



ETUDE ETHOS

Reporting environnemental
et social des sociétés suisses

JANVIER 2006

En collaboration avec SiRi Company

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION.....	2
RESUME	3
1. L'ENJEU.....	6
1.1 Responsabilité et enjeux environnementaux et sociaux des entreprises	6
1.2 Importance des informations environnementales et sociales pour les investisseurs	7
2. LE CONTEXTE.....	10
2.1 Cadres légaux internationaux et normes volontaires.....	10
2.1.1 Cadres supranationaux.....	10
2.1.2 Cadres nationaux.....	11
2.1.3 Normes volontaires	13
2.2 Reporting environnemental et social au niveau international.....	15
3. LA SITUATION EN SUISSE.....	16
3.1. Approche Ethos et méthodologie	16
3.2 Résultats globaux	18
3.2.1 Classement global.....	18
3.2.2 Résultats globaux par capitalisation.....	20
3.3 Résultats spécifiques.....	21
3.3.1 Cadre de référence du reporting	21
3.3.2 Contenu du reporting	23
3.3.3 Format du reporting	28
3.3.4 Focus thématique : reporting sur les enjeux liés au changement climatique	31
PERSPECTIVES	34
ANNEXES.....	35
Annexe 1 : Liste des sociétés analysées	33
Annexe 2 : Portraits d'Ethos et de SiRi Company	34



Place Cornavin 2, case postale, CH - 1211 Genève 1
T +41 (0)22 716 15 55, F +41 (0)22 716 15 56
info@ethosfund.ch, www.ethosfund.ch

Analystes :
Caroline Schum et Verena Butt

AVERTISSEMENT

Cette étude a été réalisée par **Ethos** sur la base de la méthodologie de **SiRi Company**. Les informations ont été recueillies auprès de sources accessibles aux investisseurs et au public en général, par exemple rapports de sociétés et sites internet. Malgré des vérifications multiples, l'information ne peut être certifiée exacte. La Fondation Ethos ne prend aucune responsabilité sur l'exactitude des informations publiées.

INTRODUCTION

En tant qu'investisseur institutionnel orienté sur le long terme, Ethos est particulièrement intéressée à ce que les sociétés dans lesquelles elle investit considèrent avec attention l'ensemble de leurs relations avec leurs parties prenantes et les implications stratégiques qui découlent des enjeux liés au développement durable.

En d'autres termes, les entreprises doivent considérer les implications de leurs responsabilités envers les collaborateurs et collaboratrices, les clients, les fournisseurs, la société civile, les actionnaires, et l'environnement naturel. Dans ce cadre, les investisseurs attendent des entreprises qu'elles communiquent de manière régulière et complète sur les thèmes environnementaux et sociaux, en identifiant clairement les enjeux auxquelles elles font face.

La présente étude a pour objectif de délivrer un état des lieux du reporting environnemental et social des plus grandes sociétés suisses cotées, dans la perspective d'un investisseur à long terme.

Le **premier chapitre** est consacré aux responsabilités et aux enjeux environnementaux et sociaux des entreprises, et met en évidence l'importance des informations environnementales et sociales pour les investisseurs.

Les cadres légaux auxquels sont soumises les sociétés cotées et les normes volontaires qu'elles appliquent font l'objet du **deuxième chapitre**, qui présente également des chiffres sur le reporting environnemental et social à l'échelle internationale. Ce chapitre relève en particulier la demande croissante des instances légales et des autorités boursières pour plus de transparence sur les considérations environnementales et sociales, dans le but de parvenir à une meilleure évaluation des valeurs intangibles de l'entreprise et à une meilleure prise en compte des risques environnementaux et sociaux.

Finalement, le **troisième chapitre** analyse le reporting environnemental et social des 52 des plus importantes sociétés suisses cotées, c'est-à-dire les sociétés comprises dans le Swiss Market Index (SMI) et le SMI Mid (SMIM). Une étude détaillée de leur reporting a été conduite, selon des critères d'analyse qui répondent aux besoins d'un investisseur à long terme. L'ambition de cette analyse n'est pas de noter le reporting des entreprises de façon exhaustive, mais plutôt d'établir si les investisseurs des sociétés suisses disposent des informations nécessaires à l'évaluation de ces sociétés. Les résultats sont présentés en trois groupes, à savoir les entreprises «leaders» en terme de reporting environnemental et social en Suisse, celles «en progression», et celles qui sont encore «en démarrage». Les résultats sont ensuite présentés en détail pour chaque critère utilisé.

RESUME

Les investisseurs orientés sur le long terme attendent des sociétés qu'elles communiquent de manière régulière et complète sur leurs enjeux environnementaux et sociaux. Les normes volontaires de reporting en la matière évoluent et s'uniformisent, et les autorités boursières demandent davantage de transparence sur l'impact des valeurs intangibles de l'entreprise et la prise en compte des risques environnementaux ou sociaux.

La présente étude a pour objectif de délivrer un état des lieux du reporting environnemental et social des plus grandes sociétés suisses cotées, dans la perspective d'un investisseur à long terme. Elle présente ainsi l'état d'avancement des **52 sociétés comprises dans le Swiss Market Index (SMI) et le SMI Mid (SMIM)** en matière de reporting environnemental et social au 30 septembre 2005¹.

Les résultats sont divisés en trois groupes, à savoir les entreprises «leaders» en terme de reporting environnemental et social en Suisse (15 sociétés sur 52), celles «en progression» (20) et celles «en démarrage» (17).

NIVEAU DE REPORTING ENVIRONNEMENTAL ET SOCIAL (au 30 septembre 2005)					
«En démarrage»		«En progression»		«Leaders suisses»	
ACTELION	SMIM	ADECCO	SMI	ABB	SMI
CONVERIUM	SMIM	CHARLES VÖGELE	SMIM	BÂLOISE	SMI
JULIUS BÄR	SMI	CLARIANT	SMI	CIBA	SMI
KABA	SMIM	GIVAUDAN	SMI	CREDIT SUISSE	SMI
KUDELSKI	SMI	KUEHNE & NAGEL	SMIM	GEBERIT	SMIM
LOGITECH	SMIM	KUONI	SMIM	GEORG FISCHER	SMIM
PARGESA	SMIM	LINDT & SPRÜNGLI	SMIM	HOLCIM	SMI
PSP SWISS PROPERTY	SMIM	LONZA	SMI	NOVARTIS	SMI
PUBLIGROUPE	SMIM	MICRONAS	SMIM	ROCHE	SMI
RICHEMONT	SMI	NESTLE	SMI	SIG	SMIM
SAURER	SMIM	NOBEL BIO CARE	SMI	SULZER	SMIM
SGS	SMI	PHONAK	SMIM	SWISS RE	SMI
SWISS LIFE	SMI	RIETER	SMIM	SWISSCOM	SMI
SYNTHES	SMI	SCHINDLER	SMIM	SYNGENTA	SMI
TECAN	SMIM	SEZ	SMIM	UBS	SMI
VALORA	SMIM	SERONO	SMI		
ZURICH FIN. SERVICES	SMI	SIKA	SMIM		
		STRAUMANN	SMIM		
		SWATCH GROUP	SMI		
		UNAXIS	SMIM		

¹ Schindler a publié son premier rapport sur la citoyenneté d'entreprise en décembre 2005 (rapport Internet). Malgré le fait que la date de publication soit postérieure à la date de couverture de l'étude, Ethos a considéré ce rapport dans le but de mieux refléter le niveau d'avancement de l'entreprise.

L'étude révèle que la majorité des entreprises analysées, soit 35 entreprises (67%), publient de l'information environnementale et sociale plus ou moins complète. Globalement, ces résultats s'inscrivent en ligne avec les chiffres à l'échelle internationale.

Des lacunes transparaissent cependant. Si l'on retrouve plus systématiquement des informations environnementales (données chiffrées et système de gestion environnemental) ainsi que sur les collaborateurs et collaboratrices (système de gestion des ressources humaines), **certaines informations importantes manquent encore souvent**:

- Seules 11 entreprises (21%) communiquent sur les responsabilités environnementales et sociales du **Conseil d'administration ou de la Direction générale**.
- Un peu moins de la moitié des sociétés (46%) reconnaissent les implications stratégiques de leurs **enjeux environnementaux et sociaux**.
- Seules 10 entreprises (19%) communiquent des informations exhaustives sur leurs **programmes d'éthique des affaires**; cette information est complètement omise par 35 entreprises (67%). Seules 7 entreprises (13%) communiquent des informations complètes sur leurs **programmes liés aux fournisseurs**.
- 21 entreprises (40%) ne publient encore aucun **indicateur environnemental ou social**. Les indicateurs sur les collaborateurs et les collaboratrices restent encore très largement incomplets, et ceux sur les fournisseurs sont extrêmement rarement publiés.
- Seules 12 entreprises (23%) publient des **objectifs environnementaux et sociaux**, et seules 5 d'entre elles discutent l'atteinte ou non de ces derniers.

Concernant le **format du reporting** :

- 10 entreprises (19%) se basent sur la norme volontaire du **Global Reporting Initiative (GRI)**, soit 26% des entreprises qui publient un reporting environnemental et social.
- Seules 7 entreprises (13%) mentionnent clairement la **couverture de leur reporting**.
- Seules 8 entreprises (15%) publient de l'information environnementale et/ou sociale **auditée par un organisme externe**.

Mentionnons par ailleurs que seules 17 entreprises (33%) publient des **principes d'entreprise ou un code de conduite** complets, incluant à la fois des principes d'éthique des affaires et de responsabilité environnementale et sociale.

Ainsi, si les entreprises ont en partie su répondre aux demandes de communication sur les responsabilités environnementale et vis à vis des collaborateurs et des collaboratrices, la majorité des sociétés analysées n'identifie pas encore celles qui touchent l'éthique des affaires, ou qui s'étendent jusqu'aux clients, fournisseurs, et plus largement à la société civile. Pourtant, seule une telle approche constitue un reporting complet sur toutes les responsabilités de l'entreprise. Par ailleurs, comme indiqué ci-dessus, la communication sur les implications stratégiques des enjeux environnementaux et sociaux fait également défaut dans la majorité des rapports. La pertinence du reporting pour les investisseurs en est amoindri.

Il subsiste donc un important potentiel d'amélioration en matière de reporting extra financier au sein des grandes sociétés cotées suisses. Il est cependant encourageant de relever qu'**une dynamique de progrès** est en place, à l'instar de plusieurs entreprises qui ont publié en 2005 leur premier rapport de développement durable, ou qui ont affiné et complété leur communication sur ces thèmes. Par ailleurs, le reporting environnemental et social est de plus en plus souvent intégré au rapport annuel des entreprises. Finalement, notons l'excellente qualité des rapports publiés par les entreprises « leaders suisses ».

Si les résultats du reporting environnemental et social en Suisse se situent actuellement dans la moyenne internationale, au niveau global une réflexion est menée pour encourager la publication d'informations sur les enjeux environnementaux et sociaux dans le reporting des entreprises. Ainsi, l'Union Européenne œuvre pour demander plus de transparence sur ces thèmes dans le cadre de la modernisation des normes comptables. Étant donné l'importance des enjeux environnementaux et sociaux, la Suisse pourrait être amenée à conduire une telle réflexion. Les entreprises suisses ont ainsi tout intérêt à prendre les devants. Comme le démontre cette étude, certaines d'entre elles l'ont d'ailleurs bien compris.

1. L'ENJEU

1.1 RESPONSABILITE ET ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIAUX DES ENTREPRISES

La reconnaissance croissante de la responsabilité environnementale et sociale des entreprises par les différentes instances politiques et économiques, et plus généralement par la société civile, conduit progressivement celles-ci à prendre des mesures et à répondre aux demandes de leurs différentes parties prenantes.

La responsabilité environnementale et sociale des entreprises inclut entre autres thèmes le respect des lois et des droits humains, la lutte contre la corruption et les conflits d'intérêts, l'égalité des chances et la diversité des collaborateurs et des collaboratrices, ainsi que l'offre de bonnes conditions de travail, le dialogue avec la société civile, et l'utilisation efficiente des ressources naturelles.

Outre le respect fondamental des principes énoncés et la difficile mise en œuvre de systèmes de gestion pour s'en assurer, il s'agit également pour les entreprises d'anticiper et de répondre à l'évolution de la société vers un modèle plus durable en **identifiant les opportunités et en gérant les nouveaux risques** qui se profilent. La mise en œuvre d'une telle stratégie est nécessaire au maintien et à la création de valeur à court, moyen et long terme.

Sur le plan **environnemental**, il ne va plus de soi que les entreprises ont le droit gratuit de polluer; le principe du «pollueur payeur» se généralise. A titre d'exemple, l'effort d'internalisation des coûts réels a conduit à la création de marchés européens de quotas d'émissions de CO₂, et les entreprises des secteurs concernés doivent composer avec ce nouveau coût. Il est fort probable que cette tendance se propagera à d'autres marchés, et à d'autres régions. Les entreprises subissent aussi des pressions à la hausse sur le prix des ressources naturelles dont on présage la pénurie dans les décennies à venir. Ces multiples impacts sur les coûts se répercutent tout au long de la chaîne de production. Les entreprises développant des processus et des produits plus éco-efficients bénéficient donc d'un avantage compétitif.

Par ailleurs, la société civile, représentée en particulier par les organisations non gouvernementales (ONG), est sensible à son patrimoine environnemental. Une entreprise qui contribue à l'épuisement des ressources ou à la pollution lors de son processus de production ou par les produits qu'elle vend risque donc de perdre son autorisation implicite d'exploiter («licence to operate»), c'est à dire la confiance qui lui est accordée par la société civile et qui lui permet d'exercer son activité.

Notons aussi le risque comptable. Dans le contexte actuel de vigilance comptable qui fait suite aux nombreux scandales financiers des dernières années, l'intégration de la comptabilité environnementale dans la comptabilité traditionnelle implique la juste évaluation des actifs et passifs environnementaux ainsi que des réserves pour faire face aux responsabilités futures.

Finalement, le risque légal s'accroît avec la rédaction de nouvelles lois ou le développement des cas de jurisprudence sur ces thèmes. SustainAbility, «think-tank» et consultant sur le thème du développement durable et des entreprises, résume ce dernier point dans un étude intitulée «The Changing Landscape of Liability»² (2004). Celle-ci mentionne par ailleurs que la frontière entre les exigences légales et extra-légales en terme de responsabilité des entreprises est floue, qu'un nombre croissant de cas liés à cette thématique sont présentés devant les tribunaux, et que ce risque de litige conduit les entreprises à prendre des mesures pour l'éviter.

² «The Changing Landscape of Liability - A Director's Guide to Trends in Corporate Environmental, Social and Economic Liability», 2004, SustainAbility Ltd.

Sur le plan **social**, les dernières décennies ont vu apparaître de nombreuses controverses sur le travail des enfants et le non-respect des droits humains dans les pays en voie de développement pour le compte des entreprises basées en occident. L'opinion publique, sensibilisée à ces problématiques, peut se retourner rapidement contre une entreprise engagée dans de telles pratiques. Les consommateurs et les consommatrices peuvent alors boycotter un produit, les actionnaires socialement responsables pénaliser l'entreprise en réduisant leurs participations, et les collaborateurs et collaboratrices perdre leur motivation. Les dégâts en terme d'image sont potentiellement immenses. Une entreprise qui ignore sa responsabilité sociale et ne tente pas d'enrayer de tels phénomènes dans sa chaîne de production risque donc sa réputation. Plus généralement, de bonnes conditions de travail pour tous les collaborateurs et toutes les collaboratrices augmentent leur motivation et leur attachement à l'entreprise. Une telle approche est également un atout pour le recrutement de personnel qualifié.

Il est donc important pour une entreprise de faire le nécessaire pour préserver sa réputation, rassurer ses investisseurs et les autres parties prenantes qui lui accordent leur confiance et assurent sa durabilité. Pour cela **l'ouverture au dialogue** et **la transparence** sont nécessaires. Elles permettent à l'entreprise d'aborder certaines thématiques difficiles dans un cadre de confiance favorisant le développement de solution afin d'éviter l'émergence soudaine de controverses qui lui seraient défavorables.

1.2 IMPORTANCE DES INFORMATIONS ENVIRONNEMENTALES ET SOCIALES POUR LES INVESTISSEURS

Au regard des enjeux environnementaux et sociaux discutés, la stratégie et la performance environnementale et sociale des entreprises sont des informations pertinentes pour les analystes et les investisseurs qui procèdent à une évaluation de ces sociétés.

En effet, l'information sur la stratégie, la gestion et la performance environnementale et sociale de l'entreprise participe à l'évaluation des valeurs intangibles de l'entreprise, de ses risques et de son développement; cette information est donc «matérielle».

La notion de «matérialité», directement issue de l'expression anglo-saxonne «material», signifie que l'information est pertinente. Plus précisément, l'International Accounting Standards Board définit l'information matérielle comme «une information dont l'omission ou la communication erronée pourraient influencer les décisions économiques prises par les utilisateurs de cette même information». Il est donc important que ces informations soient communiquées régulièrement aux investisseurs afin qu'ils possèdent tous les éléments nécessaires à leur évaluation des sociétés.

Précisons ici que ce n'est pas simplement la communication d'informations sur les responsabilités environnementale et sociale qui est demandée, mais bien un reporting régulier et complet. La communication sur ces thèmes peut certes être intéressante, mais sans la structure du reporting, elle manque de pertinence pour l'investisseur qui reçoit une information hors contexte et non comparable. Pour que l'information soit utile aux investisseurs à long terme, il faut qu'elle soit fréquente, régulière et systématique, qu'elle identifie les enjeux environnementaux et sociaux du secteur et plus spécifiquement de l'entreprise, les thèmes qui ont un impact potentiel sur sa valeur, et qu'elle détaille comment elle les gère et entend les gérer dans le futur. Un reporting sur les principes, les programmes et la performance s'impose donc.

Par ailleurs, notons que le reporting environnemental et social constitue également pour une entreprise un **outil de gestion interne** et un **cadre à l'analyse des risques**³. Il permet par exemple d'identifier les thèmes à problèmes ou les zones grises dans la chaîne de production,

³ Argument présenté par Alyson Slater, porte-parole du Global Reporting Initiative, dans l'article «Europe: Why mandatory reporting has fallen from the EU agenda», Août 2005, www.ethicalcorp.com

dans les relations avec la société civile, et dans la mise en œuvre de normes et de législations, et de repérer les «maillons faibles» qui pourraient nuire à la réputation de l'entreprise. Un tel système permet par la même occasion de percevoir les opportunités, de dégager plus de productivité ou d'efficacité, d'optimiser la gestion des ressources et sert d'outil de dialogue avec ses collaborateurs et ses collaboratrices, de même qu'avec la société civile.

Les arguments énoncés soulignent donc l'importance et la pertinence du reporting environnemental et social pour l'entreprise et pour ses investisseurs. Il s'ensuit que **le reporting sur les responsabilités des entreprises doit faire partie intégrante du reporting annuel d'une entreprise.**

«La réflexion environnementale, sociale, ainsi qu'en matière de gouvernement d'entreprise, doit être entièrement intégrée dans les considérations des marchés, des investissements, et des Conseils d'administration par ceux qui désirent créer les fondements de la valeur actionnariale à long terme et en bénéficier»

Klaus Töpfer, Directeur exécutif, Programme des Nations-Unies pour l'Environnement.

En vue de ces arguments, plusieurs groupes d'**investisseurs institutionnels** auxquels participe Ethos demandent explicitement aux entreprises une communication systématique et transparente sur leurs responsabilités environnementales et sociales.

C'est par exemple le cas du **Social Research Analyst Statement on Corporate Sustainability Reporting⁴ (SIRAN)**. Cette initiative regroupe les analystes environnementaux et sociaux de 23 sociétés d'investissement représentant USD 435 milliards, afin de remplir les trois objectifs suivants: articuler l'attente des investisseurs en terme de reporting environnemental et social, fournir des réponses aux entreprises quant à leur questions fréquentes sur le reporting, et suggérer des moyens pour qu'elles améliorent l'utilité et la crédibilité de leur rapports. Le SIRAN recommande aux entreprises de produire leur reporting en ligne avec la norme volontaire Global Reporting Initiative (voir p.13).

De son côté, le **Carbon Disclosure Project⁵ (CDP)**, adresse chaque année depuis 2003 au nom d'à présent 211 signataires gérant ensemble près de USD 29 trillions, un questionnaire aux 500 plus grosses capitalisations mondiales sur les émissions de gaz à effet de serre, afin d'avoir les outils nécessaires à l'analyse des risques et opportunités liés aux changements climatiques. En 2006, le CDP enverra ce questionnaire à 1800 entreprises.

En parallèle, le **Institutional Investor Group on Climate Change⁶ (IIGCC)** participe au développement de lignes directrices pour encourager les entreprises dont il est actionnaire à publier leurs émissions de CO₂. Le IIGCC est une collaboration entre des fonds de pension et autres investisseurs institutionnels représentant GBP 1'000 milliards sous gestion. Le projet, nommé Climate Risk Disclosure Initiative, devrait aboutir début 2006, et servira de guide aux entreprises quant aux attentes informationnelles des investisseurs sur les risques du changement climatique.

⁴ <http://www.siran.org/>

⁵ Carbon Disclosure Project (CDP): Le CDP regroupe les plus gros investisseurs institutionnels du monde afin qu'ils collaborent dans une réflexion sur les implications des changements climatiques au niveau des entreprises.

⁶ <http://www.iigcc.org/>

Du côté social, le **Pharma Shareowners Group**⁷ (PSG), lance également un appel explicite pour plus de transparence. En effet, dans son rapport sur la crise du secteur de la santé dans les marchés émergents⁸ (septembre 2004) le PSG demande aux entreprises pharmaceutiques de fournir des indicateurs clés concernant les implications sociales liées à leurs activités.

En Suisse, Ethos propose aux investisseurs institutionnels de participer à l'**Ethos Engagement Pool** (EEP) qui entreprend, au nom de ses membres, un dialogue actif avec les entreprises suisses selon une orientation stratégique, dans les domaines de la bonne gouvernance d'entreprise et de la responsabilité environnementale et sociale. Dans ce cadre, Ethos sensibilise les sociétés à l'importance du reporting environnemental et social pour les investisseurs à long terme.

⁷ <http://www.pharmashareownersgroup.org>

⁸ «The Public Health Crisis in Emerging Markets : An Institutional Investor Perspective on the Implications for the Pharmaceutical Industry» (septembre 2004)

2. LE CONTEXTE

2.1 CADRES LEGAUX INTERNATIONAUX ET NORMES VOLONTAIRES

La section qui suit présente les obligations ou les normes qui régissent le reporting environnemental et social des entreprises et est divisée en trois sections: les cadres supranationaux, les cadres nationaux et les normes volontaires. C'est un résumé d'une publication plus détaillée publiée par Ethos intitulée «Reporting environnemental et social: cadres légaux et normes volontaires» (décembre 2005).

2.1.1 Cadres supranationaux

L'évolution la plus intéressante de ces dernières années se situe au **niveau européen** où deux avancées significatives ont eu lieu depuis 2003. La **Directive 2003/51/EC** pour la modernisation des normes comptables, datée du 18 juin 2003, a apporté certains amendements à d'autres textes antérieurs⁹ et a introduit la phrase suivante (article 1.14) :

«Dans la mesure nécessaire à la compréhension de l'évolution des affaires, des résultats ou de la situation de la société, l'analyse comporte des indicateurs clés de performance de nature tant financière que, le cas échéant, non financière ayant trait à l'activité spécifique de la société, notamment des informations relatives aux questions d'environnement et de personnel. »

Les Etats ont le pouvoir d'exempter les petites et moyennes entreprises de l'obligation de communiquer sur l'information non financière; mais selon Eurostat, dans l'Europe des 15, 100'000 compagnies sont composées de plus de 250 collaborateurs et collaboratrices, et sont donc considérées comme «grandes». Celles-ci sont concernées par cet amendement¹⁰.

Le 27 octobre 2004, la Commission européenne a proposé un amendement aux mêmes directives¹¹, adopté par le Parlement et le Conseil, et effective à partir de l'année financière commençant le 1^{er} avril 2005. Cet amendement exige que les entreprises cotées en Europe publient des informations précises sur la gouvernance d'entreprise dans leur rapport annuel. Parmi ces informations, le texte indique que :

« Lorsque cela est approprié, les compagnies peuvent également apporter une analyse des aspects environnementaux et sociaux nécessaires à la compréhension du développement, de la performance et de la position de l'entreprise. »¹²

Les implications de ces amendements se font d'ores et déjà sentir et selon une étude de KPMG¹³, à ce jour 23 pays ont transposé la Directive 2003/51/EC au niveau national.

L'Union Européenne reconnaît donc la matérialité des informations environnementales et sociales, telle que définie dans le chapitre précédent.

Elle a par ailleurs développé l'Eco-Management and Audit Scheme (EMAS), un démarche volontaire pour les organisations qui s'engagent à évaluer, améliorer et communiquer sur leur performance environnementale. L'initiative a été lancée en avril 1995 et révisée en 2001¹⁴. Afin d'être enregistrée auprès de l'EMAS, une entreprise doit remplir 4 points, dont le dernier est de fournir une déclaration sur sa performance environnementale présentant les résultats obtenus au vue des objectifs fixés et les étapes mise en place pour un progrès continu. L'entreprise reçoit le logo EMAS après vérification par un organisme accrédité par EMAS.

⁹ Amendements apportés aux Directives 78/660/EEC, 83/349/EEC, 86/349/EEC et 91/674/EEC.

¹⁰ «New Rules May Not Bring Comparability», Environmental Finance, mars 2005, p18.

¹¹ Directives 78/660/EEC, 83/349/EEC.

¹² Passage traduit de l'anglais.

¹³ «KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2005» (juin 2005), p40.

¹⁴ Depuis 2001, l'EMAS exige qu'une organisation participante ait un système de management environnemental ISO 14001

Au niveau supranational toujours, les « **Principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales** »¹⁵ font office de code de conduite de référence pour les entreprises. Ces principes recommandent entre autres choses que les entreprises communiquent :

- Leurs politiques sociales, éthiques et environnementales, la date d'adoption de ces déclarations et les pays ou entités auxquels elles s'appliquent et la performance de l'entreprise par rapport à ces déclarations
- Des informations sur les systèmes de gestion des risques et d'application des lois et sur le respect des déclarations et codes de conduite
- Des informations sur les relations avec les salariés et les autres parties prenantes à la vie de l'entreprise.

Finalement, les **indicateurs d'éco-efficacité de la CNUCED** (février 2004), ou « UNCTAD eco-efficiency indicators », fournissent un cadre supranational à l'harmonisation de la communication des performances environnementales. Pour l'instant, seule la société suisse Ciba a adopté cette méthode.

2.1.2 Cadres nationaux

En Europe, en parallèle des directives discutées au niveau supranational, des exigences nationales en matière de reporting environnemental et social se développent et, d'un pays à l'autre, des divergences apparaissent. La majorité des pays d'Europe de l'Ouest ont aujourd'hui des exigences plus ou moins strictes en terme de reporting sur les responsabilités des entreprises. Ces exigences peuvent être légales ou formulées par les autorités boursières. Deux évolutions récentes sont à signaler en France et au Royaume-Uni.

En **France**, depuis 2001, la loi sur les Nouvelles Régulations Economiques fixe l'obligation pour toutes les sociétés françaises cotées de rendre compte dans leur rapport annuel de leur gestion environnementale et sociale au travers de leur activité (art.116). Cela concerne environ 700 entreprises.

Au **Royaume-Uni**, le gouvernement avait fait un grand pas en avant en passant en mars 2005 une régulation du nom de « Operating and Financial Review » (OFR). Depuis le 1^{er} avril 2005, les compagnies cotées devaient remplir un OFR, soit un rapport détaillé sur les informations non financières susceptibles d'influencer les opérations de l'entreprise, sa position, sa stratégie et perspectives futures. Bien qu'il n'était finalement pas obligatoire d'y inclure des informations environnementales, cela était cependant clairement recommandé par le département du commerce et de l'industrie (Department of Trade and Industry) qui précisait que les membres du Conseil d'administration devaient reconnaître explicitement que ce thème avait été exclu du rapport, le cas échéant. Concrètement, l'OFR demandait plus de transparence lorsque les questions environnementales influençaient la performance de l'entreprise ou étaient susceptibles d'affecter sa valeur future¹⁶. Cependant, fin 2005, à la surprise générale, Gordon Brown, Chancelier de l'Echiquier, a annulé cette régulation, causant l'incompréhension et l'indignation des investisseurs responsables.

Aux **Etats-Unis**, il n'existe pas d'exigences explicites en matière de reporting environnemental et social. Cependant un nombre croissant d'études démontre que certaines parties du

¹⁵ Les Principes directeurs de l'OCDE ont été lancés en 1999 et révisés en 2003, puis de nouveaux Principes ont été publiés en 2004.

¹⁶ « Clean air rises to the top », par Henry Tricks, *Financial Times* du 14 février 2005.

Sarbanes-Oxley Act¹⁷ (SOX) ont des implications à ce niveau¹⁸. Les auditeurs en santé, sécurité et environnement commencent à participer à l'estimation des passifs environnementaux et des dépenses futures, ces chiffres prenant une plus grande importance dans le contexte récent de vigilance comptable, et de responsabilisation des administrateurs. En effet, la section 906 exige que le Directeur général et le Directeur financier certifient tous les documents qui incluent des rapports financiers (sous peine d'amendes allant jusqu'à USD 1 million ou de prison en fonction de la gravité de l'infraction commise). En réponse, les compagnies ont développé des systèmes de contrôles internes garantissant que les directeurs soient mis au fait des questions environnementales, étant donné leurs potentielles implications financières. Notons aussi que la section 404 exige la publication des transactions autres que celles comprises dans le bilan, ce qui pourrait concerner les entreprises mères qui transfèreraient des actifs pollués ou des passifs environnementaux lors d'une transaction de fusion/acquisition d'une filiale par exemple. Par ailleurs, la section 306 du SOX exige que le reporting inclut des informations à caractère non financier pour fournir aux investisseurs une vision précise et complète de l'entreprise.

Si un nombre croissant de pays dans le monde développe des exigences en matière de reporting environnemental et social, notons que certains préfèrent publier des lignes directrices de reporting sans obligations légales, dans le but de favoriser l'approche volontaire et de ne pas imposer de nouvelles contraintes aux entreprises. C'est le cas par exemple du **Japon**¹⁹.

A ce jour, il n'existe pas en **Suisse** d'initiative au niveau national visant à promouvoir ou systématiser le reporting sur les responsabilités environnementales et sociales des entreprises, ni de la part des autorités boursières ni de celle du gouvernement fédéral. La Directive SWX sur les informations relatives au gouvernement d'entreprise (2002) dont l'objectif est de « définir quelles informations doivent être publiées pour que les investisseurs puissent apprécier les caractéristiques des valeurs mobilières et la qualité de l'émetteur »²⁰, ne fait pas référence à la matérialité des informations environnementales et sociales pour l'actionnaire.

¹⁷ Le Sarbanes-Oxley Act est une loi de 2002 visant à renforcer le gouvernement d'entreprise et restaurer la confiance des investisseurs. Il contient 11 sections, couvrant en particulier les responsabilités du Conseil d'administration, les normes comptables et l'indépendance des auditeurs.

¹⁸«Sarbanes-Oxley (Implicitly) Demands Environmental Disclosure», Abstracted from *Environmental Disclosures After Sarbanes-Oxley*, Andrew Davis and Stephen Humes (LeBoeuf, Lamb, Greene & MacRae, Hartford, CT; juin 2004).

¹⁹«Recommandation: Environmental Reporting Guidelines 2001» & «Environmental Performance Indicators Guidelines for Businesses» (<http://www.meti.go.jp/english/information/downloadfiles/cEnv0106e.pdf>)

²⁰ Directive SWX point 1: «Rappel de la situation.»

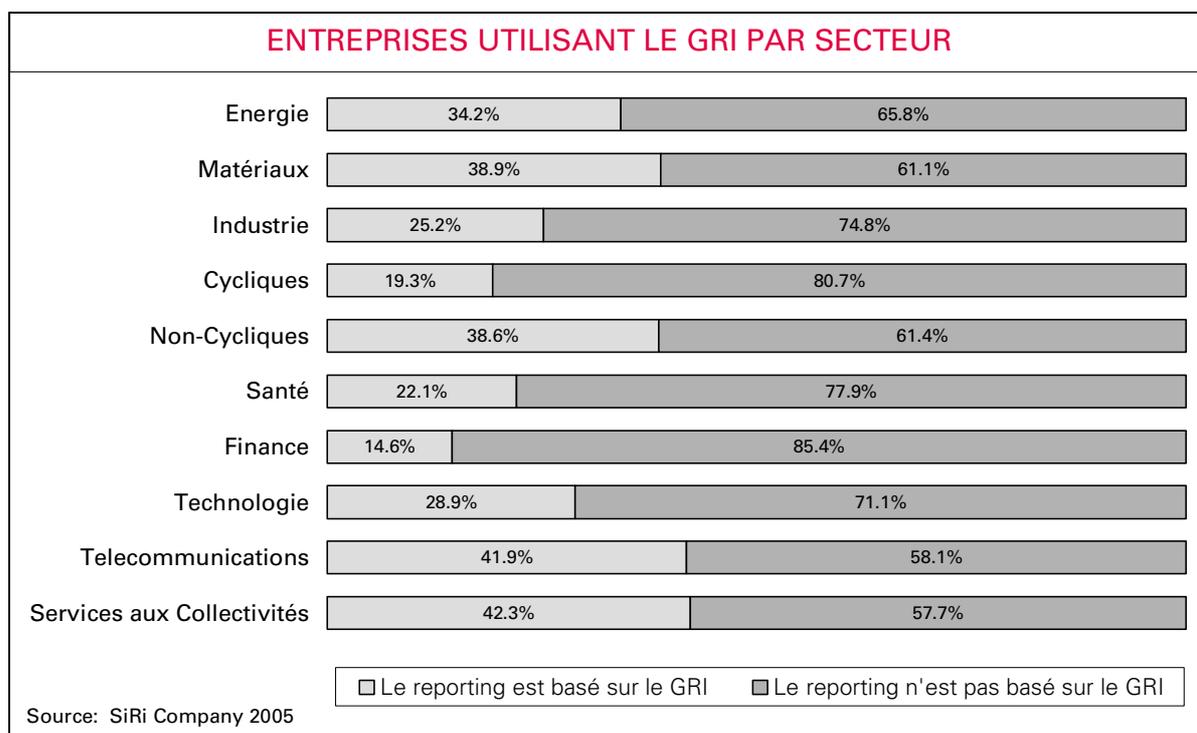
2.1.3 Normes volontaires

Outre les exigences ou les recommandations nationales, de nombreuses initiatives volontaires ont été développées par des organisations diverses.

Parmi celles-ci, le **Global Reporting Initiative (GRI)**, fait aujourd'hui office de référence. Selon l'étude sur le reporting environnemental et social conduite en 2005 par KPMG, 40% des rapports publiés par les 250 plus grandes entreprises (Global 250) se basent sur le GRI.²¹

Le GRI est une institution multistakeholder indépendante (c'est à dire regroupant plusieurs types de parties prenantes) dont la mission est de développer et disséminer des normes globales de reporting durable. Créé en 1997, le GRI est devenu indépendant en 2002, et collabore officiellement avec le PNUE (Programme des Nations Unies pour l'Environnement) et le UN Global Compact²². A ce jour, 784 organisations (entreprises, mais aussi organisations non gouvernementales et autorités publiques) ont publié un rapport qui adopte la norme GRI. 15 entreprises suisses utilisent les lignes directrices du GRI.

Le graphique ci-dessous, basé sur l'analyse 2005 de SiRi Company (voir annexe 2) de quelques 1000²³ sociétés, illustre la proportion d'entreprises qui utilisent le GRI selon leur secteur:



Le GRI publie 4 suppléments sectoriels en compléments de ses indicateurs généraux (secteurs automobile, financier, tours opérateurs et télécommunications). L'avantage principal du GRI est que son adoption par un nombre croissant d'entreprises permet une meilleure comparabilité de

²¹ «KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2005» (juin 2005)

²² UN Global Compact (www.globalcompact.org) : en 1999, au Forum économique mondial de Davos (Suisse), le Secrétaire général de l'ONU Kofi Annan a proposé un «pacte mondial» entre l'ONU et les entreprises. Le Secrétaire général a ainsi demandé aux entreprises du secteur privé d'adhérer à dix principes et de les traduire dans leur pratique.

²³ L'univers de recherche de SiRi Company comprend quelques 1000 entreprises représentant environ 90% de la capitalisation de l'indice MSCI World.

l'information et des indicateurs environnementaux et sociaux. Une révision de la norme GRI est en cours ; la troisième génération (G3) de la norme est prévue pour mi-2006.

En marge des lignes directrices de reporting, la **norme AA1000**, développée par Accountability International, s'est imposée. Le système proposé par cette norme permet aux utilisateurs d'établir un processus d'engagement systématique avec leurs multiples parties prenantes qui génère des indicateurs, des objectifs et des systèmes de reporting nécessaires à l'efficacité de la performance organisationnelle globale. La norme AA1000 est complémentaire au GRI puisque son objectif n'est pas de définir le contenu du reporting, mais plutôt d'établir un processus de recueil d'informations centré sur le dialogue avec les parties prenantes.

De nombreuses initiatives sectorielles sont également apparues. Parmi celles-ci, le **EPI-Finance 2000**²⁴ et le **SPI-Finance 2002**²⁵ ont été développés par des institutions financières australiennes, allemandes, hollandaises, sud-africaines, suisses et anglaises. Le GRI a d'ailleurs collaboré avec SPI-Finance lors de l'élaboration des indicateurs sociaux de son supplément pour le secteur financier. De nombreuses autres initiatives existent. Mentionnons notamment les lignes directrices de reporting en santé, sécurité et environnement du **CEFIC** (European Chemical Industry Council), les indicateurs **VfU** pour la performance environnementale du secteur financier, ou la Charte du Développement Durable des opérateurs télécoms **ETNO** (European Telecommunications Network Operators' Association) qui cite la nécessité de transparence sur la performance environnementale et sociale afin que les entreprises soient tenues responsables de leurs actions. Notons également les schémas de reporting pour des thèmes spécifiques à certains secteurs développés par le **World Business Council for Sustainable Development** tels le «Greenhouse Gas Protocol Initiative» ou la création d'un portail Internet sur le reporting durable.

Les entreprises disposent donc de multiples outils pour les guider dans leur reporting.

²⁴ Environmental Performance Indicators (<http://www.epifinance.com/>)

²⁵ Social Performance Indicators (<http://www.spifinance.com/>)

2.2 REPORTING ENVIRONNEMENTAL ET SOCIAL AU NIVEAU INTERNATIONAL

Suite à l'évolution du cadre légal et l'émergence de normes de reporting, un nombre important d'entreprises publie à présent un reporting environnemental et social plus ou moins complet. Un bref survol des chiffres existants au niveau international illustre cette tendance.

SiRi Company, le plus grand réseau de consultants en durabilité des entreprises, et partenaire de la Fondation Ethos, a analysé l'information publiée par quelques 1000 entreprises sur six thèmes: l'éthique des affaires, la société civile, les clients, les collaborateurs et collaboratrices, les fournisseurs et l'environnement.

Selon cette analyse, 46% des sociétés publient des informations exhaustives pour au moins cinq des six thèmes, et seulement 26% le font pour les six thèmes. Par ailleurs, 13% des entreprises ne publient aucune information environnementale et sociale! En outre, seul 17% des entreprises publiant des informations complètes et détaillées sur au moins cinq des six thèmes font vérifier ces informations par un organisme externe.

Ces données globales cachent d'importantes disparités sectorielles. Le secteur des services aux collectivités («Utilities») détient la palme d'or de la transparence: 78% des entreprises de ce secteur publient des informations sur au moins cinq thèmes de manière complète. A l'opposé, ce sont les entreprises du secteur financier qui sont les moins transparentes. Elles ne sont que 30% à publier des informations sur au moins cinq thèmes de manière détaillée.

Mentionnons également les résultats de l'une de plus importantes études sur le sujet: « **KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2005** ». Cette étude, publiée en juin 2005, est la 5^{ème} étude sur le reporting environnemental et social conduite par le cabinet d'audit et de conseil KPMG.

KPMG reconnaît que depuis sa première étude en 1993, le reporting sur les responsabilités de l'entreprise a largement crû. En 2005, **64% des 250 plus grandes sociétés** du monde (Global 250, soit G250) **publiaient un reporting environnemental et social**.

Par ailleurs, KPMG souligne l'évolution radicale d'un reporting purement environnemental vers un reporting sur le développement durable (adressant les trois dimensions: économique, sociale et environnementale), à présent courant dans le G250.

En terme de divergences sectorielles, KPMG soulève également le bon niveau de reporting des entreprises des secteurs industriels à fort impact environnemental, tel le secteur des services aux collectivités. Cependant, KPMG mentionne la croissance record du nombre d'entreprises du secteur financier qui commencent à publier un reporting sur leurs responsabilités.

Finalement, l'étude souligne que si la majorité du reporting environnemental et social a toujours pour support un rapport séparé, un nombre croissant d'entreprises tend à intégrer ces informations dans le rapport annuel.

3. LA SITUATION EN SUISSE

3.1. APPROCHE ETHOS ET METHODOLOGIE

Au vue de l'importance croissante des enjeux environnementaux et sociaux pour les entreprises, Ethos a conduit un **état des lieux au 30 septembre 2005**²⁶ du reporting environnemental et social des sociétés incluses dans le Swiss Market Index (SMI) et le SMI-Mid (SMIM), soit 52 entreprises au total. L'ensemble des documents publiquement accessibles (site Internet compris) a été pris en considération.

L'**objectif** est d'établir si les investisseurs sont pourvus des informations environnementales et sociales nécessaires à leur évaluation des entreprises suisses.

Cette étude articule donc les attentes d'un investisseur à long terme et a pour but d'encourager les entreprises encore réticentes à publier des informations environnementales et sociales pertinentes aux yeux de leurs actionnaires.

Du point de vue d'un investisseur, les **qualités requises** pour un reporting environnemental et social sont notamment :

- L'accessibilité à une information systématique et régulière
- L'identification des enjeux environnementaux et sociaux de l'entreprise
- L'exhaustivité du rapport (couverture géographique et des thèmes abordés)
- La comparabilité des informations
- La crédibilité des informations

L'approche adoptée par Ethos se fonde en grande partie sur la méthodologie développée par SiRi Company avec lequel Ethos collabore depuis de nombreuses années pour l'analyse de la durabilité des entreprises. SiRi Company est le plus grand réseau de consultants en durabilité des entreprises et est représenté en Suisse par Centre Info à Fribourg. SiRi Company, leader de la notation extra-financière, offre des services de conseil et de recherche sur la responsabilité sociale et environnementale des entreprises à des professionnels de la finance gérant plus de EUR 800 milliards.

Le choix des critères a également pris en considération les recommandations du Global Reporting Initiative (GRI), qui fait office de référence en matière de reporting environnemental et social pour de nombreuses entreprises, ainsi que les bonnes pratiques au niveau international.

Les **critères analysés** dans la présente étude sont les suivants :

- Cadre de référence du reporting:
 - A. Existence d'un code de conduite ou de principes d'entreprise
- Contenu du reporting
 - A. Description des responsabilités environnementale et sociale du Conseil d'administration et de la Direction générale
 - B. Description des principaux enjeux environnementaux et sociaux de l'entreprise

²⁶ Schindler a publié son premier rapport sur la citoyenneté d'entreprise en décembre 2005 (rapport Internet). Malgré le fait que la date de publication soit postérieure à la date de couverture de l'étude, Ethos a considéré ce rapport dans le but de mieux refléter le niveau d'avancement de l'entreprise.

- C. Description des systèmes de gestion en place pour faire face aux principaux enjeux
 - D. Publication de données chiffrées sous forme d'indicateurs sur la performance environnementale et sociale
 - E. Description et résultats des procédures de dialogue avec les principales parties prenantes externes
 - F. Communication des objectifs et discussion des résultats
- Format du reporting
 - A. Reporting environnemental et social intégré au rapport annuel ou publié séparément
 - B. Prise en considération de standards tel le Global Reporting Initiative (GRI).
 - C. Etendue de la couverture du reporting environnemental et social
 - D. Audit et procédures de vérification des informations publiées
 - Focus thématique : reporting sur les enjeux liés au changement climatique

Concernant l'analyse du contenu, Ethos a généralement considéré le reporting sur six domaines correspondants à la structure d'analyse de SiRi Company (à l'exclusion du gouvernement d'entreprise), soit l'éthique des affaires, l'environnement, les collaborateurs et collaboratrices, la société civile, les clients et les fournisseurs. Le thème du gouvernement d'entreprise est traité spécifiquement dans une autre étude publiée par Ethos chaque année depuis 2003²⁷.

Pour chacun des critères abordés, l'entreprise a été évaluée selon trois niveaux : oui, partiel ou non. L'entreprise a obtenu un «oui» si Ethos a évalué l'information comme étant exhaustive et pertinente, un «partiel» si de l'information existe mais qu'elle est encore incomplète, et un «non» si l'entreprise ne fournit pas d'information, ou une information très lacunaire.

²⁷ « Gouvernement d'entreprise des sociétés suisses », Novembre 2005. Cette étude est disponible sur le site Internet de d'Ethos: www.ethosfund.ch.

3.2 RÉSULTATS GLOBAUX

3.2.1 Classement global

Le classement global des entreprises est présenté en trois groupes selon le niveau d'avancement du reporting environnemental et social. Ethos distingue ainsi les entreprises :

- **«En démarrage»** : ces entreprises n'ont pas de reporting environnemental et social et ne fournissent pour l'instant encore que des informations très partielles, voire anecdotiques.
- **«En progression»** : ces entreprises fournissent des informations pertinentes mais incomplètes. Elles n'abordent pas toutes les parties prenantes ou leur reporting n'est pas systématique.
- **«Leaders suisses»** : ces entreprises ont un reporting systématique et formalisé. Elles abordent toutes les parties prenantes et identifient leurs enjeux environnementaux et sociaux. Le reporting renseigne sur les systèmes de gestion en place pour faire face aux enjeux de l'entreprise et fournit en outre des données chiffrées sur sa performance environnementale et sociale (indicateurs).

Dans le tableau ci-dessous, les sociétés sont présentées par ordre alphabétique dans chacune des trois catégories:

NIVEAU DE REPORTING ENVIRONNEMENTAL ET SOCIAL (au 30 septembre 2005)					
«En démarrage»		«En progression»		«Leaders suisses»	
ACTELION	SMIM	ADECCO	SMI	ABB	SMI
CONVERIUM	SMIM	CHARLES VÖGELE	SMIM	BÂLOISE	SMI
JULIUS BÄR	SMI	CLARIANT	SMI	CIBA	SMI
KABA	SMIM	GIVAUDAN	SMI	CREDIT SUISSE	SMI
KUDELSKI	SMI	KUEHNE & NAGEL	SMIM	GEBERIT	SMIM
LOGITECH	SMIM	KUONI	SMIM	GEORG FISCHER	SMIM
PARGESA	SMIM	LINDT & SPRÜNGLI	SMIM	HOLCIM	SMI
PSP SWISS PROPERTY	SMIM	LONZA	SMI	NOVARTIS	SMI
PUBLIGROUPE	SMIM	MICRONAS	SMIM	ROCHE	SMI
RICHEMONT	SMI	NESTLE	SMI	SIG	SMIM
SAURER	SMIM	NOBEL BIO CARE	SMI	SULZER	SMIM
SGS	SMI	PHONAK	SMIM	SWISS RE	SMI
SWISS LIFE	SMI	RIETER	SMIM	SWISSCOM	SMI
SYNTHE S	SMI	SCHINDLER	SMIM	SYNGENTA	SMI
TECAN	SMIM	SEZ	SMIM	UBS	SMI
VALORA	SMIM	SERONO	SMI		
ZURICH FIN. SERVICES	SMI	SIKA	SMIM		
		STRAUMANN	SMIM		
		SWATCH GROUP	SMI		
		UNAXIS	SMIM		

A la lecture de ce tableau, on peut relever que la majorité des entreprises du SMI/SMIM, soit **35 entreprises (67%), publient de l'information environnementale et sociale partielle ou complète** (entreprises «leaders suisses» et «en progression»).

Parmi les sociétés «en démarrage», quelques entreprises font mention de leurs responsabilités environnementales et/ou sociales dans leur rapport annuel (Julius Bär, Richemont, Swiss Life, Valora et Zurich Financial Services) tandis que d'autres n'en font aucune mention. Ainsi, **12 entreprises du SMI/SMIM (23%) ne publient aucune information** sur leurs responsabilités environnementale et sociale sous forme de reporting régulier à l'attention de ses actionnaires, dont 3 entreprises du SMI.

Si les entreprises «en démarrage» et «leaders suisses» forment deux groupes homogènes, le groupe des entreprises «en progression» est relativement hétéroclite et comprend des exemples très variés de reporting. En effet, malgré la pertinence des informations communiquées dans le reporting des entreprises «en progression», le manque de formalisation ou l'absence de certaines données les différencie clairement des leaders suisses.

Kuoni par exemple publie un rapport qui comprend des informations très pertinentes sur ses impacts environnementaux en tant que voyageur et sur les mesures prises pour limiter ces derniers. Cependant, ce rapport ne couvre que Kuoni Switzerland, et non Kuoni Group. C'est donc un rapport partiel, puisqu'un investisseur est intéressé par la stratégie et la performance de tout le groupe.

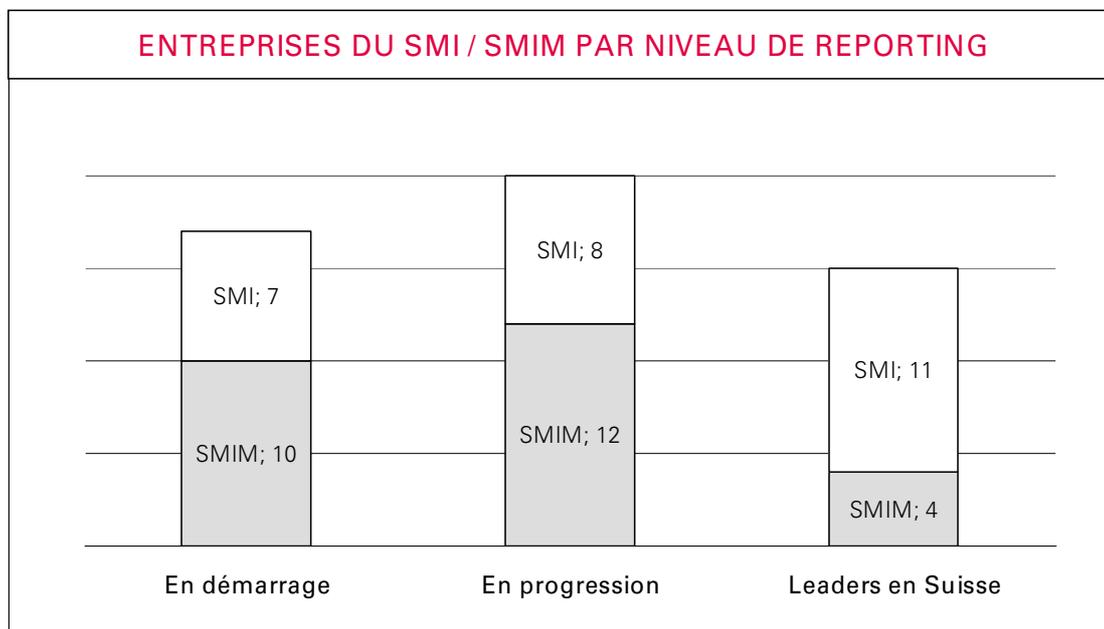
De son côté, Nestlé figure également dans la section «en progression» malgré la quantité importante d'informations publiées par l'entreprise, car son reporting environnemental et social manque de systématique. L'entreprise publie chaque année certaines informations dans son rapport annuel, et les complète par un rapport séparé sur un enjeu environnemental ou social précis. Mais l'information présentée dans ces rapports séparés est ponctuelle et non suivie d'une année sur l'autre, et ne permet donc pas à l'investisseur d'évaluer l'évolution de l'impact environnemental et social de l'entreprise.

En ce qui concerne des **différences entre les secteurs d'activité**, on constate que ce sont les entreprises des secteurs de la chimie, de la pharma et des équipements industriels qui sont le plus en avance en terme de reporting environnemental et social. Historiquement ce sont ces secteurs qui ont développé et implémenté des systèmes de management environnemental les premiers. L'information environnementale ayant été en Suisse le précurseur du reporting sur la responsabilité des entreprises, ces secteurs restent globalement en avance sur les autres secteurs. Le secteur des biens cycliques est le secteur qui publie le moins d'information sur ses enjeux environnementaux et sociaux. Concernant le secteur financier et des assurances, les résultats sont très variables d'une entreprise à l'autre. Relevons que ces conclusions sur un univers restreint de sociétés vont toutefois dans le sens de l'étude de l'IfSM qui analyse chaque année le reporting environnemental et social des 250 plus grandes entreprises suisses²⁸.

²⁸ IfSM, Institut for Sustainable Management (www.ifsm.ch) : cet institut de la Haute Ecole Spécialisée (HES) d'Argovie publie chaque année depuis 2003 une analyse détaillée du reporting environnemental et social annuel des plus grandes sociétés suisses cotées et non cotées. Dernière version : Daub, C.-H. et al. (2005), Geschäftsberichterstattung Schweizer Unternehmen 2005 (Annual Reporting of Swiss Companies 2005), Basel.05).

3.2.2 Résultats globaux par capitalisation

Le graphique ci-dessous illustre la décomposition des trois niveaux de reporting, en fonction de l'indice auquel appartiennent les entreprises:



Si la majorité des «leaders suisses» sont des entreprises du SMI, reflétant que la taille de l'entreprise reste un facteur déterminant de son degré de transparence, il y a tout de même encore 7 entreprises du SMI (27%), qui n'ont pas formulé de reporting environnemental et social (entreprises «en démarrage»). Le chiffre pour le SMIM est de 10 entreprises (38%).

Parmi les entreprises du SMIM, mentionnons que 4 entreprises (Geberit, Georg Fischer, SIG et Sulzer) se positionnent parmi les «leaders suisses» en matière de reporting environnemental et social répondant ainsi depuis plusieurs années de façon satisfaisante aux attentes des investisseurs à long terme.

3.3 RESULTATS SPECIFIQUES

Cette section souligne les attentes d'un investisseur à long terme pour chaque critère analysé, et présente les résultats spécifiques.

3.3.1 Cadre de référence du reporting

A. Existence d'un code de conduite et principes d'entreprises

Bien qu'un code de conduite ou des principes d'entreprise ne soient pas un outil de reporting en tant que tel, ce sont des documents clés qui permettent à un investisseur de mieux comprendre la nature de l'engagement de l'entreprise face à ses responsabilités. Ils chapeautent donc les autres publications environnementales et sociales.

La **différence entre un code de conduite et des principes d'entreprise** n'est pas évidente au premier abord pour l'investisseur soucieux de connaître la politique de l'entreprise sur ses différentes responsabilités et la nature de son engagement. Elle réside principalement dans le fait qu'un code est un engagement contraignant pris par le Conseil d'administration, accompagné de mesures de mises en œuvre, et devant être appliqué par l'ensemble des collaborateurs et des collaboratrices, parfois sous peine de sanctions. Il ne se limite donc pas à une déclaration de bonnes intentions. Des principes d'entreprises sont par contre généralement moins formels, et adressent la vision globale de l'entreprise sur les thèmes concernés.

Un code de conduite apparaît donc comme un document plus précis et formel, avec des implications juridiques potentielles. Cependant, il est encore souvent limité à un seul thème, tels l'éthique des affaires ou les fournisseurs, lui conférant une dimension opérationnelle précise. Les principes d'entreprise tendent par contre à couvrir la vision de l'entreprise sur toutes les thématiques liées à ses responsabilités.

Pour que l'entreprise obtienne un «oui» à ce critère, le code de conduite ou les principes d'entreprise doit/vent couvrir à la fois l'éthique des affaires et les responsabilités environnementales et sociales.

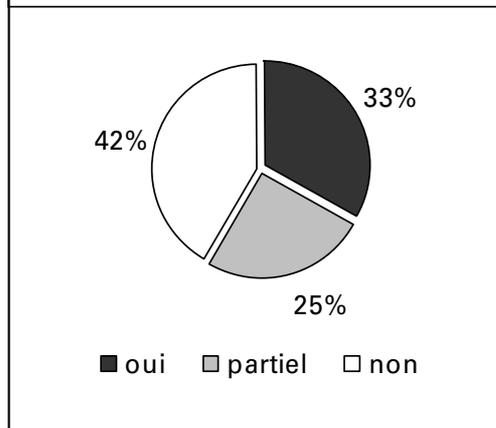
➡ Résultats:

Parmi les 52 entreprises considérées, 17 entreprises (33%) publient des principes d'entreprise ou un code de conduite incluant à la fois des principes d'éthique des affaires et de responsabilité environnementale et sociale. Cela concerne 11 entreprises du SMI et 6 entreprises du SMIM.

13 entreprises (25%) ont des principes ou des codes qui adressent soit l'éthique des affaires soit leurs responsabilités environnementale ou sociale. Leurs documents sont considérés comme partiels. Finalement, **22 entreprises (42%) ne publient ni code de conduite ni principes d'entreprise**. Parmi ces sociétés figurent 8 entreprises du SMI.

Parmi les **codes de conduite les plus complets**, mentionnons ceux de **Swiss Re, SEZ et Swisscom**. Ceux-ci couvrent le respect des principes d'éthique des affaires et de gouvernement d'entreprise, les collaborateurs et collaboratrices (conditions de travail, diversité, santé/sécurité, etc.), l'environnement, le dialogue avec la société civile, la priorité donnée aux fournisseurs respectant des mêmes principes, et la satisfaction des clients. En terme de mise en œuvre, ces codes mentionnent la responsabilité du management et l'existence de systèmes d'alerte en cas de non conformité.

Fig 3.3.1: Existence de codes de conduite et de principes d'entreprise



Notons que selon les contacts établis par Ethos, **plusieurs entreprises travaillent actuellement sur un code de conduite ou des principes d'entreprises**. C'est le cas de Nobel Biocare, Straumann, Phonak, UBS (l'UBS a déjà un code intitulé «Code of Business Conduct and Ethics at the UBS Group» qui n'adresse que l'éthique des affaires) et Valora.

3.3.2 Contenu du reporting

A. Description des responsabilités environnementale et sociale du Conseil d'administration et de la Direction générale

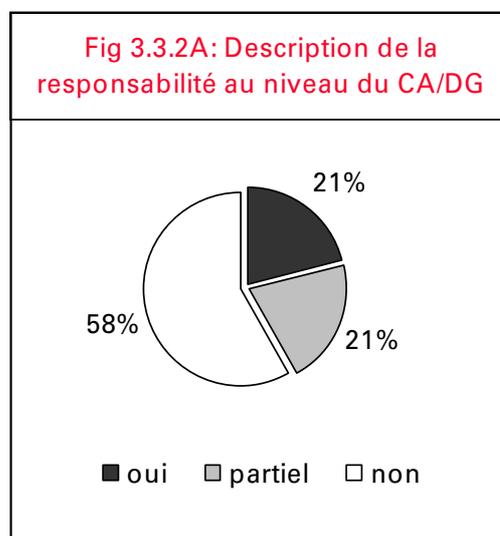
Ce critère analyse la communication des responsabilités du Conseil d'administration (CA) et de la Direction générale (DG) en matière environnementale et sociale. Ces responsabilités peuvent être organisées par partie prenante (ressources humaines, environnement, fournisseurs, clients, actionnaires) ou être coordonnées par un seul répondant chapeautant l'ensemble des responsabilités environnementales et sociales de l'entreprise. Si les responsables désignés dans le reporting ne sont pas membre du Conseil d'administration ou de la Direction générale, la hiérarchisation des responsabilités jusqu'à ce niveau doit être clairement mentionnée.

Une entreprise obtient un «oui» si elle communique les responsabilités du management vis-à-vis des collaborateurs et des collaboratrices, de l'environnement, ainsi que sur un des thèmes suivants: relations avec la société civile, relations avec les fournisseurs, ou éthique des affaires.

➔ Résultats:

Les résultats révèlent que l'information sur les responsabilités environnementales et sociales du Conseil d'administration ou de la Direction générale est encore rarement fournie. En effet, **30 entreprises (58%) ne fournissent pas ces informations**. En règle générale, les investisseurs soucieux de comprendre la place accordée au développement durable dans la stratégie de l'entreprise et l'organisation qui en résulte ne sont donc pas en mesure d'obtenir cette information en lisant les rapports des entreprises.

Seules 11 entreprises (21%) communiquent sur les responsabilités environnementales et sociales au sein du Conseil d'administration ou de la Direction générale.



Parmi les 21% de «oui», **7 entreprises ont un «responsable CSR**», du terme anglo-saxon «Corporate Social Responsibility». C'est à dire que 7 entreprises ont au sein de leur Conseil d'administration ou de leur Direction générale une personne chargée de superviser toutes les questions liées aux responsabilités environnementales et sociales de l'entreprise. Ethos a donné un «oui» à ces sociétés bien que d'une entreprise à l'autre, les fonctions de ces responsables peuvent varier. De manière générale, **la couverture des responsabilités n'est pas toujours clairement spécifiée dans les rapports.**

Par ailleurs, une seule société du SMIM, **Geberit**, obtient un «oui» à ce critère. Cette entreprise n'a pas directement de responsable environnemental et social au sein du Conseil d'administration ou de la Direction générale, mais elle communique cependant de façon très claire la hiérarchisation des responsabilités jusqu'à ce niveau.

L'information la plus fréquemment fournie est la responsabilité des ressources humaines (19 entreprises). A l'inverse, l'information la plus rarement fournie est celle sur les responsabilités en terme de dialogue avec la société civile. **Novartis** est la seule entreprise à fournir cette information dans son rapport GRI.

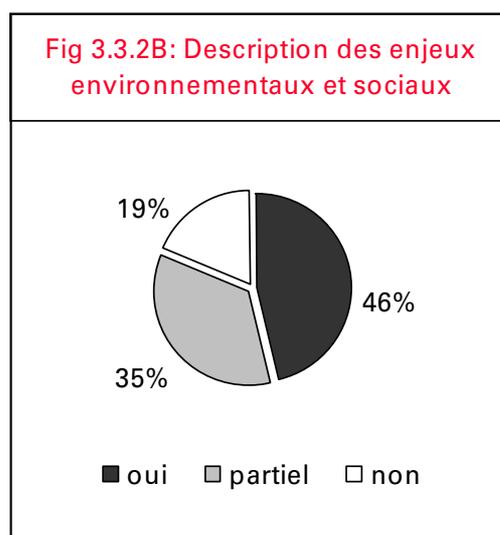
B. Description des principaux enjeux environnementaux et sociaux

La description des enjeux environnementaux et sociaux constitue, du point de vue d'un investisseur, **l'un des points fort du reporting**. Elle lui permet notamment de juger si l'entreprise a su identifier les enjeux qui pourraient potentiellement affecter sa valeur à court, moyen ou long terme. L'étude publiée par la firme de conseil Pléon sur l'attitude des parties prenantes de l'entreprise à l'égard du reporting environnemental et social²⁹ a conclu que les rapports publiés manquent systématiquement de répondre aux attentes des analystes, investisseurs et actionnaires car les avantages émanant d'une stratégie environnementale et sociale sont le plus souvent ignorés ou ne sont pas présentés de manière convaincante.

Ce critère a donc cherché à identifier les entreprises qui reconnaissent clairement les implications stratégiques des considérations environnementales et sociales («oui»), qui n'abordent que les implications de certains enjeux («partiel»), ou qui ne communiquent pas sur cette dimension («non»). A noter que la question du choix des enjeux spécifiques présentés par l'entreprise n'a pas été abordée ici, ceux-ci étant par définition propres à chaque entreprise en fonction de ses activités, de ses implantations, de ses produits. Ethos n'a cependant accordé de «oui» qu'aux entreprises qui identifiaient les implications de leurs enjeux environnementaux ET sociaux, c'est à dire qui ont adopté une approche globale de leurs responsabilités.

➔ Résultats:

Un peu moins de la moitié des entreprises analysées, soit 24 sociétés (46%), reconnaissent les implications de leurs enjeux environnementaux et sociaux dans leur reporting. La majorité des entreprises du SMI/SMIM ne pouvoit donc pas ses investisseurs de cette information clé.



²⁹ «Accounting for Good: the Global Stakeholder Report 2005 – The Second World-wide Survey on Stakeholder Attitudes to CSR Reporting», Pleon, Amsterdam and Bonn, September 2005.

Les entreprises issues des secteurs sensibles tels le secteur industriel ou celui de la santé identifient plus fréquemment les implications de leurs enjeux environnementaux et sociaux dans leur reporting, cela en raison des risques liés à la santé, la sécurité et l'environnement propre à leur activité. Cependant, les entreprises d'autres secteurs, tel le secteur financier, font également preuve de discernement quant à la pertinence des considérations environnementales et sociales pour leurs affaires. C'est par exemple le cas de la **Bâloise**, de **Credit Suisse**, de **Swiss Re** et de **l'UBS**, qui font chacune des références explicites aux implications stratégiques de ces considérations.

A titre d'exemple, voici une citation tirée du rapport environnemental de **l'UBS**, accessible sur Internet et publié en complément de l'information environnementale et sociale incluse dans son rapport annuel:

«Nous croyons que nos compétences en terme de management environnemental et le sérieux avec lequel nous assumons nos responsabilités – vis à vis de la société et de l'environnement – bénéficient à notre réputation. Notre reporting environnemental illustre comment l'engagement environnemental de l'UBS affecte sa valeur financière, et souligne l'effet du 'facteur environnemental' sur les différents paramètres créateurs de valeurs qui déterminent la valeur de marché de l'UBS»³⁰.

Par ailleurs, en terme de présentation des enjeux et de leurs implications, mentionnons le rapport de développement durable de **Sulzer** («Sustainability Summary 2004»). Celui-ci contient un tableau présentant très clairement pour chacune des parties prenantes de l'entreprise l'objectif que s'est fixée la société, le facteur de succès, ou autrement dit les bénéfiques que l'entreprise peut en retirer, et les outils de mise en œuvre. Le site Internet de l'entreprise dédie également une section à la relation entre les implications financières des enjeux environnementaux intitulée «Environment and profitability».

Finalement relevons que parmi les entreprises ayant adressé les implications de leurs enjeux environnementaux et sociaux, une seule figure parmi les entreprises «en démarrage». **Kaba** a en effet publié pour la première fois en 2004 un document appelé «Sustainability Charta». Bien que ce document constitue une charte et non pas un rapport environnemental et social en soi, il passe tout de même en revue les engagements de Kaba, ses enjeux et certaines mesures prises.

C. Description des systèmes de gestion en place pour faire face aux principaux enjeux

Cette information constitue le corps du reporting environnemental et social et permet à l'investisseur d'évaluer la mise en œuvre opérationnelle des principes de l'entreprise au sein de ses différentes activités. Cette information doit faire l'objet d'un reporting régulier afin qu'elle soit à jour et qu'elle permette de tirer des conclusions du succès ou des obstacles rencontrés dans la mise en œuvre des programmes. Ce critère vise à définir si les entreprises effectuent un reporting sur les différents programmes mis en place pour répondre à leurs enjeux environnementaux et sociaux, soit leurs systèmes de gestion de la qualité des produits, de gestion environnementale, et de gestion et consultation des différentes parties prenantes.

➔ Résultats:

Seules ABB et Novartis fournissent un reporting complet sur leurs programmes, c'est-à-dire qui aborde l'éthique des affaires, la gestion des collaborateurs et des collaboratrices, le système de management environnemental, la gestion de la satisfaction des clients et de la qualité des produits, ainsi que celle des fournisseurs, et qui donne des informations sur

³⁰ Le rapport environnemental Internet de l'UBS n'existant qu'en anglais et en allemand, ce passage a donc été traduit.

les mesures récentes et l'évolution des projets en cours. 12 autres entreprises adressent leurs programmes sur tous ces thèmes de façon plus ou moins complète.

Notons le pourcentage élevé d'entreprises qui publient de l'information sur les **programmes collaborateurs et collaboratrices** (75% des 52 sociétés) et sur leur **système de management environnemental** (71% des 52 entreprises). A l'opposé, l'information sur les programmes en place pour appliquer les principes environnementaux et sociaux aux **fournisseurs** est rare. Seules 7 (13%) entreprises communiquent clairement sur ces programmes, à savoir **ABB, Crédit Suisse, Holcim, Novartis, UBS, Charles Vögele et Sulzer**.

Finalement, l'information sur les **programmes d'éthique des affaires** est quasiment absente des rapports, 35 entreprises (67%) ne communiquant pas du tout dessus. Seules 10 entreprises (19%) communiquent des informations complètes sur leurs programmes d'éthique des affaires.

D. Publications de données du groupe sous forme d'indicateurs sur la performance environnementale et sociale

Les indicateurs de performance chiffrés sur plusieurs années sont à l'analyse environnementale et sociale ce que sont les comptes à l'évaluation financière. Cette information quantifiée offre un aperçu global et objectif de la performance absolue et relative, permet d'observer les tendances, et de juger les progrès ou les reculs. Le choix des indicateurs fait toutefois l'objet de nombreuses discussions. Si le Global Reporting Initiative (GRI, voir p.13) tente d'y répondre de façon globale, les entreprises choisissent souvent de compléter leur reporting par le biais d'initiatives sectorielles, à l'instar de l'EPI-Finance et du SPI-Finance pour le secteur financier (voir p.14). Le GRI complète également ses indicateurs par des suppléments sectoriels.

Par ailleurs l'interprétation des indicateurs n'est pas chose aisée et, en particulier dans le contexte de fusions, acquisitions, développement de nouvelles lignes de production, etc. Ce point est la pierre d'achoppement de nombreux rapports environnementaux et sociaux.

L'objectif de ce critère est de définir si les entreprises analysées fournissent des données chiffrées nécessaires à une évaluation de leur performance environnementale et sociale. Ont notamment été recherchés des indicateurs environnementaux, relatifs et absolus, couvrant la majorité des activités de l'entreprise, des indicateurs sociaux sur la majorité des collaborateurs et des collaboratrices (taux d'absentéisme, formation, amendes sur la santé & sécurité, taux de satisfaction), des données sur la qualité des produits et la satisfaction des clients, ainsi que des chiffres sur les fournisseurs (audit, répartition géographique, etc.) illustrant la performance de l'entreprise sur plusieurs années.

➔ Résultats:

Parmi les 52 sociétés du SMI/SMIM, **Holcim** est la seule entreprise, quand bien même certains indicateurs manquent encore, à publier des données sur les quatre thèmes que sont l'environnement, les collaborateurs et les collaboratrices, les clients et les fournisseurs.

Les résultats par thème illustrent que certains chiffres sont plus fréquemment publiés que d'autres. En effet, si 23 entreprises (44%) publient des indicateurs environnementaux satisfaisants («oui»), seules 4 entreprises fournissent des indicateurs pertinents sur les collaborateurs et collaboratrices (**ABB, Novartis, Roche et Sulzer**), seule **Swisscom** publie des données complètes sur les clients et finalement, **Holcim et Schindler** fournissent les chiffres les plus complets sur les fournisseurs.

21 des entreprises analysées (40%) ne fournissent aucun indicateur environnemental et social pertinents.

E. Description et résultats des procédures de dialogue avec les principales parties prenantes externes

Le but de ce critère est d'établir si les entreprises analysées publient des informations sur l'état du dialogue qu'elles mènent avec leurs parties prenantes externes, ainsi que sur des programmes de consultation des différentes parties prenantes externes de l'entreprise, à savoir le plus souvent les syndicats, les collectivités locales et les parties prenantes environnementales, et le cas échéant sur les résultats des **procédures de consultations**.

Cette information illustre l'ouverture de l'entreprise au dialogue et à la transparence avec ses parties prenantes externes, qui permettent à l'entreprise d'aborder certaines thématiques difficiles dans un cadre de confiance favorisant le développement de solution et d'éviter l'émergence soudaine de controverses. Il est donc pertinent de demander à l'entreprise comment elle aborde ce dialogue.

➤ Résultats:

Cette information reste encore rare. 22 entreprises (42%) abordent le sujet, dont seulement 9 entreprises (17%) communiquent réellement leurs procédures de dialogue et le résultat de cet engagement, **et 30 entreprises (58%) n'adressent pas ce thème**.

F. Communication des objectifs et discussion des résultats

La communication d'objectifs et une discussion sur l'atteinte ou non de ces derniers permet à l'investisseur de situer le reporting et les programmes en place dans un contexte dynamique de progrès continu. Ce critère a évalué si les objectifs environnementaux et sociaux de l'entreprise étaient communiqués. Puis dans un deuxième temps si les résultats étaient commentés en regard des précédents objectifs fixés.

➤ Résultats:

Peu d'entreprises font part de leurs objectifs en terme de responsabilité environnementale et sociale, puisque seules **12 sociétés (23%) communiquent leurs objectifs environnementaux et sociaux dans leur reporting**. Par ailleurs, seules 5 entreprises (10%) discutent de l'atteinte ou non de leurs objectifs environnementaux et sociaux.

A titre d'exemple, mentionnons le plan d'action du rapport de **Syngenta** («Corporate Social Responsibility Report 2004») qui présente sur quatre pages les objectifs, les mesures, les indicateurs de performance et un rapport de progrès pour plus d'une vingtaine de thèmes environnementaux et sociaux spécifiques. Ces informations permettent au lecteur du rapport de cerner la dynamique de la stratégie environnementale et sociale de l'entreprise.

3.3.3 Format du reporting

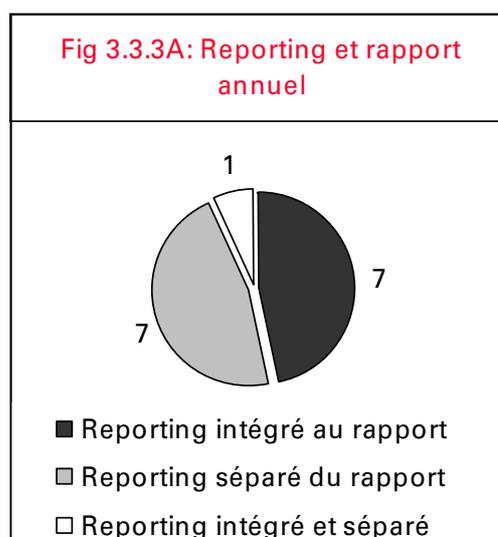
A. Reporting environnemental et social intégré au rapport annuel ou publié séparément

Concernant la publication du reporting environnemental et social, Ethos privilégie la présentation d'information dans le rapport annuel à destination de l'ensemble des actionnaires de l'entreprise, étant donné la matérialité de l'information pour les investisseurs. Par ailleurs, le rapport annuel constitue une publication régulière. Toutefois, étant donné la complexité du recueil des informations pour l'ensemble du groupe, les informations de base figurant dans le rapport annuel peuvent être complétées par un document séparé plus exhaustif ou par de l'information sur le site Internet de l'entreprise.

➔ Résultats:

Comme illustré ci-dessous, parmi les 15 entreprises «leaders suisses»

- 7 entreprises privilégient une information environnementale et sociale détaillée dans leur rapport annuel;
- Une entreprise, **Novartis**, publie à la fois un rapport annuel intégré et un rapport séparé dans le format préconisé par le GRI, critère par critère;
- 7 entreprises privilégient la forme séparée pour l'information détaillée. Ces entreprises mentionnent toutefois leur reporting environnemental et social dans leur rapport annuel.



On note toutefois que la tendance va vers une intégration des informations environnementales et sociales dans les rapports annuels. Ainsi, parmi les «leaders suisses» plusieurs entreprises ont fait le pas d'intégrer cette information dans leur rapport annuel 2004, alors que celle-ci était précédemment publiée séparément. C'est le cas notamment de **Ciba**, **Roche**, **Swisscom** et de l'**UBS**.

Mentionnons encore le cas du **Credit Suisse** qui publie un rapport sur le développement durable sur son site Internet comme faisant partie intégrante du rapport annuel du groupe. Celui-ci n'est toutefois pas envoyé systématiquement avec le rapport annuel «financier». Le document incluant la revue des affaires (business review), également non distribué systématiquement, fait aussi mention des aspects environnementaux et sociaux des activités de la banque. Une autre entreprise, **Schindler**, a publié en 2005 son premier rapport sur la citoyenneté d'entreprise sur son site Internet, privilégiant ainsi ce support à un rapport papier.

Les entreprises «en démarrage» qui publient quelques informations environnementales et sociales privilégient également la forme intégrée. Ainsi, **Julius Baer**, **Richemont** et **Swiss Life** ont intégré quelques informations sur leurs responsabilités environnementales et sociales dans leur rapport annuel 2004 alors qu'ils n'adressaient aucunement ces thèmes les années précédentes³¹.

B. Prise en considération de standards tel le Global Reporting Initiative (GRI)

Une entreprise qui base son reporting sur un standard reconnu s'inscrit dans l'effort global pour parvenir à une meilleure comparabilité de ses indicateurs sociaux et environnementaux, et répond par ailleurs à un format de reporting qui rend la recherche d'informations plus aisée. Le but de ce critère est donc d'identifier le nombre d'entreprises suisses du SMI/SMIM qui a adopté les lignes directrices du GRI, norme volontaire la plus utilisée (voir p.13).

➤ Résultats:

Sur les 52 entreprises analysées, **10 entreprises (19%) se basent sur le GRI**. Cela représente 26% des entreprises qui publient de l'information environnementale et/ou sociale.

Le site Internet du GRI répertorie les entreprises qui publient un reporting selon le format préconisé. Les entreprises peuvent faire une auto-déclaration de conformité avec les normes («in accordance with the GRI Guidelines»). En Suisse, seule **Holcim** est référencée comme telle sur le site du GRI. Des sociétés telles que **Novartis** et **ABB** publient un rapport GRI selon le format préconisé par cet organisme, mais n'ont pas effectué d'auto-déclaration de conformité. Elles sont uniquement référencées comme utilisatrices des normes sur le site officiel du GRI.

Finalement, parmi les entreprises qui se basent sur ces lignes directrices, certaines ne répondent pas pour autant à tous les indicateurs. C'est le cas d'**Adecco** qui, au vu de son activité, a prioritairement axé sa communication sur son impact social et n'adresse pas pour l'instant les indicateurs de performance environnementale.

C. Etendue de la couverture du reporting environnemental et social

Un rapport environnemental et social n'est pertinent que s'il aborde toutes les activités du groupe. Cependant la question de la couverture du reporting est sujette à débats. Selon le GRI³², certaines entreprises couvrent la partie de leur activité qui est sous leur contrôle direct alors que d'autres sociétés tentent de couvrir leur empreinte environnementale et sociale globale, qui peut s'étendre bien au delà de leurs activités. Afin que le lecteur connaisse la couverture du rapport et ainsi l'interprétation des informations qui y sont présentées, il est important que l'entreprise mentionne quelles activités, sites ou nombre de collaborateurs et collaboratrices sont couverts par le rapport en question.

La communication sur la couverture du reporting environnemental et social et l'étendue de celle-ci sont fondamentales puisque seul un rapport couvrant la majorité des activités de l'entreprise est pertinent pour l'actionnaire. La couverture du rapport environnemental et social devrait donc être équivalente à celle de son reporting financier.

➤ Résultats:

12 sociétés (23%) sur les 52 analysées communiquent clairement la couverture de leur rapport, mais seules 7 entreprises obtiennent un «oui» à cette question. En effet, **seul 13%**

³¹ Swiss Life avait préalablement publié un rapport environnemental, mais uniquement en 1999.

³² Voir le lien suivant: <http://www.globalreporting.org/guidelines/protocols/boundaries.asp>

des sociétés du SMI/SMIM mentionnent clairement que leur reporting couvre la majorité des activités du groupe.

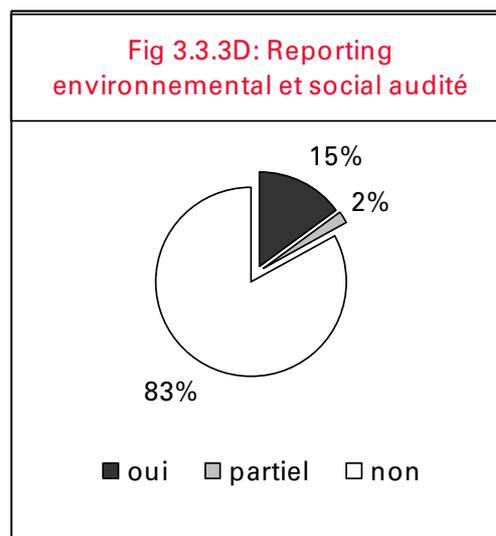
D. Audit et procédures de vérification des informations publiées:

La vérification d'un rapport environnemental et social par un organisme externe est un gage de crédibilité des informations qui y sont présentées pour l'investisseur et les parties prenantes de l'entreprise. En effet, selon l'étude publiée par la firme de conseil Pléon³³, 60% des stakeholders consultés estiment qu'une déclaration officielle de vérification du rapport est une preuve de crédibilité.

L'objectif de ce critère est de définir le nombre d'entreprises du SMI/SMIM qui publient un reporting environnemental et social audité, et de relever les différences qui existent entre ces différentes validations.

➔ Résultats:

Seules 8 entreprises (15%) ont un rapport environnemental et/ou social audité. C'est le cas d'**ABB, Ciba, Micronas, Novartis, Roche, SEZ, Syngenta** et **UBS**. Par ailleurs, une entreprise, **Swiss Re**, fait uniquement auditer ses chiffres sur les émissions de CO₂. Elle obtient un «partiel» à ce critère.



Relevons que l'information auditée peut varier d'un rapport à l'autre. En effet, la vérification des données peut porter sur tout le processus de recueil de l'information depuis les différents sites du groupe, ou simplement sur le processus de reporting des chiffres une fois recueillis.

Parmi les cas présentés, les informations les plus souvent validées sont les indicateurs environnementaux et ceux liés à la santé et à la sécurité, ainsi que le processus interne de reporting et de gestion des données. Dans la majorité des cas, les auditeurs n'effectuent pas de visite des sites, à l'exception des rapports de Roche, Novartis et de Syngenta, tous les trois audités par PricewaterhouseCoopers (PwC). Dans le cas de Roche, l'auditeur a été sur des sites en Suisse, en Italie, au Mexique, aux Etats Unis et en Chine. De même, PwC a conduit des visites de différents sites de production de Novartis en Allemagne, au Brésil, aux Etats-Unis, en France, en Italie et en Slovénie. Concernant Syngenta, PwC a visité des sites au Royaume-Uni et en France.

³³ «Accounting for Good: the Global Stakeholder Report 2005 – The Second World-wide Survey on Stakeholder Attitudes to CSR Reporting», Pleon, Amsterdam and Bonn, September 2005.

3.3.4 Focus thématique : reporting sur les enjeux liés au changement climatique

Les investisseurs institutionnels sont de plus en plus soucieux des **implications du changement climatique pour les affaires des entreprises**. En effet, bien que certains secteurs soient plus à risque que d'autres, le changement climatique et les politiques mises en place pour tenter d'inverser ce phénomène ont un impact potentiel sur la valeur de toutes les entreprises et révèlent de nouveaux risques, mais également de nouvelles opportunités à saisir.

Le **Carbon Disclosure Project** (voir p.8) adresse ainsi chaque année depuis 2003 un questionnaire aux 500 plus grosses capitalisations mondiales sur leurs émissions de gaz à effet de serre. En 2006, ce chiffre passera à 1800 sociétés. 10 entreprises suisses ont rempli ce questionnaire, soit: **ABB, Credit Suisse, Holcim, Nestlé, Novartis, Roche, Swiss Re, Swisscom, UBS, et Zurich Financial Services**.

Un reporting sur la stratégie mise en place en vue de cette évolution et les performances en terme d'émissions de gaz à effet de serre intéresse donc tout particulièrement l'investisseur à long terme. Ce critère cherche ainsi à identifier dans un premier temps si l'entreprise reconnaissait les implications du changement climatique pour son activité et, le cas échéant, si elle avait mis en place un programme spécifique pour y répondre, puis finalement si l'entreprise fournissait des chiffres sur ses émissions de gaz à effet de serre.

➔ Résultats:

- 25 entreprises (48%) communiquent sur des programmes de réduction des gaz à effet de serre et 26 (50%) fournissent des données chiffrées sur leurs émissions.
- En revanche, seules 5 entreprises (10%) communiquent sur les implications du changement climatique pour leurs affaires dans leur rapport.

Parallèlement, les résultats révèlent que toutes les entreprises qui ont répondu au questionnaire du CDP communiquent sur leurs programmes de gestion du changement climatique et les implications de cet enjeu dans leur reporting annuel, à l'exception de Zurich Financial Services.

PERSPECTIVES

Au niveau suisse, même si aucune législation ou directive n'oblige les entreprises à communiquer des informations environnementales et sociales, l'étude montre que deux tiers des entreprises analysées publient de l'information plus ou moins complète sur ces thèmes. Cette situation de reporting volontaire mais non systématique n'est cependant pas jugée suffisante par Ethos et par plusieurs autres investisseurs institutionnels.

Ainsi, l'**Ethos Engagement Pool**, lancé par Ethos à la demande de plusieurs caisses de pension suisses incite les entreprises par un dialogue direct et actif avec celles-ci à publier de manière systématique des informations structurées et complètes sur les implications environnementales et sociales de leurs activités. Cette démarche vise à assurer le succès à long terme des sociétés pour leurs actionnaires et leurs autres parties prenantes.

Les résultats du reporting environnemental et social en Suisse se situent actuellement dans la moyenne internationale. Cependant, au niveau global, le reporting des entreprises sur leurs responsabilités à ces égards est également jugé insuffisant. Ainsi, l'Union Européenne œuvre pour demander plus de transparence sur ces thèmes dans le cadre de la modernisation des normes comptables. Étant donné l'importance des enjeux environnementaux et sociaux, la Suisse pourrait également être amenée à conduire une telle réflexion. Les entreprises suisses ont ainsi tout intérêt à prendre les devants. Comme l'illustre cette étude, certaines d'entre elles l'ont d'ailleurs bien compris.

ANNEXES

ANNEXE 1 : LISTE DES SOCIETES ANALYSEES

Indice	Entreprise	Indice	Entreprise
SMI	ABB	SMIM	Phonak
SMIM	Actelion	SMIM	PSP Swiss Property
SMI	Adecco	SMIM	PubliGroupe
SMI	Bâloise	SMI	Richemont
SMIM	Charles Vögele	SMIM	Rieter
SMI	Ciba	SMI	Roche
SMI	Clariant	SMIM	Saurer
SMIM	Converium	SMIM	Schindler
SMI	Credit Suisse	SMI	Serono
SMIM	Geberit	SMIM	SEZ
SMIM	Georg Fischer	SMI	SGS
SMI	Givaudan	SMIM	SIG
SMI	Holcim	SMIM	Sika
SMI	Julius Bär	SMIM	Straumann
SMIM	Kaba	SMIM	Sulzer
SMI	Kudelski	SMI	Swatch Group
SMIM	Kühne + Nagel	SMI	Swiss Life
SMIM	Kuoni	SMI	Swiss Re
SMIM	Lindt & Sprüngli	SMI	Swisscom
SMIM	Logitech	SMI	Syngenta
SMI	Lonza	SMI	Synthes
SMIM	Micronas	SMIM	Tecan
SMI	Nestlé	SMI	UBS
SMI	Nobel Biocare	SMIM	Unaxis
SMI	Novartis	SMIM	Valora
SMIM	Pargesa	SMI	Zurich Financial Services

ANNEXE 2 : PORTRAITS D'ETHOS ET DE SIRI COMPANY



La **Fondation Ethos** a été créée en 1997 par deux caisses de pension genevoises et regroupe actuellement 75 institutions membres. Elle a pour but de favoriser la prise en compte des principes de développement durable et des règles de bonne pratique de gouvernement d'entreprise dans les activités d'investissement de ses membres.

La Fondation est propriétaire de la société **Ethos Services** qui assure l'ensemble des activités d'investissement et de conseil. Elle offre notamment la possibilité d'investir avec des critères de développement durable, d'exercer activement les droits de vote d'actionnaire, ainsi que d'engager le dialogue avec les entreprises. A ce jour, les différents fonds et mandats d'Ethos représentent près de CHF 1.2 milliards sous gestion.

Ethos est notamment membre de différents regroupements internationaux d'investisseurs institutionnels actifs dans le dialogue avec les entreprises, tels que Pharma Shareowners Group (PSG), Extractive Industries Transparency Initiative (EITI) et Institutional Investors Group on Climate Change (IIGCC). En outre, Ethos a lancé, à la demande de plusieurs caisses de pension suisses, l'**Ethos Engagement Pool**, qui entreprend un dialogue actif avec les entreprises suisses dans les domaines de la bonne gouvernance d'entreprise et de la responsabilité environnementale et sociale.

www.ethosfund.ch



Le réseau d'agences de notations environnementales et sociales SiRi a été créé en 2000 en tant qu'association à but non lucratif, sous le nom de SiRi Group. Le but de l'association a été dès son origine de mettre en commun les ressources destinées à la recherche sur les entreprises de nombreuses agences réparties dans le monde, pour assurer une large couverture globale, dans un format d'analyse homogène, mais en préservant l'expertise locale relevant de l'analyse de proximité.

L'ampleur prise par les activités de l'association a conduit celle-ci à se transformer, en 2003, en société anonyme indépendante, de droit suisse, sous le nom de **SiRi Company SA**.

Aujourd'hui, SiRi Company est reconnu comme un leader international de la notation extra-financière et offre des services de conseil et de recherche sur la responsabilité sociale des entreprises à une trentaine de professionnels de la finance – fonds de pension, gestionnaires de fonds – gérant au total plus de EUR 800 milliards.

www.siricompany.com