

Gérer / Sondage Le Revenu-Publicis Consultants

72% des actionnaires sondés se sentent mal considérés

► L'enquête réalisée en partenariat avec Publicis Consultants montre que les sociétés du CAC 40 doivent progresser en termes de communication.

La grande réactivité des lecteurs du *Revenu* pour répondre à notre enquête d'opinion confirme une nouvelle fois le lien exceptionnel qui existe entre le journal et ses abonnés. Nous vous avons sollicités par Internet pour mesurer la qualité de la relation entre les grandes sociétés cotées et leurs action-

naires. Force est de constater que les entreprises ont du pain sur la planche si elles veulent reconquérir le cœur (et le portefeuille) des épargnants. Songez que moins d'un actionnaire sur trois se sent «tout à fait» ou «à peu près» considéré par la société dans laquelle il investit.

Romain Dion

LE CLUB D'ACTIONNAIRES

Question 1. Le club d'actionnaires d'une société cotée renforce-t-il la proximité avec les actionnaires ?

- Oui 39,4%
- Non 8,2%
- Moyennement 27,3%
- Ne sait pas 25,1%

Commentaire : Moins de quatre épargnants sur dix ayant répondu à notre sondage considèrent le club comme un moyen de renforcer la proximité de l'entreprise avec ses actionnaires. Ce résultat décevant tient sans doute à leur faible notoriété.

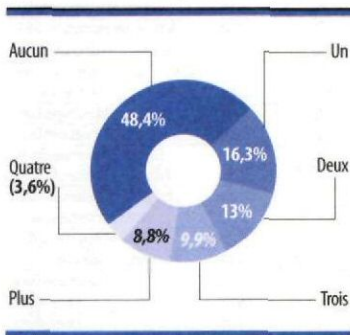
Question 2. Qu'attendez-vous d'un club d'actionnaires d'une société cotée ?

(plusieurs réponses possibles)

- Des visites de sites 40,5%
- Uniquement des informations 39,8%
- Des réunions d'actionnaires 37,4%
- Des avantages commerciaux 35,8%
- Des ateliers pédagogiques sur la Bourse 26,3%
- Des présentations métiers 22,7%
- Des cadeaux 17,5%

Commentaire : Les actionnaires donnent la priorité aux visites de sites, à l'information délivrée par l'entreprise et aux réunions.

Question 3. De combien de clubs d'actionnaires êtes-vous membre ?



Commentaire : Plus de la moitié des épargnants sondés font partie d'un club d'actionnaires.

Question 4. À quel rythme fréquentez-vous un club d'actionnaires dont vous êtes membre ?

(une seule réponse)

- Jamais 65,2%
- Une fois par an 15,5%
- Une fois par semestre 12,8%
- Une fois par mois ou plus 6,5%

Commentaire : Plus de six inscrits sur dix à un club d'actionnaires ne le fréquentent jamais.

Question 5.

Quels sont, selon vous, les meilleurs clubs d'actionnaires ?

1	Total
2	Vinci
3	Pernod Ricard
4	BNP Paribas
5	EDF

Commentaire : Parmi les adhérents à un club d'actionnaires, celui de Total rencontre le plus de satisfactions. Le groupe pétrolier offre aux membres de son club des avantages dans ses stations-service.

Question 6. Souhaiteriez-vous un «e-club», c'est-à-dire un espace dédié aux seuls actionnaires avec un accès restreint sur le site web de la société ?

(une seule réponse)

- Oui 48,6%
- Non 19,4%
- Suivant les avantages 32%

Commentaire : Près de huit sondés sur dix y sont favorables. Mais la question a été posée à des utilisateurs du média Internet.

Question 7. Si oui, quel contenu souhaiteriez-vous y trouver ?
(plusieurs réponses possibles)

- Une information mise à jour en continu 88,1%
- Des offres privilèges 57,1%
- Des banques de données 33,5%

Question 1. Quelles sont vos sources d'information pour les sociétés dont vous êtes actionnaire ?
(plusieurs choix possibles)

- Les hebdomadaires boursiers 84,5%
- Les sites Internet spécialisés 69%
- Les quotidiens économiques 29,8%
- Les mensuels patrimoniaux 25,1%
- Le site Internet de l'entreprise 21,3%
- Le club actionnaires 19,2%
- Les quotidiens généralistes 13,8%
- Le numéro vert de la société cotée 1,2%

Commentaire : Les hebdomadaires boursiers, dont *Le Revenu*, représentent la première source d'information des épargnants pour suivre l'actualité des entreprises dont ils sont actionnaires. Les sites Internet spécialisés sont aussi largement consultés. Les quotidiens économiques ou généralistes passent au deuxième plan. Enfin, les moyens de communication directe utilisés par l'entreprise sont encore peu fréquentés et le numéro vert est complètement délaissé.

- Des modules de formation 25,2%
- Des vidéos exclusives 15,2%

Commentaire : Là encore, la priorité des actionnaires va à une information fréquente et de qualité.

Question 8. Souhaitez-vous que votre club d'actionnaires soit uniquement accessible par Internet ?

- Oui 41,4%
- Non 58,6%

Commentaire : La majorité des membres d'un club d'actionnaires souhaite conserver un contact physique avec l'entreprise.

Question 2. À quel rythme souhaitez-vous recevoir l'information des sociétés cotées ?
(une seule réponse)

- Une fois par semaine 46,8%
- Une fois par mois 28,5%
- Une fois par trimestre 16,9%
- Une fois par semestre 5%
- Une fois par an 2,8%

Commentaire : Dans leur grande majorité, les sondés souhaitent être informés au moins une fois par mois sur les sociétés cotées dont ils sont actionnaires, et près d'un sur deux souhaite un rendez-vous hebdomadaire. Une communication une ou deux fois par an est jugée insuffisante.

Question 3. Comment souhaitez-vous obtenir l'information de sociétés cotées ?
(plusieurs choix possibles)

- Par courriel (email) 77,1%
- Sur leur site

- Internet 30,1%
- Par courrier 28,1%
- Par téléphone 0,5%

Commentaire : La très grande majorité des épargnants ayant répondu à notre questionnaire préfère une information par courriel. Un biais existe néanmoins, le sondage ayant été réalisé par mail. Il est donc logique

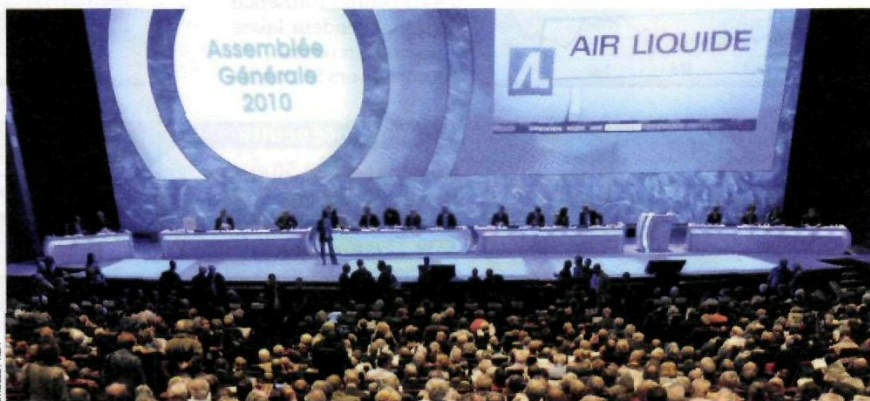
que les internautes préfèrent une information électronique.

Question 4. Quel type d'information attendez-vous ?
(plusieurs choix possibles)

- Information stratégique 78,7%
- Information financière 76,7%
- Information boursière 70,4%
- Information sur les produits ou les services de l'entreprise 46,8%
- Information sur les dirigeants de l'entreprise 27,4%
- Information sur le développement durable 16,1%
- Information sur les personnels de l'entreprise 8,4%

Commentaire : L'information sur la stratégie de la société est le premier centre d'intérêt des actionnaires, suivi de près par les perspectives financières et boursières. Près d'un sondé sur deux s'intéresse également aux produits et services proposés par l'entreprise, car les épargnants investissent dans un projet. Loin derrière vient l'intérêt pour des informations sur les dirigeants et personnels.

L'INFORMATION



Air Liquide est classé premier pour l'information de ses actionnaires. L'assemblée générale est l'occasion pour eux d'exprimer leur attachement au numéro un mondial des gaz industriels.

Question 5. Quelles sont selon vous les trois sociétés du CAC 40 qui informent le mieux leurs actionnaires ?

• Air Liquide.....	52,5%
• Total.....	29,6%
• Vinci.....	24,8%
• BNP Paribas.....	15,7%
• EDF.....	15%
• GDF Suez.....	14%
• France Télécom.....	12,6%
• Michelin.....	10,7%
• Axa.....	7,7%
• L'Oréal.....	7,2%
• Danone.....	7%
• Crédit Agricole.....	6,9%
• Sanofi-Aventis.....	6,2%
• Essilor International.....	5,9%
• Saint-Gobain.....	5,9%
• Lafarge.....	5,8%
• Pernod Ricard.....	5,4%
• Veolia Environnement.....	5,3%
• Alstom.....	4,6%
• Accor.....	4,5%
• LVMH.....	4,2%
• Société Générale.....	3,2%
• Vallourec.....	3%
• Capgemini.....	3%
• EADS.....	3%
• Renault.....	2,8%
• Vivendi.....	2,3%
• Peugeot.....	2,3%
• Bouygues.....	2,2%
• Carrefour.....	2%
• Schneider Electric.....	2%
• Suez Environnement.....	2%
• Alcatel-Lucent.....	1,9%
• Technip.....	1,6%
• Lagardère.....	1,3%
• PPR.....	0,9%
• Arcelormittal.....	0,7%
• Unibail-Rodamco.....	0,3%
• Dexia.....	0,3%
• STMicroelectronics.....	0,3%

Commentaire : Sans surprise, Air Liquide figure sur la plus haute marche du podium. Le groupe est une référence incontestée pour la qualité de son information aux actionnaires. D'autres entreprises, dont le siège se situe parfois à l'étranger, ont beaucoup d'efforts à faire.

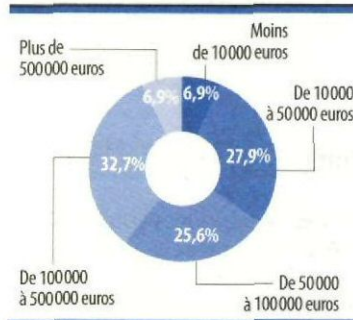
PROFIL DES SONDÉS, LECTEURS DU REVENU

Question 1. Quelle est votre situation professionnelle ?

- Retraité.....56,9%
- Cadre.....18,8%
- Employé.....12%
- Profession libérale.....7,2%
- Dirigeant.....4,7%
- Étudiant.....0,4%

Commentaire : Près d'un épargnant sur deux ayant répondu à notre sondage est retraité. Les métiers de cadre, les professions libérales, les employés et les dirigeants sont également représentés.

Question 2. Quel est le montant de votre portefeuille boursier ?



Commentaire : Près de quatre épargnants sur dix ayant répondu à notre sondage, abonnés du *Revenu* ou membres du site *lerevenu.com*, détiennent un portefeuille boursier supérieur à 100 000 euros. Moins de 7% disposent d'un portefeuille inférieur à 10 000 euros.

La méthode du sondage du Revenu

➤ 32 048 internautes ont été sollicités sur la base d'un panel de membres du *revenu.com* et/ou abonnés au *Quotidien du Revenu*.

➤ Envoyé le jeudi 8 juillet au soir, le questionnaire a été ouvert par 5 858 personnes. Nous avons arrêté la collecte des informations le jeudi 15 juillet à 10 heures, avec 741 réponses validées.

➤ *Le Revenu* dispose d'une base de 849 501 adresses qualifiées, d'investisseurs particuliers et de professionnels, pouvant permettre des sondages spécifiques pour des tiers (contact : 01 49 29 30 18).

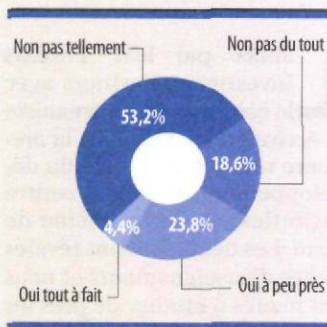
Question 3. Combien de lignes (valeurs) détenez-vous en portefeuille ?

- Moins de 5.....6,7%
- De 5 à 15.....41,7%
- De 15 à 30.....35,9%
- Plus de 30.....15,7%

Commentaire : La plupart des portefeuilles affichent entre cinq et trente valeurs différentes. Ce qui correspond à la recommandation du *Revenu* de détenir entre dix et vingt actions pour optimiser les performances.

LES ATTENTES DES ACTIONNAIRES

Question 1. Vous sentez-vous suffisamment considéré en tant qu'actionnaire (individuel, salarié ou professionnel) ?



Commentaire : C'est un des résultats les plus marquants du sondage. Dans leur très grande majorité (près des trois quarts), les épargnants ne se sentent pas ou pas du tout considérés par les représentants des entreprises dans lesquelles ils investissent. C'est un signal fort pour les dirigeants qui souhaitent reconquérir l'actionnariat populaire.

Question 2. Pour fidéliser ses actionnaires, que doit faire en priorité la société cotée ?

(plusieurs réponses possibles)

- Attribuer des actions gratuites 62,2%
- Augmenter son dividende 52,2%
- Améliorer la qualité de son information 45,1%
- Informer plus souvent ses actionnaires 43%
- Améliorer la transparence des comptes 30%
- Améliorer sa gouvernance 19,3%
- Rencontrer plus souvent ses actionnaires 15,2%
- Organiser des conférences-débats avec des journalistes 15,2%

Commentaire : Pour être fidèles, les actionnaires attendent en priorité une distribution régulière de dividende et, pourquoi pas, des actions gratuites.

Question 3. Pour vous, l'assemblée générale d'une société cotée

est-elle un rendez-vous ?

(une seule réponse)

- À développer par Internet 38,9%
- De peu d'importance 24,4%
- Indispensable 23,6%
- À ne pas manquer 13,1%

Commentaire : L'avenir semble être à la diffusion de l'assemblée générale sur Internet (lire *Le Revenu* 1080, pp. 4-5). Mais un biais existe sur l'ampleur de l'attente, les sondés ayant été interrogés par mail.

Question 4. Lors de l'assemblée générale, faut-il organiser un cocktail ?

- Oui 37,2%
- Non 62,8%

Commentaire : L'image des actionnaires qui ne viendraient à l'assemblée générale que pour lever le coude ne correspond plus à la réalité. Les partisans du cocktail sont devenus minoritaires.

Question 5. Lors de l'assemblée générale, faut-il faire un cadeau aux actionnaires présents ?

- Oui 36,4%
- Non 63,6%

Commentaire : Là encore, en ces temps de restrictions budgétaires, le plaisir du cadeau reçu lors de l'assemblée générale passe au second plan pour une large majorité d'actionnaires.

Question 6. Êtes-vous favorable au vote à distance des actionnaires ?

- Oui 95,1%
- Non 4,9%

Commentaire : C'est une écrasante majorité de sondés qui plaide pour le développement du vote à distance des actionnaires lors de l'assemblée générale.

Question 7. Détenez-vous des actions inscrites au nominatif ?

- Oui 40,9%
- Non 59,1%

Commentaire : L'inscription au nominatif, qui permet à la société de mieux identifier ses actionnaires et de les fidéliser, est pratiquée par quatre épargnants sur dix.

Question 8. Connaissez-vous les avantages liés à l'inscription au nominatif ?

- Oui 63%
- Non 37%

Commentaire : Les entreprises semblent avoir assez bien communiqué autour des avantages liés à l'inscription au nominatif (gratuité des frais de garde, dividende majoré, etc.).

Question 9. Le développement durable est-il un sujet qui influence vos choix d'actions ?

- Oui 17%
- Non 39%
- Moyennement 44%

Commentaire : L'engagement pour le développement durable semble perdre en intensité chez des actionnaires confrontés à la crise.

Question 10. Comment fixer la rémunération des dirigeants ?

(une seule réponse)

- Part variable liée à la performance économique de l'entreprise 61,9%
- Salaire fixe avec intéressement 22,7%
- Salaire fixe 7,6%
- Part variable liée à la performance boursière de l'entreprise 6,7%
- Salaire fixe avec stock-options 1,1%

Commentaire : Rangés au coin du bon sens, les actionnaires plébiscitent un mode de rémunération des dirigeants basé en partie sur la performance économique de l'entreprise dont ils ont la charge. Haro en revanche sur les stock-options perçues comme spoliatrices.

Les sociétés cotées qui soignent leurs actionnaires... et les autres

Publicis Consultants a réalisé une étude sur les clubs d'actionnaires et les «e-clubs» par Internet des sociétés du CAC 40, qui permettent de renforcer le lien entre l'entreprise et ses actionnaires individuels. La pratique est encore assez peu répandue avec seulement 19 sociétés qui proposent un club à leurs actionnaires et 10 un «e-club».

► France Télécom arrive en tête pour le nombre d'adhérents à son club, avec 475 000 membres pour près d'un million d'actionnaires. Viennent ensuite BNP Paribas (120 000 mem-



bres sur 1,3 million d'actionnaires), Crédit Agricole (120 000 membres sur 1,4 million), EDF (61 700 membres

pour 3 millions). Les clubs sont parfois ouverts à tous à partir d'une action détenue (EDF, GDF Suez, LVMH, Renault) ou une inscription au nominatif. Certains clubs sont plus sélectifs avec un nombre minimum d'actions à détenir (24 chez Pernod Ricard, 200 chez BNP Paribas, 75 à la Société Générale). Ces clubs proposent à leurs adhérents de recevoir de l'information financière (lettre aux actionnaires, guide, rapport annuel, convocation à l'assemblée, invitation aux réunions et salons), de participer à des visites de sites (EDF, GDF Suez), des conférences

thématiques (les métiers de Veolia), des formations à la finance (Total), des manifestations sportives ou culturelles (BNP Paribas). D'autres sociétés proposent via le club des avantages commerciaux (points fidélité dans les hôtels Accor, abon-

nements à prix réduit chez LVMH, réductions dans les boutiques Orange de France Télécom). Les épargnants qui ont répondu à notre sondage ont élu le club de Total numéro un (le groupe pétrolier offre des avantages à ses membres dans les stations-service), suivi de Vinci, Pernod Ricard, BNP

Paribas et EDF. Moins bien notés sont les clubs de Renault, Veolia, Suez Environnement, Crédit Agricole, Accor, Axa et Lafarge.

► Concernant les «e-clubs», prolongement du club d'actionnaires sur le site Internet de l'entreprise avec un accès limité aux membres, l'étude de Publicis Consultants souligne la faible interactivité des services proposés et une valeur ajoutée plutôt limitée. La meilleure appréciation va à l'e-club d'EDF, avec notamment la consultation en ligne des actionnaires avant l'AG.