



# BOURSOscan Edition 2007

## Grands prix Boursoscan 2007 : Renault élu meilleur site toute catégorie

---

**La 7<sup>ème</sup> édition des Grands prix Boursoscan récompense  
Renault, Essilor International, Theolia, Air Liquide, Vinci, BNP Paribas et Legrand**

**Les sites Internet jouent un rôle décisif dans le processus d'achat d'actions**

---

BOURSORAMA, leader de l'information financière en ligne en France, et son partenaire OpinionWay, cabinet d'études spécialiste du comportement des actionnaires individuels, réalisent depuis sept ans une étude nationale sur les sites Internet des sociétés cotées : BoursoScan.

Au cours de l'édition 2007, près de 250 sites de sociétés cotées ont été évalués par 6 340 internautes.

### Les principales conclusions de l'étude réalisée par OpinionWay sont les suivantes :

- 1 **Les sites Internet sont des vitrines de plus en plus exposées des entreprises.** Ils ont une influence directe sur l'achat d'actions auprès de 68% des actionnaires internautes, soit une stabilisation par rapport à 2006, après une forte hausse l'année dernière.
- 2 **Le web demeure l'un des principaux outils de conquête de nouveaux actionnaires.** Parmi les 20 meilleures entreprises notées, le site Internet exerce une influence positive à l'achat pour 80 % des internautes.
- 3 **Les sites de sociétés suscitent un intérêt croissant.** 46 % des actionnaires internautes ont l'habitude de visiter les sites des sociétés dont ils sont actionnaires, soit une augmentation de 11 points par rapport à 2006. Ceci démontre l'intérêt pour les émetteurs de développer des sites pour fidéliser les actionnaires.
- 4 80 % des exprimés se déclarent favorables à la publicité financière sur Internet.

Le contenu des sites est un élément important dans les attentes des internautes, avec cette année, une importance particulière donnée à la facilité de navigation des sites. Les internautes considèrent que les émetteurs ont fait des efforts pour leur offrir des sites avec des contenus de qualité, et qui leur permettent d'accéder rapidement aux informations recherchées.

Les sites en 2007 ont recueilli des notes d'appréciation stables par rapport à l'année dernière, à plus de 7 sur 10. Signe de maturité, à tous les niveaux, les sites des sociétés cotées ont atteint un cap qualitatif auprès de internautes. La progression est donc plus difficile compte-tenu des exigences très élevées des internautes.

Vincent Taupin, Président-directeur général de Boursorama, a déclaré : «*Depuis sept ans, Boursorama et OpinionWay mesurent les attentes des actionnaires internautes en matière de communication sur Internet des sociétés cotées. L'édition 2007 met en lumière l'exigence de transparence et d'accessibilité de l'information, avec une mention particulière accordée aux sociétés environnementales.*»

Thierry Moulouguet, Directeur Général adjoint, Directeur Financier, Leader Région Amériques du Groupe Renault a déclaré : "Nous sommes particulièrement heureux de recevoir ce Prix qui témoigne de la volonté du Groupe Renault de faciliter l'accès de tous à l'information financière et le développement de celle-ci via internet. Nous avons au cours de cette année fait fortement évoluer la "Home Finance" de notre site. Ce "Grand Prix Boursoscan" récompense donc les efforts et l'engagement de nos équipes pour atteindre cette première place."

**Le palmarès Boursoscan 2007** récompense des valeurs prestigieuses, parmi les plus actives de la cote en matière de communication financière:

	<b>1<sup>er</sup> Prix</b>	<b>2<sup>ème</sup> Prix</b>	<b>3<sup>ème</sup> Prix</b>
<b>Grand Prix Boursoscan</b> Meilleur site toutes catégories	<b>Renault</b>	Lafarge	EDF
<b>Grand Prix Small et Mid Caps</b>	<b>Theolia</b>	Bourbon	Inter Parfum
<b>Prix de la Communication Financière</b> Meilleure Communication Financière	<b>Essilor International</b>	L'Oréal	Total
<b>Grand Prix Actionnaires individuels</b> Meilleur site auprès de ses propres actionnaires	<b>Air Liquide</b>		
<b>Prix de la Publicité Financière</b> Meilleure campagne de Communication Financière	<b>Vinci</b>		
<b>Prix Coup de Cœur</b> Meilleure impression à l'issue de la 1 <sup>ère</sup> visite	<b>BNP Paribas</b>		
<b>Grand Prix SFAF</b> Meilleur site pour les professionnels	<b>Legrand</b>		

#### **A propos de BOURSORAMA**

Créé en 1995, BOURSORAMA est aujourd'hui un acteur majeur de l'épargne en ligne en Europe du Groupe SOCIETE GENERALE avec plus de 1.7 millions d'ordres exécutés au 31 mars 2007, 546.670 comptes en direct et un encours total de 12.8 MdEur à fin mars 2007. Le groupe BOURSORAMA est présent dans 4 pays : leader en France sur ses deux activités, l'épargne en ligne sous la marque Boursorama Banque et l'information financière en ligne grâce au portail [www.boursorama.com](http://www.boursorama.com), n°2 au Royaume-Uni sous les marques Self Trade et Squaregain, n°3 en Espagne sous la marque Self Trade et n°4 en Allemagne sous les marques Fimatex et Veritas. BOURSORAMA est coté sur le marché Eurolist d'Euronext Paris – compartiment B - ISIN : FR0000075228 (BRS) – Reuters : FMTX.LN – Bloomberg : BRS FP / Retrouvez l'ensemble de l'actualité financière de BOURSORAMA sur le site Internet : <http://groupe.boursorama.fr>

#### **A propos de OpinionWay :**

OpinionWay, institut d'études et de sondages créé en 2000, a connu un développement très rapide à partir d'une idée fondatrice « rendre plus innovant le marché des études ». Grâce à sa parfaite maîtrise des différentes méthodes de recueil de l'information et d'une véritable expertise internationale qui représente aujourd'hui plus du tiers de son activité, OpinionWay intervient dans des secteurs très diversifiés tels que l'opinion, le B to B, la banque, l'assurance, la grande consommation, la distribution, le luxe, les médias, les télécoms ou encore l'administration. OpinionWay a mis en place un panel représentatif de plus de 30 000 épargnants. OpinionWay a également acquis un savoir faire en datamining et une expertise reconnue en étude d'audience de la presse économique. OpinionWay travaille ainsi chaque année pour plus de 20 sociétés du CAC 40, de nombreux intermédiaires financiers, des assurances, des institutionnels et de nombreux groupes de presse.

#### **Contacts :**

##### **Boursorama**

Sandra Bos  
Directrice de la Communication  
Tél. : 01 46 09 49 40  
[sandra.bos@boursorama.fr](mailto:sandra.bos@boursorama.fr)

##### **OpinionWay**

Charles-Henri d'Auvinny  
Directeur associé du Développement  
Tél : 01 44 78 38 03  
[ch.dauvinny@opinion-way.com](mailto:ch.dauvinny@opinion-way.com)

##### **Publicis Consultants Ecom**

Stéphanie Tabouis  
Relations presse  
Tél : 01 44 43 66 20  
[stephanie.tabouis@consultants.publicis.fr](mailto:stephanie.tabouis@consultants.publicis.fr)