

13.02.2007 - 14:00 Uhr

Etude KPMG: Les entreprises sont excessivement prudentes en ce qui concerne leurs objectifs de réduction des coûts

Zurich (ots) -

Selon une étude publiée aujourd'hui, les ambitions de la plupart des sociétés ne se concrétisent que par des changements minimes et graduels de leurs stratégie de réduction des coûts. KPMG International a chargé l'Economist Intelligence Unit (EIU) d'entreprendre cette recherche, dont les résultats révèlent que presque deux tiers des sociétés se sont imposés des objectifs de réduction des coûts ne dépassant pas 3 pour-cent par an.

Même ces économies de coûts limitées s'avèrent difficiles à réaliser, et seulement 8 pour-cent des personnes interrogées parviennent effectivement à réaliser leurs objectifs ou à les dépasser, un chiffre décevant. Selon les 427 cadres supérieurs interrogés par l'EIU, les entreprises perdent de vue leur objectif central en matière de contrôle des coûts au fur et à mesure que leurs revenus et leurs profits augmentent. Sur l'ensemble des compagnies, près de la moitié ont avoué qu'elles ne savaient pas quels étaient les facteurs de coûts et de rentabilité à l'échelle d'un secteur commercial.

- Près de trois quarts (74 pour-cent) d'entre elles ont prédit qu'au cours des trois années à venir, la plus importante augmentation de coûts serait imputable aux salaires et aux prestations liées au recrutement et à la rétention des meilleurs talents.
- L'augmentation des coûts des matières premières (66 pour-cent) et les investissements nécessaires dans le domaine de la technologie (64 pour-cent) ont été cités comme les deux autres principaux facteurs conditionnant l'augmentation des coûts en général, après les salaires.

Giulio De Lucia, directeur du secteur des prestations de service Restructuring and Performance chez KPMG Suisse, commente les résultats de l'enquête ainsi : " Partout dans le monde, les cadres de direction avouent que les entreprises qui enregistrent les plus forts taux de croissance mettent moins l'accent sur le contrôle des coûts. Pour ces sociétés, les hauts profits et revenus risquent de masquer un gonflement inutile de la base de coût qui pourrait exposer l'entreprise au risque d'une OPA hostile. "

Dans les cas où les sociétés veillaient au contraire à réduire leurs coûts, on trouvait parmi les raisons les plus souvent citées les défis imposés par un environnement fortement concurrentiel (50 pour-cent), la pression sur les prix (42 pour-cent) et la nécessité de financer la croissance (31 pour-cent).

Malgré les pressions existant en matière de réduction des coûts et d'augmentation de la valeur partenariale, les cadres dirigeants sont restés évasifs lorsqu'il s'est agi d'identifier les personnes responsables de la réduction des coûts. Seuls 39 pour-cent d'entre eux ont déclaré qu'ils pensaient que tous les managers à tous les échelons de leur entreprise avaient la responsabilité de la gestion des coûts et seulement 16 pour-cent pensaient que cette responsabilité incombait à chacun, d'un bout à l'autre de l'organisation. Ceci prouve qu'il existe aux échelons inférieurs d'une organisation un manque d'obligation de rendre des comptes inquiétant et qui met en danger la capacité d'une entreprise à rester compétitive.

"La réduction des coûts intégrés dans le modèle commercial d'une société passe par le changement de la culture de l'entreprise et des

pratiques profondément ancrées au sein de celle-ci", précise G. De Lucia. "Ce n'est pas un processus qui peut se réaliser du jour au lendemain. L'équipe dirigeante doit faire preuve d'un sens clair du leadership et de la communication pour changer les manières de faire dans le but de générer des avantages à long terme."

Commentant les efforts accomplis par les sociétés pour réduire les coûts, Giulio De Lucia déclare: "Il ne suffit pas que les cadres des sociétés volent en classe économique et renoncent à la classe affaires. Pour réaliser un atout réel en termes de coûts, une société doit veiller à réduire ses coûts à tous les niveaux de sa structure et être préparée à accomplir des changements importants en matière d'organisation de sa chaîne logistique."

Les innovations commerciales telles que l'externalisation, les modèles de vente par internet et l'approvisionnement sur les marchés à bas prix ont pour la plupart été générées en essayant de repenser les structures de coûts. Ce sont ces changements stratégiques qui doivent être à l'ordre du jour des conseils d'administration.

"Bien qu'il soit difficile de passionner les esprits en parlant aux gens de gestion des coûts, si cette question est abordée correctement, elle a des chances de stimuler une innovation susceptible de réduire les coûts et d'augmenter les profits," conclut De Lucia.

KPMG International est un leader des services de révision comptable, de conseil fiscal, juridique et financier. A l'échelle mondiale, KPMG emploie près de 113 000 collaborateurs dans 147 pays. Les activités de KPMG Suisse sont intégrées à KPMG Holding SA (le membre suisse de KPMG International). Sous ce toit, KPMG SA emploie en Suisse près de 1 500 personnes réparties dans treize sites. Dans l'exercice 2006, KPMG Suisse a réalisé un chiffre d'affaires de 401.4 millions de francs.

Vous trouverez de plus amples informations sur www.kpmg.ch.

Contact:

KPMG SA
Stefan Mathys
Corporate Communications
Tél.: +41/44/249'27'74
Mobile : +41/79/227'98'31
E-Mail: kpmgmedia@kpmg.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100001147/100524605> abgerufen werden.