

# **BOURSOscan** Edition **2010**

**- Mardi 29 juin 2010 -**

**OpinionWay**

15 place de la République 75003 Paris

Tél : 01 78 94 90 00



# Méthodologie



# Boursoscan 2010

Un dispositif en deux phases et de deux sources d'échantillonnage

Une étude de cadrage auprès de **1021 répondants** issus du panel IDA (Investisseurs Décideurs actifs) d'OpinionWay

**Objectifs :**

Identifier le profil des actionnaires individuels actifs et son évolution  
Évaluer les sources d'informations financières consultées et la place d'Internet  
Observer les comportements des actionnaires individuels durant la crise  
Identifier l'image globale et détaillée des sociétés cotées connues auprès de cette cible stratégique

Associer les Boursonautes aux trophées en leur permettant de participer à l'évaluation des sociétés cotées – **6 500 participants**

**Objectifs :**

Mettre à disposition des visiteurs de boursorama.com un site dédié à Boursoscan et leur permettant de noter l'image globale et détaillée de l'ensemble des sociétés cotées qu'ils connaissent.  
Chaque Boursonaute était libre d'évaluer une à plusieurs sociétés cotées et l'ensemble des évaluations ont été retenues.

Cette double approche méthodologique a permis au final de recueillir auprès de **7 500 répondants**, **13 500 évaluations** sur les **120 sociétés cotées** et de désigner les sociétés mises à l'honneur dans les Trophées Boursoscan 2010.

# Étude auprès des IDA

CIBLE : INVESTISSEURS DECIDEURS ACTIFS (base IDA)

## ▶ **Méthodologie : étude quantitative**

- ▶ **Mode d'interrogation : en ligne, par emailing, via système CAWI** (Computer assisted Web Interview). En cliquant sur un lien présent dans le corps de l'email, le répondant est renvoyé directement sur notre questionnaire hébergé en ligne sur nos propres serveurs. *L'Interrogation en ligne se justifie ici par le fait qu'environ 80% des investisseurs actifs français sont connectés à Internet (source : étude IDA 2007).*
- ▶ **Cible : les actionnaires individuels actifs français**, c'est-à-dire ayant effectué **au moins une opération (achat/vente)** sur au moins un produit coté **au cours des 12 derniers mois**.
- ▶ **Nombre de répondants : 1 021**. Cette taille d'échantillon permettra de garantir une plus grande fiabilité des résultats (intervalle de confiance de + ou - 3 points ) et permettra de lire les résultats jusque 6% de pénétration, soit 60 répondants (avec un intervalle de confiance de + ou - 13 points), autrement cela permettra de lire les résultats sur un maximum de valeurs.
- ▶ **Source d'interrogation : notre panel IDA (Investisseurs Décideurs Actifs)**, composé de 30 000 actionnaires individuels français (dont environ 15 000 adresses email). Taux de retour moyen entre 10 et 15%.
- ▶ **Représentativité** : Pour assurer la représentativité de l'échantillon, nous avons utilisé les données de cadrage de notre dernière enquête IDA réalisée en 2007.
- ▶ **Incentives** : un tirage au sort avec des coffrets cadeau à gagner.
- ▶ **Durée du terrain : 20 jours ouvrés**

## Les Investisseurs Décideurs Actifs en quelques mots...



# Les IDA en quelques mots, en quelques chiffres...

Base totale: 1021

## = Actionnaires individuels actifs français

Détenteur de produits financiers

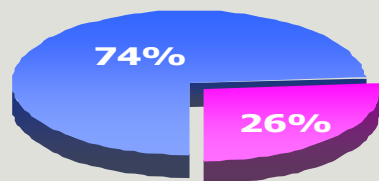
Ayant effectué au moins une opération (achat/vente) sur au moins un produit coté au cours des 12 derniers mois  
(9,8 opérations en moyenne sur les 12 derniers mois)

Décideurs en matière de placements financiers

Une population de 2 millions d'individus (*Enquête IDA 2007*)

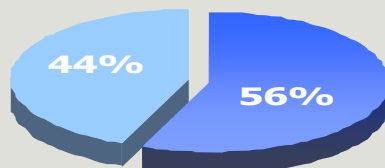


### Sexe



■ Hommes ■ Femmes

### Age



Moyenne 51,1 ans

■ Moins de 55 ans

■ Plus de 55 ans

### CSP

**CSP A** 30%  
(Agriculteurs, art/com, chefs d'entreprises, cadres, professions libérales)

**CSP B** 17%  
(Encadrement, techniciens)

**CSP C** 17%  
(Employés, ouvriers)

**Inactifs** 36%  
(Retraités, sans activités professionnelles)

### Taille du portefeuille

Inférieur à 15 000 23%

De 15 000 à 50 000 30%

De 50 001 à 100 000 16%

De 100 001 à 200 000 14%

Supérieur à 200 000 12%

Ne sait pas 5%



Comment s'informent-ils sur leurs placements financiers ?



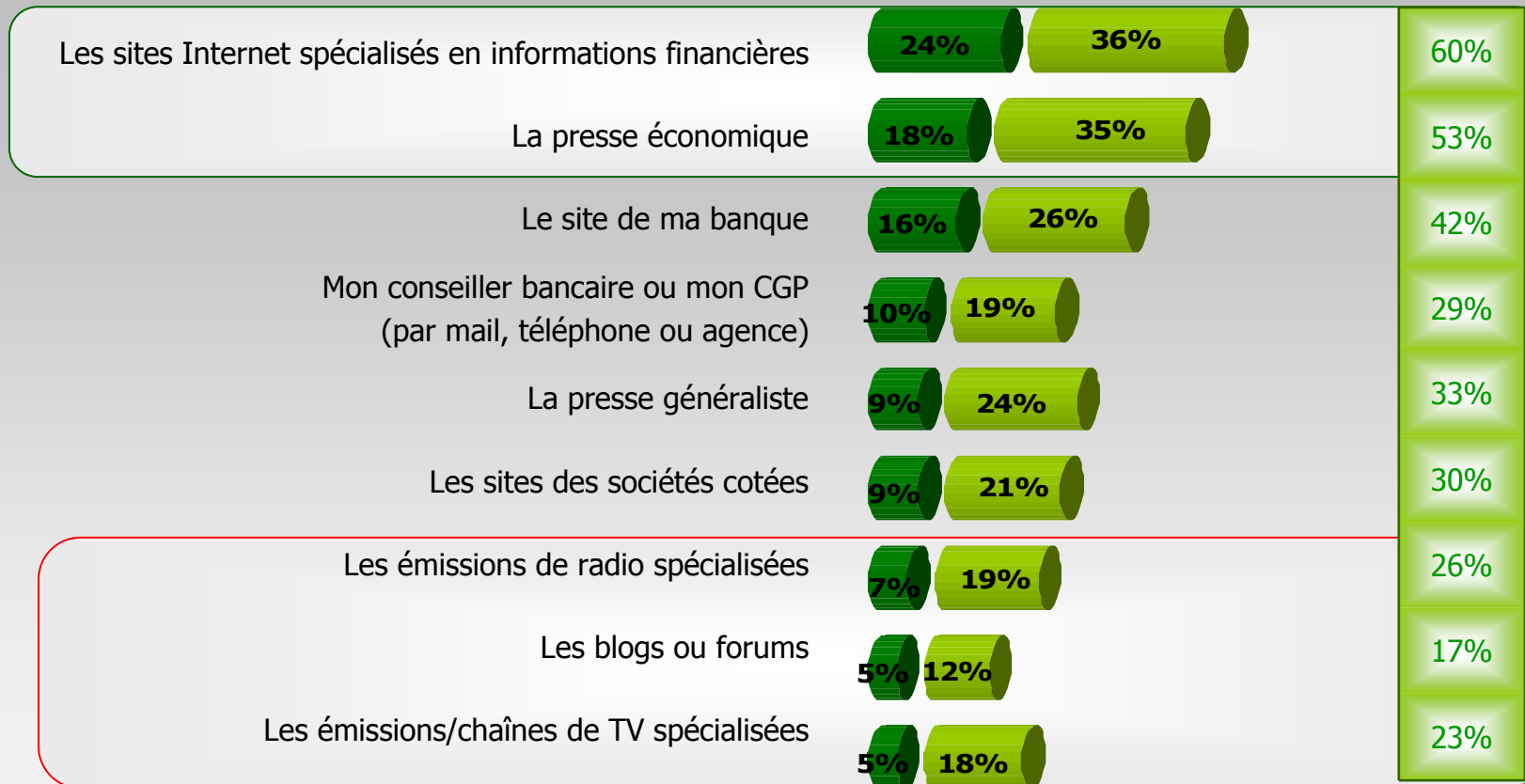
# Sources d'information financières utilisées...

Base IDA: 1021



**Q8 : Parmi les sources d'information financières suivantes, quelles sont celles que vous utilisez pour vous informer généralement (suivi, gestion, informations, ...) ?**

S/T  
Systématiquement + souvent



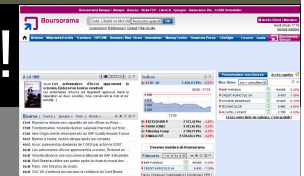
■ Systématiquement

■ Souvent





# ...avec un niveau de satisfaction variable selon les sources !



Bases filtrées: utilisateurs informations

**Q9 : Quelle note de 1 à 10 donneriez-vous aux sources d'informations suivantes pour exprimer votre satisfaction ?**

		Note moyenne	Base des utilisateurs
Les sites Internet spécialisés en informations financières	50%	7,3	808
La presse économique	47%	7,1	808
Mon conseiller bancaire ou mon CGP	45%	7,1	545
Le site de ma banque	37%	6,7	704
Les sites des sociétés cotées	35%	6,6	612
Les émissions de radio spécialisées	32%	6,6	504
Les émissions/chaînes de TV spécialisées	28%	6,5	526
Les blogs ou forums	25%	6,1	388
La presse généraliste	20%	6,0	661

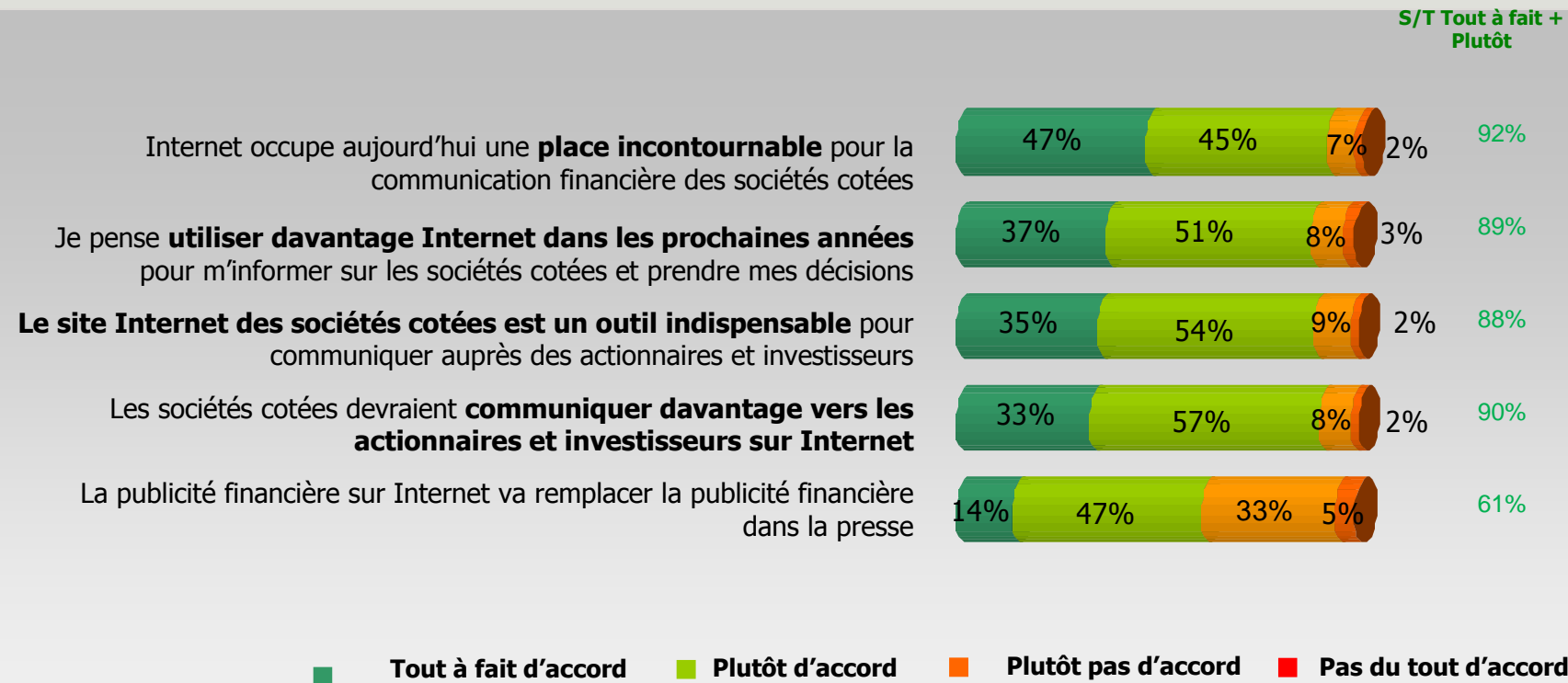
■ Notes de 8 à 10



# Le rôle clé d'Internet dans la communication financière

Base IDA: 1021

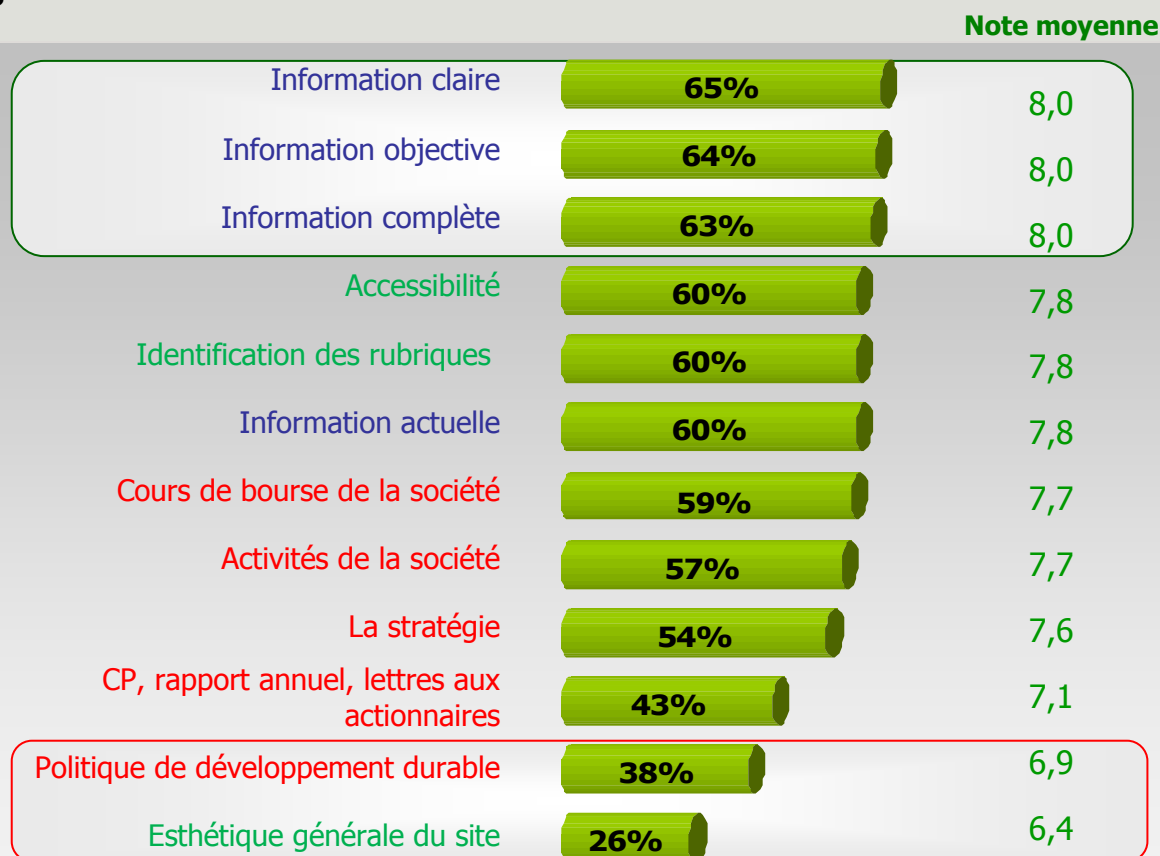
**Q37 : Merci de nous indiquer si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord du tout avec les affirmations suivantes**



# Évaluation de l'importance des contenus proposés d'un site Internet d'une société

Base IDA: 1021

Q35 : Lorsque vous visitez le site Internet d'une société cotée en Bourse, quelle importance accordez-vous aux éléments suivants ?



■ Notes de 8 à 10

- Items relatifs à la qualité de l'information
- Items relatifs à la présentation générale du site
- Items relatifs aux rubriques

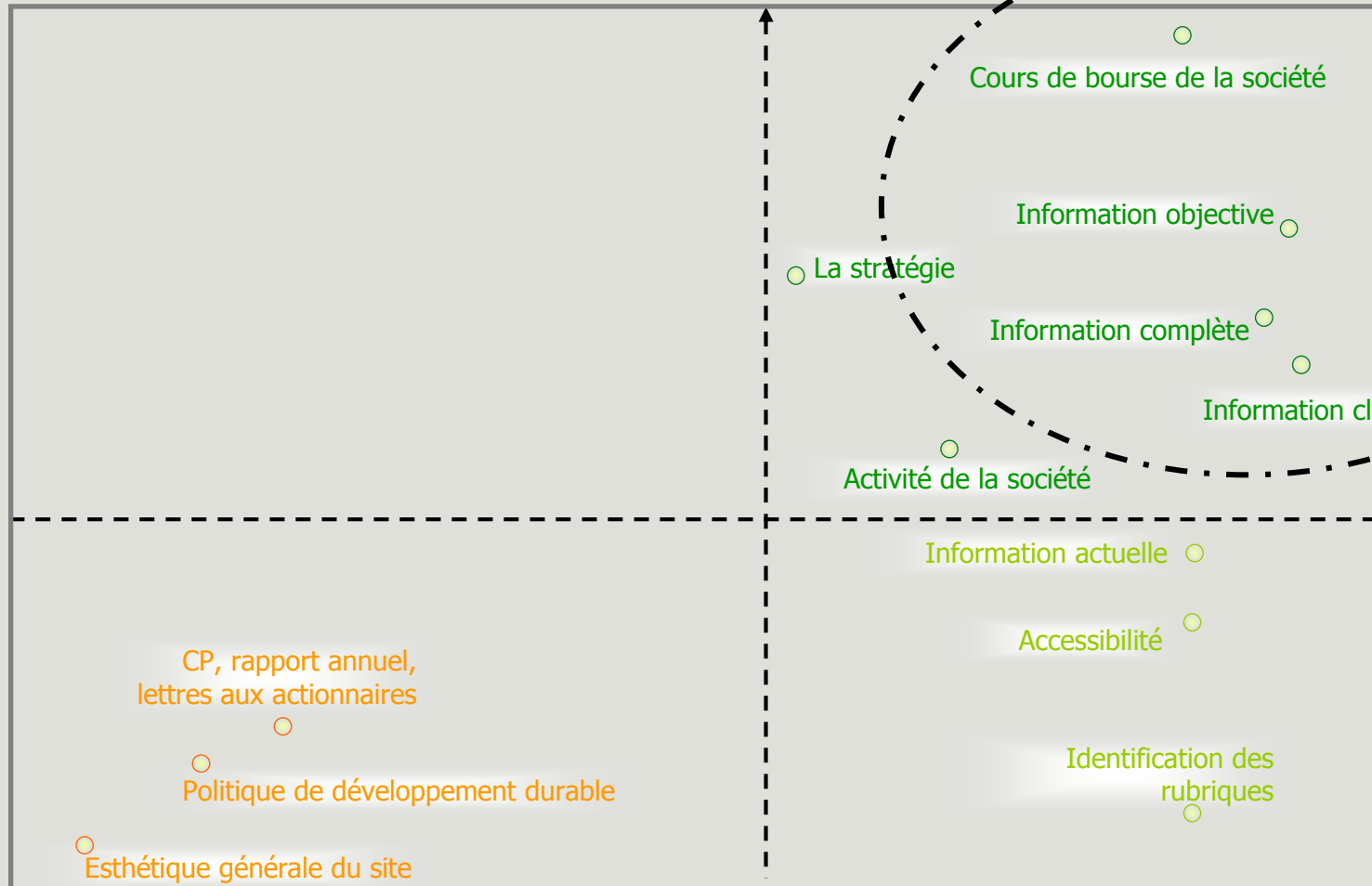


# Évaluation de l'importance des contenus proposés d'un site Internet d'une société

Base IDA: 1021

Critères cités  
parmi les 3  
plus importants

Moyenne: 8%



Moyenne: 54%

Importance des  
éléments du site Internet

**Méthodologie:** Mapping résultant du croisement des questions relatives à l'importance accordée aux contenus proposés sur le site Internet d'une société cotée en bourse (abscisses) et aux 3 critères du site jugés les plus importants (ordonnée).

## Les IDA et la crise

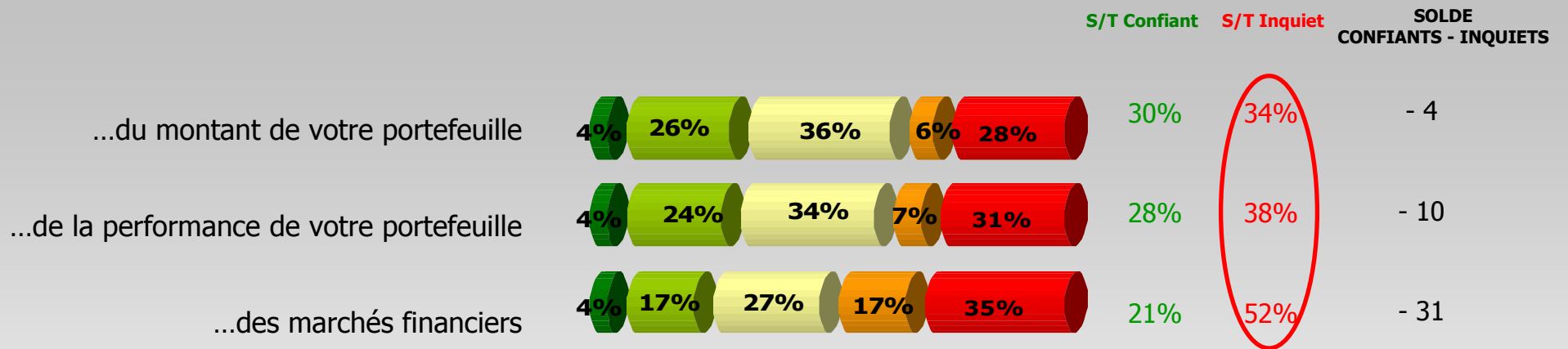


# Une inquiétude plus forte pour les marchés que pour leur portefeuille...



Base IDA : 1021

Q38 : Êtes-vous confiant(e) ou inquiet(e) concernant l'évolution...



■ Très confiant    
 ■ Plutôt confiant    
 ■ Ni confiant, ni inquiet    
 ■ Plutôt inquiet    
 ■ Très inquiet



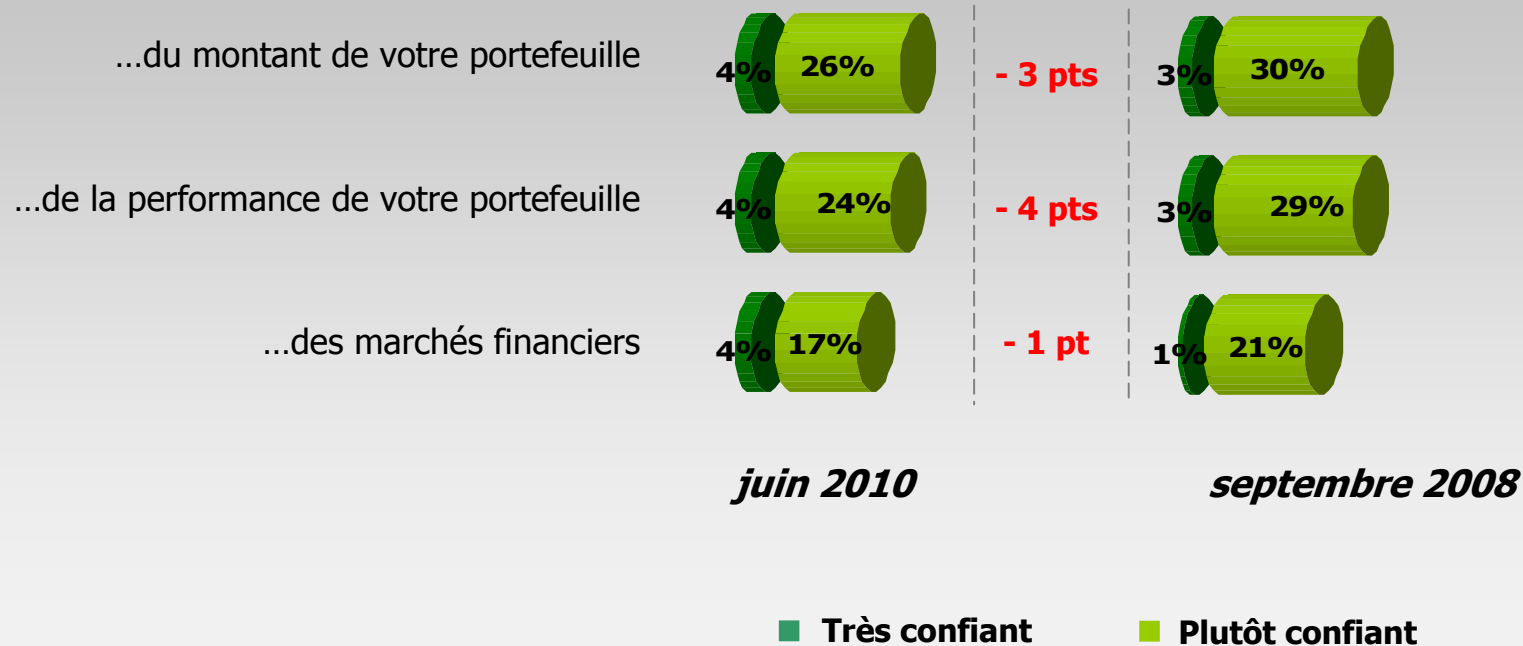
# ...une situation proche de celle qui prévalait en septembre 2008

Base IDA : 1021

Q38 : Êtes-vous confiant(e) ou inquiet(e) concernant l'évolution...

## S/T Confiant

### Évolution Septembre 2008\*



\* Étude OpinionWay pour Nyse Euronext réalisée en septembre 2008

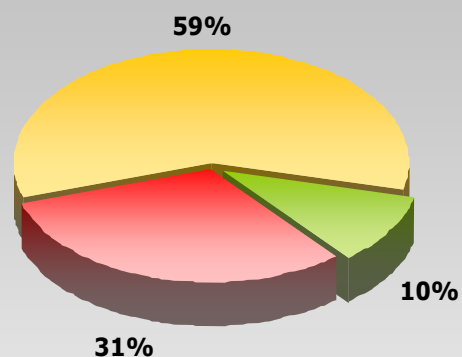
# Quel impact sur leur comportement passé et à venir ?

Base IDA : 1021

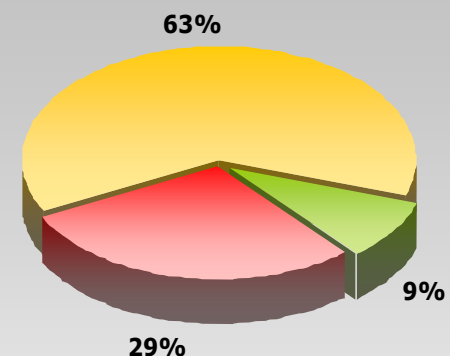
**Q40 : Au cours des 6 derniers mois, quel comportement avez-vous adopté vis-à-vis de votre portefeuille actions ?**

**Q41 : Au cours des 6 prochains mois, quel comportement pensez-vous avoir vis-à-vis de votre portefeuille actions ?**

**Au cours des 6 derniers mois**



**Au cours des 6 prochains mois**



- Investir/ injecter des liquidités dans mon portefeuille
- Pas toucher à mon portefeuille à l'exception des arbitrages
- Puiser l'argent/ effectuer un virement depuis mon portefeuille vers un autre compte





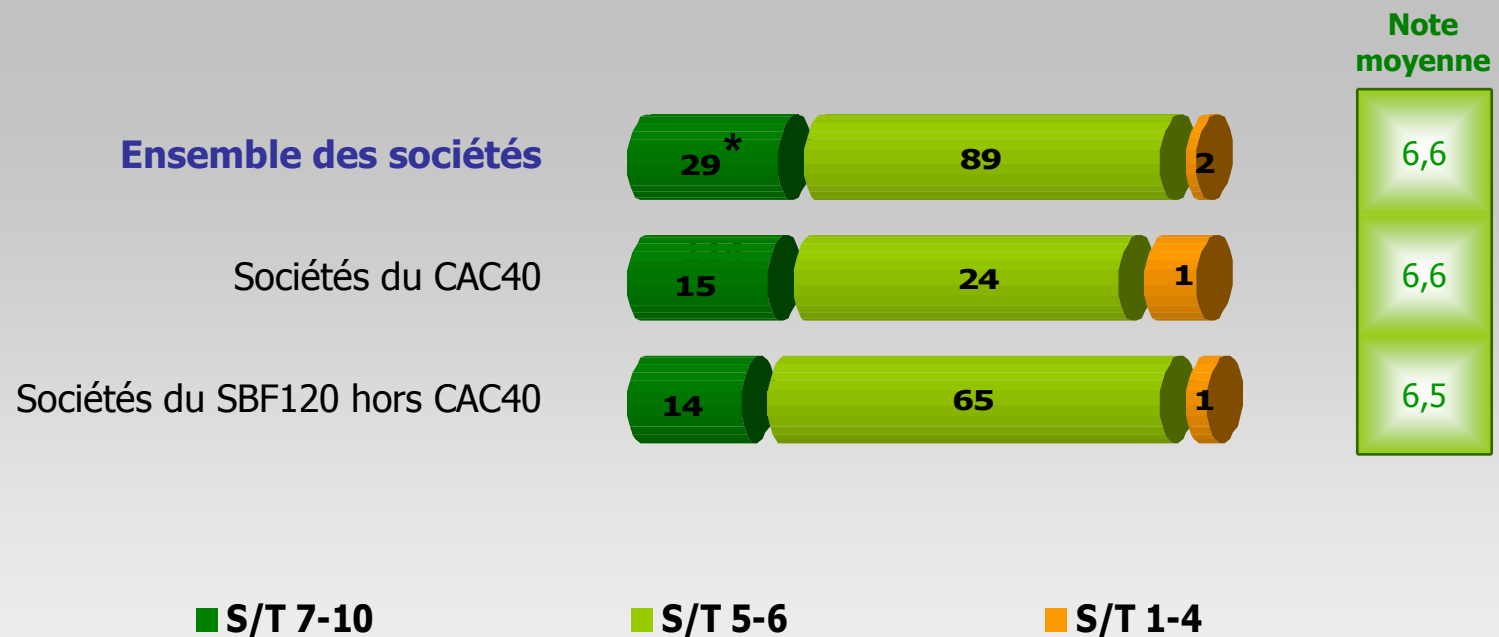
Comment les IDA choisissent-ils leurs valeurs ?



# Évaluation globale sur 10 : seulement une société sur 4 > 7

Base IDA : 1021

Q: Quelle note de 1 à 10 donneriez-vous aux sociétés suivantes ?



\* **Interprétation:** sur l'ensemble des 120 sociétés évaluées, 29 ont obtenu une note d'évaluation globale comprise entre 7 et 10.

# Image détaillée

Base IDA : 1021



Q: Quelle note de 1 à 10 donneriez vous à cette société sur les aspects suivants ?

## Ensemble des sociétés



\* **Interprétation:** sur l'ensemble des 120 sociétés évaluées, 39 ont obtenu une note d'évaluation comprise entre 7 et 10 concernant l'aspect du développement international.

# Appréciation de la relation envers les actionnaires



Base IDA : 1021

**Q: Enfin, quelle note de 1 à 10 donneriez-vous à cette société sur les aspects qui concernent les relations avec les actionnaires ?**

## Ensemble des sociétés

La transparence dans la communication des résultats annuels



L'objectivité des informations communiquées



La qualité de la relation avec ses actionnaires



L'attractivité du site Internet



La qualité de la lettre aux actionnaires



La présence d'un club d'actionnaires



■ S/T 7-10

■ S/T 5-6

■ S/T 1-4

\* **Interprétation:** sur l'ensemble des 120 sociétés évaluées, seules 4 ont obtenu une note d'évaluation comprise entre 7 et 10 concernant leur transparence dans la communication des résultats annuels.

# Sur quels leviers communiquer ?

## Bilan d'image: méthodologie utilisée

➤ **Le principe** : Il s'agit de hiérarchiser chaque item d'image en fonction de sa contribution à la note d'appréciation globale. En d'autres termes, mesurer le poids de chaque item dans l'expression de la note globale.

➤ **Réalisation** d'une analyse de corrélation afin de pouvoir observer le croisement entre :

- L'importance de l'item dans le global
- Le niveau de satisfaction à l'égard de l'item

Cette analyse de corrélation est effectuée avec le coefficient de Bravais Pearson. Le coefficient de Bravais Pearson est un indice statistique qui exprime l'intensité et le sens (positif ou négatif) de la relation linéaire entre deux variables quantitatives . Il assume des valeurs se situant dans l'intervalle qui va de - 1 à +1. Une valeur égale à - 1 ou à +1 indique l'existence d'une relation linéaire parfaite (fonctionnelle) entre les deux variables. En revanche, ce coefficient est nul ( $r = 0$ ) lorsqu'il n'y a pas de relation linéaire entre les variables (ce qui n'exclut pas l'existence d'une relation autre que linéaire: par exemple de forme "quadratique").

L'intensité de la relation linéaire sera donc d'autant plus forte que la valeur du coefficient est proche de +1 ou de - 1, et d'autant plus faible qu'elle est proche de 0.



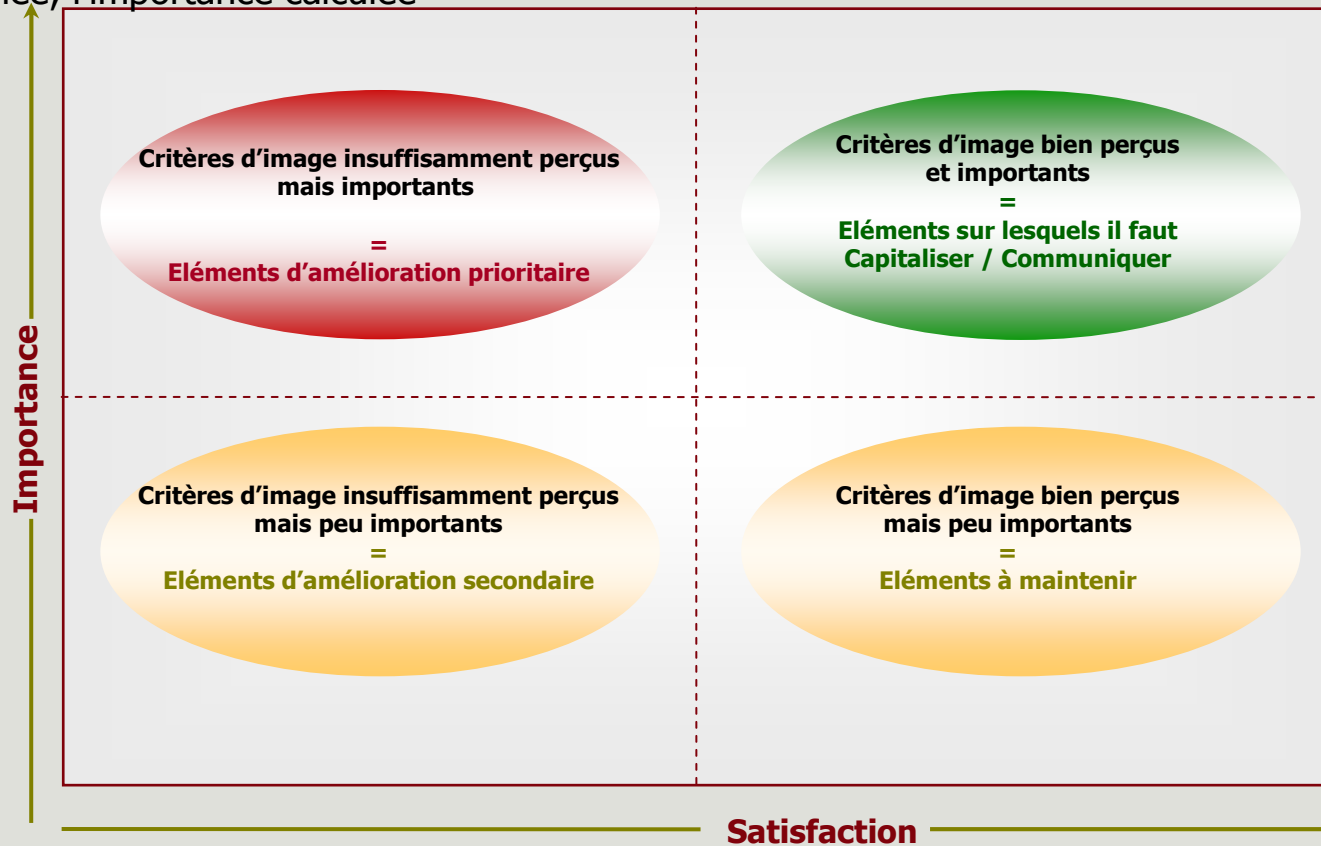
# Sur quels leviers communiquer ?

Bilan d'image: méthodologie utilisée

## ► **Représentation graphique :**

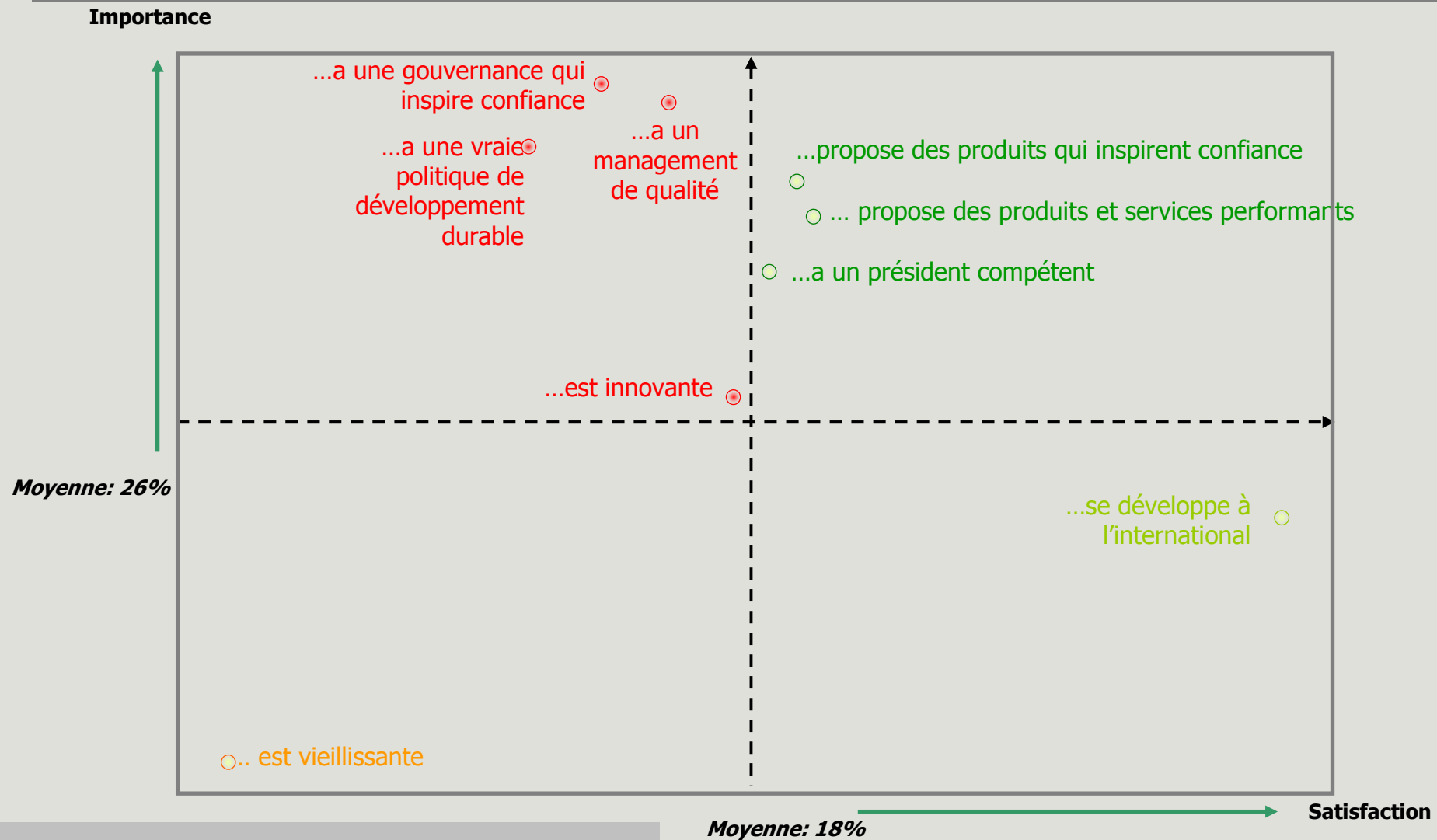
Une fois ces corrélations entre l'évaluation globale et les critères calculées, ces critères sont projetés sur 2 dimensions :

- En abscisse, le niveau d'agrément mesuré
- En ordonnée, l'importance calculée



# Sur quels leviers communiquer ?

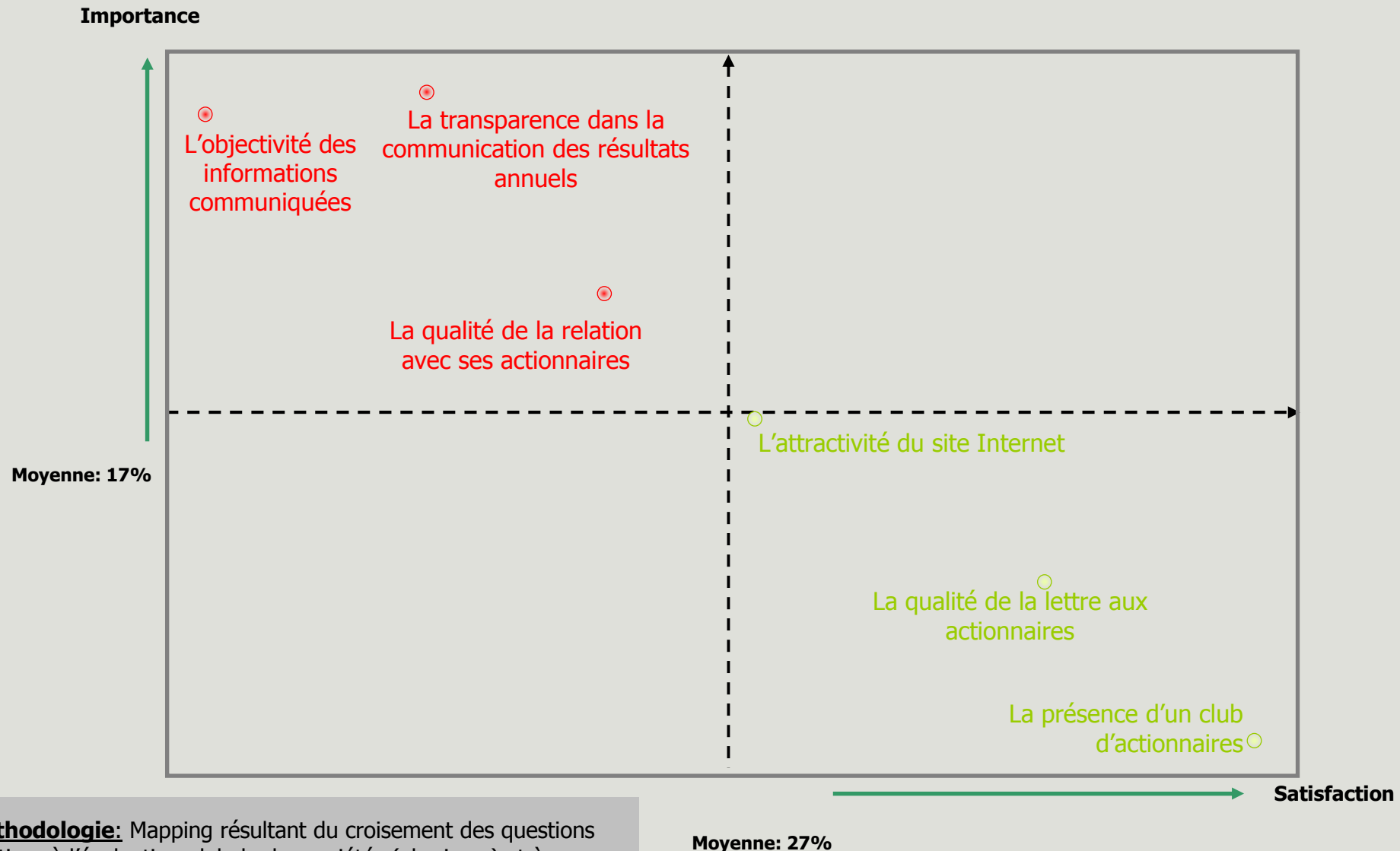
Base IDA : 1021



**Méthodologie:** Mapping résultant du croisement des questions relatives à l'évaluation globale des sociétés (abscisses) et à l'image détaillée des sociétés (ordonnée).

# Et les leviers en matière de relation avec les Actionnaires individuels ?

Base IDA : 1021



**Méthodologie:** Mapping résultant du croisement des questions relatives à l'évaluation globale des sociétés (abscisses) et à l'appréciation de leur relation avec leurs actionnaires (ordonnée).



## Les gagnants



# Lauréats trophées Boursoscan 2010

Base votants : 7500

## Point sur les votants

→ Nombre de votants : **7 500 votants** à distinguer selon 2 catégories, les **investisseurs décideurs actifs (IDA)** d'une part et les **visiteurs du site** Boursorama.com d'autre part.

→ Nombre de votes: **13 500 votes** au total

## Mode de calcul des prix

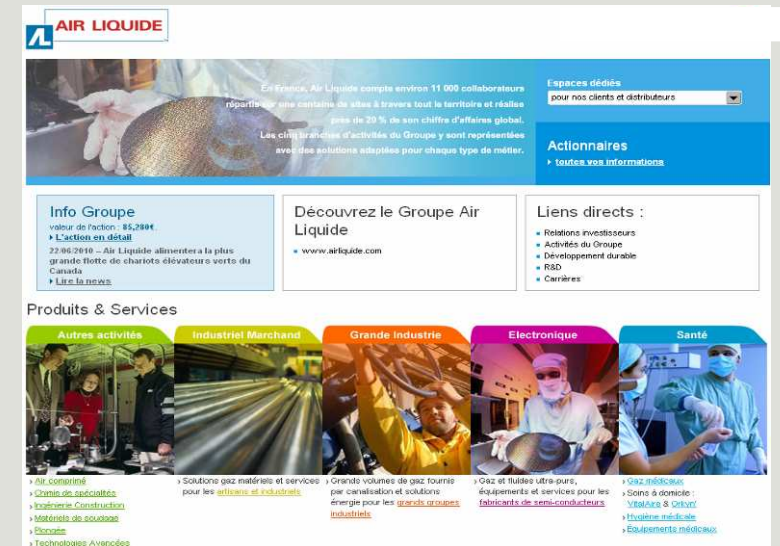
→ **Grand prix Boursoscan 2010**: moyenne de l'ensemble des critères d'évaluation retenues (évaluation globale, critères d'évaluation, relation actionnaires)

→ **Autres prix**: pour l'établissement des autres prix, entre 1 et 3 critères d'évaluation ont été pris en compte.



# Grand Prix Boursoscan 2010

Base votants: 7500



BJ5552- BOURSORAMA BANQUE – Boursoscan – Juin 2010 - Confidentiel

# Prix de l'innovation

Base votants: 7500



Ajouter cette page à mes favoris

### NOS VALEURS

**Innovation, valorisation des ressources, écoute des clients, éthique de comportement, le Groupe prend appui sur ces 4 valeurs pour assurer une croissance rentable, pérenne et responsable de ses activités, qui associe la performance à long terme avec la préservation de l'environnement et la valorisation du capital humain.**

---

#### INNOVATION

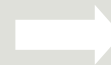


Avec à son actif plus de 4 800 brevets, près de 1 800 personnes travaillant dans les bureaux d'études du groupe, entre 4 et 5% de son chiffre d'affaires consacrés à la recherche et au développement, et plus de 50ancements de nouveaux produits en 2007, Legrand place l'innovation au cœur de sa stratégie. Qu'il s'agisse de design, de fonctionnalités ou de simplicité d'installation, les équipes de Legrand développent de nouvelles offres créatrices de valeur pour l'ensemble de la chaîne économique – installateurs, distributeurs, architectes et utilisateurs finaux.



# Prix RSE

Base votants: 7500



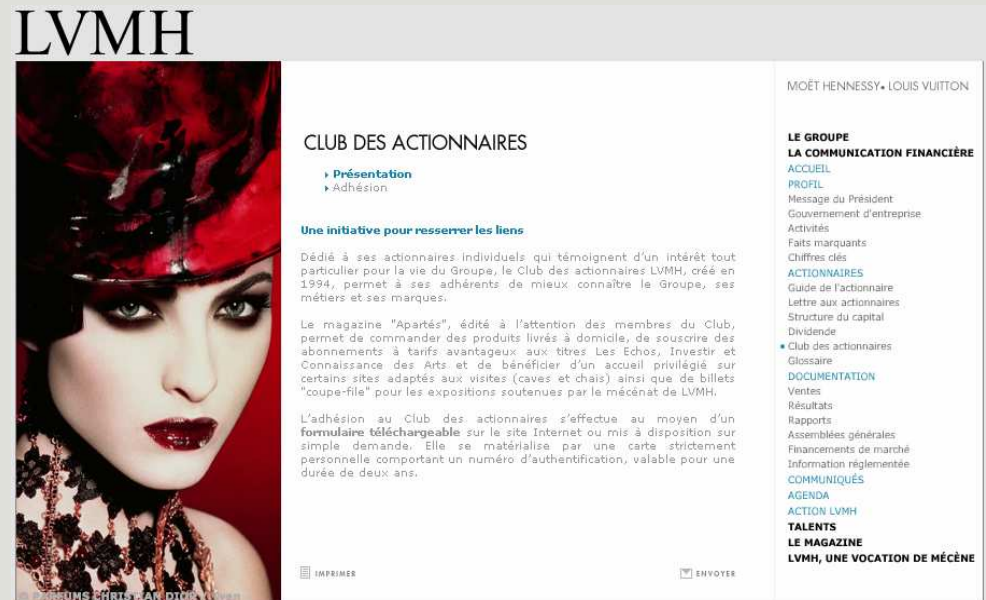
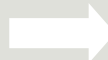
# Prix de la communication financière

Base votants: 7500



# Prix coup de cœur

Base votants: 7500



**LVMH**

## CLUB DES ACTIONNAIRES

► [Présentation](#)  
► [Adhésion](#)

**Une initiative pour resserrer les liens**

Dédié à ses actionnaires individuels qui témoignent d'un intérêt tout particulier pour la vie du Groupe, le Club des actionnaires LVMH, créé en 1994, permet à ses adhérents de mieux connaître le Groupe, ses métiers et ses marques.

Le magazine "Apartés", édité à l'attention des membres du Club, permet de commander des produits livrés à domicile, de souscrire des abonnements à tarifs avantageux aux titres Les Échos, Investir et Connaissance des Arts, et de bénéficier d'un accueil privilégié sur certains sites adaptés aux visites (caves et chais) ainsi que de billets "coupe-file" pour les expositions soutenues par le mécénat de LVMH.

L'adhésion au Club des actionnaires s'effectue au moyen d'un formulaire téléchargeable sur le site Internet ou mis à disposition sur simple demande. Elle se matérialise par une carte strictement personnelle comportant un numéro d'authentification, valable pour une durée de deux ans.

IMPRIMER    ENVOYER

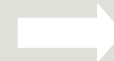
MOËT HENNESSY • LOUIS VUITTON

**LE GROUPE**  
**LA COMMUNICATION FINANCIÈRE**  
ACCUEIL  
PROFIL  
Message du Président  
Gouvernement d'entreprise  
Activités  
Faits marquants  
Chiffres clés  
**ACTIONNAIRES**  
Guide de l'actionnaire  
Lettre aux actionnaires  
Structure du capital  
Dividende  
Club des actionnaires  
Glossaire  
**DOCUMENTATION**  
Ventures  
Résultats  
Rapports  
Assemblées générales  
Financements de marché  
Information réglementée  
**COMMUNIQUÉS**  
AGENDA  
**ACTION LVMH**  
**TALENTS**  
**LE MAGAZINE**  
**LVMH, UNE VOCATION DE MÈCÈNE**



# Prix des actionnaires

Base votants: 7500



A screenshot of the EDF website's 'Assemblée Générale 2010' page. The page features a navigation bar with links like 'Présentation', 'Activités', 'Innovation et recherche', 'Médias', 'Finance', and 'Carrières'. The main content area is titled 'Assemblée Générale 2010' and includes a video player, a 'Voir la vidéo' button, and several news items under 'Actualités'. A sidebar on the left shows 'Cours de l'action' with a price of 32,630€ and a line chart. Another sidebar on the right lists 'Publications' and 'Agenda financier'.





# Prix du management

Base votants: 7500

# L'ORÉAL



**LE GROUPE**

Nous dédions toute notre énergie et nos compétences depuis près d'un siècle à notre unique métier, la cosmétique. Nous avons choisi de mettre notre recherche et notre expertise au service des femmes et des hommes du monde entier pour contribuer à répondre à ce besoin essentiel de bien-être dans toute sa diversité.

64 600 collaborateurs

**RENCONTRE AVEC SIR LINDSAY OWEN-JONES**  
Découvrez le rôle, le parcours et la vision du Président de L'Oréal  
» En savoir plus

**PRESENTATION DU GROUPE**  
Découvrez la mission, les principaux faits et chiffres et l'organisation du Groupe L'Oréal  
» En savoir plus

**ETHIQUE**  
Les valeurs fondatrices de notre société - respect, intégrité et excellence- font partie de notre quotidien  
» En savoir plus

**LA DIVERSITE : UNE PRIORITE**  
La diversité est au cœur de l'activité de L'Oréal  
» En savoir plus

**L'HISTOIRE DE L'OREAL**  
Retrouvez toute l'histoire de L'Oréal  
» En savoir plus

**PRESENTATION DU GROUPE**  
MANAGEMENT

**COMITÉ DE DIRECTION** | **CONSEIL D'ADMINISTRATION** |

01. Jean-Paul Agon  
02. Alexandre Popoff  
03. Jean-Jacques Lebel  
04. Laurent Attal  
05. Brigitte Liberman  
06. Jochen Zaumseil  
07. Béatrice Dautresme  
08. Geoff Skingsley  
09. Jean-Philippe Blanpain  
10. Marc Ménèsquen  
11. Nicolas Hieronimus  
12. Christian Mulliez  
13. Frederic Rozé

01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13

