

RÉPUTATION DU CAC40 : LES ENSEIGNEMENTS 2017

Quels sont les leviers qui construisent la réputation de nos plus grandes entreprises ? Quel est le regard des Français sur leur stratégie ou leurs engagements éthiques, sociaux ou sociétaux ? Voici quelques clés issues du baromètre 2017 sur la réputation des entreprises du CAC40.

UNE RÉPUTATION INCREVABLE

Le champion incontesté de la réputation, cette année encore, s'appelle :



Avec un score de 81,5 le groupe a construit un solide lien de confiance avec les Français.

LES FRANÇAIS ONT UNE CARTE MÉMOIRE

Trois entreprises, marquées par l'actualité médiatique, ferment la marche du CAC40 avec des scores fragiles, égales ou inférieur à 50.

On comprend pourquoi le risque réputation est l'un des plus redoutés des dirigeants.



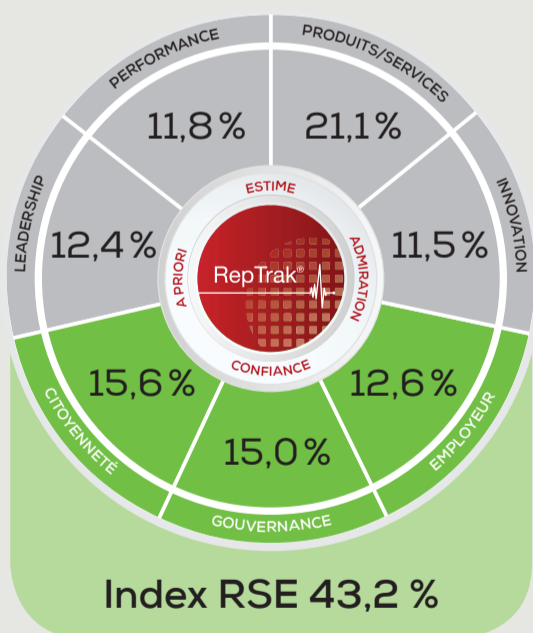
TROIS ENTREPRISES S'INVITENT DANS LE TOP10

Saint-Gobain, Air Liquide et AccorHotels sont trois entreprises en forte transformation avec une stratégie claire, puissante et partagée. Ces entreprises enregistrent les plus fortes progressions de l'année et entrent dans le TOP10.



80+ Excellent 70-79 Fort 60-69 Modéré 40-59 Vulnérable <40 Fragile

L'ENGAGEMENT SOCIÉTAL, PRINCIPAL LEVIER DE RÉPUTATION



Pour les Français, l'entreprise doit être avant tout responsable (sociale, éthique, citoyenne). Le poids des dimensions RSE progresse en 2017 pour représenter 43,2 % dans la construction de la réputation. C'est pourtant sur ces trois dimensions, les plus attendues (employeur, gouvernance et citoyenneté), que les Français se montrent les plus critiques.

UN BESOIN CROISSANT DE LEADERSHIP, SOUS CONDITION D'ÉTHIQUE

Le score moyen de réputation du CAC40 reste stable en 2017.

66,7

La notation sur la dimension Leadership, soit la capacité du management à porter une vision, progresse fortement (+4,4 points), alors que les notations reculent sur les dimensions sociales (-0,9) et éthiques (-0,4).

	Notes moyennes	
PERFORMANCE	72,0	
PRODUITS ET SERVICES	70,5	
LEADERSHIP	69,4	+4,4
INNOVATION	68,2	
EMPLOYEUR	61,5	-0,9
GOVERNANCE	61,1	-0,4
CITOYENNETÉ	60,3	

UN PROJET D'ENTREPRISE FÉDÉRATEUR, LISIBLE PAR TOUS

Les entreprises qui affichent les meilleures réputations ont un projet fédérateur qui rencontre les attentes de leurs publics sur toutes les dimensions rationnelles qui forment les opinions.

Voici les champions sur chacune des dimensions.



RAPPEL DE LA MÉTHODOLOGIE

L'enquête de Reputation Institute a été menée au 1^{er} trimestre 2017 auprès d'un échantillon grand public de 4 150 personnes âgées de 18 ans et plus. Seules les personnes qui se déclarent « familier » avec une entreprise donnent leur opinion sur cette dernière. La réputation est mesurée sur des items émotionnels (confiance, estime, admiration et a priori positif), puis expliquée par sept dimensions rationnelles qui mesurent la capacité de l'entreprise à répondre aux attentes de ses publics : Produits et services, Innovation, Employeur, Gouvernance, Citoyenneté, Leadership et Performance financière.

www.burson-marsteller.fr – www.reputationinstitute.com

REPUTATION
INSTITUTE

Burson-Marsteller i&e