



# Bilan des AG 2020

Des Assemblées générales  
totalement inédites

23 juin 2020

**Capitalcom**  
Sens, Cohérence, Confiance





## Méthodologie

Le Bilan des AG 2020 porte sur les Assemblées générales des sociétés du CAC 40 qui se sont tenues en France avant le 23 juin 2020, soit 28 entreprises :

Air Liquide, Atos, BNP Paribas, Bouygues, Capgemini, Carrefour, Crédit Agricole S.A., Dassault Systèmes, ENGIE, Hermès International, Kering, Legrand, Orange, Pernod-Ricard, Publicis Groupe, Renault, Safran, Saint-Gobain, Sanofi, Schneider Electric, Société Générale, Sodexo, Thales, Total, Unibail-Rodamco, Veolia, Vinci, Vivendi.

Chaque année – depuis 2006 – le Bilan des AG de Capitalcom vise à décrypter les principales tendances qui se dégagent pendant la saison.

## Le Kit AG Capitalcom

**Depuis maintenant 15 ans**, Capitalcom participe à une quarantaine d'Assemblées Générales du CAC 40 et du SBF 120 afin de décrypter les principales tendances et attentes de leurs actionnaires et d'analyser les meilleures pratiques développées par les entreprises en séance.

Chaque Assemblée générale est suivie par un consultant qui produit un compte rendu détaillé de l'événement dans les 12 heures suivant sa clôture, l'« Alerte AG ». En parallèle, Capitalcom publie chaque semaine un « Weekly Recap' » des AG, visant à analyser qualitativement et quantitativement les Assemblées générales de la semaine écoulée.

# Capitalcom

## Des Assemblées générales à l'épreuve du Covid-19

Particulièrement impactée par l'épidémie du Covid-19, la saison 2020 des Assemblées générales du CAC 40 est sans aucun doute inédite. Suite à l'annonce du confinement le 16 mars 2020 et aux ordonnances du 25 mars assouplissant les obligations liées à la tenue des AG, les entreprises ont fait preuve d'une réactivité absolument remarquable ! En moins d'un mois, malgré les difficultés techniques d'organisation et un calendrier revisité, elles ont innové et proposé des AG digitales – dès le 20 avril, date de la 1<sup>ère</sup> AG du CAC 40 – pour maintenir au mieux la qualité de ce grand rendez-vous.

Ces circonstances exceptionnelles ne sont toutefois pas sans conséquences sur le dialogue actionnarial et le contenu des présentations : recentrage des interventions, manque de spontanéité dans les échanges, nouveaux débats sur la politique de distribution du dividende et la rémunération des dirigeants, mais aussi mise en exergue des engagements et actions de responsabilité sociétale et environnementale. Ainsi, si en 2019 l'entreprise soulignait sa contribution à son environnement, **elle souligne cette année son utilité pour la société.**

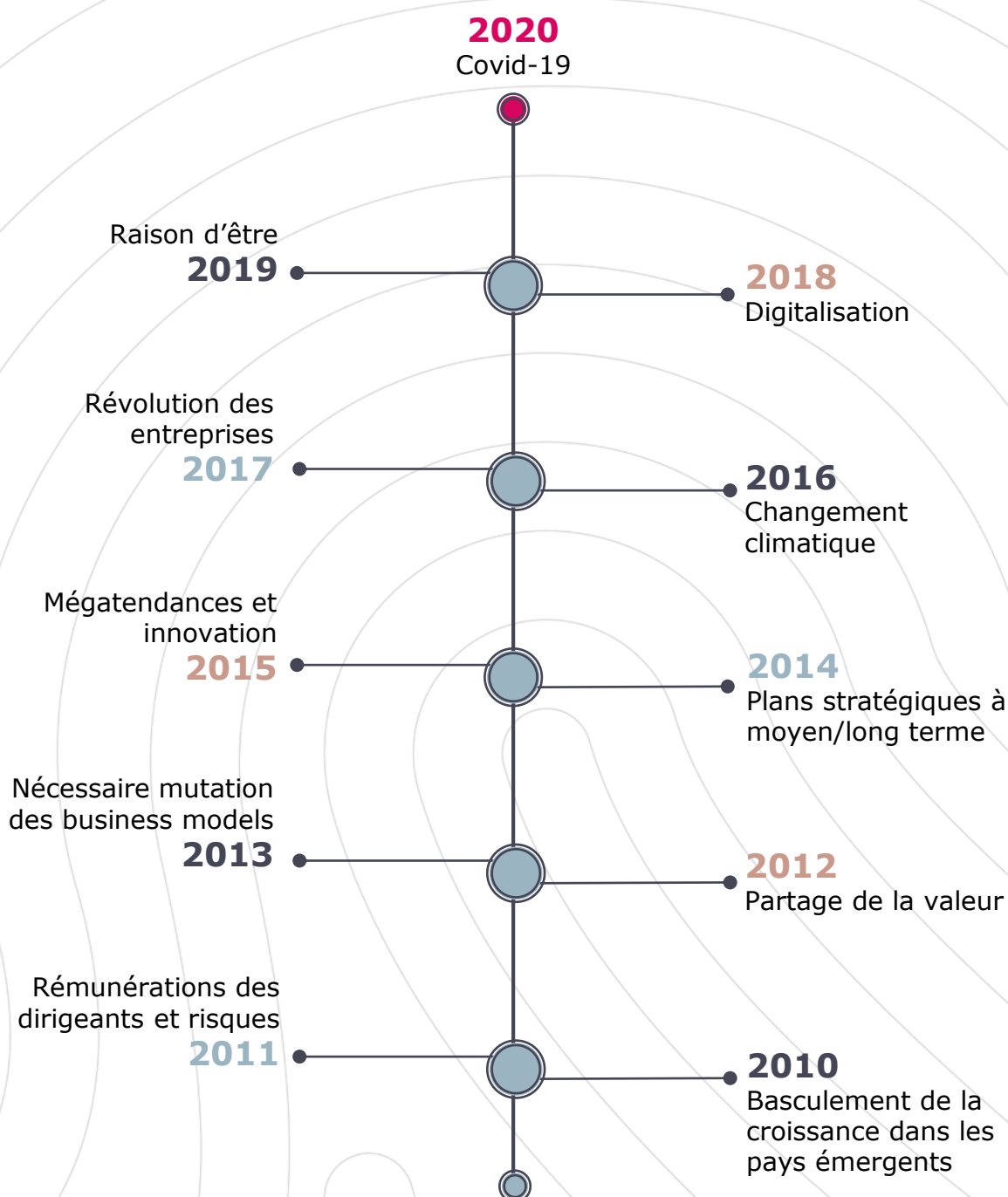
Véritable tournant, cette saison ouvre un nouveau cycle pour les AG. Les prochaines devront tirer tous les enseignements de 2020 et acteront – certainement – des discours résolument plus intégrés assumant pleinement l'empreinte sociétale, sociale et environnementale de l'entreprise.



« Cette saison est tout à fait exceptionnelle et marque un virage inédit dans l'histoire des AG. En seulement quelques jours, dirigeants et administrateurs ont dû être à la fois "pompiers et visionnaires". Pompiers pour gérer cette crise sans précédent qui affecte toute l'économie ; et visionnaires pour maintenir le cap stratégique de leur entreprise. Un exercice périlleux parfaitement illustré lors des AG et qui – mécaniquement – aura un impact sur les prochaines années. » **Caroline de la Marnierre**, Présidente et Fondatrice de Capitalcom



## THÉMATIQUES PHARES DES 10 DERNIÈRES ANNÉES D'ASSEMBLÉES GÉNÉRALES



# Une saison totalement inédite

4/5

sous forme de  
webcast\*

---

Près des

3/4

des entreprises  
réduisent leur  
dividende\*

---

Près de

1/2

entreprise baisse la  
rémunération des  
DMS\*

---

6 AG

du SBF 120  
programmées le  
30 juin, journée la  
plus chargée de la  
saison

**Un incontournable : le Covid-19.** Du jamais vu ! Les saisons des AG suivies par Capitalcom depuis 15 ans ont généralement des thématiques clés communes. C'est la 1<sup>ère</sup> fois qu'un sujet transverse est traité de façon quasi-similaire par l'ensemble des groupes.

**Des AG 100 % digitales.** Conséquence du confinement et des restrictions liées au Covid-19, les entreprises ont dû dématérialiser leurs AG. Les webcasts ont été plébiscités par 21 entreprises alors que 4 seulement ont opté pour l'audioconférence.

**Des dividendes en baisse voire annulés.** Paradoxe de la saison, alors que les entreprises signent pour la plupart une excellente année 2019, près des trois quarts ont choisi de diminuer voire d'annuler leur dividende en raison de la crise économique et sanitaire.

**Des réductions de la rémunération des dirigeants.** Près de la moitié des entreprises a décidé de réduire la rémunération fixe – voire la rémunération variable – de leurs dirigeants mandataires sociaux. Une mesure exceptionnelle parfois étendue aux administrateurs et aux principaux cadres. Notons une légère augmentation du taux d'approbation du Say on Pay (91,85 % vs 88,39 % en 2019).

**Des dirigeants interpellés sur le développement durable.** Près de la moitié des questions posées en AG relèvent de la RSE et plus particulièrement de l'impact des entreprises sur la biodiversité, l'alignement de leur stratégie climat avec les Accords de Paris ou encore sur la décence des salaires des collaborateurs.

**Des votes connus à l'avance.** Face à l'impossibilité de voter en direct, les entreprises connaissent avant le début de l'AG les résultats définitifs. Ce qui modifie sensiblement le déroulé des AG pour des raisons évidentes.

**Un calendrier resserré.** Avec une pré-saison marquée par des incertitudes sur les modalités de réunion des actionnaires, de nombreuses entreprises ont décidé de décaler la date de leur AG. Résultat : un calendrier resserré sur 10 semaines avec quelques journées très chargées.

# Des AG recentrées, synthétiques et maîtrisées

Les mesures de confinement et le format digital des AG ne sont pas sans conséquences sur le contenu des présentations et le dialogue actionnarial. On observe ainsi :

## 1h40

de durée moyenne  
(vs 2h36 en 2019)

---

**Un resserrement des discours** avec en moyenne un peu moins de 4 intervenants en présentiel (vs 5 en 2019) – généralement les mandataires sociaux exécutifs accompagnés du Secrétaire du Conseil. Les présentations se concentrent sur l'essentiel, en particulier la gestion de la crise et l'implication du Conseil durant cette dernière. Si ces informations plongent les actionnaires dans la réalité opérationnelle, c'est parfois au détriment de la présentation des plans stratégiques des groupes. La durée moyenne des présentations passe ainsi à 1h07 contre 1h22 en 2019.

## 11 min

de débat en  
moyenne avec les  
actionnaires

---

**Un dialogue actionnarial en demi-teinte.** Les échanges avec les actionnaires ont été particulièrement affectés passant à 11 minutes en moyenne (vs 46 min en 2019). Le dispositif de questions écrites a favorisé un dialogue « entre professionnels et institutionnels » en particulier avec les activistes et ONG, conduisant à une forte progression des questions liées à la RSE (47 % des questions posées vs 16 % en 2019). Notons néanmoins que certains groupes – comme TOTAL ou Air Liquide – ont développé des plateformes *ad hoc* permettant à leurs actionnaires de poser – parfois en direct – leurs questions aux dirigeants. Les thématiques des questions sont alors plus équilibrées abordant par exemple la stratégie, la gouvernance ou encore l'actionnariat.

Près de

## 1/2

des questions  
liées à la RSE



Bonne pratique

---

Première AG de la saison, **Vivendi** a présenté pour chacune de ses activités : l'impact et la gestion du Covid-19 ainsi que les perspectives de l'après-crise.

# 94,3 %

de taux  
d'approbation moyen  
(vs 94,4 % en 2019)

**Une approbation à nuancer.** Si le taux moyen des résolutions reste relativement stable cette année, la contestation et la vigilance des actionnaires se concentrent sur plusieurs thématiques : la rémunération des DMS, les nominations, etc. Ainsi, 43 résolutions ont été votées en dessous de 80 % (cf. ci-dessous)\*. Notons par ailleurs que les investisseurs et activistes n'hésitent plus à interpeller les entreprises en amont de l'AG et à déposer des résolutions externes comme l'illustre le cas de TOTAL.

Si le dialogue actionnarial s'est amoindri cette saison, les actionnaires restent cependant mobilisés : le quorum atteint un nouveau record cette année à 72 % (vs 68 % en 2019).



## Bonne pratique

---

Quelques entreprises comme **Kering** ou **TOTAL** ont mis en exergue les échanges menés tout au long de l'année avec leurs actionnaires et investisseurs en soulignant notamment le dialogue sur les thématiques de responsabilité.

## 43 résolutions sensibles cette saison

Sur plus de 700 résolutions proposées au vote des actionnaires cette année, 43 ont été approuvées à moins de 80 %\* (vs 78 en 2019). Ces résolutions concernent principalement la rémunération des dirigeants (23 résolutions sensibles), ainsi que les engagements de retraite (7 résolutions sensibles). Les actionnaires et investisseurs sont également attentifs aux délégations en matière d'augmentation et de réduction de capital (4 résolutions sensibles) et aux renouvellements de mandat d'administrateur (3 résolutions sensibles).

\* Hors résolutions externes

# Une quête de sens : des engagements mis en lumière

En se concentrant – cette année – sur l’essentiel, la grande majorité des entreprises a également tenu – malgré le contexte de crise – à rappeler leurs engagements environnementaux, sociaux et sociétaux.

Près de

## 70 %

des entreprises ont abordé la raison d’être

---

**De l’entreprise contributive à l’entreprise utile.** Alors que l’an passé les entreprises soulignaient leur contribution à la société, elles mettent – cette année – en lumière l’utilité de leurs activités, qu’elles soient liées à la santé bien sûr, mais aussi au quotidien comme l’alimentation ou encore le financement de l’économie.

## 11

entreprises ont pour la 1<sup>ère</sup> fois présenté leur raison d’être en AG

---

**Reflet de cette utilité, la raison d’être s’ancre dans les discours.** Ainsi, près de 70 % entreprises l’ont abordée, dont 11 l’ont présentée pour la première fois à leurs actionnaires. Parce qu’elle affirme l’identité de l’entreprise, elle serait une boussole de long terme et un atout pour traverser les périodes d’incertitudes et répondre aux évolutions économiques et sociétales. Plébiscitée par les entreprises, elle l’est aussi par les actionnaires. Proposée au vote chez Orange et ENGIE, elle a été approuvée à plus de 99 %. Danone va plus loin : l’entreprise se constituera en entreprise à mission lors de son AG.

Près de

## 15%

des présentations dédiées à la RSE

---

**La RSE – et surtout la démarche d’intégration – confirment leur place stratégique.** Les dirigeants ont tenu à convaincre les actionnaires du rôle essentiel de l’intégration du développement durable à la stratégie de l’entreprise pour la résilience et la pérennité du modèle d’affaires. Près de 15 % des interventions y sont consacrées contre 10 % en 2019. L’occasion pour les entreprises de présenter leur stratégie et/ou leurs objectifs RSE.



Bonne pratique

---

**ENGIE** a accompagné la présentation de sa raison d’être d’exemples de sa mise en œuvre : des actions concrètes conciliant performance économique et impacts positifs.



# 10

entreprises ont  
réduit leur  
dividende ainsi  
que la  
rémunération  
de leurs  
dirigeants

**Un partage équilibré des efforts face au Covid-19.** Face aux efforts consentis par les collaborateurs, dont la rémunération a souvent été affectée par la crise, plus des trois quart des entreprises ont annoncé une réduction du dividende et/ou de la rémunération de leurs DMS. Si elles préservent la trésorerie, ces mesures sont aussi un symbole de solidarité entre les parties prenantes. Certaines entreprises versent d'ailleurs une partie des sommes économisées à des associations ou à leur Fondation d'entreprise, et n'hésitent pas à être transparentes sur leurs recours ou non aux aides de l'État.



## Bonne pratique

---

C'est en vidéo que **Crédit Agricole S.A.** a présenté la rémunération de ses dirigeants : politique, éléments attribués et versés, ratios d'équité, etc., tous les sujets ont été abordés.

## Le Say on Pay

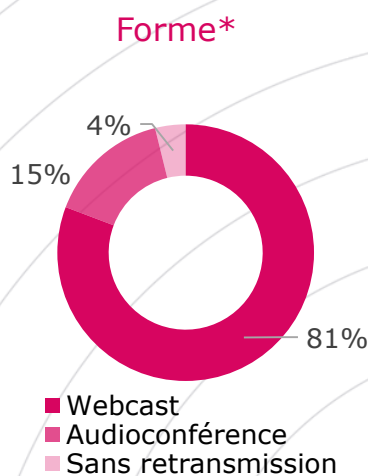
Le Say on Pay, élargi cette année aux administrateurs, a été plutôt bien voté (91,85 % vs 88,39 % en 2019). Quelques nuances cependant : il a fait l'objet de 23 résolutions sensibles (vs 27 en 2019). Comme à l'accoutumée, les rémunérations ex post sont plus contestées : 15 résolutions sensibles dont une – fait rarissime – rejetée, contre 8 résolutions sensibles pour les rémunérations ex ante.

Par ailleurs, les résolutions concernant le rapport de rémunération et les mandataires non exécutifs enregistrent des résultats supérieurs à celles concernant les DMS : 7 points de différence en moyenne.

Notons que le ratio d'équité, introduit par la loi Pacte, est quasi-absent des présentations. Cité ou présenté par 7 entreprises, il est rarement analysé.

# CHIFFRES CLÉS

## LES ASSEMBLÉES GÉNÉRALES 2020 EN CHIFFRES

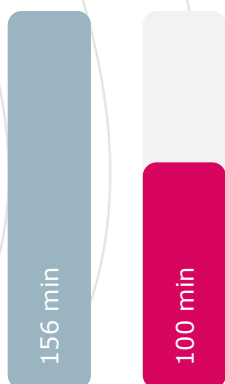


### Quorum

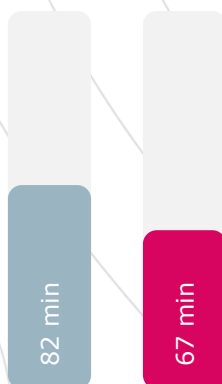


■ 2019 ■ 2020

### Durée des AG



### Durée des interventions

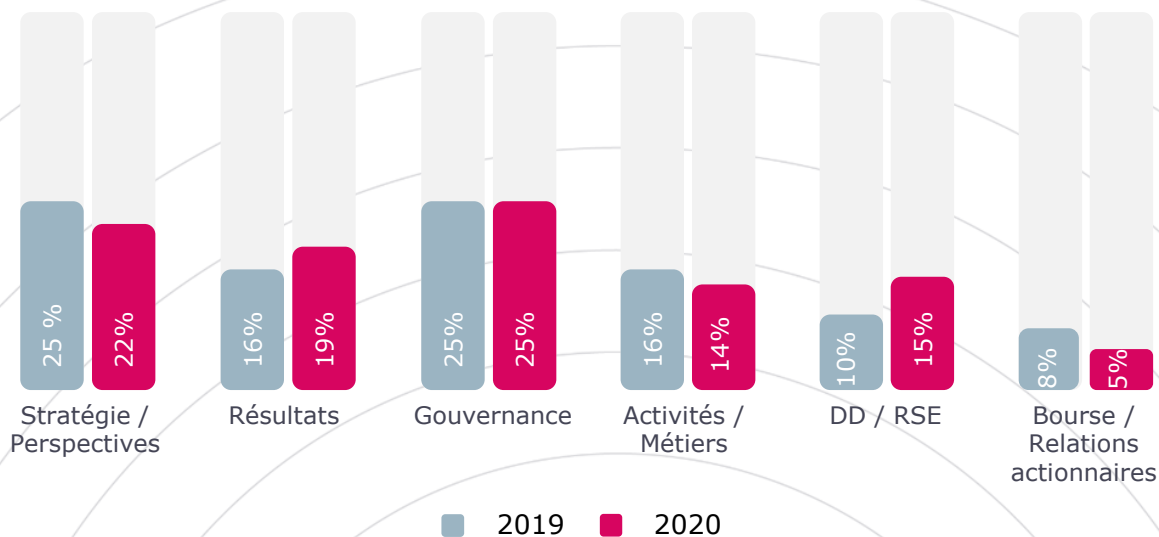


### Durée des débats

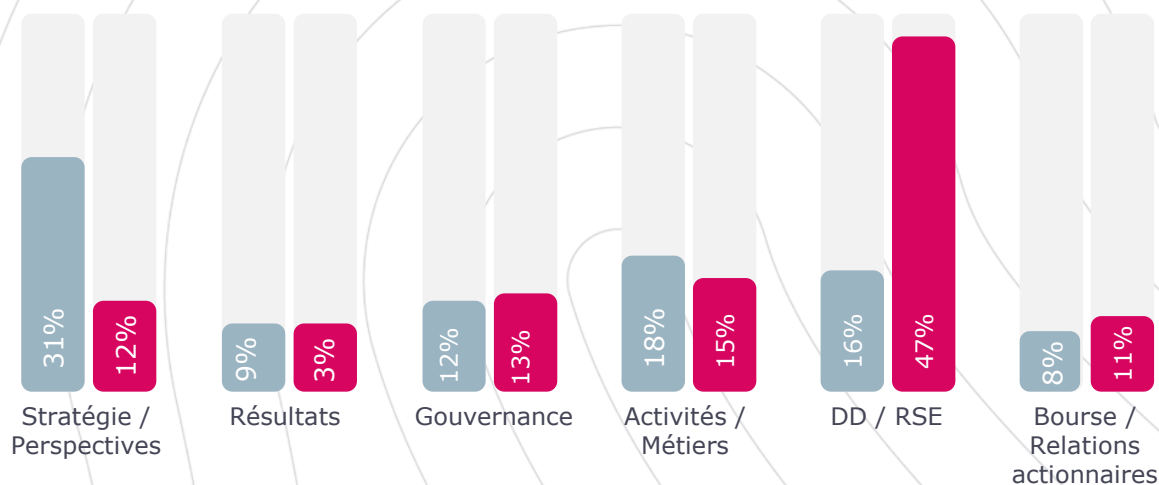




## Thématiques des interventions



## Thématiques des questions



## Loi Copé-Zimmerman, année 4



En 2020, le taux moyen de femmes au sein des Conseils d'Administration et de Surveillance est de 46,3 %. 40,35 % des nominations ou ratifications de cooptations au sein des Conseils d'Administration ont ainsi concerné des femmes cette année. Mais elle demeurent les grandes absentes des présentations en AG : elles représentent un peu moins d'un quart des intervenants [Source : Capitalcom].

Le taux de féminisation des COMEX restent par ailleurs bas : 21,8 % de femmes pour le CAC 40 au 22 juin 2020.



## Ce qui nous anime

# Capitalcom

Conseil en communication, Capitalcom s'est fixé pour raison d'être d'aider les entreprises à renforcer la confiance de leurs parties prenantes dans leur capacité à créer et **partager durablement de la valeur**.

Convaincus que l'entreprise est un organisme vivant, nous l'accompagnons pour accroître la lisibilité de sa vision stratégique à court, moyen et long termes et exprimer son unicité. Dans nos trois domaines d'expertise – stratégie & business model, gouvernance & rémunération et performance(s) – nous renforçons la cohérence et la convergence des discours financier et extra-financier.

Fort d'une quinzaine de collaborateurs, Capitalcom est leader en France dans le conseil en rapports intégrés ainsi que dans la préparation et le suivi des Assemblées générales.

## Contacts

Capitalcom, 10 boulevard Malesherbes – 75008 Paris  
01 45 49 94 15

Margaux Rouillard [mrouillard@capitalcom.fr](mailto:mrouillard@capitalcom.fr)

**Capitalcom**  
Sens, Cohérence, Confiance

[www.capitalcom.fr](http://www.capitalcom.fr) | Twitter @capitalcom1 | LinkedIn : Capitalcom