engendrés par ces technologies risquent toutefois d'être déçus.

Les technologies de type web 2.0 font référence à un ensemble d'outils permettant à des groupes de chercher, d'éditer, de publier, de classer, de relier et de synthétiser de l'information. Les wikis, les blogues, les outils de gestion de signets collaboratifs, la syndication de contenu, les outils de partage de documents, les outils de clavardage, les outils de réseautage, et les engins de recherche représentent les technologies qui opérationnalisent le concept du web 2.0 en entreprise.

Les promesses du web 2.0

Les promoteurs de ces technologies déclarent qu'elles ont le potentiel de faciliter l'échange de connaissances et d'appuyer la résolution de problèmes. Elles auraient aussi le potentiel de favoriser l'engagement et l'identification des employés à la mission de l'entreprise en leur offrant une vitrine sur des informations financières et stratégiques qui sont traditionnellement de la juridiction de la haute direction.

Ces bénéfices projetés ont leur origine dans les fonctionnalités de ces technologies qui permettent de décentraliser les responsabilités d'édition et de publication de l'information, responsabilités qui étaient jusqu'alors réservées à une élite ayant des connaissances techniques.

Certains promoteurs ne projettent rien de moins qu'une transformation du modèle dominant de l'entreprise bureaucratique, mécanique et sclérosée vers de nouvelles formes organisationnelles démocratiques, flexibles, et dynamiques, où l'expertise a plus de valeur qu'une position dans un organigramme.

Or, l'utilisation de ces technologies en entreprise génère des dilemmes qu'il

est nécessaire d'aborder avant de les implanter pour éviter la résistance et les déceptions. La solution populaire de multiplier les efforts de pédagogie et de communication auprès des gestionnaires et des utilisateurs n'aborde généralement pas ces dilemmes fondamentaux.

Le dilemme des priorités

Les technologies collaboratives peuvent créer des conflits quant aux priorités qui sont valorisées par les objectifs, les politiques, et les normes implicites de l'entreprise. Un effort de saisie et de préparation de l'information peut être généré pour des employés qui ne bénéficient pas directement de l'utilisation de cette information. Plusieurs rôles, autre que celui d'auteur, doivent être comblés pour que ces technologies soient utilisées à leur plein potentiel.

Il n'est donc pas surprenant seules certaines fonctionnalités de base soient utilisées dans certaines entreprises.

C'est ce qui fut observé pour les collectifs implantés au cours des années 90, où la fonctionnalité du courriel fut souvent la seule à être employée intensivement.

Les objectifs, les politiques, et les normes d'une entreprise peuvent être très difficiles à changer. Il n'est d'ailleurs pas nécessairement souhaitable de le faire.

Le dilemme de la transparence

L'utilisation de ces technologies rend des opinions, des solutions, des documents, des indicateurs de performance accessibles là où ils n'étaient pas accessibles auparavant.

Pour un utilisateur, il est normal de se poser les questions suivantes: À quelle fin sera utilisée cette information? Est-ce que les jugements et les évaluations qui seront faits à partir de cette information seront faits de manière juste et raisonnable?

En entreprise, l'information a une valeur instrumentale, non seulement pour accomplir des tâches et résoudre des problèmes, mais aussi pour promouvoir ses propres intérêts.

Communiquer son expertise et des informations sur ses activités par le biais de ces technologies où cette information est potentiellement disponible à la vue de tous à partir de quelques clics de souris, et ce de manière permanente, est beaucoup plus risqué pour sa réputation personnelle que de se rendre disponible pour communiquer par téléphone ou en personne et que cette conversation demeure dans le moment présent.

Un outil

En somme, lors de toute discussion de l'impact des technologies Web 2.0 sur l'organisation et l'exécution du travail en entreprise, il ne faut surtout pas oublier que la technologie n'est qu'un outil à travers lequel les valeurs de l'entreprise et des individus qui la composent se manifestent.

Plutôt que de favoriser la démocratisation et l'apparition de nouvelles formes organisationnelles plus flexibles et innovantes, les technologies de l'information ont souvent la conséquence de renforcer le statut quo. Il n'est donc pas surprenant de voir plusieurs gestionnaires et employés être déçus et cyniques par rapport au chant des sirènes qui font la promotion du Web 2.0.

Jean-Grégoire Bernard est professeur adjoint à HEC Montréal et chercheur au CIRANO, le Centre interuniversitaire de recherche en analyse des organisations. jean-gregoire.bernard@hec.ca ou www.jgbernard.com

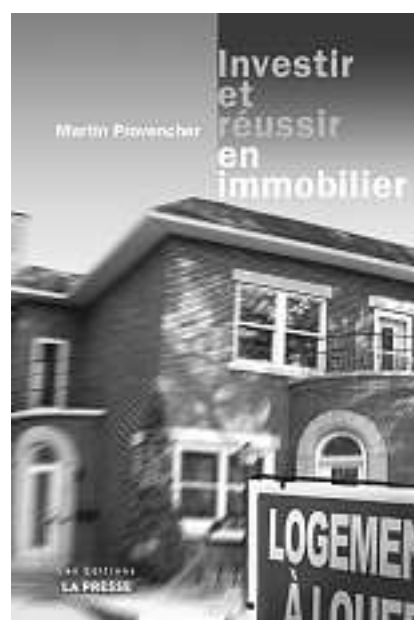
La rue la plus chère au monde



PHOTO MICHAEL NAGLE, BLOOMBERG NEWS

La 5^e Avenue à New York reste la rue marchande la plus chère au monde, devant Causeway Bay à Hong Kong et les Champs-Élysées à Paris, mais Khan Market à New Delhi fait une percée fulgurante, selon une étude du cabinet spécialisé Cushman et Wakefield. Le loyer annuel pour les enseignes sur la 5^e Avenue est de 17 144 \$ CAN par mètre carré, a annoncé le cabinet au Mapiç, le salon de l'implantation commerciale qui se tient à Cannes. L'étude recense les 231 emplacements commerciaux les plus chers dans 44 pays, retenant pour chacun l'emplacement le plus cher exprimé en mètre carré/an. La New Bond Street à Londres est à la quatrième place, à près de 6598 euros, et Ginza à Tokyo à la cinquième (5459 euros).

Est-ce le bon moment d'acheter un plex?
Avez-vous les moyens d'en acheter un?
Devriez-vous acheter un duplex ou un triplex?



Réponses à ces questions et à bien d'autres dans le tout nouveau livre
Investir et réussir en immobilier

Les Éditions
LA PRESSE

Offert en librairie

NE MANQUEZ PAS
l'atelier de Martin Provencher sur le sujet
le 24 novembre à Montréal

Pour plus de détails :
www.martinprovencher.com