



## **Grands prix Boursoscan 2004 : Air Liquide élu meilleur site toute catégorie**

---

**La 4<sup>ème</sup> édition des Grands prix Boursoscan récompense les sites internet de  
Air Liquide, ASF et Lagardère**

***L'étude montre une maturité et un niveau d'exigence croissants chez les internautes***

***Les sites internet jouent un rôle décisif dans le processus d'achat d'actions pour 42%  
des actionnaires internautes***

---

BOURSORAMA, leader du courtage en ligne en France, et son partenaire TLB, cabinet d'études spécialiste du comportement des actionnaires individuel, réalisent depuis quatre ans une étude nationale sur les sites internet des sociétés cotées: Boursoscan.

L'édition 2004 de Boursoscan a enregistré une importante participation: 6.000 internautes BOURSORAMA (dont 2.400 nouveaux) ont évalué 116 sites Internet. L'innovation majeure de l'édition 2004 de Boursoscan est la montée en puissance des critères d'évaluation de la communication financière sur internet des sociétés cotées.

### **Les principales conclusions de l'étude réalisée par TLB indiquent que :**

- Les sites internet sont la vitrine des entreprises. Ils ont un rôle d'influence pour l'achat d'actions auprès de 42% des actionnaires internautes.
- Les actionnaires internautes visitent de plus en plus régulièrement les sites des sociétés dont ils ont des actions.
- Fidèles aux sites des sociétés dont ils sont actionnaires, les internautes souhaitent un renouvellement plus régulier de ces sites.
- Le nombre de premières visites des sites est en nette baisse (57,1% en 2004 contre 73,3% en 2003).
- Les internautes en 2004 ont des attentes prioritairement fondées sur le contenu des sites (l'information doit être actuelle, complète, compréhensible et objective) et la facilité de navigation.
- Les sites en 2004 ont recueilli des notes d'appréciations supérieures à l'année dernière.
- Pour 3 actionnaires sur 4, la visite du site donne une image positive de l'entreprise.
- Pour 18 entreprises, le site internet porte préjudice à leur image. Cette influence négative ressort dans l'image corporate de l'entreprise et dans les choix d'investissement des actionnaires.

Le **palmarès Boursoscan 2004** récompense des valeurs prestigieuses, parmi les plus actives de la cote en matière de communication financière online :

	<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 toute catégorie	<b>Air Liquide</b>	Renault	Danone
<b>Grand Prix SFAF</b> Meilleur site pour les professionnels	ASF	PPR	Michelin
<b>Grand Prix Actionnaires</b> Meilleur site auprès de ses actionnaires	<b>Lagardère</b>	Suez	ASF
<b>Prix ComFi SFAF</b> Meilleur site de ComFi pour les membres de la SFAF	<b>Danone</b>		
<b>Prix ComFi Actionnaires</b> Meilleur site de ComFi pour les internautes	<b>Air Liquide</b>		
<b>Site Coup de Cœur</b> Meilleure impression à l'issue de la 1 <sup>ère</sup> visite	<b>Renault</b>		
<b>Meilleur Site pour son Contenu</b>	<b>Pernod Ricard</b>	ASF	Lagardère
<b>Meilleur Site pour son Esthétisme</b>	<b>Christian Dior</b>	Rubis	Unibail
<b>Meilleur Site du Second Marché</b>	<b>Rubis</b>	Toupargel	Vilmorin Clause & Cie
<b>Meilleur Site du Nouveau Marché</b>	<b>Prosodie</b>	Gameloft.com	Wavecom

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

Créé en 1995, BOURSORAMA est un acteur majeur du courtage en ligne en Europe du Groupe SOCIETE GENERALE. BOURSORAMA est leader en France sur ses deux activités, le courtage en ligne sous la marque BOURSORAMA INVEST et l'information financière en ligne grâce au portail [www.boursorama.com](http://www.boursorama.com), n°4 en Allemagne sous la marque FIMATEX et respectivement n°3 et 4 en Espagne et au Royaume-Uni sous la marque SELFTRADE. BOURSORAMA est coté sur le Nouveau Marché (NextEconomy) / 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 TLB: The Customer Care Company**

Groupe d'études marketing qualitatives et quantitatives, TLB privilégie l'observation de segments de populations tels que les actionnaires, le monde de l'artisanat, les motards, les agriculteurs...

Sur le monde l'actionnariat, son étude phare est le TLB 120. Il s'agit du premier baromètre national qui permet de recueillir et de suivre les comportements des actionnaires individuels vis-à-vis du marché et des principales valeurs cotées à Paris.

Avec un panel de plus de 21 000 investisseurs individuels, TLB réalise tout au long de l'année différentes études sur cette population (tests de nouveaux produits de gestion collective, tests de nouveaux concepts rédactionnels, mesure d'apport de titres lors d'OPE ou OPA, étude d'actualité pour la presse...).

---

#### **Contacts :**

##### **Boursorama**

Xavier Prin  
Responsable Communication  
Tél. : 01 46 09 48 11  
[xavier.prin@boursorama.fr](mailto:xavier.prin@boursorama.fr)

##### **TLB**

Charles-Henri d'Auvigny  
Directeur associé  
Tél : 01 53 04 34 08  
[ch.dauvigny@tlbonline.com](mailto:ch.dauvigny@tlbonline.com)

##### **Publicis Consultants Ecocom**

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