



Grands prix Boursoscan 2005 : Total élu meilleur site toute catégorie

**La 5^{ème} édition des Grands prix Boursoscan récompense les sites Internet de
Total, Air Liquide, Carbone Lorraine et Société Générale**

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 cinq ans une étude nationale sur les sites Internet des sociétés cotées : Boursoscan.

L'évaluation de la communication financière des sociétés cotées est l'innovation majeure de l'édition 2005 de Boursoscan. Au total, 79 sites Internet ont été évalués cette année avec une participation de 6 957 internautes BOURSORAMA (dont 2.602 nouveaux).

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 62% des actionnaires internautes, soit une hausse de 20 points par rapport à 2004. Le web devient l'un des principaux outils de conquête de nouveaux actionnaires.
- 63% des internautes utilisent régulièrement les sites d'information financière pour accéder aux sites Internet des sociétés émettrices.
- 37% des actionnaires internautes ont l'habitude de visiter les sites des sociétés dont ils sont actionnaires.
- En 2005, l'étude révèle l'importance accordée par les internautes au contenu des sites (l'information doit être actuelle, complète, et objective) et à son ergonomie.
- L'étude indique également une exigence particulière des internautes actionnaires en matière de communication financière. Ils en reconnaissent aujourd'hui la clarté. Par contre, la transparence est le critère qui recueille la moins bonne note sur l'ensemble des critères analysés.
- Les sites en 2005 ont recueilli des notes d'appréciation légèrement supérieures à l'année dernière. La moyenne générale passe de 7,08 en 2004 à 7,19 en 2005.

- Pour 85 % des actionnaires internautes, la visite du site donne une image positive de l'entreprise.
- Pour 25 entreprises, l'appréciation de leur site Internet a baissé par rapport à 2004. Nous notons une progression dans le classement général de 46 sociétés.

Vincent Taupin, Président-directeur général de Boursorama, a déclaré : « Depuis cinq ans, Boursorama et TLB mesurent les attentes des membres de la SFAF et des actionnaires internautes en matière de communication online des sociétés cotées. L'édition 2005 met en lumière l'exigence de ses populations concernant la transparence de leur communication financière. Nous sommes ravis de voir récompensés les efforts de communication des émetteurs. »

Thierry Desmarest, Président-directeur général de Total, a déclaré : « Nous sommes très heureux d'avoir reçu le Grand Prix Boursoscan 2005. Ce prix vient récompenser les actions de communication entreprises par Total à l'égard de ses actionnaires depuis de nombreuses années. Il souligne la qualité du travail de nos équipes et l'attention particulière portée par le Groupe à son site Internet. »

Le palmarès Boursoscan 2005 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	Total	Renault	Air Liquide
Grand Prix Small et Mid Cap	Carbone Lorraine	Nexans	Rubis
Grand Prix Actionnaires individuels Meilleur site auprès de ses actionnaires	Air Liquide		
Grand Prix SFAF Meilleur site pour les professionnels	Société Générale		
Prix de la Communication Financière Meilleure Communication Financière	Rhodia	BNP Paribas	Toupargel
Prix de la Publicité Financière Meilleure campagne de ComFi	Peugeot		
Prix Coup de Cœur Meilleure impression à l'issue de la 1 ^{ère} visite	Lafarge		
Prix du Contenu	ASF	Arcelor	Michelin
Prix de l'Esthétisme	EADS	Danone	Bail Investissement

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, 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 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 : 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 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 32 000 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 Ecom

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