

Paris, 21 Juillet 2021

UN NOUVEAU RAPPORT RÉVÈLE UN CHANGEMENT DES VALEURS CORPORATES CITÉES PAR LES GRANDES ENTREPRISES DU MONDE ENTIER QUI MANIFESTENT UN SENS ACCRU DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE

- L'enquête mondiale du réseau /amo examine les valeurs corporates de 525 sociétés cotées sur 22 marchés.
- Les valeurs liées aux « personnes et aux communautés » arrivent en tête du classement, en hausse de 11 % par rapport à l'année précédente.
- L'intégrité reste la valeur la plus fréquente, citée par 27,8% des entreprises.

Une nouvelle enquête unique sur les valeurs corporates dans le monde révèle que les entreprises sont nettement plus désireuses d'afficher leur engagement envers les « personnes et leurs communautés » qu'avant la pandémie de Covid-19 l'année dernière.

L'enquête, dévoilée aujourd'hui par le réseau /amo, une organisation mondiale de conseillers en communication stratégique, compare l'évolution des valeurs des corporates au cours de l'année écoulée en examinant les rapports annuels et les sites web de 525 sociétés cotées en bourse sur 22 marchés.

Pour réaliser son étude sur les valeurs corporates, /amo a confié à ses consultants du monde entier le soin d'examiner de près les rapports annuels publiés l'année dernière et cette année par les plus grandes sociétés cotées en bourse de 22 marchés. L'étude qui en a résulté a révélé un total de près de 2 300 valeurs d'entreprise individuelles citées en tout, soit une moyenne de 4,3 valeurs par entreprise. Ces nombreuses valeurs individuelles ont ensuite été classées dans un nombre plus restreint de grandes catégories afin de permettre une analyse plus significative des résultats.

Après une année tumultueuse, les entreprises se soucient davantage des "personnes et des communautés".

The Global Values Hit Parade (values by category)			
The /amo network's "Values Most Valued" report July 2021			
	Mentions	% change Y/Y	% of companies
People & community	249	+11.3%	47,4
Ethics & integrity	217	-7.3%	41,3
Creativity & innovation	212	-4.1%	40,4
Professionalism & discipline	180	+6.5%	34,3
Employees & partners	146	-14.6%	27,8

L'enquête souligne que près de la moitié des entreprises examinées (47,4%) ont inclus au moins une valeur liée à des questions sociales plus larges dans leur rapport annuel cette année, soit une augmentation de 11% par rapport à l'année précédente. En conséquence, la catégorie "personnes et communauté" est apparue comme la plus populaire des valeurs d'entreprise en 2021, devant "éthique et intégrité" qui était en tête l'année dernière.

Aliénor Miens, Partner Havas Paris et responsable France du réseau international /amo, commente : "Nous pouvons faire le bilan d'une année assez tumultueuse, marquée par la première pandémie mondiale depuis plus d'un siècle et qui a fait appel à des qualités de leadership d'entreprise très différentes. Le rapport /amo sur l'évolution des valeurs corporates peut être considéré comme une source d'optimisme pour l'avenir. Les valeurs corporates sont l'indication la plus claire de la manière dont les entreprises souhaitent être perçues par leurs parties prenantes. Toutes les entreprises examinées ici, qui ont exprimé leurs valeurs dans leur principal outil de communication d'entreprise - à savoir, le rapport annuel - font preuve d'une volonté non seulement de rendre publiques leurs aspirations, mais aussi d'être jugées à l'aune des normes élevées qu'elles se sont fixées."

En période d'incertitude, l'"intégrité" reste la valeur la plus importante.

Si l'on examine les valeurs individuelles, "intégrité" est le mot le plus souvent cité par les entreprises, suivi par "innovation" et "respect", un ordre de popularité inchangé d'une année sur l'autre. La "responsabilité", quatrième valeur la plus populaire, a été légèrement plus souvent citée cette année, tandis que la "durabilité" a chuté de près de 5 %.

The Global Values Hit Parade (individual values)			
The /amo network's "Values Most Valued" report July 2021			
	Mentions	% change Y/Y	% of companies
Integrity	146	+1.4%	27,8
Innovation	134	-2.9%	25,5
Respect	87	-1.1%	16,6
Responsibility	82	+3.8%	15,6
Sustainability	81	-4.7%	15,4

Pour les résultats complets du rapport /amo sur les valeurs corporates mondiales, [cliquez ici](#).
Retrouvez The /amo network sur [LinkedIn](#)

À propos du réseau /amo

Le réseau /amo est une organisation mondiale de conseillers en communication stratégique qui se consacre à la construction, l'amélioration et la protection de la réputation de ses clients tout en les aidant à atteindre leurs objectifs commerciaux. Le réseau /amo est présent dans plus de 19 pays, avec des cabinets de conseil de premier ordre à Amsterdam, Beijing, Berlin, Berne, Bogota, Bruxelles, Calgary, Düsseldorf, Francfort, Genève, Halifax, Hong Kong, Houston, Lisbonne, Londres, Los Angeles, Luanda, Maputo, Montréal, New York, Porto, Ottawa, Paris, Québec, Saint John, San Francisco, Sao Paulo, Shanghai, Shenzhen, St John's, Stockholm, Tokyo, Toronto, Vancouver, Varsovie, Washington DC et Zurich. Nous offrons une gamme complète de services à nos clients, notamment : transactions, transformation, engagement et responsabilité, crise et politique. Le réseau /amo est soutenu par Havas, l'un des plus grands groupes mondiaux de communication, fondé en 1835 à Paris. Retrouvez le réseau AMO sur <https://www.amo-global.com/> et [LinkedIn](#)

À propos d'Havas Paris

Havas Paris est l'agence de communication globale du groupe Havas, parmi les premières agences en France. Pour de plus amples informations : www.havasparis.com

Contact presse Havas Paris

Elisabeth Roy

elisabeth.roy@havas.com / +33158478940

Contact AMO

Charles Fleming, CMO du réseau /amo

charles.fleming@havas.com, + 33 6 14 45 05 22

**HAVAS
PARIS**