

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour diffusion immédiate

Indice Internet SECOR-Commerce 2007™**Remise des prix du TOP 25 des sites Internet québécois B2C**

Montréal, le 12 avril 2007 - SECOR, S2i Web, ConseilAction et Cognilab sont fiers d'annoncer les résultats du TOP 25 de l'Indice Internet SECOR-Commerce 2007. Ce palmarès des 25 meilleurs sites B2C paraîtra dans le *Magazine Commerce* de mai 2007. L'Indice Internet SECOR-Commerce en est à sa sixième édition et devient la référence en matière d'affaires électroniques auprès des grandes entreprises du « Québec 500 ». La remise des prix s'est déroulée aujourd'hui au cours d'un petit déjeuner-causerie à l'hôtel Omni Mont-Royal, à Montréal.

Les cinq premières positions du classement ont reçu un prix d'excellence devant un public d'invités constitué de décideurs et de dirigeants des plus grandes entreprises au Québec. Les cinq meilleurs sites Internet B2C au Québec pour 2007 sont :

- 1 - www.bell.ca (Bell Canada)
- 2 - www.videotron.com (Vidéotron)
- 3 - www.banquelaurentienne.ca (Banque Laurentienne)
- 4 - www.radio-canada.ca (Radio-Canada)
- 5 - www.desjardins.com (Desjardins)

Bell avait mis en place une remarquable refonte au milieu de l'année 2006. Cette année, c'est la solidité d'ensemble du site www.bell.ca qui lui permet de passer du second au premier rang. Le site www.videotron.com, grâce à sa base solide et à des ajouts subtils de fonctionnalités, passe de la cinquième place à la deuxième place. Même si les refontes significatives n'ont pas fait légion cette année, elles ont marqué les secteurs bancaire et de l'assurance. La refonte du site www.banquelaurentienne.ca, axée sur la simplicité et l'expérience utilisateur, lui vaut cette année une troisième place alors que la Banque ne figurait pas au TOP 25 l'an passé. Les sites www.radio-canada.ca et www.desjardins.com sont, encore cette année, parmi les cinq meilleurs sites grâce à des réorganisations moins marquées mais valorisant les principes de base de la performance d'un site efficace et sa facilité d'utilisation par l'internaute.

La force de l'Indice Internet SECOR-Commerce réside non pas dans un modèle d'évaluation unique qui prétendrait pouvoir rendre compte de tout, mais dans plusieurs approches qui mettent l'accent sur la création de valeur pour le client (SECOR), l'expérience utilisateur (S2i Web), la communicabilité (ConseilAction) et les tests utilisateurs (Cognilab).

Pour plus d'information sur cet Indice, la remise des prix et les partenaires de l'événement, veuillez consulter le site Internet de l'Indice à l'adresse suivante www.indice-secor-commerce.com

Information : Danièle Lajeunesse, directrice développement, SECOR-TAKTIK, tél. :
514.866.5827