



BOURSOscan Edition 2006

Grands prix Boursoscan 2006 : Vallourec élu meilleur site toute catégorie

La 6^{ème} édition des Grands prix Boursoscan récompense les sites Internet de Vallourec, Rubis, Veolia Environnement, EDF, Christian Dior, Air Liquide et Saint Gobain

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

L'étude montre une plus forte exigence en matière de communication financière

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

L'édition 2006 voit les critères d'évaluation de la communication financière online des sociétés cotées renforcés. Au total, 96 sites Internet ont été évalués cette année avec près de 7 000 notes.

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

- Les sites Internet sont une vitrine de plus en plus exposée des entreprises. Ils ont une influence directe sur l'achat d'actions auprès de 68% des actionnaires internautes, soit une hausse de 6 points par rapport à 2005. Le web devient l'un des principaux outils de conquête de nouveaux actionnaires.
- 35 % des actionnaires internautes ont l'habitude de visiter les sites des sociétés dont ils sont actionnaires.
- En 2006, l'étude révèle l'importance accordée par les internautes au contenu des sites (l'information doit être actuelle, complète, et compréhensible) et à sa facilité de navigation.
- Les sites en 2006 ont recueilli des notes d'appréciation légèrement supérieures à l'année dernière. La moyenne générale passe de 7,19 en 2005 à 7,23 en 2006. Signe de maturité, à tous les niveaux, les sites des sociétés cotées ont franchi un nouveau cap qualitatif auprès de internautes.
- Les critères comme la compréhension de l'information progressent sensiblement cette année. Les sites sont-ils plus pédagogiques ou les internautes sont-ils mieux formés ?
- Pour 87,7 % des actionnaires internautes, la visite du site donne une image positive de l'entreprise.
- Pour 12 entreprises, l'appréciation de leur site Internet donne tout de même une mauvaise image de la société : les internautes déclarent ne pas vouloir y investir.

- L'étude indique également une exigence particulière des internautes actionnaires pour la communication financière dans son ensemble. En 2006, les internautes reconnaissent les efforts faits par les entreprises en matière de transparence: c'est la note d'appréciation qui a le plus progressé depuis 2005.
- Concernant la publicité financière sur Internet, 78,7 % des exprimés se déclarent être favorables à cet outil de communication.

Vincent Taupin, Président-directeur général de Boursorama, a déclaré : « Depuis six ans, Boursorama et TLB mesurent les attentes des membres de la SFAF, de l'AFG et des actionnaires internautes en matière de communication sur Internet des sociétés cotées. L'édition 2006 met en lumière l'exigence de ces populations concernant la transparence de leur communication financière. Nous sommes ravis de voir récompensés les efforts de communication des émetteurs. »

Pierre Verluca, Président du Directoire de Vallourec, a déclaré : « Nous sommes très heureux d'avoir reçu le Grand Prix Boursoscan 2006. Notre site Internet est le reflet des efforts que nous menons pour une politique de communication financière transparente et efficace. Ce prix vient récompenser le travail de nos équipes et l'attention particulière que nous portons à nos actionnaires de plus en plus nombreux et exigeants. »

Le palmarès Boursoscan 2006 récompense des valeurs prestigieuses, parmi les plus actives de la cote en matière de communication financière:

| | 1^{er} Prix | 2^{ème} Prix | 3^{ème} Prix |
|---|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Grand Prix Boursoscan Meilleur site toutes catégories | Vallourec | L'Oréal | Total |
| Grand Prix Small et Mid Cap | Rubis | Areva | Bonduelle |
| Grand Prix Actionnaires individuels Meilleur site auprès de ses actionnaires | Veolia Environnement | | |
| Grand Prix SFAF / AFG Meilleur site pour les professionnels | Saint-Gobain | | |
| Prix de la Communication Financière Meilleure Communication Financière | Air Liquide | Michelin | Air France |
| Prix de la Publicité Financière Meilleure campagne de ComFi | EDF | | |
| Prix Coup de Cœur Meilleure impression à l'issue de la 1 ^{ère} vis ite | Christian Dior | | |

A propos de BOURSORAMA

Créé en 1995, BOURSORAMA est un acteur majeur de l'épargne en ligne en Europe du Groupe SOCIETE GENERALE. 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, n°2 au Royaume-Uni sous les marques Selftrade et Squaregain, n°3 en Espagne sous la marque Selftrade 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 TLB :

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 60. 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 34 000 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
Directeur de la Communication
Tél. : 01 46 09 48 11
xavier.prin@boursorama.fr

TLB

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

Publicis Consultants Ecocom

Stéphanie Tabouis
Relations presse
Tél : 01 44 43 66 20
stephanie.tabouis@consultants.publicis.fr