



10<sup>E</sup> ÉDITION DU BAROMÈTRE MAKHEIA / SEQUOIA  
DES RAPPORTS ANNUELS DU CAC 40

## PARVENU A L'ÂGE DE LA MATURITÉ, LE RAPPORT ANNUEL DOIT ÊTRE RÉINVENTÉ

*Ces 10 dernières années, le rapport d'activité a indubitablement acquis ses lettres de noblesse : économiques, stratégiques et éditoriales. C'est ce que souligne la 10<sup>e</sup> édition du baromètre MAKHEIA / SEQUOIA des rapports annuels des entreprises du CAC 40, en partenariat avec OCCURRENCE. Reste que l'exercice, devenu victime de son succès, doit désormais prendre en compte les enjeux de transformation et de médiation de l'entreprise.*

### L'HUMAIN COMME CAUTION DE LA STRATÉGIE D'ENTREPRISE

En 2014, seules 34 entreprises du CAC 40 ont édité un rapport annuel. Deux ont choisi la seule version en ligne et quatre ont opté pour l'édition du seul document de référence. Sur ce corpus de 34, le nombre de sites dédiés en ligne augmente (36 %) mais reste minoritaire. Le nombre de pages continue à baisser (79 en moyenne) tout comme le volume des parties consacrées aux états financiers, à la gouvernance, à l'innovation et à la R&D. La partie métier et activité augmente, mais avec un rapport texte/image nettement en faveur de l'iconographie. Quand à la dimension développement durable, elle est nettement plus intégrée dans une logique RSE. L'humain et l'incarnation ne sont pas en reste que ce soit à travers les témoignages internes ou la progression de l'interview des dirigeants, ou par l'exploitation d'une iconographie dédiée. Pour la seule couverture, l'humain (collaborateurs, clients ou enfants) représente 51 % des cas contre 28 % en 2013.

### DES ÉLÉMENTS DE DISCOURS PEU PORTÉS SUR L'AVENIR

L'analyse des 1 222 éléments de titrairie des rapports 2013 fait apparaître une vraie distance entre l'émetteur et ses parties prenantes. Celle-ci se remarque notamment par les verbes conjugués de la surreprésentation du présent (84 %) contre 2 % pour le futur, 14 % restant au passé. Plus interpellant, les entreprises parlent davantage de leur responsabilité (31 %) que de leur performance (26 %) et l'affirmation de leur singularité est très en retrait (9 %), tout comme leur capacité à se positionner par rapport aux challenges du marché (9 %). En synthèse cette analyse sémantique souligne la propension à la facilité des titres incantatoires et interchangeables au détriment des tournures qui engagent, interpellent ou qui mettent en valeur la spécificité de l'émetteur



## 5 IDEES FORCE POUR RÉINVENTER LE RA

Dans le cadre de ce 10<sup>e</sup> baromètre **MAKHEIA / SEQUOIA**, acteur de référence de la réalisation des rapports d'activité, a sollicité Occurrence pour organiser un atelier créatif réunissant des professionnels des différentes disciplines de la communication pour en renouveler le genre. Le constat est simple : les nouvelles technologies et les nouveaux usages qu'elles induisent ouvrent formidablement le champ des possibles pour créer de l'attention et de la conversation avec les publics autour de chaque rapport d'activité. Ce champ des possibles a été le champ d'investigation et d'inspiration de cet atelier et cinq idées force en ont ainsi émergé :

- Revisiter et éclairer l'identité de marque
- Reconsidérer les différentes formes de discours
- Rebondir sur les opportunités du digital
- Réaccepter la diversité des publics et des usages
- Renforcer les liens qui nous unissent

Cinq idées pour remettre le rapport d'activité dans une dynamique de visibilité et d'authenticité de la marque, et saisir ainsi l'opportunité d'améliorer la performance de ses messages auprès de ses publics.

Pour **EDOUARD RENCKER**, Président-Directeur Général de **MAKHEIA GROUP**, « Le rapport d'activité est entré dans une routine de réalisation qui ne lui permet plus d'incarner avec force et maestria la dynamique et l'authenticité de la marque. Pour y remédier, nous proposons à nos clients de prendre à nouveau le temps de la marque, et d'inscrire la réalisation du rapport annuel dans une logique d'innovation, d'ouverture et de conversation propre à créer du lien avec ses différents publics. »

### CONTACT PRESSE :

#### **MAKHEIA**

EDOUARD RENCKER - PRESIDENT

TEL : 01 53 23 35 35 – COM@MAKHEIA.COM