

Boursoscan

Boursoscan 2008
Le baromètre des actionnaires internautes 2008

Novembre 2008
- Rapport général -

De: Charles-Henri d'Auvigny, Philippe Le Magueresse, Marc Rota / **OpinionWay** – 01 78 94 90 00
chdauvigny@opinion-way.com

A: Xavier Prin / **Boursoscan**

Le 21 novembre 2008

Version n° 1

Sommaire

- ▶ Méthodologie de l'étude BoursoScan
- ▶ Synthèse générale BoursoScan
- ▶ Profil des actionnaires internautes BoursoScan
- ▶ Attentes des actionnaires internautes envers les sites Internet de sociétés cotées
- ▶ Appréciations des actionnaires internautes envers les sites Internet de sociétés cotées
- ▶ BoursoScan SFAF : évaluation des professionnels de la finance



Contexte et Objectifs



BoursoScan : genèse d'un outil de référence

► La conjugaison de deux expertises :



1er portail d'information financière en France :

- 4,7 millions de visiteurs uniques par mois
- plus de 294 millions de pages vues par mois
- 1 heure 12 minutes de temps de connexion moyen par internaute

“opinionway

Institut d'études qui mise résolument sur les nouvelles technologies et développant des démarches innovantes aussi bien dans le recueil que dans l'analyse et le partage d'information. Spécialiste des attitudes et du comportement des actionnaires individuels et des professionnels de la finance. Concepteur de l'étude IDA, Investisseurs Décideurs Actifs : panel exclusif de près de 34.000 investisseurs, observatoire dynamique créé en 1998.



BOURSOscan

Un univers : les sites Internet et pages financières des sociétés cotées.
Une expertise : les actionnaires individuels internautes.



Boursoscan 2008 : les chiffres clés

- ▶ Panel constitué sur la base de **7 340 inscrits** dont **982 nouveaux en 2008**
- ▶ Un total de 15 185 visites de sites Internet
- ▶ **80** sites Internet de sociétés cotées notés ont été retenus pour l'analyse



Méthodologie : de la quantité à la qualité

1^{ère} partie : Les garanties méthodologiques



Les garanties méthodologiques

▶ **Un objectif incondicional :**

Recueillir un volume et une qualité d'appréciation permettant de garantir une bonne représentativité des actionnaires internautes.

▶ **Une méthodologie préventive et corrective:**

- 1** - Un panel large et ouvert reposant sur des sources diversifiées.
- 2** - Des procédures de contrôle apparentes à chacune des étapes de l'enquête.
- 3** - Un contrôle des comportements de notations et de cohérence des réponses.



Les garanties méthodologiques

1 - Un panel large et ouvert reposant sur des origines diversifiées

- ▶ L'ensemble des internautes fréquentant le site Boursorama (4,7 millions visiteurs uniques mensuels, couvrant une très large majorité de l'ensemble des internautes intéressés par la Bourse) avait la possibilité, du **15 septembre au 06 novembre 2008**, de s'inscrire au panel, grâce à un lien présent sur des pages diversifiées du site (de la page d'accueil jusqu'aux pages relatives aux analyses ou aux marchés étrangers).
- ▶ Les actionnaires internautes s'inscrivaient directement en ligne selon une procédure rigoureusement contrôlée.
- ▶ **Une méthodologie impliquant une réelle motivation des panélistes actionnaires internautes** : l'inscription préalable à l'entrée dans le panel supposait plusieurs conditions :
 - Avoir démontré leur intérêt pour la Bourse, par fréquentation du site Boursorama
 - L'inscription dépendait de la réponse à un questionnaire approfondi de profil boursier du candidat panéliste
 - Les actionnaires internautes dont la profession était liée aux marchés financiers étaient identifiés à cette étape afin d'être quantifiés et traités isolément.



Les garanties méthodologiques

2 - Des procédures de contrôle apparentes à chacune des étapes de l'enquête

- ▶ **Une identification systématique des actionnaires internautes** : la notation d'un site ne pouvait être effectuée qu'après identification par un login doublé d'un mot de passe individuel.
- ▶ Le login et le mot de passe étaient confirmés, individuellement et nominativement, par courriel.
- ▶ **Unicité des notations** : dans l'éventualité où un actionnaire internaute décidait de noter une seconde fois un site, il était informé que seule sa seconde notation serait prise en compte.
- ▶ Lors de sa connexion au site de notation BoursoScan, l'actionnaire internaute disposait d'un historique de ses notes, ce qui lui permettait de constater un **suivi précis de ses interventions**.
- ▶ L'objectif était de placer les actionnaires internautes en situation de notations comparées. Un jeu-concours prévoyait l'augmentation des chances de gains en fonction du nombre de sites visités. Toutefois, pour éviter des dérives, les actionnaires internautes étaient informés de l'annulation systématique des questionnaires incohérents et du fait qu'au-delà de 10 sites notés, leurs chances de gain étaient plafonnées.



Les garanties méthodologiques

3 - Un contrôle des comportements de notation et de cohérence des réponses

- ▶ Par précaution, chaque notation de site a été contrôlée afin d'exclure :
 - Les notes attribuées alors que le temps de visite du site puis sa notation démontraient un évident comportement « irréfléchi », « fantaisiste » ou simplement motivé par le jeu-concours.
 - Les réponses « systématiques » (ex : attribution systématique de la même note à chaque critère d'évaluation...).

L'information des actionnaires internautes, leur sensibilisation qualitative, a permis de conserver 96,5 % des questionnaires après application de l'ensemble des mesures de contrôle.



Les garanties méthodologiques

- ▶ Un échantillon inégalé et représentatif des actionnaires internautes.
- ▶ Des panélistes motivés et attentifs.
- ▶ La méthodologie exclusive OpinionWay : les garanties d'une méthodologie d'étude rigoureuse, comparable à celle appliquées aux études traditionnelles et renforcée par les impératifs imposés par le net.



BOURSOscan

La baromètre exclusif des attentes et de la satisfaction des actionnaires internautes vis-à-vis des sites Internet et pages financières des sociétés cotées.



Synthèse



XXX

Synthèse

DES ACTIONNAIRES INTERNAUTES PLUS SEVERES ET PLUS EXIGENTS QU'EN 2007

- ▶ L'évolution majeure de cette édition 2008 du baromètre Boursoscan concerne la baisse générale des niveaux d'appréciation accordés aux sites Internet : la note moyenne des sites visités est de 6,5 en 2008 vs 7,1 en 2007).
- ▶ En effet, face à la situation actuelle des marchés et le besoin d'y voir toujours plus clair, les attentes des internautes vis-à-vis des sites visités sont plus que jamais :
 - ▶ L'accessibilité des sites (au premier rang des attentes), alors que ce critère n'était placé qu'en 4^{ème} position en 2006.
 - ▶ Une information actuelle (2^{ème} rang)...
 - ▶ ... sur la stratégie de l'entreprise (3^{ème} rang),
 - ▶ Et claire (4^{ème} rang)
- ▶ Or l'évaluation globale des sites visités a diminué sur chacun de ces éléments les plus importants. Ce qui explique la baisse globale de l'appréciation des sites visités.
- ▶ L'esthétique générale du site demeure toujours parmi les exigences les plus faibles des internautes, suivis par la politique de développement durable et les communiqués de presse/rapports annuels/lettres aux actionnaires.
- ▶ Les notes varient selon que l'internaute soit ou non actionnaire de la société dont il visite le site. Si les notes attribuées sont meilleures pour les actionnaires que pour les non actionnaires, la baisse d'appréciation est constatée sur les 2 cibles (notes moyennes globales inférieures à 7).



Synthèse

- ▶ La matrice de satisfaction illustre parfaitement quelles sont les exigences en matière d'aspect et de contenu d'un site que les actionnaires visitent, et nous indique clairement lorsque qu'une attente n'est pas comblée.
- ▶ Ainsi, concernant le contenu, les internautes sont déçus par la qualité de l'information (information complète) fournie par le site. Cette déception est d'autant plus pénalisante pour le site en question qu'il s'agit d'un critère très important aux yeux des actionnaires. De même, l'objectivité de l'information est également remise en cause, ainsi que l'information sur la stratégie de l'entreprise (3^{ème} éléments le plus importants).
- ▶ D'autre part, la politique de développement durable, les communiqués de presse/rapports/Lettres aux actionnaires sont sévèrement jugés par les internautes. Tout comme l'esthétique générale pour le coté aspect. Il s'agit de points à améliorer dans un second temps puisque ces critères ne constituent pas la priorité des actionnaires.
- ▶ Pour près de 82% des internautes, le site de l'entreprise en donne une image positive. De plus, la visite du site Internet influencerait 62% des actionnaires sur leur choix d'achat d'actions de la société en question. Dans la même logique, ces éléments sont en légère baisse par rapport à 2007, mais restent à des niveaux de scores élevés.
- ▶ A propos de la communication financière des sociétés, cette dernière est également jugée sévèrement, et moins bien que l'année dernière (moyenne de 6,3 vs 6.8 en 2007).



Résultats



Le profil des actionnaires internautes

- ▶ Les schémas de cette partie du rapport dressent le portrait-robot de l'actionnaire internaute individuel Boursoscan.

A travers 3 critères socio-démographiques: sexe, âge et pays d'habitation.

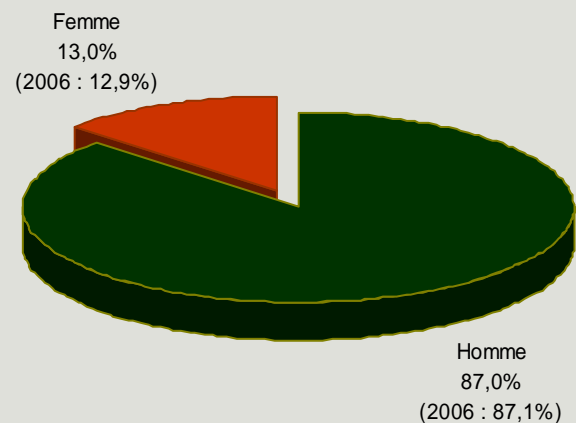
L'ensemble de ces critères de profil ont été préalablement identifiés et testés comme étant les plus discriminants pour expliquer les attitudes et comportements vis-à-vis des sujets boursiers (*travaux expérimentaux développés dans le cadre du Panel IDA*)

La confrontation du profil des actionnaires individuels avec celui des internautes fréquentant les sites d'information boursière a permis de valider la représentativité de l'échantillon (sources Boursorama et IDA).

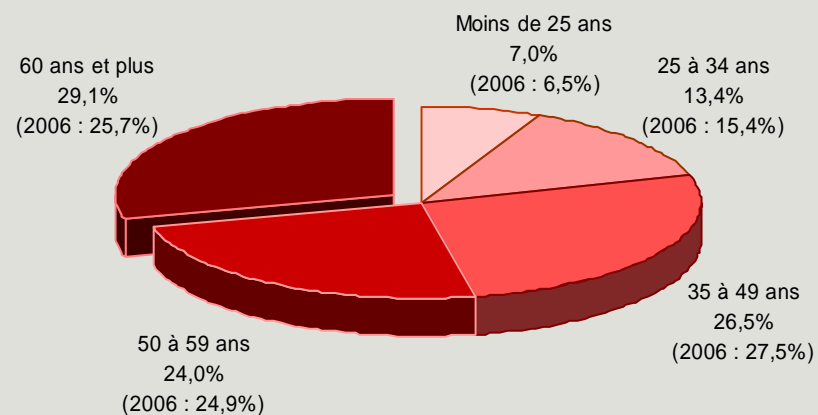


Le profil des actionnaires internautes

Sexe

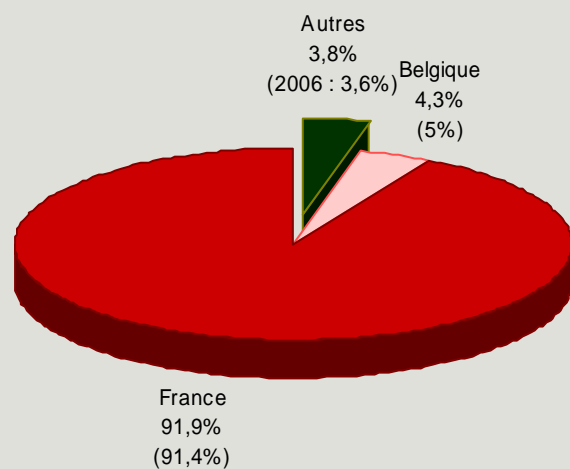


Age

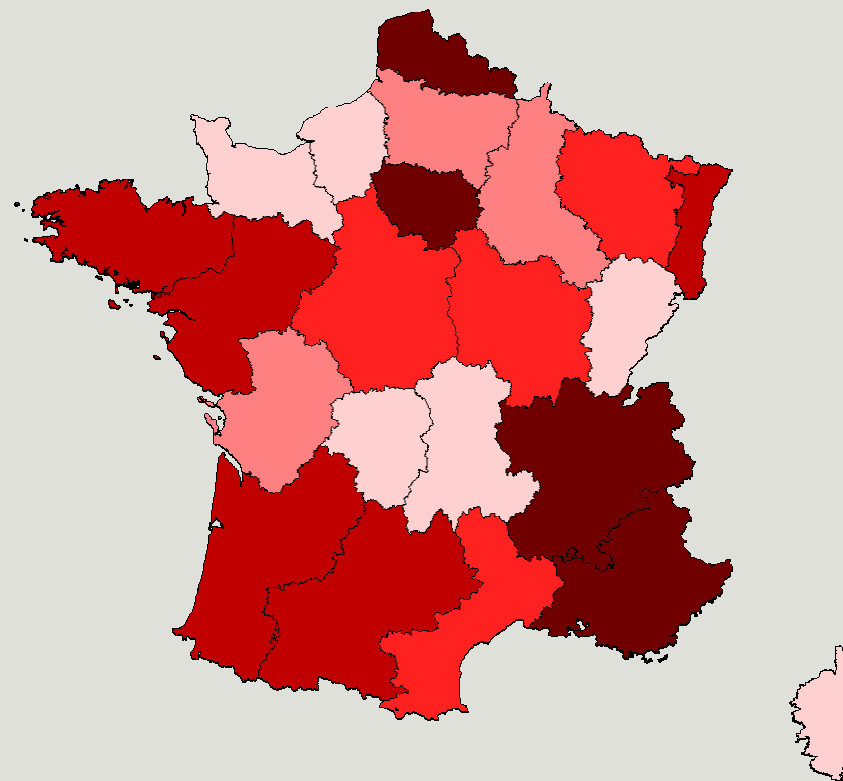


Le profil des actionnaires internautes

Pays de résidence



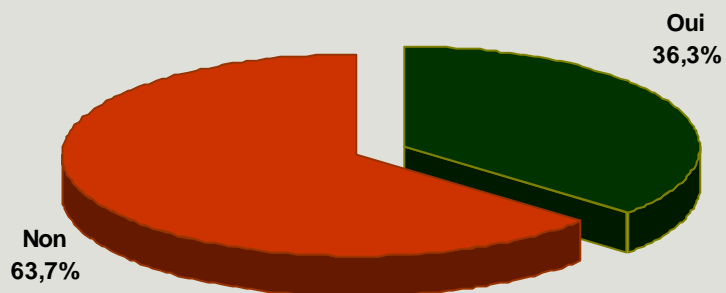
Région de résidence



Le profil des actionnaires internautes

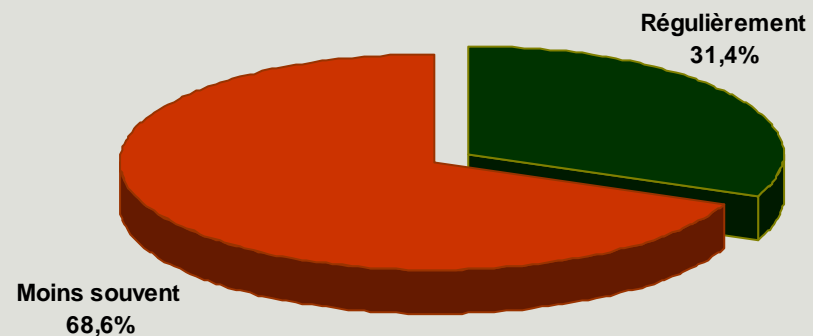
Détention d'actions de la société dont le site Internet est visité et noté

► *Etes-vous actionnaire de la société X dont vous venez de visiter le site ?*



Fréquence de visite du site Internet de la société cotée

► *A quelle fréquence suivez-vous la société X dont vous venez de visiter le site Internet ?*



La hiérarchie générale des attentes 2008 vis-à-vis de l'aspect ; vis-à-vis du contenu

Les attentes des actionnaires internautes envers les sites Internet de sociétés cotées



La hiérarchie générale des attentes des actionnaires internautes

- ▶ La hiérarchie des attentes des actionnaires internautes vis à vis des sites Internet des sociétés cotées a été recueillie lors de l'inscription du panéliste.
- ▶ Par précaution méthodologique, cette hiérarchie est calculée sur la base des réponses apportées à deux questions complémentaires permettant un contrôle de cohérence :
 - **Approche normative** : lorsque vous visitez le site Internet d'une société cotée en Bourse, quelle importance accordez-vous aux éléments suivants ? (suivait une liste de 13 critères notés sur une échelle de 1 à 10)
 - **Approche relative** : selon vous, parmi les 13 critères précités, quels sont les trois plus importants pour un site Internet de société cotée (hiérarchie de 1 à 3)

Attention : sont ici présentées les attentes « a priori » qui ne doivent pas être confondues avec les priorités déterminées une fois analysée l'influence de chaque critère sur l'appréciation générale des sites. La confrontation de ces attentes avec la hiérarchie des critères influençant l'appréciation générale finale (notes thématiques/note générale), permettra de constater des évolutions significatives suite à l'expérimentation des sites.



La hiérarchie générale des attentes des actionnaires internautes

Hierarchie des attentes des actionnaires internautes	Rang de priorité Hiérarchisation 2008		Rang de priorité Hiérarchisation Rappel 2007
Accessibilité	1	→	1
Information actuelle	2	↗	3
La stratégie*	3	↗	4
Information claire	4	↘	2
Information complète	5	→	5
Information objective	6	→	6
Les activités de la société*	7	↗	4
Identification des rubriques	8	↘	7
Le cours de bourse de la société	9	↘	8
Esthétisme	10	↗	11
La politique de développement durable	11	↗	12
Les communiqués presse, les rapports annuels et les lettres aux actionnaires	12	↘	10 ; 9 et pas de lettres aux actionnaires

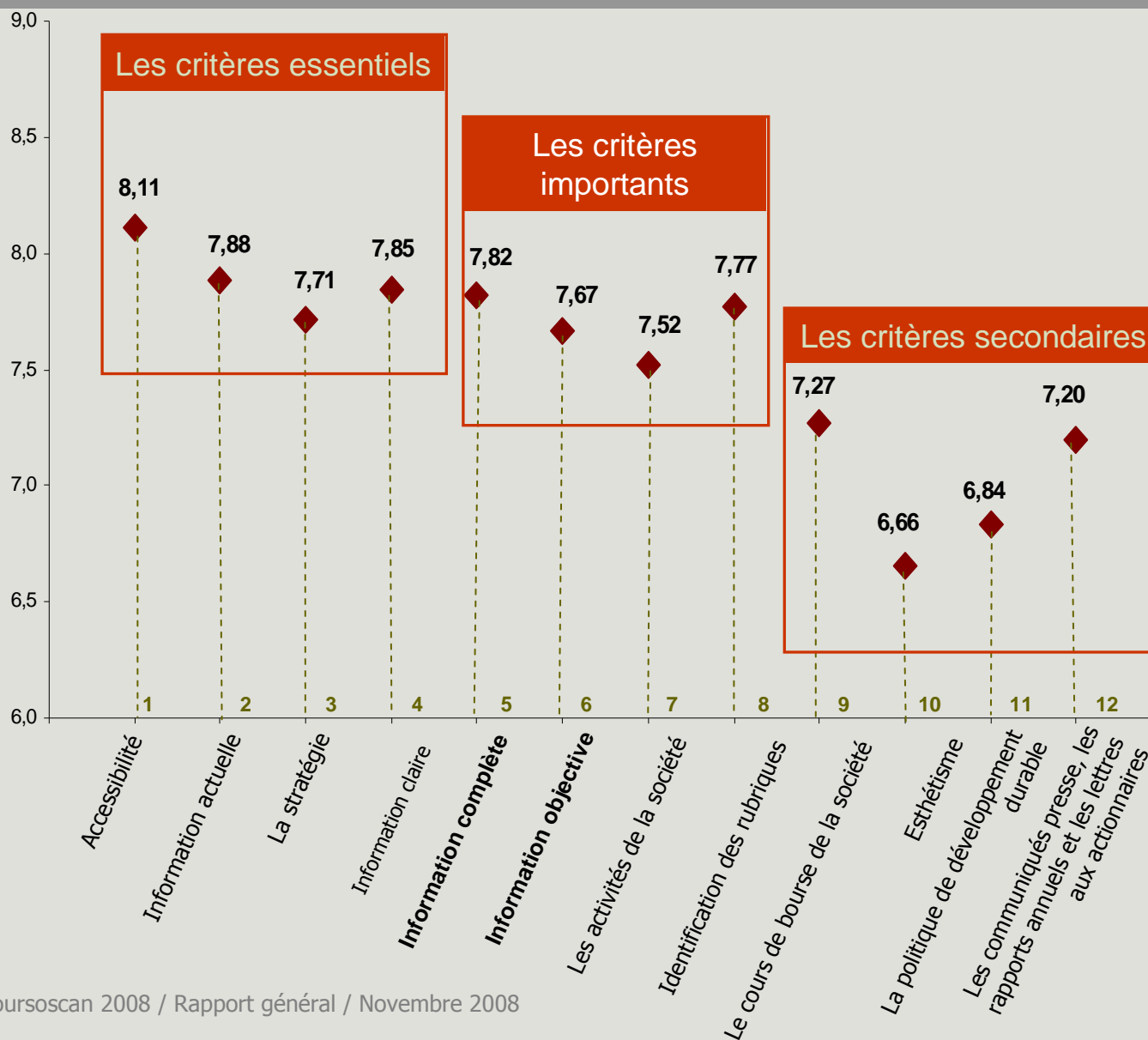
* ces 2 items étaient ensemble en 2007

* ces 2 items étaient ensemble en 2007

items séparés en 2007



Les attentes des actionnaires internautes : Bilan 2008



Les attentes vis-à-vis des sites Internet des sociétés cotées

- ▶ Avant visite et notation des sites Internet de sociétés cotées, les actionnaires internautes hiérarchisent leurs attentes de la façon suivante :
 - ▶ le **CONTENU** des sites : 3 critères se classent dans les premiers :
 - ▶ Une information actuelle (2ème rang),
 - ▶ Sur la stratégie (3è rang),
 - ▶ Et une information claire (4ème rang).
 - ▶ **L'ASPECT** des sites : un critère au premier rang : L'accessibilité



Hiérarchie de la perception générale des sites de sociétés cotées

Les appréciations des actionnaires internautes envers les sites de sociétés cotées



Hiérarchie de la perception générale des sites de sociétés cotées

Notes d'appréciation à l'issue de la visite du site	Rang 2008	Rang 2007
Les activités de la société*	1	1
Information claire	2	6
Information actuelle	3	7
Identification des rubriques	4	4
Accessibilité	5	3
Esthétisme	6	9
Information complète	7	10
Les communiqués presse, les rapports annuels et les lettres aux actionnaires	8	8 ; 5 et pas de lettres
Le cours de bourse de la société	9	2
La stratégie*	10	1
Information objective	11	12
La politique de développement durable	12	13

* ces 2 items étaient ensemble en 2007

= La facilité de navigation en 2007

items séparés en 2007



Hiérarchie de la perception générale des sites de sociétés cotées

Notes d'appréciation à l'issue de la visite du site	Notes moyennes 2008	Notes moyennes 2007
Esthétisme	6.5	7.0
Accessibilité	6.7	7.3
Identification des rubriques	6.7	7.3
Moyenne ASPECT	6.62	7.19
Information actuelle	6.7	7.1
Information claire	6.7	7.2
Information objective	6.2	6.9
Information complète	6.5	7.1
Les activités de la société*	6.9	7.5
La stratégie*	6.3	7.5
Le cours de bourse de la société	6.4	7.4
Les communiqués presse, les rapports annuels et les lettres aux actionnaires	6.5	7.1 ; 7.2 et pas de lettres
La politique de développement durable	6.1	6.9
Moyenne CONTENU	6.47	7.12

= La facilité de navigation en 2007

* ces 2 items étaient ensemble en 2007

* ces 2 items étaient ensemble en 2007

items séparés en 2007

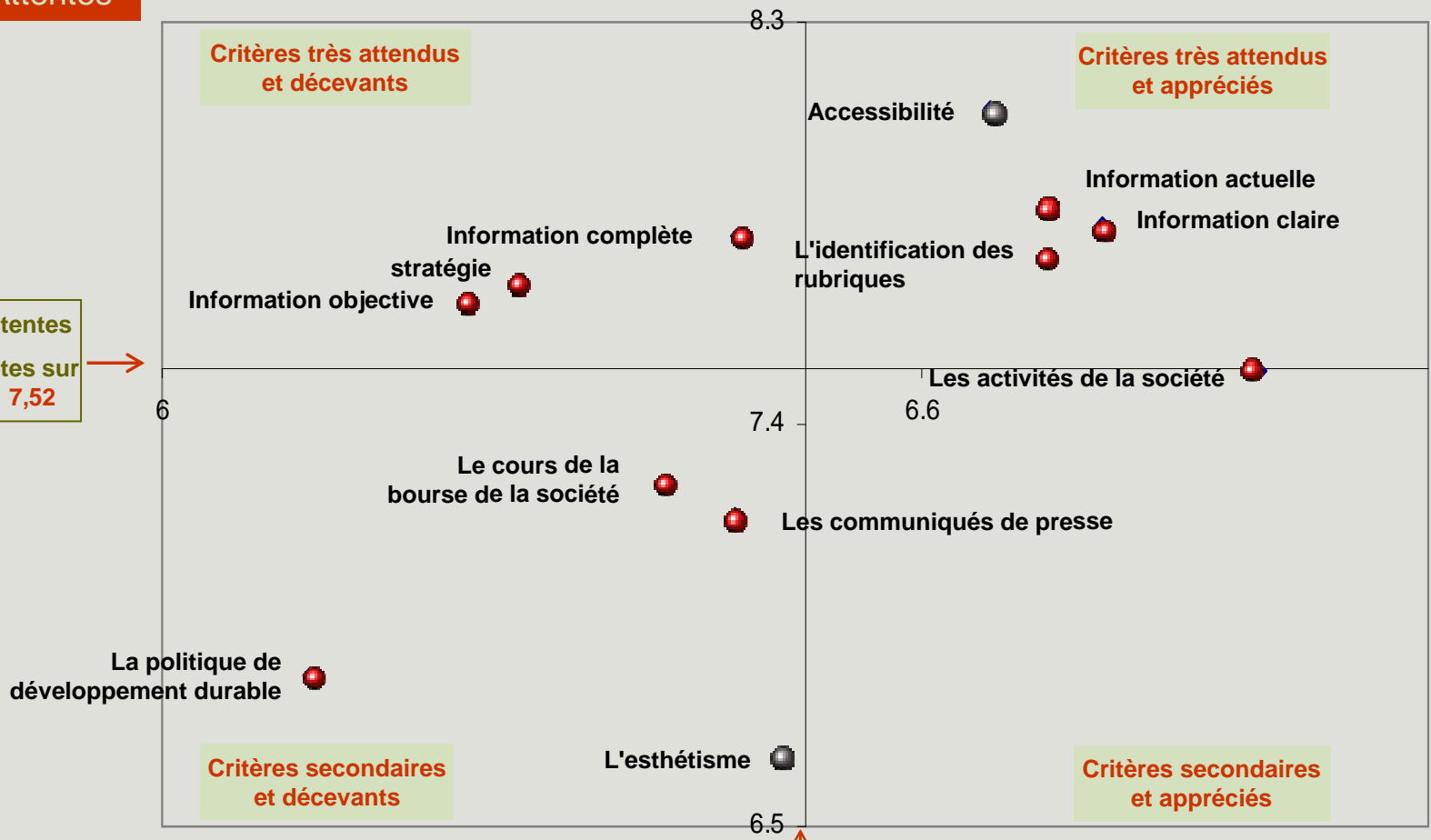


Matrice de satisfaction Boursoscan adéquation perceptions/attentes

Attentes

● Contenu ● Aspect

Moyenne des attentes
Ensemble des sites sur
les 13 critères **7,52**



Moyenne des jugements
Ensemble des sites sur
les 13 critères **6.5**

Jugements



Carte de satisfaction générale 2008

Base = 73 premiers sites Internet

Boursoscan

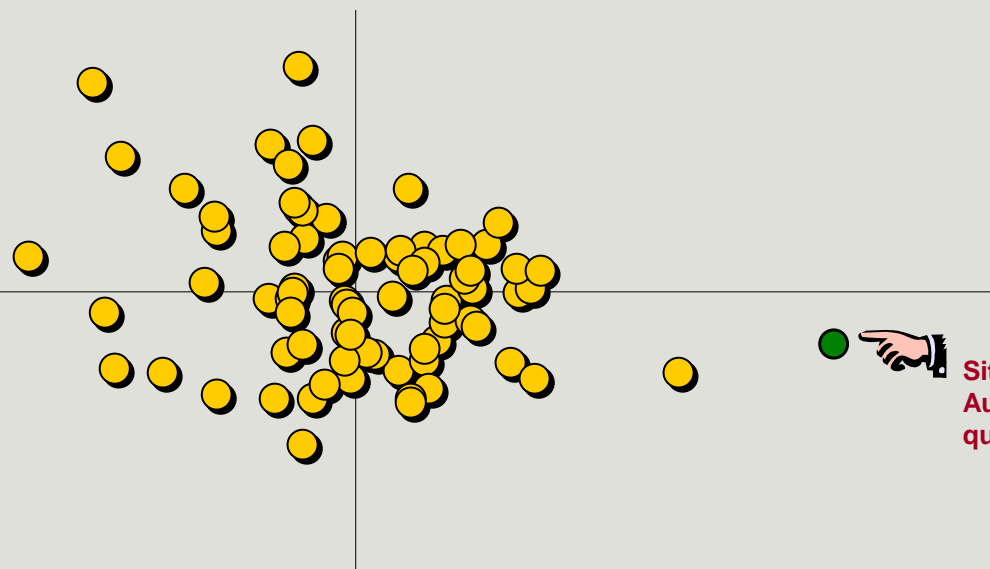
Satisfaction / Forme

► **Axe horizontal** : position du site comparé aux 72 autres en matière de satisfaction générale. (*attention : cette position est relative. Ainsi, un site peut être noté positivement dans l'absolu, et être situé à gauche de l'axe central*)

Site peu apprécié
malgré une forme attractive
→ Nécessité de donner du contenu au site



Degré de Satisfaction Globale



Site très apprécié
Autant pour son aspect
que son contenu

Site peu apprécié
malgré un fond attractif
→ Nécessité d'améliorer l'aspect du site



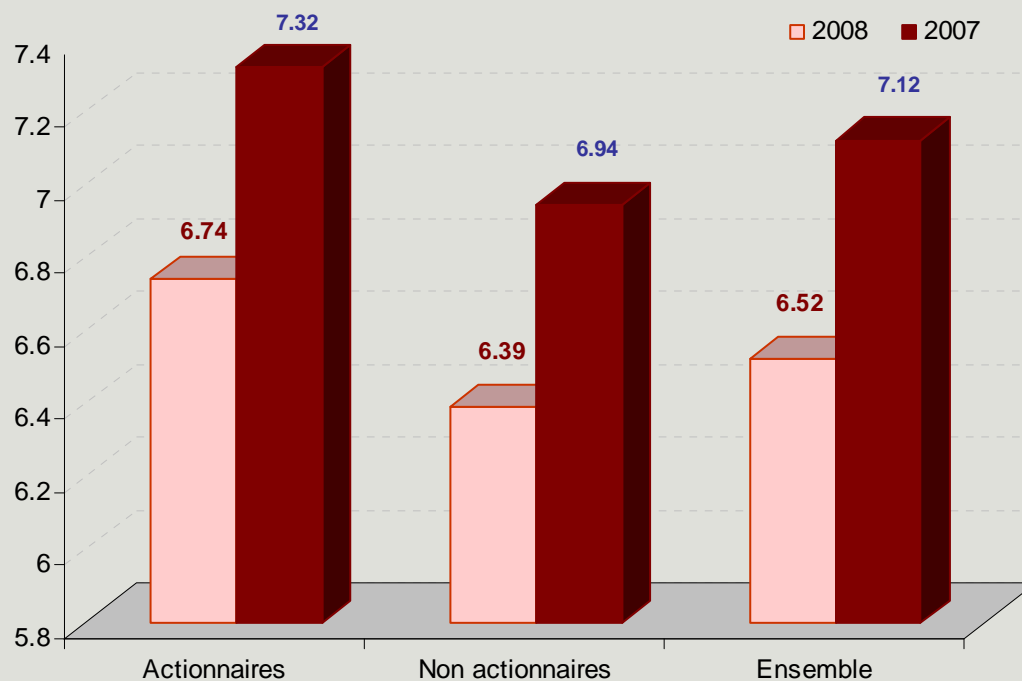
Site apprécié
Plus particulièrement
grâce à son contenu



► **Axe vertical** : position du site sur l'axe forme/fond, comparativement à l'ensemble des autres sites. (*attention : cette position est relative. Ainsi, un site placé dans la partie inférieure du graphique peut très bien obtenir une bonne note pour sa forme, mais bénéficier d'attributs plus positifs et plus discriminants pour son fond, lorsqu'on le compare à l'ensemble des autres sites*)

Satisfaction / Contenu

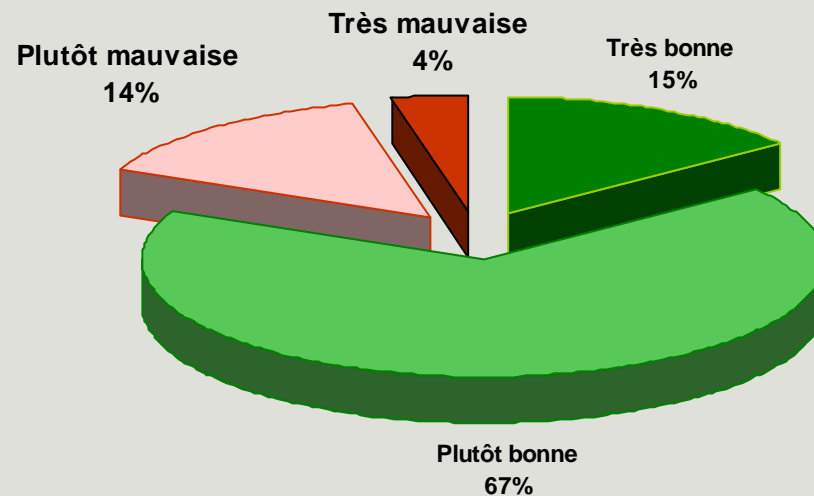
Impact de la détention d'actions de la société sur l'appréciation du site visité



Impact des visites sur l'image de la société cotée

► *Diriez-vous que le site Internet de la société X donne de l'entreprise concernée une image ... ?*

*Total négatif : 18 %
(2007 : 13 %)*



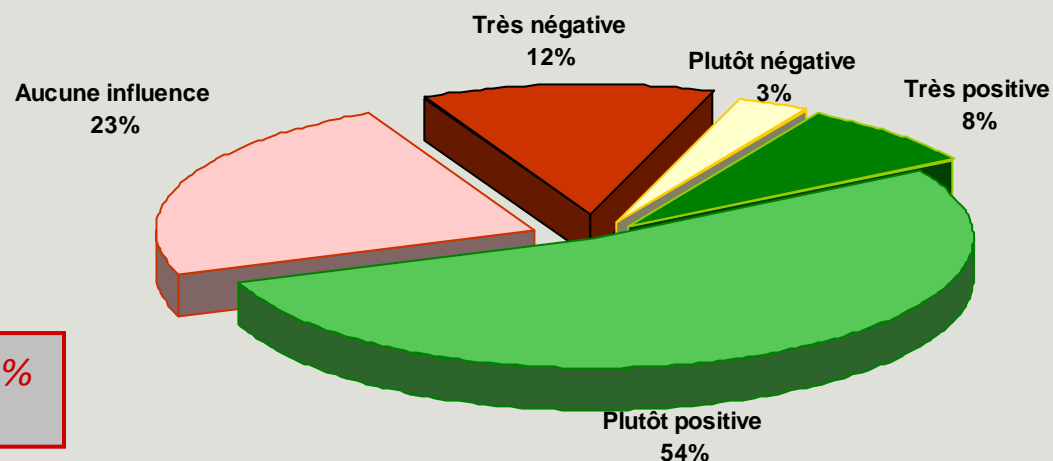
*Total positif : 82 %
(2007 : 87,5 %)*



Impact des visites des sites sur les intentions d'achat d'actions

- ▶ *Quelle influence la visite du site Internet de la société X exerce-t-elle sur votre choix éventuel d'acheter des actions X pour votre portefeuille boursier ?*

*Total neutre : 23,5 %
(2007 : 21 %)*



*Total négatif : 15,5 %
(2007 : 12 %)*

*Total positif : 62 %
(2007 : 68 %)*



- *Plus globalement, comment jugez-vous le communication financière de société X ?*

Moyenne des notes attribuées par critère

Critère	Note moyenne 2008	Note moyenne 2007
Clarté	6.38	7.03
Fiabilité	6.21	6.96
Transparence	6.05	6.82
Exhaustivité	6.11	6.78
Réactivité	6.19	6.81
Accessibilité	6.60	-
Moyenne calculée calculée sur les 5 critères précédents	6.26	6.88



Le baromètre des professionnels de la finance 2008



- ▶ Panel constitué sur la base de **85 inscrits** dont **20 nouveaux en 2008**

- ▶ 20 sites Internet de sociétés cotées notés ont été retenus pour l'analyse

- ▶ Un objectif inconditionnel :

Recueillir un volume et une qualité d'appréciations permettant de garantir une bonne représentativité des professionnels de la Finance.

- ▶ Une méthodologie préventive et corrective :

Des procédures de contrôle apparentes à chacune des étapes de l'enquête.
Un contrôle des comportements de notations et de cohérence des réponses.



La hiérarchie générale des attentes des professionnels de la finance

Professionnels de la finance

BOURSOscan

Hiérarchie des attentes des actionnaires internautes	Rang de priorité Hiérarchisation 2008	Rang de priorité Hiérarchisation Rappel 2007
Accessibilité	1	8
Information actuelle	2	9
La stratégie*	3	2
Information claire	4	11
Information complète	5	10
Information objective	6	13
Les activités de la société*	7	2
Identification des rubriques	8	7
Esthétisme	9	12
Le cours de bourse de la société	10	4
Les communiqués presse, les rapports annuels et les lettres aux actionnaires	11	6, 5 et pas de lettres aux actionnaires
La politique de développement durable	12	1

* ces 2 items étaient ensemble en 2007

items séparés en 2007

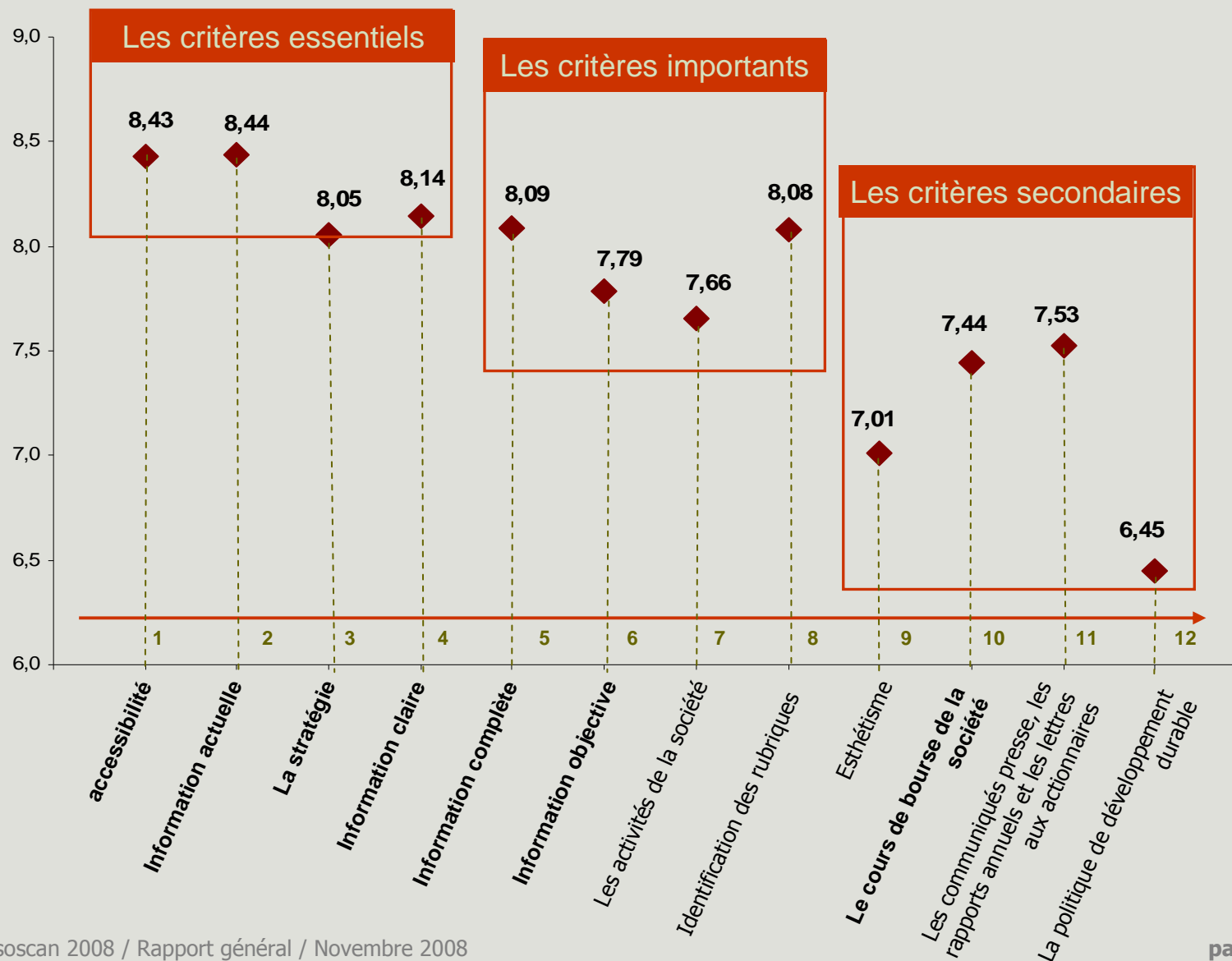
* Nouveaux critères 2008



Les attentes des professionnels de la finance : Bilan 2008

Professionnels de la finance

Boursoscan



Les attentes des professionnels : Bilan 2007

Professionnels de la finance

Boursoscan

- ▶ Avant visite et notation des sites Internet de sociétés cotées, les actionnaires internautes hiérarchisent leurs attentes de la façon suivante :
 - ▶ le **CONTENU** des sites : 3 critères se classent dans les premiers :
 - ▶ Une information actuelle (2ème rang),
 - ▶ Sur la stratégie (3è rang),
 - ▶ Et une information claire (4ème rang).
 - ▶ **L'ASPECT** des sites : un critère au premier rang : L'accessibilité



Hiérarchie de la perception générale des sites de sociétés cotées

Les appréciations des professionnels de la finance envers les sites de sociétés cotées



Hiérarchie de la perception générale des sites de sociétés cotées

Professionnels de la finance

BOURSOscan

Notes d'appréciation à l'issue de la visite du site	Rang 2008	Rang 2007	
Les communiqués presse, les rapports annuels et les lettres aux actionnaires	1	6, 5 et pas de lettres	items séparés en 2007
Information claire	2	11	
Identification des rubriques	3	7	
Accessibilité	4	8	
Information actuelle	5	9	
Les activités de la société*	6	2	* ces 2 items étaient ensembles en 2007
Esthétisme	7	12	
Le cours de bourse de la société	8	4	
La politique de développement durable	9	1	
Information complète	10	10	
Information objective	11	13	
La stratégie*	12	2	* ces 2 items étaient ensembles en 2007

* Nouveaux critères 2008



Hiérarchie de la perception générale des sites de sociétés cotées

Professionnels de la finance

BORSOScan

Notes d'appréciation à l'issue de la visite du site	Notes moyennes 2008	Notes moyennes 2007
Esthétisme	6.6	7.1
Accessibilité	6.7	7.1
Identification des rubriques	6.8	7.2
Moyenne ASPECT	6.7	7.14
Information actuelle	6.7	7.1
Information claire	6.8	7.1
Information objective	6.1	7.0
Information complète	6.2	7.1
Les activités de la société*	6.6	7.6
La stratégie*	6.0	7.6
Le cours de bourse de la société	6.6	7.5
Les communiqués presse, les rapports annuels et les lettres aux actionnaires	6.8	7.2, 7.4 et pas de lettres
La politique de développement durable	6.5	7.6
Moyenne CONTENU	6.47	7.34

* ces 2 items étaient ensemble en 2007

items séparés en 2007, pas de lettres aux act en 2007



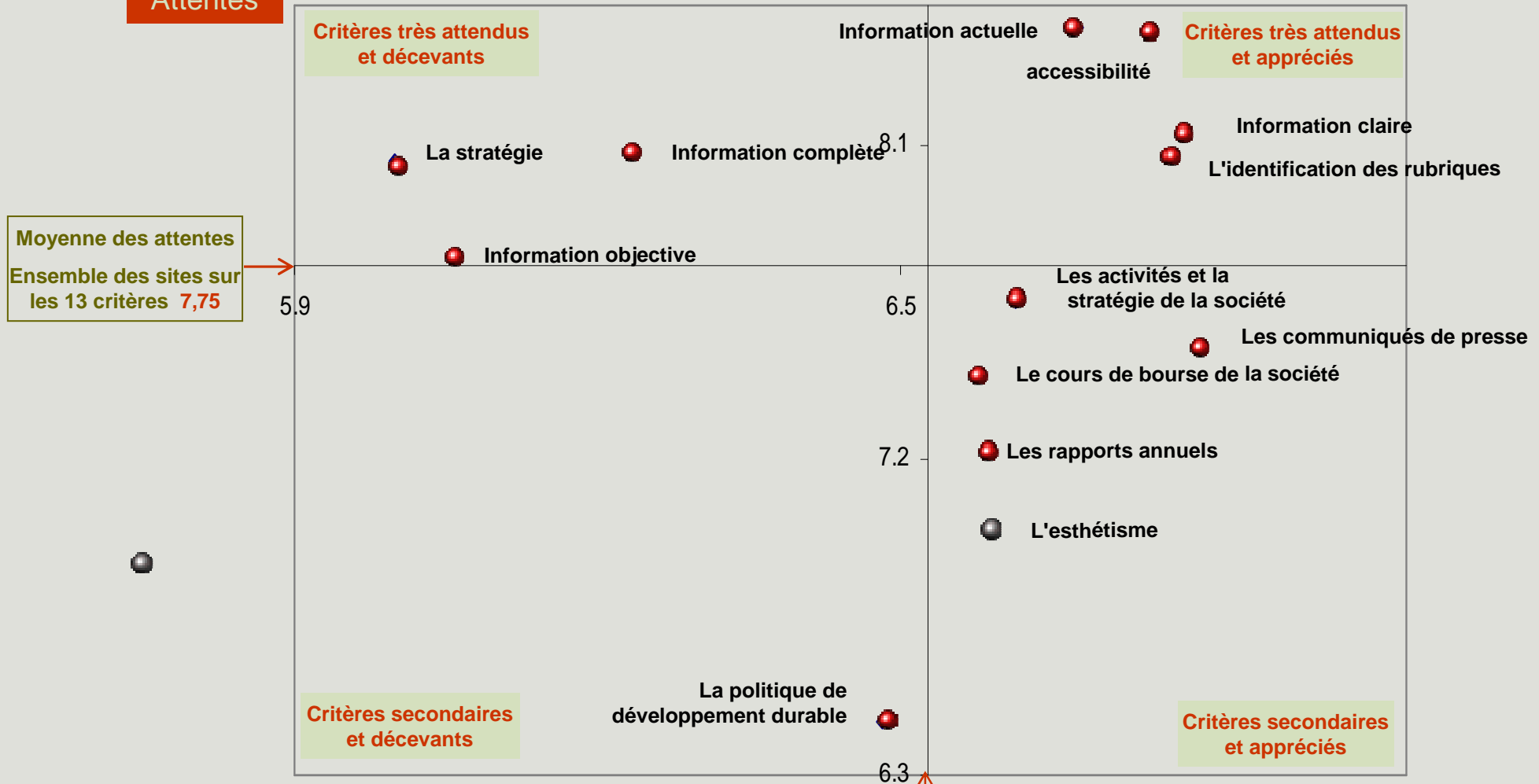
Matrice de satisfaction Boursoscan adéquation perceptions/attentes

Professionnels de la finance



● Contenu ● Aspect

Attentes



Moyenne des attentes Ensemble des sites sur les 13 critères 7,75

Moyenne des jugements Ensemble des sites sur les 13 critères 6,52

Jugements

Carte de satisfaction générale 2008

Professionnels de la finance

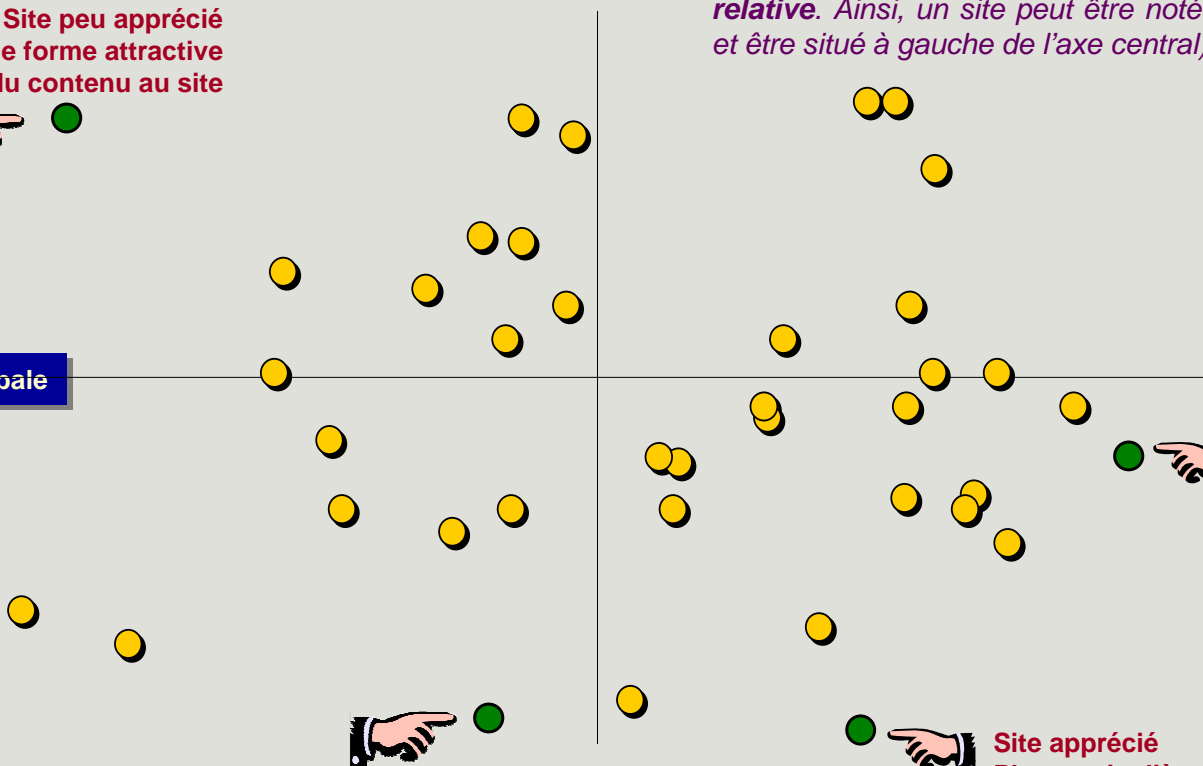
BORSOScan

Satisfaction / Forme

Site peu apprécié
malgré une forme attractive
→ Nécessité de donner du contenu au site



Degré de Satisfaction Globale



Site peu apprécié
malgré un fond attractif
→ Nécessité d'améliorer l'aspect du site

Satisfaction / Contenu

► **Axe horizontal** : position du site comparé aux 72 autres en matière de satisfaction générale. (*attention : cette position est relative. Ainsi, un site peut être noté positivement dans l'absolu, et être situé à gauche de l'axe central*)

Site très apprécié
Autant pour son aspect
que son contenu



Site apprécié
Plus particulièrement
grâce à son contenu

► **Axe vertical** : position du site sur l'axe forme/fond, comparativement à l'ensemble des autres sites. (*attention : cette position est relative. Ainsi, un site placé dans la partie inférieure du graphique peut très bien obtenir une bonne note pour sa forme, mais bénéficier d'attributs plus positifs et plus discriminants pour son fond, lorsqu'on le compare à l'ensemble des autres sites*)

page 43

Image de la communication financière des sociétés cotées

Professionnels de la finance

BORSOSCAN

- *Plus globalement, comment jugez-vous le communication financière de société X ?*

Moyenne des notes attribuées par critère

Critère	Note moyenne 2008	Note moyenne 2007
Clarté	6.34	7.02
Fiabilité	6.29	7.15
Transparence	6.01	7.03
Exhaustivité	6.16	6.86
Réactivité	6.59	7.03
Accessibilité	7.01	-
Moyenne calculée calculée sur les 5 critères précédents	6.4	7.02

