



# SBF 120 Les meilleurs sites pour les actionnaires

- L'image compte désormais autant que le texte.
- Avec la rapidité croissante de diffusion, ce sont les deux piliers de l'évolution de l'information auprès de l'actionariat individuel.

**P**our bien gérer un portefeuille boursier, abondance d'informations ne nuit pas. Bien au contraire : la révolution technologique de l'Internet met désormais à la portée des actionnaires individuels une quantité impressionnante de données qui ont été longtemps réservées aux professionnels, analystes financiers, gérants de patrimoine, de sicav ou de caisses de retraite. Chaque année, *Le Revenu* mesure les progrès accomplis par les sociétés cotées dans l'accessibilité et la diversité des informations

présentées dans la partie finance de leur site Internet.

À en croire *Middlenext*, l'association professionnelle française représentative des valeurs moyennes cotées, nombre de sociétés de cet univers ont encore du pain sur la planche. À l'occasion de la sortie de son nouveau cahier<sup>(1)</sup>, *Middlenext* porte un jugement sévère : «L'analyse d'une centaine de sites [de valeurs moyennes] permet de constater le manque de cohérence de leur architecture, l'hétérogénéité sémantique des rubriques, leur défaut d'actualisation, le temps perdu à chercher une information...»

## Tous les outils numériques

Cette année, la rédaction du *Revenu* a continué son travail d'évaluation des sites Internet des sociétés cotées. Mais nous l'avons complété par l'examen de tous les outils numériques utilisés pour informer les actionnaires, des réseaux sociaux aux web conférences ou autres e-clubs d'actionnaires. L'évolution est d'autant plus légitime

que les actionnaires ne se contentent plus de leur ordinateur, comme le souligne *Middlenext* : «La majorité des utilisateurs consulte désormais les sites Internet à partir d'une tablette ou d'un téléphone portable.» Le sondage effectué auprès d'un panel de membres du site *lerevenu.com* et des abonnés à la lettre quotidienne de notre site et à notre hebdoma-

«La majorité des utilisateurs consulte désormais les sites Internet à partir d'une tablette ou d'un téléphone portable.»



daire (voir p. 18) le confirme. Pour mener à bien ce banc d'essai de la communication financière numérique, nous avons interrogé toutes les sociétés figurant dans l'indice SBF 120: 84 nous ont répondu, mais les autres (voir la liste p. 15) ont préféré passer leur tour. C'est d'autant plus regrettable que, selon l'enquête annuelle du Cercle de l'Épargne/Amphitéa publiée en septembre<sup>(2)</sup>, «39% des Français considèrent, en 2018, qu'il est actuellement intéressant de placer son épargne dans des actions. L'intérêt pour la Bourse gagne ainsi 10 points en deux ans».

### Des versions améliorées

Le site Internet reste bien entendu le cœur du dispositif de communication financière. La grande majorité des sociétés de notre banc d'essai dit avoir livré une nouvelle version dans les derniers mois ou en préparer la sortie. Et ce n'est pas une dépense inutile, comme l'explique Claire Senand, directrice de

l'information financière de L'Oréal: «Nous avons dépassé les 2 millions de visites du site pour le rapport annuel.» Le groupe de cosmétique a mis en ligne une nouvelle version avant l'été: «Nous avons amélioré aussi bien le fond que la forme, et travaillé particulièrement l'arborescence.»

La simplification est le maître mot des nouvelles versions des sites, comme on l'explique chez Renault: «La refonte, cette année, de notre rubrique finance a conduit à un affichage plus visible de la répartition du capital, du dividende, du cours de Bourse de l'action, et un calendrier simplifié. L'objectif a été de limiter le nombre de clics.»

### Accès directs et intuitifs

La même logique a prévalu pour Sanofi: «En février 2018, le groupe a lancé une nouvelle version de son site Internet [www.sanofi.com](http://www.sanofi.com), avec une arborescence simplifiée offrant des accès directs et intuitifs, un

**suite p. 17 >>>**



## Réseaux sociaux Un outil devenu universel

► L'usage de Twitter et Facebook est devenu la règle en matière d'information financière.

**P**aru en septembre dernier, le Baromètre Hootsuite 2018 en témoigne. Ce sondage, effectué auprès des petites, moyennes et grandes organisations, tous secteurs d'activité confondus, établit que «84% des entreprises françaises interrogées estiment que leur présence sur les médias

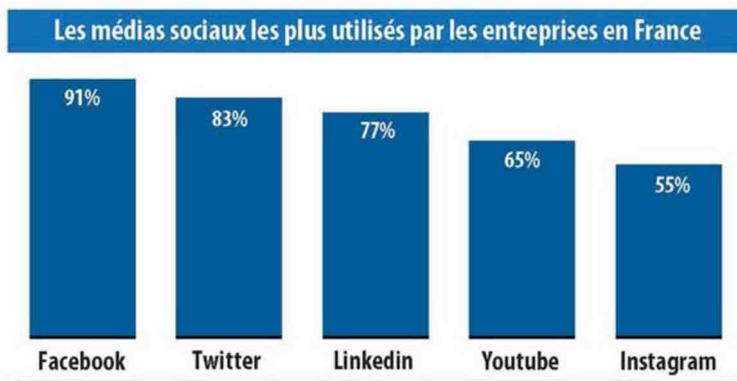
sociaux est importante pour rester compétitives et qu'elles possèdent en moyenne entre quatre et dix profils sur les médias sociaux». Leur instantanéité et leur concision les séduisent. La plateforme de gestion spécialisée établit que Facebook arrive en tête des médias sociaux les plus utilisés

(91%) par les entreprises en France, devant Twitter (83%). Troisième au hit-parade (77%), LinkedIn devance (94%) toutefois les deux autres médias dans la catégorie des sociétés travaillant avec les seuls clients professionnels.

### Identifier les comptes sur le site

Où trouver les comptes Twitter et les pages LinkedIn des sociétés cotées ? L'AMF <sup>(1)</sup> leur conseille de rappeler l'existence des différents comptes des émetteurs sur les réseaux sociaux sur leur site Internet : «Dans une rubrique ad hoc, visible dès la page d'accueil du site ou la page finance, les comptes *corporate* de la société et de ses principales filiales devant être bien identifiés comme tels.»

(1) Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée (DOC-2016-08).





## Le vote aux assemblées générales par Internet progresse, mais lentement

**C'**est le talon d'Achille de la démocratie actionnariale : nombre de sociétés cotées ont du mal à réunir le quorum, c'est-à-dire le taux de participation minimal requis pour garantir la validité de l'assemblée (AG). L'abstention des actionnaires institutionnels comme des particuliers ne facilite pas le vote des résolutions, dont certaines critiques pour la vie de la société (approbation des comptes, dividende, rémunération des dirigeants, etc.). Pourtant la France, exemple unique en Europe, dispose depuis 2012 d'un système de vote à distance par Internet avant l'AG, Votaccess, qui facilite grandement ce devoir de l'actionnaire. Cette plateforme électronique a été conçue pour tous les actionnaires, au porteur ou au nominatif, institutionnels, individuels, résidents ou non : «La force de Votaccess, c'est de pouvoir s'appuyer sur tous les réseaux de teneurs de compte qui s'y sont raccordés et de transmettre ainsi les votes de tous les actionnaires au porteur», fait valoir Alex Faugeras, *product manager* chez Slib, l'opérateur industriel de cette plateforme.

### Votaccess, outil de démocratie actionnariale

L'association française des professionnels de la communication financière a déjà dit le plus grand bien de cet outil de vote à distance pré-AG : «Votaccess, cette passerelle électronique qui relie tous les acteurs de la chaîne de vote quel que soit le teneur de compte, favorise la démocratie actionnariale et, dans le contexte de la numérisation dans tous les domaines, l'utilisation en



est positive pour l'image de l'entreprise.» *Le Revenu* a inclus ce service numérique dans la liste des critères de notation de son banc d'essai.

### Bientôt, le vote direct sur le site de sa banque

Néanmoins, toutes les sociétés du CAC 40 n'offrent pas encore ce système moderne et simplifié de vote par correspondance qui pourtant contribue, selon certains émetteurs l'ayant adopté, à l'augmentation de la participation au vote des actionnaires individuels : «Le basculement du vote à distance vers l'électronique progresse incontestablement et, aujourd'hui, il représente 79% de tous les votes à distance.» En 2018, 26 émetteurs de l'indice CAC 40 et 36 émetteurs du seul SBF 120 ont proposé l'utilisation de Votaccess à leurs actionnaires. En 2019, certaines sociétés cotées devraient pouvoir proposer à leurs actionnaires la possibilité de voter à l'assemblée, «en se connectant à leur application de banque en ligne, c'est-à-dire en votant directement sur le site de leur intermédiaire», explique Alex Faugeras.



## LE BANC D'ESSAI DES SITES INTERNET DES SOCIÉTÉS DU SBF 120

Nom [code]	Adresse du site	Site Internet		Réseaux sociaux	Assemblée générale en vidéo	Vote par Internet	Web conférences (ou e-réunions) interactives	e-dub d'actionnaires	Note totale	Commentaire
		Ergonomie (note sur 5)	Contenu (note sur 5)							
Accorhotels [AC]	accorhotels-group.com	5	4	oui	oui, direct/différé, avec les questions	oui	oui	oui	18/20	Site très complet complété par de nombreux services numériques.
ADP [ADP]	parisaeroport.fr/home-page-groupe	4	5	oui	oui, en différé, en intégralité	oui	non	oui	16/20	Nombreuses informations sur le site et services numériques fournis.
Airbus [AIR]	airbus.com	3	3	oui	oui, direct/différé, sans les questions	oui	non	non	11/20	Domage que le site ne soit rédigé qu'en anglais.
Air France-KLM [AF]	airfranceklm.com	5	5	oui	oui, direct/différé, sans les questions	oui	non	oui	17/20	Un site financier à la fois clair et très fourni en informations.
Air Liquide [AI]	airliquide.com	4	4	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	oui	non	16/20	Des contenus en réalité augmentée avec l'application Actionnaire +.
Alten [ATE]	alten.fr	4	4	oui	non	non	non	non	10/20	Site assez complet, mais destiné surtout aux professionnels.
Amundi [AMUN]	le-groupe.amundi.com	2	3	oui	non	non	non	non	7/20	Des informations pertinentes, mais ergonomie à parfaire, peu de services.
Arkema [AKE]	arkema.com/fr	3	5	oui	non	oui	non	non	12/20	Site complet, même si la page d'accueil présente peu d'informations.
Axa [CS]	axa.com/fr	4	4	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	non	oui, en 2019	18/20	Effort constant pour améliorer qualité et densité du site.
Bic [BB]	bicworld.com	4	4	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	non	non	14/20	Site pratique : on a tout sous les yeux dès la première page.
Biomérieux [BIM]	biomerieux-finance.com/fr	2	4	oui	non	non	non	non	8/20	Peu de contenus multimédias et peu de services numériques.
BNP Paribas [BNP]	group.bnpparibas.com	4	5	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	oui	oui	19/20	Le site s'adresse à toutes les parties prenantes, belle palette d'outils.
Bouygues [EN]	bouygues.com	4	5	oui	non	oui	non	non	13/20	Mise en ligne du dernier <i>investor day</i> consacré à la construction.
Bureau Veritas [BV]	bureauveritas.fr	3	4	oui	non	oui	non	non	11/20	Beaucoup d'informations mais le confort de lecture n'est pas là.
Capgemini [CAP]	fr.capgemini.com	5	5	oui	oui, en différé, sans les questions	non	non	non	13/20	Nombreuses informations accessibles à partir d'une seule page.
Carrefour [CA]	carrefour.com/fr	3	3	oui	oui, sans les questions	oui	non	oui	13/20	Certaines informations à rafraîchir sur le site, services à améliorer.
CGG [CGG]	cgg.com	4	4	oui	non	non	non	non	10/20	Site complet à la présentation perfectible, mais services inexistant.
Covivio (ex-Foncière des Régions) [COV]	covivio.eu/fr/	4	3	oui	non	oui	non	non	11/20	Refonte du site réussie, mais pas encore assez de services numériques.
Crédit Agricole [ACA]	credit-agricole.com	3	3	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	oui	oui	16/20	Site didactique, mais un peu daté; services numériques complets.
Danone [BN]	danone.com	5	5	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	non	non	16/20	Le nouveau site lancé en juillet apporte un vrai confort de navigation.
Edenred [EDEN]	edenred.com	3	4	oui	non	oui	oui	oui	15/20	Volonté de contact avec les actionnaires individuels affichée et efficace.
EDF [EDF]	edf.fr	3	2	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	oui	oui	15/20	Ergonomie du site à parfaire, mais autres services numériques modèles.
Elior [ELIOR]	eliorgroup.com	3	3	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	non	non	non	10/20	Site clair, avec une revue de presse mondiale, hélas trop sélective.
Engie [GSZ]	www.engie.com/espace-actionnaires/	5	4	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	oui	non	17/20	Site web complet peut-être à simplifier, bons services numériques.
Essilorluxottica [EL]	essilor.com	4	4	oui	oui, en différé, avec les questions	oui	non	non	14/20	Le nouveau site explique bien la fusion d'Essilor et Luxottica.
Eurazeo [RF]	eurazeo.com	4	4	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	oui	non	16/20	Une véritable attention désormais portée aux actionnaires individuels.
Europcar [EUCAR]	europcar-group.com/fr	4	3	oui	non	non	oui	non	11/20	Le <i>lifting</i> du site a amélioré l'ergonomie, peu de services numériques.
Faurecia [EO]	faurecia.com/fr	2	4	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	non	non	non	10/20	Riches informations, mais site peu intuitif, services numériques à compléter.
Gecina [GFC]	gecina.fr	3	2	oui	non	oui	non	non	9/20	Carte des projets en développement pertinente, mais incomplète.
Getlink (ex-Eurotunnel) [GET]	getlinkgroup.com/fr/home/	4	5	oui	non	oui	non	non	13/20	Le site indique les objectifs de cours des analystes, services à compléter.
Gemalto [GTO]	gemalto.com/france	3	3	oui	non	non	non	non	8/20	Contenu riche, mais pas conçu pour les actionnaires individuels.
GTT [GTT]	gtt.fr/fr	3	2	oui	non	non	non	non	7/20	Le choix des photos de fond nuit parfois à la lisibilité du texte.
Icade [ICAD]	icade.fr	2	3	oui	non	oui	non	non	9/20	Tout y est, mais le site manque de chaleur, pas d'AG en vidéo.
Imerys [NK]	imerys.com	5	4	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	non	non	15/20	Site presque parfait, la lettre aux actionnaires est difficile à trouver.



► 12 octobre 2018 - N°1501

## LE BANC D'ESSAI DES SITES INTERNET DES SOCIÉTÉS DU SBF 120

Nom [code]	Adresse du site	Site Internet		Réseaux sociaux	Assemblée générale en vidéo	Vote par Internet	Web conférences (ou e-réunions) interactives	e-club d'actionnaires	Note totale	Commentaire
		Ergonomie (note sur 5)	Contenu (note sur 5)							
Ipsen [IPN]	ipsen.com	5	4	oui	non	non	non	non	11/20	Rubriques claires, belle ergonomie du site, mais peu de services.
Kering [KER]	kering.com/fr	4	4	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	non	non	14/20	Tout est bien rangé, l'accès à l'information financière est facilité.
JCDecaux [DEC]	jcdecaux.com	4	4	oui	non	non	non	non	10/20	Site agréable à consulter, mais services numériques à compléter.
Klépierre [LI]	klepierre.com	2	3	oui	non	oui	non	non	9/20	L'essentiel figure dans le site, mais peu d'autres services numériques.
Korian [KORI]	korian.com	4	4	oui	non	non	non	non	10/20	Site riche, complètement refait, webcasts de conférence, analystes, etc.
Legrand [LR]	legrand.com	4	4	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	non	non	14/20	Mise en avant des réseaux sociaux dans le nouveau site.
L'Oréal [OR]	loreal-finance.com	4	4	oui	oui, en différé	oui	non	non	13/20	L'essentiel se trouve sur la première page consacrée aux actionnaires.
LVMH [MC]	lvmh.fr	4	5	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	non	non	oui	15/20	Site parfaitement ciselé, clair et bien lisible, services presque complets.
Maisons du Monde [MDM]	corporate.maisonsdu-monde.com	4	3	oui	non	non	non	non	9/20	Site à jour, riche et facile d'utilisation, encore peu de services numériques.
Métropole M6 [MMT]	groupem6.fr	4	3	oui	non	non	non	non	9/20	Site incomplet, peu de services numériques pour l'actionnaire individuel.
Michelin [ML]	michelin.com/fre	3	5	oui	oui, en différé, avec les questions	oui	non	non	13/20	Grande richesse d'informations, mais certaines difficiles d'accès.
Natixis [KN]	natixis.com	2	3	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	oui	oui	15/20	Site check-list peu séduisant mais bons services numériques.
Nexity [NXI]	nexity.fr	1	2	oui	non	oui	non	non	7/20	Site plutôt clair, mais pas à la hauteur d'un groupe de ce renom.
Orange [ORA]	orange.com	5	5	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	oui	oui	20/20	Site exemplaire, avec vidéos didactiques sur la finance et la Bourse.
Orpea [ORP]	orpea-corp.com	3	3	oui	non	non	non	non	8/20	Dans le site, un peu daté, l'essentiel y est. Peu de services numériques.
Pernod Ricard [RI]	pernod-ricard.com	4	2	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	non	oui	14/20	Habillage nouveau et original du site mais des animations imparfaites.
Peugeot [UG]	groupe-psa.com/fr	4	3	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	oui	non	15/20	Site sobre donc facile à utiliser, nombreux services numériques.
Plastic Omnium [POM]	plasticomnium.com/fr	3	4	oui	non	oui	non	non	11/20	Des efforts pour enrichir le site, mais rubriquage à parfaire.
Rémy Cointreau [RCO]	www.remy-cointreau.com/fr/accueil	3	4	oui	non	non	non	non	9/20	Partie réservée aux actionnaires minimaliste mais efficace.
Renault [RNO]	group.renault.com	3	4	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	non	oui	15/20	Site Internet bien fourni et large palette de services numériques.
Rexel [RXL]	rexel.com	3	3	oui	oui, en direct/différé, sans les questions	oui	non	non	11/20	Les actionnaires individuels ne sont pas une priorité pour la communication.
Safran [SAF]	safran-group.com/fr	5	5	oui	non, en différé avec les questions	oui	non	non	15/20	Site complet et bien conçu, mais services numériques à compléter.
Saint-Gobain [SGO]	saint-gobain.com	4	3	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	oui	non	15/20	Un pionnier pour la diffusion vidéo de l'AG et du vote par Internet.
Sartorius Stedim [VP]	sartorius-france.fr	2	4	oui	oui, en direct, sans les questions	non	oui	non	11/20	Les informations clés y figurent, mais le site est très austère.
Sanofi [SAN]	sanofi.com	5	5	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	non	non	16/20	Rubrique investisseur refaite, belle ergonomie, beaux visuels (vidéos).



## Nos critères d'évaluation Tous les outils et services numériques désormais pris en compte

**C**omme chaque année, notre publication mesure la qualité des sites Internet des sociétés cotées. Cette fois, changement majeur dans notre méthode de notation, nous avons complété l'enquête en passant en revue tous les outils et services numériques mis à la disposition de l'actionnariat : information diffusée sur les réseaux sociaux (Twitter, Facebook, LinkedIn, etc.), retransmission en vidéo de l'assemblée générale, possibilité de voter les résolutions par Internet avant l'assemblée, web conférences (ou e-réunions interactives) des dirigeants et e-club d'actionnaires. En outre, autre modification d'importance, nous n'avons noté que les sociétés de

l'indice SBF 120 ayant accepté de répondre par écrit à notre questionnaire. Dans cet indice comprenant 120 valeurs, 84 sociétés ont bien voulu se prêter au jeu, qu'elles en soient ici remerciées. Certaines nous ont précisé qu'elles ne voulaient pas participer, entre autres ALD, CNP Assurances, DBV Technologies, Eurofins, Genfit, Hermès et Rubis. D'autres\*, hélas, ne nous ont pas répondu, malgré plusieurs relances. Elles ne figurent donc pas dans ce tableau.

### Une note sur 20

Pour attribuer la note générale figurant dans l'avant-dernière colonne, nous l'avons décomposée en deux : d'abord une sur 10 pour mesurer la qualité du seul site



Internet: 5 points pour l'ergonomie et 5 points pour le contenu. Par ergonomie, nous entendons l'accessibilité des informations clés (description des métiers, communiqués de presse, agenda financier, dividende, rapport annuel, club d'actionnaires, etc.). La note portant sur la qualité du contenu évalue la richesse des informations, texte, images et vidéos. Enfin, notre système de notation récompense par une seconde note sur 10 l'ensemble des outils et services numériques conçus pour l'actionnaire. On remarquera ainsi que toutes les sociétés du tableau utilisent les réseaux sociaux pour communiquer avec leurs actionnaires. Mais certaines n'ont pas encore adopté

le vote par correspondance électronique (Votaccess) avant l'assemblée générale. La diffusion de l'assemblée générale en vidéo se répand, mais certains émetteurs ne retransmettent pas les questions de la salle, ou d'autres encore ne diffusent l'événement que le lendemain. Notre note tient compte aussi de ces critères-là.

*\* Liste des sociétés du SBF 120 n'ayant pas répondu à notre questionnaire : Alstom, Altran, Aperam, Arcelormittal, Atos, Bolloré, Dassault Aviation, Dassault Systèmes, Elis, Eutelsat, Fnac Darty, Hermès, Iliad, Ingenico, Innate Pharma, Lagardère, Mercialis, Neopost, Publicis, Nexans, Scor, SES, Sodexo, Solvay, Spie, Tarkett, Technicolor, TF1, Ubisoft, et Vicat.*



## LE BANC D'ESSAI DES SITES INTERNET DES SOCIÉTÉS DU SBF 120

Nom [code]	Adresse du site	Site Internet		Réseaux sociaux	Assemblée générale en vidéo	Vote par Internet	Web conférences (ou e-réunions) interactives	e-club d'actionnaires	Note totale	Commentaire
		Ergonomie (note sur 5)	Contenu (note sur 5)							
Schneider Electric [SU]	schneider-electric.com/	2	3	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	non	non	11/20	Les informations investisseurs sont difficilement accessibles.
Seb [SK]	groupeseb.com	4	2	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	non	non	non	10/20	Tout y est en termes de contenu, mais le site manque de clarté.
Société Générale [GLE]	societegenerale.com	4	4	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	oui	non	16/20	Site riche, même si un peu trop marketing, bons services numériques.
Solocal [LOCAL]	solocal.com	4	4	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	non	non	non	12/20	Site riche en informations, bien présentées, services à compléter.
Soitec [SOI]	soitec.com/fr	5	4	oui	non	non	non	non	11/20	Un site financier récemment amélioré et enrichi.
Sopra Steria [SOP]	soprasteria.com/fr	5	4	oui	non	oui	non	non	13/20	De nombreux documents et données accessibles de la page d'accueil.
STMicroelectronics [STM]	st.com	3	5	oui	non	non	non	non	10/20	Un site orienté vers les institutionnels toujours pas traduit en français.
Suez [SEV]	suez.com/fr	4	4	oui	oui	oui	oui	oui	18/20	Clarté et richesse du site, avec des services numériques très développés.
TechnipFMC [TEC]	technipfmc.com/FR-fr	2	3	oui	non	non	non	non	7/20	Site peu tourné vers l'actionnaire individuel et services insuffisants.
Teleperformance [RCF]	teleperformance.com/fr	4	4	oui	non	oui	non	non	12/20	Un grand nombre de documents vite accessibles, peu de services.
Thales [HO]	thalesgroup.com/fr	3	4	oui	non	oui	non	non	11/20	Nombreuses informations mais site d'accès lent.
Total [FP]	total.com/fr	5	5	oui	oui, en direct/différé, sans les questions	oui	oui	oui	19/20	Très orienté actionnaires individuels, un site complet et désormais fluide.
Unibail-Rodamco-Westfield [URW]	urw.com	3	3	oui	non	non	non	non	8/20	Malgré des efforts, l'actionnaire individuel est encore peu considéré.
Valeo [FR]	valeo.com	4	4	oui	oui, en différé, sans les questions	non	oui	oui	15/20	Meilleure ergonomie après refonte du site, diffusion de l'AG incomplète.
Vallourec [VK]	vallourec.com/fr	4	5	oui	oui, en différé, avec les questions	oui	non	oui	16/20	Site très complet, même si l'onglet investisseur n'est pas assez visible.
Veolia [VIE]	veolia.com/fr	3	4	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	oui	non	15/20	Onglet investisseur un peu en retrait, mais services numériques étoffés.
Vinci [DG]	vinci.com	5	5	oui	oui, en différé avec les questions	non	oui	non	15/20	Rien à redire sur l'organisation et la qualité du contenu du site.
Vivendi [VIV]	vivendi.com	5	5	oui	oui, en direct/différé et en intégralité	oui	oui	oui	20/20	Découpage rigoureux des rubriques du site et services numériques nombreux.
Wendel [MF]	wendelgroup.com	4	5	oui	oui, en direct/différé, avec les questions	non	non	non	13/20	Dans la nouvelle version, les différentes participations sont bien décrites.
Worldline [WLN]	worldline.com/fr	3	3	oui	non	non	non	non	8/20	Site réservé aux investisseurs professionnels, peu de services.



## **lerevenu.com** Un site pour s'informer sur la Bourse et les placements

► Le site Internet du «Revenu» s'adresse à tous les épargnants à la recherche de conseils sur le patrimoine.

**L**e site [lerevenu.com](http://lerevenu.com) vient en complément de toutes nos publications sur papier (*Le Revenu Hebdo*, *Le Revenu Placements* et *La Lettre Recommandée*). Son flux d'informations boursières, patrimoniales (assurance vie, immobilier, etc.) et fiscales émane des journalistes de la rédaction du *Revenu* et de professionnels de renom. Le site Internet du Revenu TV diffuse des entretiens vidéo avec des professionnels de la Bourse et des placements, des économistes, des gérants

et des chefs d'entreprise cotée. [Lerevenu.com](http://lerevenu.com) est aussi un outil pratique de gestion d'un portefeuille boursier (PEA, compte-titres). Outre la diffusion en direct des cours de Bourse, notre site Internet assure un suivi systématique et une mise en ligne des convocations aux assemblées générales des sociétés cotées, tous marchés confondus et des distributions de dividendes (ordinaire, exceptionnel).

Le site du Revenu propose aux abonnés de nos publications sur papier un service

lecteur de réponse aux questions (par courriel) qu'ils se posent sur la Bourse, les placements et leur fiscalité. En outre, un lexique alphabétique fournit une définition des terminologies financières, juridiques et fiscales du monde des placements, avec plus de 500 définitions. Cette année, un onglet spécial regroupe tous les articles consacrés par la rédaction au prélèvement à la source.

### **L'essor des e-réunions**

Ces dernières années, *Le Revenu* a multiplié dans toute la France les rencontres avec ses lecteurs. Nous avons complété ce service par des e-réunions, dernièrement avec Philippe Brassac, direc-





**>>> suite de la p. 13**

design plus moderne, des contenus vivants, illustrés et accessibles, lisibles sur tous les types de supports, totalement *responsive* [smartphones, tablettes, etc.] et intégrant les réseaux sociaux.»

**Une audience accrue**

Les trois principaux réseaux sociaux Twitter, LinkedIn et Facebook sont devenus en effet des vecteurs obligés de la diffusion de l'information financière. On peut d'ailleurs le constater à la lecture du tableau récapitulatif (pp. 14 à 16) de notre banc d'essai, toutes les sociétés interrogées sont présentes sur les réseaux sociaux.

L'usage généralisé des smartphones déplace la lecture de l'information financière hors du site Internet consulté sur ordinateur, comme Pernod Ricard en témoigne lui aussi : «Nous avons relayé sur nos réseaux sociaux l'animation des résultats financiers que nous faisons pour les résultats annuels et semestriels, ainsi qu'une intervention d'Alexandre Ricard devant nos actionnaires.»

Les réseaux sociaux permettent d'accroître l'audience des événements organisés par les sociétés cotées, comme on le précise chez Danone : «Les résultats financiers, ainsi que l'assemblée générale, font l'objet d'une retransmission en *live* depuis notre site Internet

– webcast audio ou vidéo – et ils sont relayés sur nos comptes réseaux sociaux sur Twitter et LinkedIn.»

**Audio et vidéo**

On peut multiplier les témoignages en ce sens, par exemple avec Getlink (ex-Eurotunnel), qui ne se contente pas non plus de messages écrits : «Nous diffusons à chaque publication de résultats, via notre site Internet et les réseaux sociaux, une vidéo de présentation des résultats financiers faite par notre président.» Pour Air Liquide aussi, l'image compte beaucoup : «L'assemblée générale, qui est retransmise en ligne, est commentée sur notre compte Twitter et fait l'objet de séquences vidéo Facebook. Notre présence au salon Actionaria bénéficie du même dispositif Twitter & Facebook Live que l'AG et notre réunion post-AG retransmise en ligne est aussi promue et commentée via Twitter.»

À la différence de la diffusion d'informations et de documents audio et vidéo sur les réseaux

**«Les trois principaux réseaux sociaux  
Twitter, LinkedIn et Facebook sont devenus  
des vecteurs obligés de la diffusion  
de l'information financière.»**



**«À la différence de la diffusion d'éléments audio et vidéo sur les réseaux sociaux, l'organisation de web conférences n'est pas encore très répandue dans le SBF 120.»**

sociaux, l'organisation de web conférences n'est pas encore largement répandue dans le SBF 120, comme le montre notre banc d'essai. Mais certains émetteurs proposent désormais cet événement à leurs actionnaires individuels : «La dernière e-réunion a été diffusée en direct, le 15 mars, avec Xavier Girre, directeur exécutif, en charge de la direction financière d'EDF. Lors de cette e-réunion, Xavier Girre, après sa présentation, a répondu en direct aux questions des actionnaires, qui avaient aussi pu en poser en amont de la réunion. Cette e-réunion est toujours accessible en webcast<sup>(3)</sup>.»

En juillet dernier, Eurazeo a tenu de même sa première web-conférence, avec Philippe Au-

douin, directeur général finances, que les actionnaires individuels ont pu interroger sur les résultats et la stratégie du groupe. Le même mois, Europcar a organisé lui aussi sa première web conférence à l'occasion de la présentation des résultats semestriels, une rencontre avec une centaine d'actionnaires individuels. Ce type de rendez-vous, que *Le Revenu* organise lui aussi (lire p.16) devrait rencontrer de plus en plus de succès.

**Alain Chaigneau,  
avec la rédaction**

(1) *Comment organiser l'information sur votre site Internet ?*, guide téléchargeable sur le site de [Middlenext](http://www.middlenext.com) [www.middlenext.com](http://www.middlenext.com).

(2) [www.cercleredelegpargne.com](http://www.cercleredelegpargne.com).

(3) Web conférence EDF : <http://edge.media-server.com/m/p/s795k372>



## Entretien

**Laurent Toutain**, responsable des relations actionnaires individuels de Total

**« Twitter nous sert à retransmettre en vidéo l'ensemble de nos journées investisseurs »**

**En 2017, notre banc d'essai notait pour Total : « Site complet, mais les chargements sont un peu longs. » Avez-vous apporté des modifications notables ?**

Nous avons depuis amélioré le temps de chargement des pages en le divisant par 2,5 et, bien sûr, le site est conçu en *responsive design*, ce qui permet une lecture fluide sur les smartphones ou les tablettes. Notre rubrique actionnaires est toujours très consultée : nous avons totalisé 400 000 visiteurs au premier semestre, en hausse de 20% en un an.

**Comment utilisez-vous Twitter ?**

Le groupe est présent depuis plusieurs années sur les principaux réseaux sociaux et les utilise de plus en plus dans le cadre de sa communication financière. Nous nous appuyons notamment sur Twitter. On y retransmet, par exemple, en vidéo et en *live* via l'application Periscope,

nos journées investisseurs. Avec 1,5 million de *followers*, la page Total sur LinkedIn est aussi un média privilégié pour toucher une cible active. Nous tenons aussi

des web conférences et la dernière, avec notre directeur financier, a enregistré un grand succès avec plus de 17 000 vues.



**Comment est organisé l'e-club d'actionnaires ?**

Depuis 2017, nous avons numérisé la partie administrative [adhésion, présentation et inscription aux événements, questionnaire de satisfaction]. Nos membres ont totalement adopté ce système d'une grande simplicité. On peut ainsi consacrer plus de temps à l'accompagnement des visites et aux échanges avec nos actionnaires sur sites. Par ailleurs, nous disposons d'une plateforme numérique qui nous permet d'entretenir des échanges permanents avec notre comité consultatif des actionnaires.



# Le verdict des internautes sur les sites des sociétés

## L'usage des sites actionnaires

**Question 1.** Consultez-vous les sites des sociétés dont vous êtes actionnaires ?

Oui .....67%  
Non .....33%

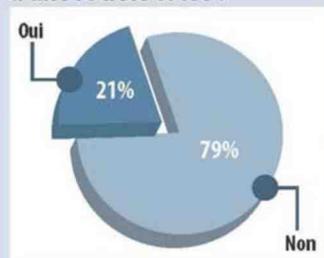
**Question 2.** Avec quel matériel consultez-vous le site Internet des sociétés cotées ?

Ordinateur .....80%  
Tablette .....12%  
Smartphone.....8%

**Question 3.** Quel type d'information recherchez-vous sur le site Internet d'une société cotée ?

Description des métiers .....30%  
Données boursières .....65%  
Dividende .....52%  
Résultats .....65%  
Offres du club actionnaires .....16%  
Lettres aux actionnaires .....29%  
Rapport annuel .....31%  
Communiqués de presse .....40%

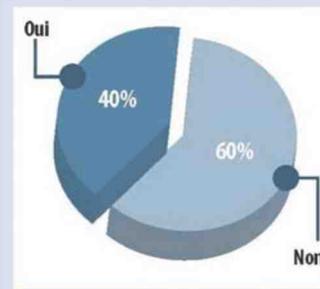
**Question 4.** Avez-vous déjà suivi la vidéo (en direct ou en différé) d'une assemblée générale ou d'une présentation de résultats sur le site Internet d'une société cotée ?



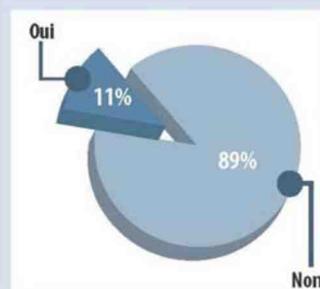
**Question 5.** Avez-vous déjà assisté à une e-réunion permettant de poser des questions en direct au représentant d'une société cotée ?

Oui .....20%  
Non .....80%

**Question 6.** Votez-vous à distance (Votaccess-Planetshares) par Internet à l'assemblée générale ?



**Question 7.** Utilisez-vous les réseaux sociaux (Twitter, LinkedIn, Facebook, Instagram, Youtube) pour vous tenir informé sur les sociétés cotées dont vous êtes actionnaire ?





## Le profil des sondés

### Question 8. Vous possédez un portefeuille de...

- Moins de 15 000 euros ..... 12%
- De 15 000 à 50 000 euros ..... 19%
- De 50 000 à 100 000 euros ..... 22%
- De 100 000 à 500 000 euros ..... 36%
- Plus de 500 000 euros ..... 11%

### Question 9. Avez-vous un PEA ?

- Oui ..... 84%
- Non ..... 16%

### Question 10. Avez-vous un compte-titres ?

- Oui ..... 81%
- Non ..... 19%

### Question 11. Où habitez-vous ?

- Paris-région parisienne ..... 24%
- Province ..... 71%
- Étranger ..... 5%

### Question 12. Quelle est votre année de naissance ?

- Entre 1920 et 1929 ..... 2%
- Entre 1930 et 1939 ..... 14%
- Entre 1940 et 1949 ..... 32%
- Entre 1950 et 1959 ..... 34%
- Entre 1960 et 1969 ..... 11%
- Entre 1970 et 1979 ..... 4%
- Après 1979 ..... 3%

### Question 13. Quelle est votre fréquence d'intervention en Bourse ?

- Quotidienne ..... 22%
- Hebdomadaire ..... 27%
- Mensuelle ..... 51%

### Méthodologie

Nous avons proposé à 135 384 personnes de participer à notre sondage sur la communication numérique des sociétés du SBF 120. Ce panel a été principalement composé de membres de notre site [lerevenu.com](http://lerevenu.com), de nos abonnés à notre newsletter *Le Quotidien du Revenu* et, bien sûr, de nos abonnés au *Revenu* sur papier.

Le questionnaire a été accessible du 21 au 26 septembre dernier et nous avons arrêté la collecte avec 501 réponses validées.

Le Revenu dispose de 600 000 adresses qualifiées pour faire des sondages pour tiers (contact : 01 49 29 30 18).