

Communiqué de presse

LIEU & DATE: Bruxelles, le 26 janvier 2005

CONTACT: Roger Heijens, Président de PwC Belgique,
Tél.: 02 710 46 01, e-mail roger.heijens@pwc.be

OU: Eddy Schuermans, Partenaire,
Tél.: 02 710 40 04, e-mail: eddy.schuermans@pwc.be

OU: Saskia Rademakers, Marketing & Communications,
Tél.: 02 710 72 48, e-mail: saskia.rademakers@pwc.be

Gouvernance, gestion des risques et conformité: des avantages substantiels compensent les coûts, selon la huitième enquête annuelle menée par PricewaterhouseCoopers auprès de dirigeants d'entreprise dans le monde

Les avantages comprennent l'amélioration de l'image de marque et le regain de confiance de l'actionnaire, mais les directeurs généraux éprouvent des difficultés au niveau de la mise en oeuvre

Elaborer des systèmes et des processus de gouvernance d'entreprise solides, gérer les risques à l'échelle mondiale et se conformer à un ensemble de plus en plus vaste de prescriptions réglementaires est difficile et onéreux. En outre, cela prend beaucoup de temps. Toutefois, selon la huitième enquête annuelle de PricewaterhouseCoopers menée auprès de directeurs généraux à travers le monde, les sondés estiment que l'effort en vaut la peine.

Sur plus de 1300 directeurs généraux interrogés, 43% considèrent que la GRC (gouvernance, gestion des risques et conformité) génère de la valeur et est source d'avantage compétitif, et 56% pensent qu'elle influence positivement la réputation et la marque. Toutefois, les réponses indiquent qu'il n'est pas aisé de réaliser une GRC efficace et que les directeurs éprouvent des difficultés à la mettre en oeuvre.

“Depuis trois ans et demi, les hauts dirigeants s'attèlent à la mise en conformité avec les nouvelles lois et réglementations, instaurant de nouveaux processus de gestion des risques et renforçant les procédures de gouvernance d'entreprise,” a déclaré Samuel A. DiPiazza, Global Chief Executive Officer de PricewaterhouseCoopers. “Cette tâche ne fut pas aisée, mais pour les directeurs généraux qui considèrent ces changements comme un investissement plutôt que comme un coût, le retour est à la hauteur de l'effort consenti – en particulier, au regard des gains en termes de performances, de transparence et d'évolution vers une entreprise plus durable.”

L'enquête montre qu'une GRC efficace offre des avantages évidents ; toutefois, les réponses démontrent de manière éloquent que les directeurs sont confrontés à de nombreux défis au niveau de la mise en oeuvre et, en définitive, de la réalisation de ces avantages. Tandis qu'une majorité des directeurs interrogés sont persuadés de pouvoir faire face aux problèmes de gouvernance, de gestion des risques et de conformité qui se posent dans leurs opérations domestiques, seul un quart affirme pouvoir satisfaire très efficacement aux lois et

réglementations étrangères et aux politiques et procédures internes dans des unités d'exploitation étrangères.

L'enquête montre également que les directeurs généraux éprouvent des difficultés au niveau de la mise en œuvre effective. Alors que 53% estiment que les codes de bonne conduite sont pleinement développés dans leur entreprise, ils sont nettement moins nombreux à penser que leurs programmes de mise en conformité et de formation éthique respectent les mêmes standards. Un tiers des directeurs ont l'impression que leur système de mesure de performances dans ces domaines n'est pas bien développé, voire pas développé du tout.

La majorité des directeurs interrogés reconnaissent toutefois que la gouvernance, la gestion des risques et la conformité ont un impact positif en ce sens qu'elles réduisent les obligations légales (64%) et améliorent la réputation et la marque. En outre, les 58% de directeurs qui considèrent les dépenses en GRC comme un investissement en tirent des avantages plus importants que ceux qui les envisagent comme un coût. Ces dirigeants croient que la GRC génère de la valeur, est source d'avantage compétitif et les aide à prendre des risques pour créer de la valeur.

“Il est incontestable que les directeurs généraux ont encore un long chemin à parcourir pour arriver à une mise en œuvre efficace de la GRC. Et, bien que notre enquête indique qu'ils reconnaissent largement les avantages de la GRC, ils doivent comprendre que seuls ceux qui l'implémentent avec sérieux bénéficieront d'un retour sur investissement clair, particulièrement en ce qui concerne la valeur accrue pour les actionnaires,” a affirmé DiPiazza.

Dans cette étude, quatre leaders d'entreprises mondiales ont livré des considérations personnelles détaillées sur la manière dont ils font face, avec leur entreprise, aux défis de la GRC. Ces leaders sont :

- Leif Johansson, président-directeur général, Groupe Volvo
- Michael McCallister, président-directeur général, Humana Inc.
- Fernando Roberto Moreira Salles, directeur général, Companhia Brasileira de Metalurgia e Mineração (CBMM)
- Captain Wei Jiafu, président-directeur général, Groupe COSCO

Méthodologie de l'enquête

Pour la huitième édition de l'enquête annuelle que PricewaterhouseCoopers mène auprès de directeurs généraux à travers le monde, 1324 personnes ont été interviewées dans le monde entre septembre et novembre 2004. La majorité des interviews ont été réalisées par téléphone, avec des exceptions régionales comme au Japon, où l'enquête a été menée par courrier postal, et en Chine, au Kenya et au Nigeria, où les entretiens se sont déroulés face à face. L'effort de recherche a été coordonné par l'unité d'enquête de PricewaterhouseCoopers International, située à Belfast, Irlande du Nord, en étroite collaboration avec une équipe de chefs de projet et de membres d'un comité consultatif mondial de partenaires de PricewaterhouseCoopers.

Selon une ventilation par région, 392 interviews ont été menées en Europe, 224 aux Etats-Unis (plus, en Amérique du Nord : 80 au Canada et 39 au Mexique), 257 en Amérique du Sud, 297 dans la région Asie-Pacifique et 35 en Afrique. Par industrie, les entreprises de services financiers représentent 18 % des interviews ; les entreprises spécialisées dans la technologie et les médias représentent 10 % et les entreprises dans le secteur des produits (fabricants de produits de consommation et industriels, distributeurs et revendeurs) représentent 72 %.

Vingt-sept pour cent des entreprises participantes génèrent un chiffre d'affaires supérieur à 1 milliard de dollars, 13 pour cent entre 500 millions et 1 milliard de dollars, 51 pour cent de moins de 500 millions de dollars et 9 pour cent ne communiquent pas d'informations à cet égard. La concentration la plus dense d'entreprises dont le CA est supérieur à un milliard de dollars se situe en Europe (37 %), suivie par la région Asie-Pacifique (32 %) et les Etats-Unis (30 %).

La grande majorité des participants à l'enquête signalent une croissance des recettes au cours des trois dernières années, la plupart d'entre eux se situant dans la tranche des 5 à 10 %. Seize pour cent font état d'une croissance des recettes supérieure à 20%, vingt et un pour cent entre 11 et 20% et vingt-trois pour cent dans la tranche 0 à 4%. Seuls six pour cent des répondants mentionnent une croissance négative.

S'agissant des bénéficiaires sur la même période, la plus grande partie des répondants (26%) annoncent une croissance supérieure à 20 pour cent. Vingt-deux pour cent indiquent une croissance de 11 à 20%, vingt-trois pour cent une croissance comprise entre 5 et 10% et vingt-quatre pour cent entre 0 et 4%. Seuls six pour cent des répondants affichent une croissance négative.

Quarante et un pour cent des répondants siègent dans des conseils de direction autres que le leur. Parmi eux, 10 pour cent siègent dans plus de cinq conseils, 7 pour cent dans cinq, 11 pour cent dans quatre, 15 pour cent dans trois et 28 pour cent dans un. La majorité des directeurs généraux interrogés (29 pour cent) siègent dans deux autres conseils.

###

Un 'Executive Summary' de cette étude est disponible sur demande auprès de :

- Pour les journalistes : Elsie Van Linthout chez Luna, 02 658 02 70 ou elsie@luna.be.
- Pour le public : Marie Pivetta de PwC, au numéro 02 710 72 59, ou via marie.pivetta@pwc.be

PricewaterhouseCoopers (www.pwc.com) offre à une clientèle publique et privée des services de certification de comptes, de fiscalité et de consultance axés tant sur le secteur privé que sur le secteur public. Plus de 120 000 personnes réparties dans 144 pays y mettent en commun leurs points de vue, leur expérience et leurs solutions, en collaboration avec le client. Cette approche, signifiée dans le terme 'connectedthinking*', favorise la confiance du public et apporte de la valeur ajoutée au client et à tous les acteurs avec qui le client est en relation d'affaires.

"PricewaterhouseCoopers" fait référence au réseau de firmes membres de PricewaterhouseCoopers International Limited, chacune d'entre elles formant une entité légale distincte et indépendante.