

10.06.2008 - 12:00 Uhr

Etude de KPMG: Les codes de conduite des entreprises n'accordent que trop peu d'intérêt aux actionnaires - La priorité est mise sur les employés et les thèmes environnementaux

Zurich (ots) -

Il est surprenant de constater à quel point les codes de conduite des entreprises n'accordent que peu d'attention aux actionnaires. Véritables chartes, ces documents consignent non seulement les missions d'une société et ses principales valeurs, mais définissent aussi ses obligations à l'endroit des parties prenantes, notamment ses actionnaires, ses employés, les consommateurs et toute personne vivant ou travaillant à proximité de leur implantation. Dans une étude qu'ils ont menée de concert, KPMG et la Rotterdam School of Management (RSM) de l'Université d'Erasmus ont passé à la loupe les codes de conduite des groupes classés dans la liste Fortune Global 200. Il est apparu que la plupart des chartes n'accordent que peu d'attention aux actionnaires, qui, en leur qualité de propriétaires desdites sociétés, pourraient du moins s'attendre à y recevoir une place d'honneur.

En réalité, seules 48% des entreprises le font. La plupart des chartes portent en premier lieu sur les devoirs des entreprises envers leurs employés. Parmi les sociétés passées en revue, 87% les fixent bel et bien, dont 50% de manière très extensive. Les responsabilités à l'égard de l'environnement y tiennent une place non moins importante, puisque près de 75% des sociétés sondées couchent sur le papier le rôle qu'elles entendent jouer pour protéger l'environnement.

Cette étude fait également ressortir que le nombre de sociétés qui se sont dotées d'un code de conduite s'est fortement accru ces dix dernières années. A ce jour, 86% des deux cents plus grands groupes mondiaux en ont instauré un, alors qu'elles n'étaient que 14% en 1990 et 51% en l'an 2000. Comme facteur premier de cette évolution, les sociétés citent le respect des dispositions légales. "Une telle attitude se comprend aisément au regard des contraintes que les entreprises subissent de toute part: loi Sarbanes-Oxley, US Federal Sentencing Guidelines, chartes de gouvernance nationales, sans oublier les réglementations boursières" explique Peter Jonker, Senior Manager Integrity Services chez KPMG Forensic en Suisse. "Les codes de conduite sont tout aussi importants pour valoriser l'image de la société que pour créer une culture positive en son sein. D'autres arguments, plus rarement évoqués, plaident également en leur faveur: limiter la responsabilité en cas de déboires ou encore renforcer la compétitivité et anticiper les nouvelles législations."

La plupart des codes de conduite définissent les obligations de l'entreprise envers ses employés et vice versa sous forme de normes, de valeurs et aussi de règles détaillées. Selon Peter Jonker, "cet ensemble de normes et valeurs donne à l'encadrement et au reste du personnel des lignes directrices pour faire face aux situations incompatibles avec des règles absolues. 85% des codes de conduite portent sur les informations confidentielles, 75% sur le domaine

financier et la protection de la propriété, alors que 15% seulement contiennent des règles concrètes sur des questions relatives aux heures de travail, telles que les retards, l'absentéisme et les heures supplémentaires."

"Une des évolutions majeures, c'est que les codes de conduite tendent à se ressembler" fait remarquer Peter Jonker. "Pour bon nombre de sociétés, il est capital de mettre en place des codes spécifiquement adaptés à leur propres activités, métiers, stratégies, à leur identité et aux problèmes qu'elles affrontent. Spécialement les sociétés qui ont été mises sous pression ces dernières années pour définir rapidement des codes de conduite. On attend de ces dernières aujourd'hui de davantage y intégrer leur propre contexte et leurs propres enjeux."

L'étude s'est également penchée sur les modalités de mise en oeuvre de ces codes par les grandes sociétés. Plus de 80% d'entre elles font non seulement suivre à leurs employés des formations spécifiques dans ce domaine, mais ont également désigné un responsable à qui s'adresser en cas de transgressions et veillent au respect du code. Moins de la moitié des sociétés évaluent les candidats aux postes à pourvoir par rapport à leur code de conduite, incorporent des éléments du code dans les critères d'évaluation de performance de leurs employés et publient des informations sur le degré d'adhésion au sein de leurs structures.

KPMG International est un leader des services de révision comptable, de conseil fiscal, juridique et financier. A l'échelle mondiale, KPMG emploie près de 123 000 collaborateurs dans 145 pays. Les activités de KPMG Suisse sont intégrées à KPMG Holding SA (le membre suisse de KPMG International). Sous ce toit, KPMG SA emploie en Suisse près de 1 628 personnes réparties dans treize sites. Dans l'exercice 2007, KPMG Suisse a réalisé un chiffre d'affaires de 422 millions de francs.

Vous trouverez de plus amples informations sur www.kpmg.ch.

Contact:

KPMG SA
Stefan Mathys
Brand & Communications
Tél.: +41/44/249'27'74
Mobile: +41/79/227'98'31
E-Mail: kpmgmedia@kpmg.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100001147/100563647> abgerufen werden.