



GOVERNANCE

Les administrateurs des grandes sociétés françaises se penchent de plus en plus sur la stratégie de communication financière de leur entreprise, selon une enquête menée sur les sociétés des indices CAC 40 et Next 20.

Les conseils d'administration s'impliquent plus dans la communication financière

Les conseils d'administration des grandes sociétés françaises tendent à s'impliquer davantage dans la communication financière de leur entreprise, selon une étude des cabinets de conseils Oratorio et Burson-Marsteller, en partenariat avec le cabinet d'avocats August & Debouzy. L'enquête, menée sur les sociétés des indices CAC 40 et Next 20, repose sur les réponses à un formulaire de 63 questions, auxquelles s'ajoutent une quinzaine d'entretiens avec des administrateurs ou présidents de société. Dans un contexte économique difficile, ceux-ci assurent que le rôle des administrateurs ne peut se limiter au contrôle de l'information financière.

Documents de référence

Par rapport à la première édition de l'étude, datée de 2007, « ils sont devenus plus sensibles afin d'éviter au management de commettre des erreurs de communication vis-à-vis du marché et ils y consacrent plus de temps », rapportent les auteurs. Les deux tiers des répondants indiquent que la stratégie de communication financière est discutée en conseil, contre à peine un cinquième en 2007. Tout l'enjeu reste de savoir comment se répartissent les responsabilités entre dirigeants et conseils.

Traditionnellement, le contrôle des communiqués revient aux membres du comité exécutif, directeur administratif et financier en

tête. La crise financière a renforcé les exigences des conseils d'administration, même si la gestion pure et simple de la « comfi » n'est pas du ressort des administrateurs. Près des deux tiers d'entre eux disent discuter du sujet avec la direction de leur société. « C'est devenu une responsabilité essentielle du conseil », précise une des personnes interviewées. Pour autant, les documents de référence ne définissent pas encore clairement leur rôle dans ce domaine. Seuls 21 % des conseils sondés ont mis en place un règlement sur leur rôle en matière de communication financière.

M. RN.

➤ Retrouvez l'étude sur www.lesechos.fr/documents