

Communiqué de presse

Zurich, 25 août 2026

Guidance des grandes entreprises suisses: plus de quantification, de segmentation et de contexte

IRF Reputation AG
Rämistrasse 4
Postfach
CH-8024 Zurich
Rue du Commerce 4
CH-1204 Geneva
+41 43 244 81 44
info@irf-reputation.ch
www.irf-reputation.ch

Miriam Dippe-Nistor
Stefan Mathys
Martin Meier-Pfister
Oliver Seifried
Jürg Stähelin
Marina Winder

Affiliate Partner
FTI Consulting

- **À une exception près, toutes les grandes entreprises cotées à la SIX (SMI Expanded) ont publié une guidance lors de la communication de leurs résultats annuels 2025, fixant ainsi des attentes concrètes pour les investisseurs**
- **La grande majorité recourt à des objectifs quantitatifs**
- **La guidance annuelle reste le format le plus répandu**
- **Le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel se sont imposés comme indicateurs financiers de référence, tandis que les CAPEX et les dividendes constituent d'autres indicateurs importants**
- **La tendance vers une guidance par segment ou domaine d'activité s'est accentuée, tout comme l'intégration de la guidance dans le contexte de marché et l'accent mis sur les économies de coûts**
- **Par rapport aux années précédentes, les monnaies, les développements géopolitiques et les droits de douane américains ont été davantage pris en compte dans la guidance**
- **Plus d'un tiers des entreprises du SMI Expanded mentionnent l'intelligence artificielle comme moteur de croissance ou de marge dans leur guidance**
- **77% des entreprises publient des objectifs de durabilité concrets et quantitatifs au niveau du Scope 3**

Bien que la publication d'une guidance soit volontaire, elle est aujourd'hui bien établie dans la communication financière. À une exception près, les plus grandes entreprises suisses cotées ont publié une guidance pour 2026 et/ou au-delà lors de la communication de leurs résultats annuels 2025, au printemps 2026. Le format le plus courant reste la guidance annuelle, assortie d'objectifs quantitatifs portant sur le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel. C'est ce que montre l'onzième édition de l'étude réalisée par IRF, l'une des principales agences de conseil en communication stratégique.

Dans le cadre du cycle de publication des rapports annuels 2025, pratiquement toutes les entreprises suisses incluses dans le SMI Expanded ont fourni des perspectives pour le nouvel exercice et/ou au-delà*. Elles les ont communiquées au moyen de communiqués de presse, de présentations destinées aux analystes et de rapports annuels. À une exception près, les plus

grandes entreprises ont donc publié volontairement des objectifs prospectifs et les ont utilisés pour orienter les attentes des investisseurs quant à l'évolution future de leurs activités. Cette communication prend de plus en plus souvent une forme quantitative: 91% des entreprises analysées (année précédente: 88%) ont publié des objectifs quantitatifs concrets, tandis que 81% (année précédente: 88%) ont formulé des déclarations qualitatives, soit en complément d'objectifs quantitatifs (77%), soit sous forme de guidance purement qualitative (dans trois cas). 70% des entreprises consacrent un chapitre ou sous-chapitre distinct aux perspectives dans leur rapport annuel. Cette proportion est légèrement inférieure à celle de l'année précédente.

L'accent demeure mis sur la guidance annuelle

La prévision pour les douze prochains mois ou pour l'exercice 2026 en cours est restée la norme dans l'étude de cette année. 87% des entreprises ont publié une telle guidance annuelle, soit un niveau globalement comparable à celui de l'année précédente. 60% des entreprises analysées ont publié une guidance ou des objectifs à moyen terme, avec un horizon de deux à trois ans. Les prévisions à long terme, couvrant une période de trois à cinq ans, atteignent 21%. Ces proportions sont donc restées stables par rapport à l'année précédente. Rien n'indique un déplacement structurel vers des horizons de prévision plus longs. Au contraire, la guidance annuelle demeure l'instrument central de la communication avec le marché des capitaux.

Oliver Seifried, Partner chez IRF, commente: «La guidance fait désormais partie intégrante de la communication financière des plus grandes entreprises suisses cotées. Dans un environnement de marché volatil en particulier, les investisseurs attendent une appréciation claire de l'évolution future des activités. Il est notable que les entreprises répondent à ce besoin. Dans le même temps, elles s'exposent à un risque de réputation, qui augmente dans les périodes d'incertitude. La meilleure pratique consiste non seulement à fournir une guidance annuelle quantitative sur le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel, mais aussi à expliquer les hypothèses sous-jacentes de manière transparente et compréhensible.»

Meilleures pratiques pour les indicateurs cibles

Le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel se sont clairement imposés comme indicateurs de référence en matière de guidance, loin devant les autres chiffres clés. Le chiffre d'affaires a été inclus comme indicateur cible dans la guidance de 81% des entreprises analysées, suivi du résultat opérationnel à 79%. L'année précédente, ces deux proportions n'étaient que légèrement inférieures. Les objectifs ont à nouveau été présentés sous forme de chiffres absolus, d'évolutions, de fourchettes ou de marges, de manière qualitative et/ou quantitative. La forte augmentation du nombre d'entreprises annonçant des objectifs de chiffre d'affaires concrets et quantifiés, plutôt que de simples déclarations qualitatives sur l'évolution attendue du chiffre d'affaires, est notable. Leur nombre a augmenté d'environ un quart. Les objectifs quantitatifs relatifs au résultat opérationnel ont également été publiés nettement plus souvent, avec une hausse d'environ un tiers. Cela montre que, malgré les incertitudes économiques et géopolitiques persistantes sur les marchés mondiaux, de nombreuses entreprises créent à nouveau davantage de transparence et offrent une meilleure visibilité. L'année précédente, une retenue marquée subsistait encore dans la guidance concernant les informations quantitatives et qualitatives sur le chiffre d'affaires. Les structures de coûts étaient alors davantage au centre de l'attention.

Parmi les autres indicateurs importants de guidance figuraient les investissements (40%), les dividendes (également 40%) et les flux de trésorerie (30%). Contrairement au monde anglo-

saxon, le bénéfice par action (EPS) a une nouvelle fois été utilisé de manière particulièrement rare. Sa part s'est établie à 21%, soit légèrement en dessous du niveau de l'année précédente. Les indicateurs liés aux fonds propres n'ont atteint que 15%. Parmi les indicateurs supplémentaires figuraient le taux d'imposition et le ratio d'endettement, généralement défini comme la dette nette rapportée à l'EBITDA.

Granularité: objectifs par domaine d'activité

Dans l'étude 2026, la publication d'objectifs, tels que le chiffre d'affaires ou les marges opérationnelles, pour des segments ou domaines d'activité spécifiques a également gagné en importance. Alors que la moitié des entreprises avait publié l'année précédente des perspectives pour leurs domaines d'activité ou groupes de produits, cette proportion est passée à 64% cette année. Elle a ainsi presque doublé en trois ans. En revanche, la guidance par région est restée stable, à environ 20% sur la même période. Les objectifs d'économies de coûts ont également été mentionnés beaucoup plus fréquemment. Leur part est passée de 38% l'année précédente à 53%. Les mentions supplémentaires concernaient toutefois principalement des déclarations qualitatives plutôt que des objectifs quantitatifs. Le positionnement qualitatif de la guidance des entreprises dans le contexte de marché demeure également une tendance. Les déclarations relatives à l'évolution attendue de l'entreprise par rapport au marché ont augmenté à 26%, tandis que les indications sur le positionnement de marché visé ont progressé à 19% (année précédente: respectivement 15% et 10%).

Parmi les facteurs externes, les prévisions de marché ont une nouvelle fois joué un rôle central, avec une part de 74%. Les entreprises ont également fourni des prévisions concernant les monnaies (38%), la conjoncture (32%) et la géopolitique (38%). Un an après leur annonce, certaines entreprises ont explicitement mentionné les droits de douane américains dans leurs hypothèses prospectives (19%). L'intelligence artificielle a également fait son apparition parmi les thèmes importants. Plus d'un tiers des entreprises (36%) l'ont intégrée dans leur guidance comme moteur de croissance ou de marge.

Yasemin Diethelm: «La guidance devient plus détaillée et davantage contextualisée. Outre le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel, les domaines d'activité, les hypothèses de marché, les économies de coûts et les facteurs externes tels que les monnaies, la géopolitique et les droits de douane américains occupent une place croissante. De nombreuses entreprises intègrent désormais aussi explicitement l'intelligence artificielle dans leur guidance comme moteur de croissance ou de marge.»

Peu d'évolution dans les objectifs non financiers

Les objectifs non financiers ont peu évolué cette année. La part des entreprises publiant des objectifs sociaux a de nouveau légèrement reculé (91%). Toutes les entreprises du SMI Expanded analysées continuent de publier des objectifs environnementaux, notamment des objectifs de réduction des émissions pour les émissions des scopes 1 et 2. En revanche, le nombre d'entreprises publiant des objectifs concrets pour le Scope 3 en tant qu'objectifs non financiers, souvent complétés par des objectifs intermédiaires, a augmenté. Leur part est passée à 77% (année précédente: 71%). Par rapport à la guidance financière, ces valeurs plus élevées reflètent les exigences contraignantes applicables aux objectifs non financiers, pour lesquelles il n'existe pas d'exigences équivalentes concernant les objectifs financiers. La manière dont les entreprises traitent ces objectifs continue de varier en profondeur et en étendue.

Meilleures pratiques 2026 – présentation cohérente dans tous les instruments de communication

Aujourd'hui, une guidance conforme aux meilleures pratiques ne se limite plus à une prévision de résultat isolée. Elle combine des objectifs financiers à court terme avec un contexte stratégique, des hypothèses et une perspective par segment. Pour les plus grandes entreprises suisses, cela signifie une guidance annuelle clairement quantifiée sur le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel, complétée par des hypothèses qualitatives sur l'environnement de marché ainsi que par des perspectives par segment et des objectifs financiers à moyen terme. La guidance est particulièrement transparente lorsqu'elle est regroupée dans un chapitre dédié aux perspectives, reliée aux priorités stratégiques et communiquée de manière cohérente dans tous les instruments de publication, à savoir le communiqué de presse, la présentation et le rapport annuel.

Il existe encore une marge d'amélioration dans la communication groupée et cohérente à travers tous les instruments de publication. Bien que la guidance ait en principe été communiquée de manière cohérente par toutes les entreprises, les explications figurant dans les différents documents divergeaient parfois sensiblement. En règle générale, la guidance est d'abord communiquée dans le communiqué de presse, puis précisée et contextualisée dans la présentation et le rapport annuel. Dans certaines entreprises, toutefois, elle ne figurait que dans la présentation. D'autres mentionnaient la guidance dans tous les documents, mais utilisaient des types de chiffres clés différents. Les meilleures pratiques ne concernent donc pas seulement le contenu de la guidance, mais aussi sa présentation claire, groupée et cohérente sur l'ensemble des canaux de publication. Les objectifs pertinents devraient être faciles à trouver pour les investisseurs en un seul endroit central, en particulier dans le communiqué de presse.

***Méthodologie**

IRF a réalisé pour la onzième fois son étude sur la guidance financière des entreprises suisses en lien avec la publication des résultats annuels. Les données ont été collectées au moyen d'une analyse de contenu de l'ensemble de la communication financière relative aux résultats annuels 2025, y compris les communiqués de presse, les présentations, les rapports annuels et les rapports de durabilité. L'étude porte sur les 47 entreprises du SMI Expanded qui avaient publié leurs résultats annuels 2025 au moment de sa réalisation. Le SMI Expanded comprend les 50 plus grands titres suisses du marché des actions en termes de capitalisation boursière.

À propos d'IRF

IRF est l'une des principales agences de conseil en communication stratégique. L'entreprise compte parmi ses clients réguliers une quarantaine de sociétés suisses et internationales. IRF s'est également forgé une solide réputation dans la communication de crise et dans l'accompagnement des transactions sur les marchés des capitaux.

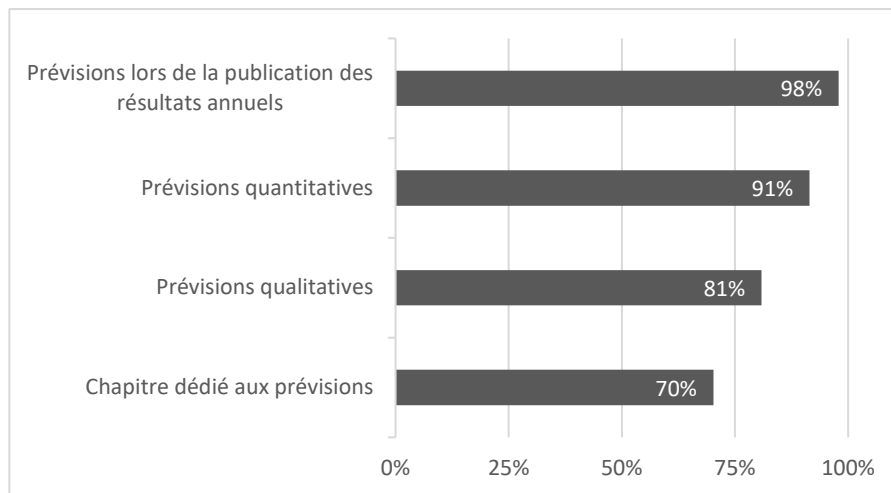
Contact:

Oliver Seifried, Partner, seifried@irf-reputation.ch, tél. +41 43 244 81 47

Yasemin Diethelm, Senior Consultant, diethelm-ersan@irf-reputation.ch, tél. +41 43 244 81 58

Résultats détaillés de l'étude 2026

Une guidance financière est-elle fournie dans le cadre du cycle de reporting annuel 2025?

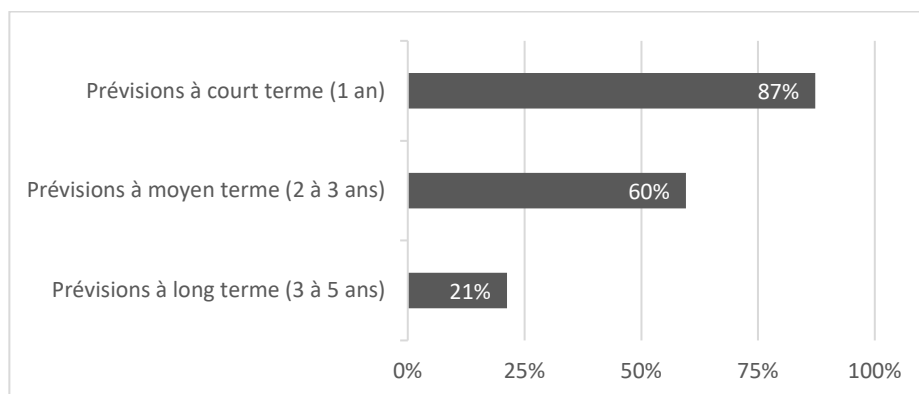


46 des 47 entreprises analysées ont fourni une guidance financière dans leur reporting annuel 2025. Des objectifs quantitatifs sont publiés par 91% des entreprises, tandis que 81% publient des objectifs qualitatifs. Aux fins de cette étude, la guidance financière a été définie comme une déclaration figurant dans le communiqué de presse, la présentation ou le rapport annuel concernant les perspectives d'évolution des activités et créant des attentes de marché.

Une déclaration telle que «Le chiffre d'affaires devrait progresser de 2 à 4%» a été considérée comme quantitative. La déclaration suivante, par exemple, a été considérée comme qualitative: «Le Groupe s'attend à une évolution très positive du chiffre d'affaires et des volumes en 2026, qui permettra de ... et d'améliorer sensiblement la rentabilité du Groupe.»

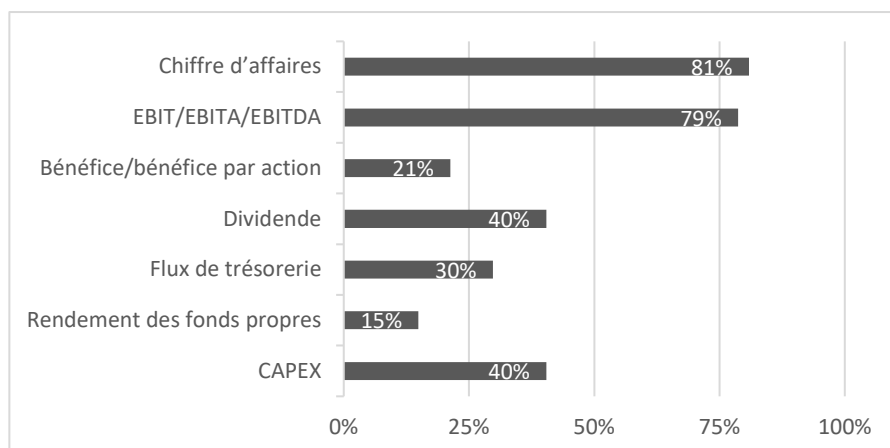
70% des entreprises consacrent un chapitre ou sous-chapitre dédié à la guidance dans leur rapport annuel.

Quel horizon temporel la guidance couvre-t-elle?



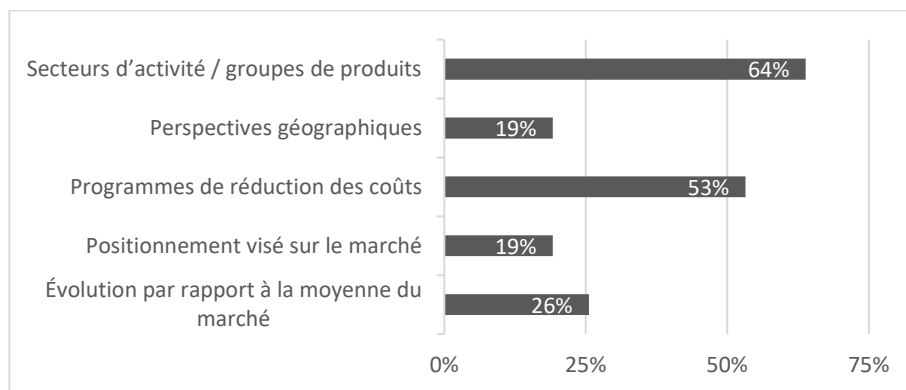
87% des entreprises ont formulé une déclaration prospective pour les douze prochains mois. Seules 60% ont publié une guidance à moyen terme, tandis que 21% ont mentionné des objectifs à long terme.

Quels chiffres clés sont inclus dans la guidance quantitative?



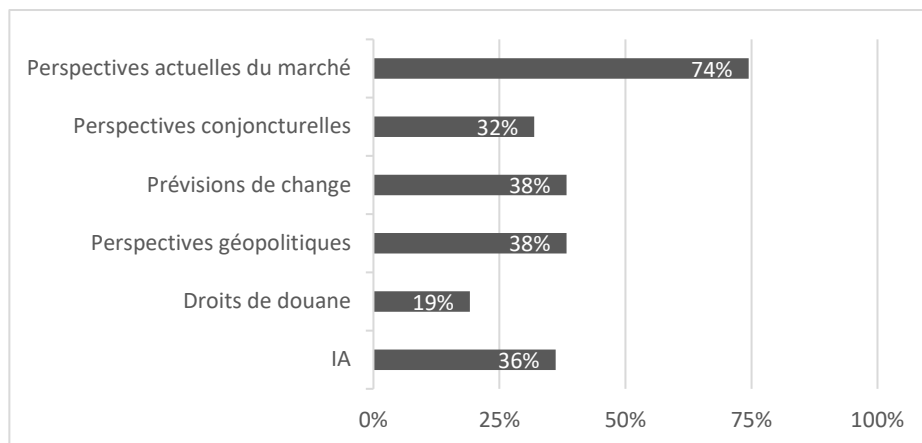
Le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel, sous forme d'EBIT, d'EBITA, d'EBITDA ou de marges, ont à nouveau constitué des éléments fermement établis de la guidance conforme aux meilleures pratiques, avec des parts respectives de 81% et 79%. Les dividendes, les CAPEX et les flux de trésorerie comptent parmi les autres indicateurs cibles importants (respectivement 40%, 40% et 30%). Le bénéfice par action et le rendement des fonds propres restent dans le bas de la fourchette (21% et 15%). La guidance officielle est souvent complétée par un objectif relatif au taux d'imposition.

Quels paramètres de performance internes sont inclus dans la guidance?



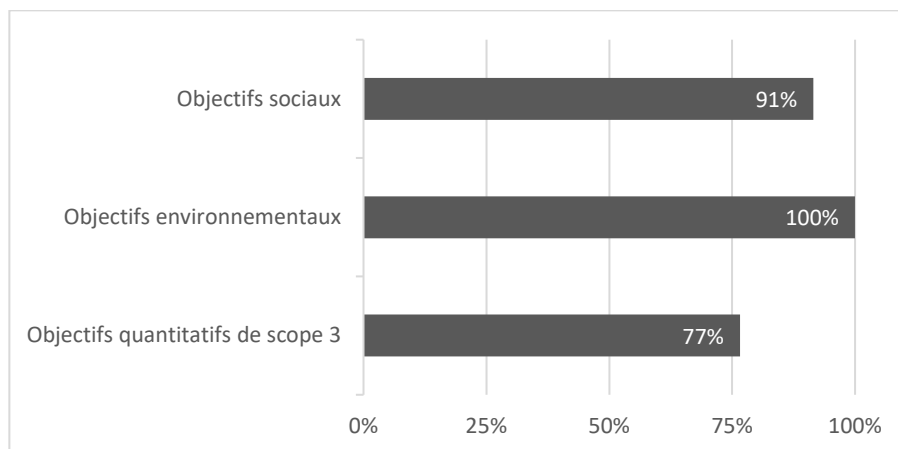
Les objectifs pour les domaines d'activité ou groupes de produits ont de nouveau fortement augmenté, atteignant 64%, tandis que la guidance par région n'a été publiée que par 19% des entreprises. La part des entreprises fournissant une guidance sur les programmes d'économies de coûts a également progressé de manière significative, à 53%. En outre, les déclarations relatives à la position de marché ou au développement de l'entreprise par rapport au marché ont augmenté.

Quels facteurs-cadres externes sont abordés dans la guidance?

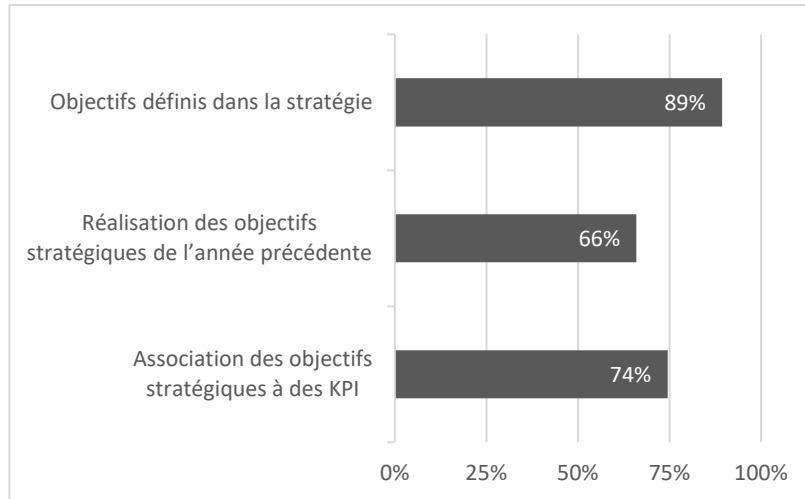


Les perspectives de marché continuent de dominer les paramètres externes de la guidance, avec une part de 74%, suivies des prévisions relatives aux monnaies et aux perspectives géopolitiques (38% chacune). Des prévisions conjoncturelles ont été fournies par 32% des entreprises. Les droits de douane sont restés un sujet pour 19% d'entre elles. 36% des entreprises ont explicitement mentionné l'IA comme moteur de croissance ou de marge dans leur guidance.

Des KPI non financiers sont-ils également définis et discutés dans l'analyse stratégique ou les perspectives? De quels domaines proviennent-ils?



Les objectifs sociaux ont de nouveau légèrement reculé, à 91%. En revanche, toutes les entreprises publient des objectifs environnementaux. Cela reflète le fait que les exigences légales prévoient une feuille de route pour la réduction des émissions. Des objectifs relatifs aux émissions du scope 3 sont déjà publiés par 77% des entreprises.

Quels contenus sont mentionnés dans l'analyse stratégique?

Déjà 89% des entreprises mentionnent des objectifs concrets dans l'analyse stratégique du rapport annuel. 66% dressent un bilan et discutent de l'atteinte des objectifs stratégiques de l'année précédente. 74% des entreprises étayent leurs objectifs stratégiques par des chiffres clés concrets.