

L'Observatoire de la réputation fête ses 20 ans...et consacre ESSILOR

L'Observatoire de la réputation a été créé en 1993 sur une idée simple : regard social, la réputation de chacun, bâtie avec patience sur l'observation d'une attitude, permet de prévoir les comportements futurs. On peut la mobiliser en cas de coup dur, s'en réclamer pour vivre sur sa réputation, voire la louer.

Depuis 20 ans, l'Observatoire de la réputation note les entreprises du CAC 40 sur leur réputation analyse et mesure leurs performances boursières dans les moments d'euphorie comme de déprime. Et les résultats sont au rendez-vous.

Sur les 3 dernières années, les 10 sociétés notées les plus réputées par l'Observatoire de la réputation en janvier 2010 (avec une notation 5R, Essilor et Air Liquide mènent le bal devant Danone, L'Oréal, LVMH...) ont une performance moyenne de 36 % quand l'indice perd 6 %.

Mieux, sur 2012, ces mêmes entreprises progressent de 29 %, soit 16 % de plus que l'indice CAC 40.

Pour Jean-Pierre Piotet, Président de l'Observatoire de la réputation : «Sur le long terme, la réputation apporte une plus-value considérable : 5 % par an en moyenne. Les difficultés économiques qui plombent un secteur ne doivent pas masquer la formidable réussite de sociétés centenaires comme Essilor, mais aussi Air Liquide, L'Oréal, Danone, Pernod Ricard, ou plus récemment LVMH...En France, l'âge de l'entreprise a une influence considérable sur sa réputation : les entreprises les mieux notées ont 130 ans, en moyenne ; et les moins bien notées n'atteignent pas 70 ans !...ce qui n'est pas un signe de vitalité économique !

Aux Etats-Unis, grâce à Microsoft, Apple, Google, Amazon, Facebook,...les entreprises accèdent à la reconnaissance plus tôt : 60 ans en moyenne en 2012 contre 83 ans en 2005.