



Le baromètre de la RSE

Odoxa - FG2A – BFM - Capital

Résultats de la 1^{ère} vague du baromètre de la responsabilité sociétale des entreprises

LEVÉE D'EMBARGO : MERCREDI 3 MAI 2023 A 18H30

Sondage ODOXA pour



Capital

et



Méthodologie



Recueil

Enquête réalisée par Internet les **26 et 27 avril 2023**.



Echantillon

Echantillon de **1 006 personnes** représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, niveau de diplôme et profession de l'interviewé après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Principaux enseignements du sondage

selon Gaël Sliman, président d'Odoxa

Pour 78% des actifs l'implication RSE d'une entreprise aurait un impact important sur leur décision de la rejoindre

1. **La notoriété de la RSE a fortement progressé en quelques années** : 52% des Français (78% des cadres) connaissent la RSE, alors qu'ils n'étaient que 33% il y a 4 ans.
2. **Sa pratique aussi** : 37% des salariés travaillent dans une entreprise engagée dans une démarche RSE. Cela représente **plus qu'un doublement** en moins de 4 ans !
3. **Et ce niveau est sans doute sous-estimé car 77%** des salariés disent avoir été incités par leur entreprise à une/des démarche(s) RSE.
4. **La RSE change les organisations des entreprises** : 55% de celles qui se sont engagées dans une démarche RSE **ont mis en place une entité ou direction spécifique.**
5. **Elles ont raison** : alors que les deux-tiers des salariés français (64%) pensent que les engagements RSE de leur propre entreprise sont de simples postures communicationnelles, ceux qui travaillent dans des entreprises ayant mise en place une direction RSE **sont 68% à être persuadés de la sincérité de l'engagement de leur boîte !**

Or, le positionnement RSE d'une entreprise a un impact déterminant sur sa capacité à conserver ou attirer les talents : 92% des Français font de la RSE un critère « important » voire « prioritaire » (32%) dans leur évaluation d'une entreprise et 78% des actifs assurent que l'implication RSE d'une entreprise « aurait un impact important sur leur décision de la rejoindre ».

Synthèse détaillée du sondage

(1/6)

Avoir un positionnement RSE clair et tangible dope l'attractivité des entreprises

1) L'engagement des entreprises en matière de RSE n'est reconnu que par une minorité de Français (45%) ... mais la tendance est à la hausse (+5 points en un an) et mieux communiquer autour de leurs actions permettrait aux entreprises de convaincre une large majorité de Français (57%) qu'elles agissent vraiment dans ce domaine

Seule une minorité de Français pensent que les entreprises s'engagent plus qu'auparavant en faveur de la Société et au service de l'intérêt général. 55% contre 45% ne le pensent pas.

Mais... des progrès sont nettement constatés depuis un an : en avril 2022, seuls 40% des Français le pensaient contre 60% qui ne le pensaient pas. En agissant et en le faisant savoir, les entreprises ont déjà gagné 5 points... et cela devrait se poursuivre.

En effet, dans ce sondage, nous avons aussi posé cette même question au début et à la fin du questionnaire (Split-Sample) et l'écart entre les deux résultats est spectaculaire.

Après avoir posé aux Français quelques questions plus précises sur la RSE, l'attitude des entreprises dans ce domaine et, pour les salariés, celle de leur propre entreprise, leur regard sur la question était totalement bouleversé.

A la fin de l'enquête, les Français étaient cette fois 57% contre 42% à estimer que « les entreprises s'engagent plus qu'auparavant en faveur de la Société et au service de l'intérêt général » ... soit un gain de 12 points en seulement quelques minutes d'invitation à réfléchir au sujet.

Conclusion : si les entreprises agissaient plus et mieux, mais aussi si elles le faisaient mieux savoir, les Français seraient bien plus nombreux à reconnaître leur investissement RSE.

2) La notoriété de la RSE a fortement progressé en quelques années : une majorité de 52% Français (et 78% des cadres et 66% des jeunes) connaissent aujourd'hui la RSE, alors qu'ils n'étaient qu'un tiers il y a 4 ans

La RSE doit encore se faire mieux connaître du grand public mais les choses avancent vite : 52% des Français savent déjà ce que c'est, alors qu'ils n'étaient que 33% en septembre 2019. En moins de 4 ans, le concept de RSE a ainsi progressé de près de 20 points pour être désormais connu par une majorité de nos concitoyens (contre un tiers en 2019).

Synthèse détaillée du sondage

(2/6)

Comme tous les Français ne sont pas égaux face à ce type d'information, des clivages sociologiques et générationnels majeurs apparaissent sur la connaissance de la RSE. Ainsi, les cadres sont déjà 78% à connaître la RSE, et les jeunes (25-34 ans) sont 66%.

La marge de progression est toutefois encore importante :

A la fois au niveau global pour devenir un concept connu de tous ou presque (30 points à gagner pour passer de plus de 50% à plus de 80% de notoriété) ; notamment en se faisant mieux connaître des catégories populaires (-25 points de notoriété par rapport aux cadres) et des seniors (-26 points par rapport aux jeunes).

Mais aussi et surtout en qualité ou précision de cette notoriété. En effet, aujourd'hui comme hier, ceux qui connaissent le concept de RSE n'en ont qu'une vision assez floue car seuls 15% des Français disent savoir précisément de quoi il s'agit.

3) Dans leur évaluation des entreprises, la RSE est aujourd'hui perçue comme un critère important par 92% des Français

Une fois que l'on rappelle aux Français la définition de la RSE (ou responsabilité sociétale des entreprises) soit « l'ensemble des contribution sociales et environnementales des entreprises dans le cadre de leurs relations commerciales et avec toutes les parties prenantes (fournisseurs, partenaires, salariés...) », une écrasante majorité de nos concitoyens nous assurent que ce sujet n'est pas anodin pour les entreprises.

Personne ou presque (7%) en France n'estime que la RSE serait un sujet « pas important » pour les entreprises. Au contraire, 92% des Français jugent qu'il s'agit d'un sujet « important » OU même « prioritaire » pour les entreprises.

Mais pour l'essentiel, nos concitoyens positionnent ce sujet comme étant « important mais pas prioritaire » (60%) plutôt que « prioritaire ».

D'ailleurs, si les Français étaient aujourd'hui à la recherche d'un emploi, la RSE ne figurerait pas parmi les premiers critères qui les inciteraient le plus à travailler dans une entreprise.

La rémunération arriverait en premier avec 67% de citations, devant l'équilibre vie privé-vie pro (45%), l'ambiance au sein de l'équipe (37%) ou encore l'attrait du secteur (18%).

Avec 12% de citations, la RSE figure à la dernière place des 5 grands critères testés pour rejoindre une entreprise. Ce n'est évidemment pas négligeable car cela signifie que 12% des Français la placent déjà DEVANT les critères clés évoqués plus haut (notamment la rémunération) ... mais c'est évidemment perfectible et cela confirme que pour les Français, la RSE c'est important certes, mais ce n'est pas LA grande priorité.

Synthèse détaillée du sondage

(3/6)

Pour les promoteurs de la RSE, l'enjeu est donc moins d'expliquer que la RSE est « importante » – tout le monde en étant déjà convaincu – que de convaincre nos concitoyens que c'est même un sujet « prioritaire ».

4) 37% des salariés en France travaillent dans une entreprise engagée dans une démarche RSE. Dans 55% des cas, ces entreprises ont mis en place une entité ou direction spécifique

37% des salariés savent que leur entreprise est engagée dans une démarche RSE et connaissent (plus ou moins) ses engagements dans ce domaine. Parmi eux, 11% en ont même une connaissance bien précise et 26% une connaissance plus floue.

15% des salariés savent que leur entreprise n'est engagée dans aucune démarche RSE et les autres, près d'un salarié sur deux (48%), n'ont aucune idée de la position de leur entreprise à ce sujet.

Le fait de disposer d'une entité spécifique ou direction RSE est évidemment capital pour mieux faire savoir ce qui est fait.

Or, dans de nombreuses entreprises ce n'est pas le cas, ou si c'est le cas ce n'est pas su.

Ainsi, lorsque l'on interroge les 37% de salariés qui savent que leur entreprise a une démarche RSE, 26% ne savent pas si elle dispose de cette entité ou direction spécifique.

Parmi ceux qui le savent, 55% disent que cette direction existe dans l'entreprise contre 45% qui assurent qu'elle n'existe pas.

Dit autrement, cela signifie que 55% des entreprises engagées en matière de RSE auraient mis en place une entité ou direction spécifique.

Que les entreprises communiquent mieux et plus clairement auprès de leurs salariés semble donc être une première étape indispensable. Le fait que les trois-quarts des salariés en France soit, ne sachent pas si leur entreprise a une démarche soit, le sachent mais en aient une connaissance extrêmement floue, est évidemment un problème. Le fait que plus d'un quart des salariés sachant qu'une démarche RSE existe dans leur entreprise ne sachent même pas s'il existe une entité dévolue à cela est un autre problème. Il faut donc communiquer d'abord en interne avant de porter la (bonne) parole à l'extérieur de l'entreprise.

Synthèse détaillée du sondage

(4/6)

5) Les deux-tiers des salariés français (64%) pensent que les engagements RSE de leur propre entreprise sont de simples postures communicationnelles mais ceux qui travaillent dans des entreprises affichant un engagement RSE et ayant mis en place une direction RSE sont 68% à être persuadés de la sincérité de l'engagement de leur boîte !

Il faut d'autant plus communiquer des informations claires à son interne que le fait de donner des informations précises à ses salariés a un impact énorme sur la sincérité perçue de la démarche de leur entreprise.

« RSE-Washing » vs « engagement sincère » : les salariés sont globalement très sévères concernant la sincérité de l'engagement RSE de leur entreprise.

Les deux-tiers des salariés français (64%) pensent en effet que les (éventuels) engagements RSE de leur propre entreprise sont de simples postures communicationnelles. Pour eux, tout cela est avant tout du « green-washing » ou du « RSE-washing ».

Mais en revanche, les salariés qui travaillent dans des entreprises dont ils connaissent les engagements RSE sont une majorité de 54% à penser au contraire qu'il s'agit d'engagements « vraiment concrets et sincères ».

C'est encore plus net auprès des salariés des entreprises ayant mis en place une entité/direction RSE. Ceux-là sont même 68% à être persuadés de la sincérité de l'engagement de leur boîte... soit un retournement parfait par rapport au sentiment de l'ensemble des salariés français (64% croient plutôt à une posture).

6) Finalement, les entreprises sont bien plus nombreuses à « faire de la RSE » sans le savoir ou le dire : 77% des salariés disent avoir été incités par leur entreprise à des démarches RSE

Même si, selon leurs salariés, les entreprises communiquent plus qu'elles n'agissent en matière de RSE, elles font bien « des choses ». Et cela ressemble bien à « de la RSE ».

77% des salariés reconnaissent ainsi que leur entreprise les incite à adopter au moins l'un des comportements vertueux en matière de RSE que nous avons testé dans l'étude.

Dans le détail, c'est l'incitation à bien se comporter avec les autres (collaborateurs, fournisseurs, clients) qui est la plus promue par les entreprises (63% des salariés assurent que leur entreprise les incite à cela).

Synthèse détaillée du sondage

(5/6)

Mais la politique « zéro déchet » (50%) ou l'incitation aux « bonnes pratiques numériques » (47%) concernent aussi la moitié des salariés en France. L'incitation à utiliser des « mobilités vertes » en prenant en charge des abonnements (vélo) ou en encourageant le covoiturage concerne aussi 40% des salariés... et environ un sur quatre est incité positivement par son entreprise dans son comportement alimentaire (28%), à utiliser du matériel reconditionné (27%) ou encore à participer à l'action d'ONG et d'associations (24%).

Enfin 1 salarié sur 5 (18%) a été incité par son entreprise à suivre une formation sur la RSE.

Pas mal finalement pour des boîtes qui ne feraient pas tant que cela.

En fait, les entreprises « font de la RSE sans vraiment le savoir » car elles en font au quotidien mais sans vraiment s'en vanter et sans le formaliser clairement.

C'est dommage car en « conscientisant » davantage et en formalisant un peu leur démarche elles seraient mieux reconnues et davantage perçues comme sincères dans ce domaine par leurs propres salariés.

7) Il faut dire que les Français aussi « font de la RSE sans le savoir », 95% d'entre eux ayant adopté au moins l'une des démarches RSE dans leur vie quotidienne : 78% contribuent ainsi au « zéro déchet » et 40% utilisent des moyens de transport « verts »

Si les entreprises en font sans doute plus qu'elles ne le pensent ou disent à leurs salariés, tels des « Monsieur Jourdain », les Français eux-mêmes font beaucoup plus en matière de RSE que ce qu'ils n'imaginent. Interrogés sur leurs propres comportements au quotidien, 95% des Français disent avoir adopté au moins l'une des pratiques positives testées dans l'étude. Près des trois-quarts contribuent au « zéro déchet » (78%) et « font attention à la façon dont ils se comportent avec les autres » (76%) et 4 Français sur 10 « utilisent des moyens de transports verts » (40%) et « achètent du matériel reconditionné » (39%).

En tant que consommateurs aussi, les Français sont attentifs à la RSE.

86% font attention à la sécurité/fiabilité des produits et équipements qu'ils achètent, 82% aux garanties dont disposent ces produits et 74% au fait qu'ils soient fabriqués localement (en France ou dans leur région). 62% se soucient de l'impact environnemental des produits qu'ils achètent et 57% de leur impact sociétal.

Synthèse détaillée du sondage

(6/6)

Pour les entreprises/les marques, il est donc capital de pouvoir mieux faire connaître leurs actions car cela aura un impact certain sur les ventes... d'ailleurs, 66% des Français (RSE ou pas cette fois) assurent qu'ils accordent de l'importance à la marque du produit qu'ils achètent, qu'il s'agisse de sa notoriété, de son image ou des valeurs qu'elle véhicule.

En agissant et communiquant plus et mieux sur leur action RSE, les entreprises n'auront pas uniquement un impact positif sur les ventes de leurs produits... elles pourront aussi bien mieux attirer les talents. Ainsi, 78% des actifs nous assurent déjà que « s'ils envisageaient de rejoindre une entreprise, le fait qu'elle s'implique en matière de RSE aurait un impact important (mais pas prioritaire) sur leur décision de la rejoindre ».

Gaël Sliman, président d'Odoxa

Résultats du sondage



Perception de l'engagement des entreprises en faveur de la Société, au service de l'intérêt général



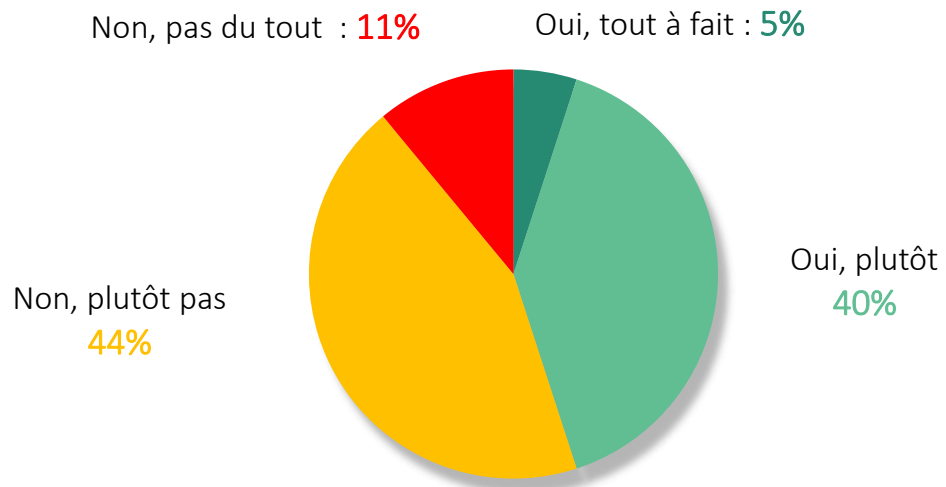
Ces dernières années, avez-vous le sentiment que les entreprises s'engagent plus qu'auparavant en faveur de la Société, au service de l'intérêt général ?



Cette question a été posée sous forme de « Split Sample » : elle a été posée en début de questionnaire à la moitié de l'échantillon, de manière aléatoire. Le résultat est présenté ci-dessous. Elle a ensuite été posée à la toute fin du questionnaire à l'autre moitié de l'échantillon. Le résultat de cette seconde question est présenté à la fin de ce rapport.

% Non : 55%

% Oui : 45%



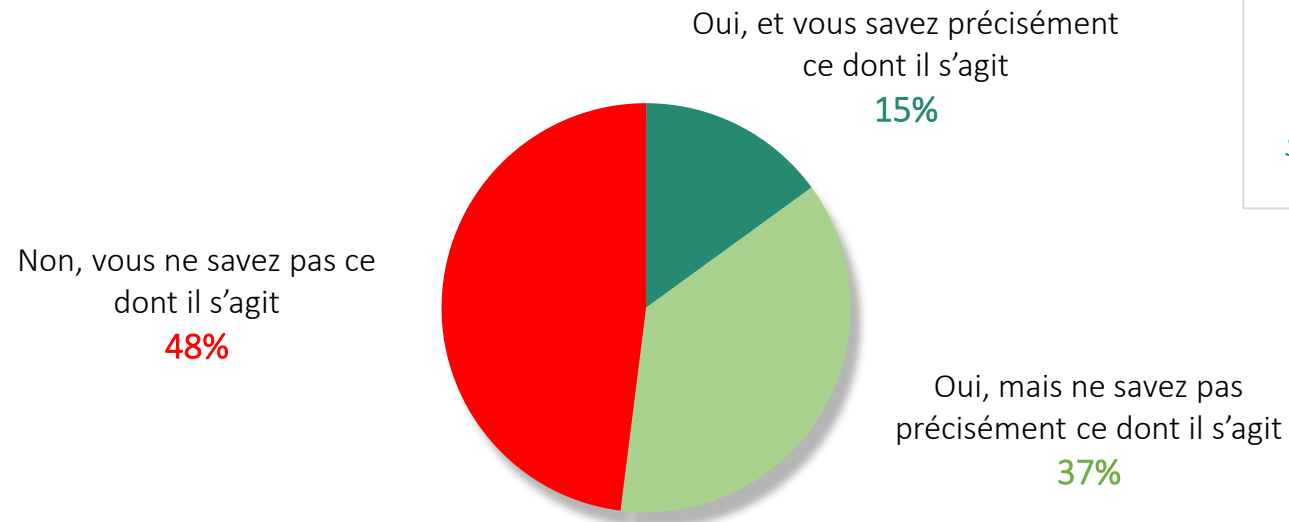
+ 5 pts
en 1 an*

* Sondage Odoxa pour Comfluence, réalisé en avril 2022

Notoriété de la RSE



Avez-vous déjà entendu parler de la RSE, ou responsabilité sociétale des entreprises ?



% Oui : 52%

+ 19 pts
depuis 2019*

Cadres : 78%

Employés et ouvriers : 53%

25-34 ans : 66%

65 ans et + : 40%

Salariés du secteur privé : 62%

Salariés du secteur public : 53%

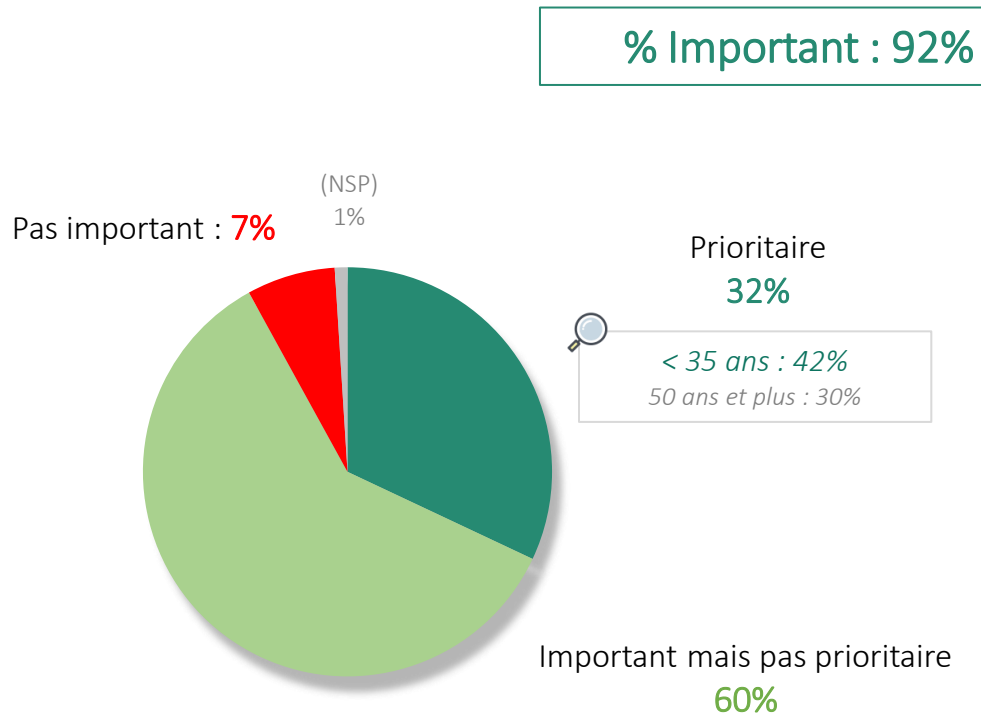
* Sondage Ifop pour RM Conseil, publié le 6 septembre 2019

Importance de la RSE



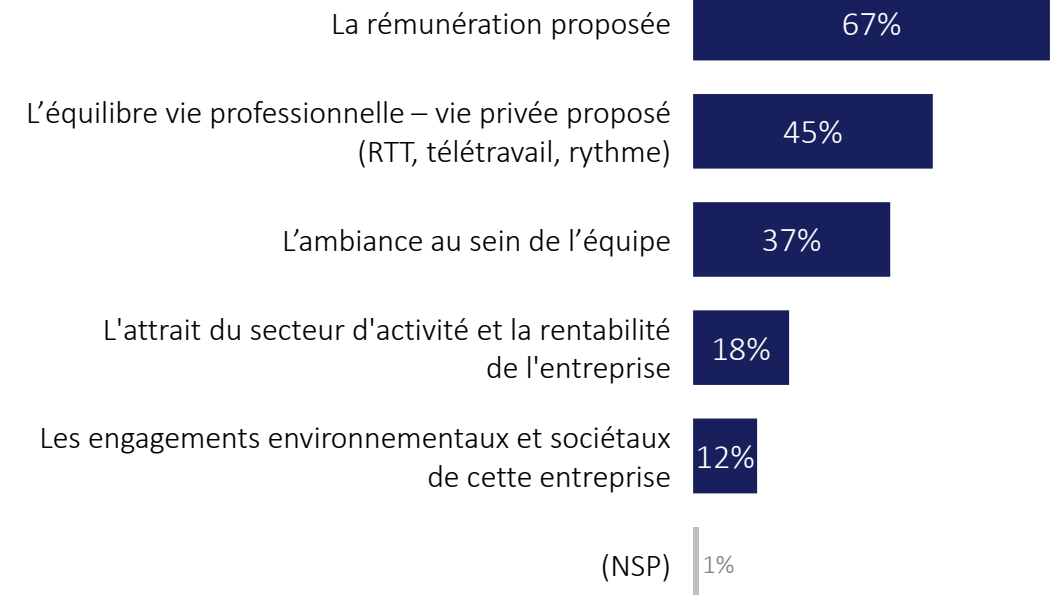
La RSE ou responsabilité sociétale des entreprises définit l'ensemble des contributions sociales et environnementales des entreprises dans le cadre de leurs relations commerciales et avec toutes les parties prenantes (fournisseurs, partenaires, salariés...).

Selon vous, la RSE doit-elle être pour les entreprises un sujet... ?



Si vous étiez en recherche d'emploi, parmi les critères suivants, quels seraient les deux qui vous inciteraient le plus à travailler dans une entreprise ?

2 réponses possibles

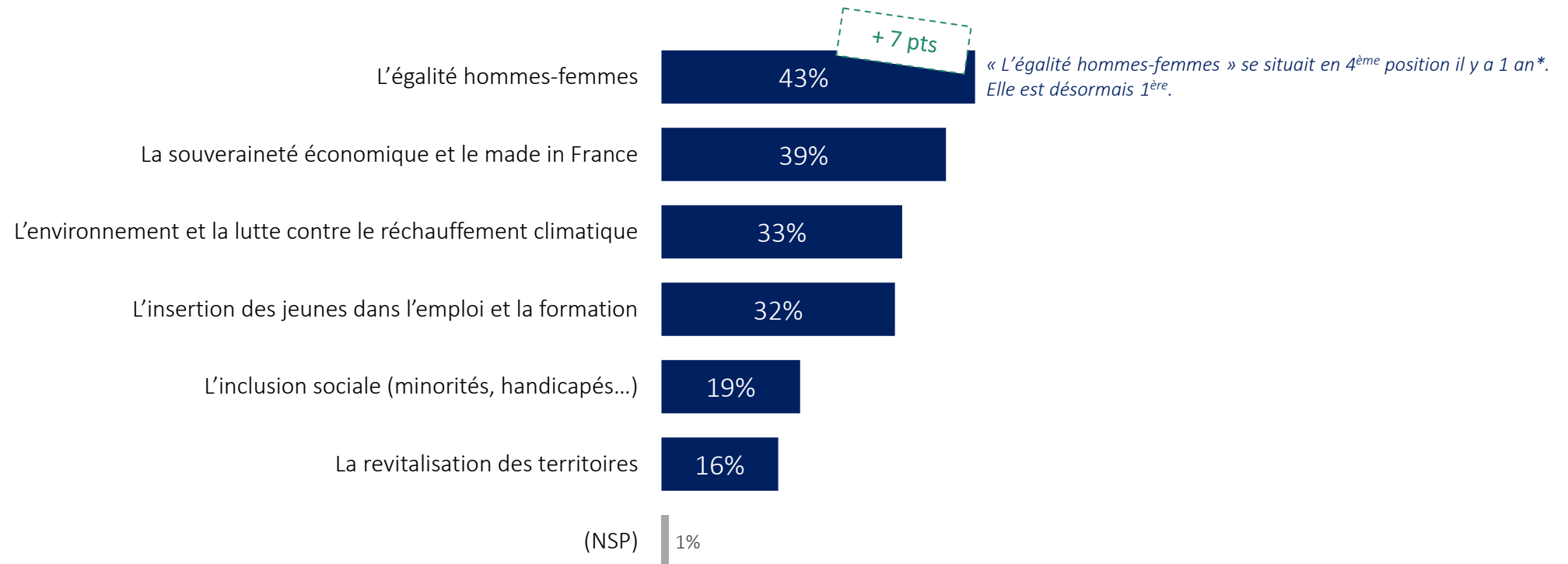


Causes privilégiées par les Français pour lesquelles ils souhaiteraient que les entreprises s'engagent prioritairement



Pour quelles grandes causes souhaiteriez-vous que les entreprises s'engagent prioritairement dans le cadre de leurs activités ?
2 réponses possibles

i Le total est supérieur à 100 car plusieurs réponses pouvaient être choisies.



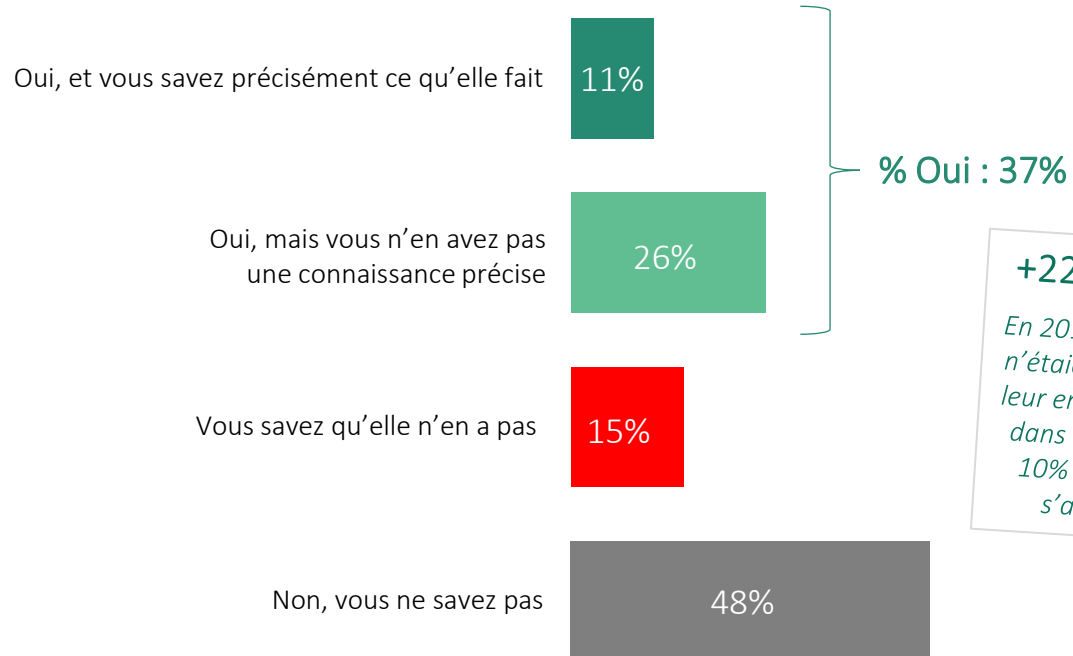
* Sondage Odoxa pour Confluence, réalisé en avril 2022

Connaissance de l'engagement des entreprises en matière de RSE



Aux salariés

Connaissez-vous les engagements en matière de RSE de votre entreprise ?



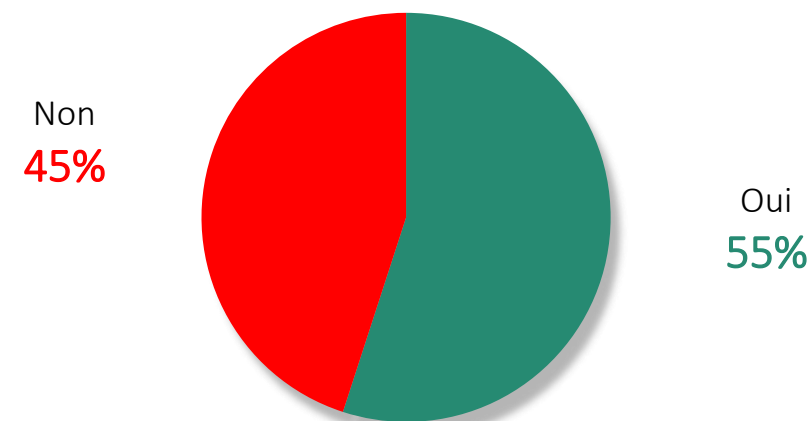
+22 points en 4 ans*
En 2019, les salariés Français n'étaient que 15% à dire que leur entreprise était engagée dans une telle démarche et 10% nous disaient qu'elle s'apprêtait à la faire.

Aux salariés connaissant les engagements en matière de RSE de leur entreprise

Votre entreprise dispose-t-elle d'une entité ou d'une direction dédiée à la RSE ?



Les résultats sont présentés auprès des salariés ayant connaissance de l'entité ou de la direction dédiée à la RSE.



26% des salariés connaissant les engagements de leur entreprise en matière de RSE, ne savent pas si elle dispose d'une entité ou d'une direction dédiée à cette dernière.

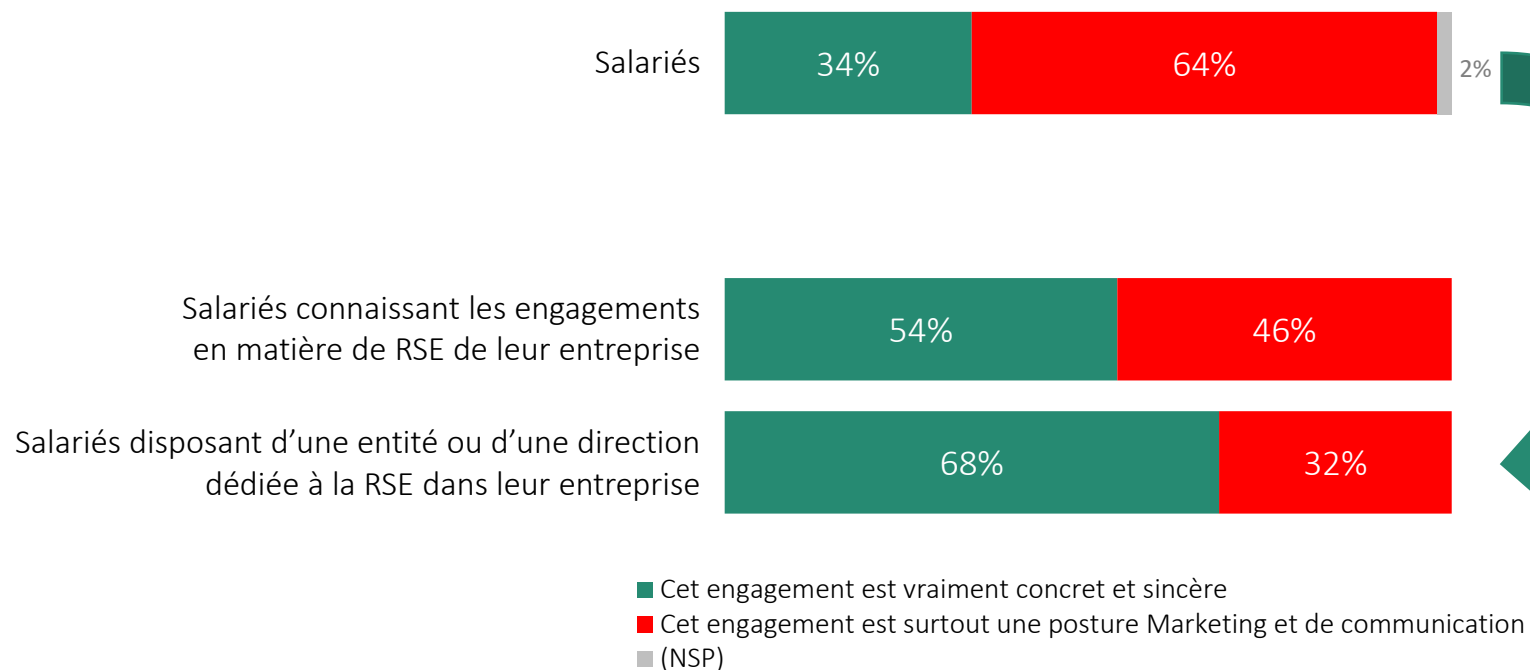
* Sondage Ifop pour RM Conseil, publié le 6 septembre 2019 (Opcit.)

Perception de l'engagement des entreprises en matière de RSE



Aux salariés

Diriez-vous que l'engagement de votre entreprise en matière de RSE est vraiment concret et sincère ou qu'il s'agit surtout d'une posture « Marketing » et de communication... ?



Retournement total

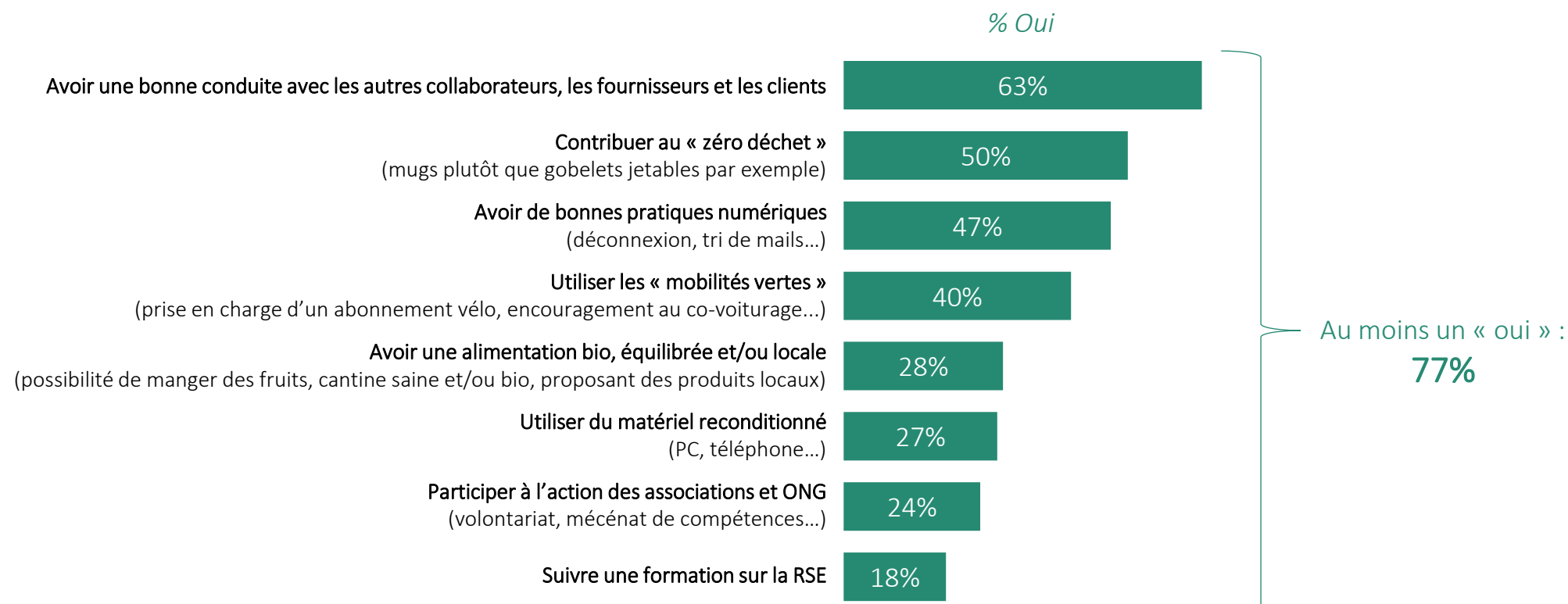
Le fait de travailler dans une entreprise que l'on s'ait engagée en RSE et qui a mis en place une direction RSE retourne totalement la perception des salariés. Loin de penser (comme les autres salariés) qu'il s'agit d'une posture de « RSE-Washing » ils se disent convaincus que la RSE est bien un engagement concret et sincère de leur entreprise.

Incitations de l'entreprise en matière de RSE



Aux salariés

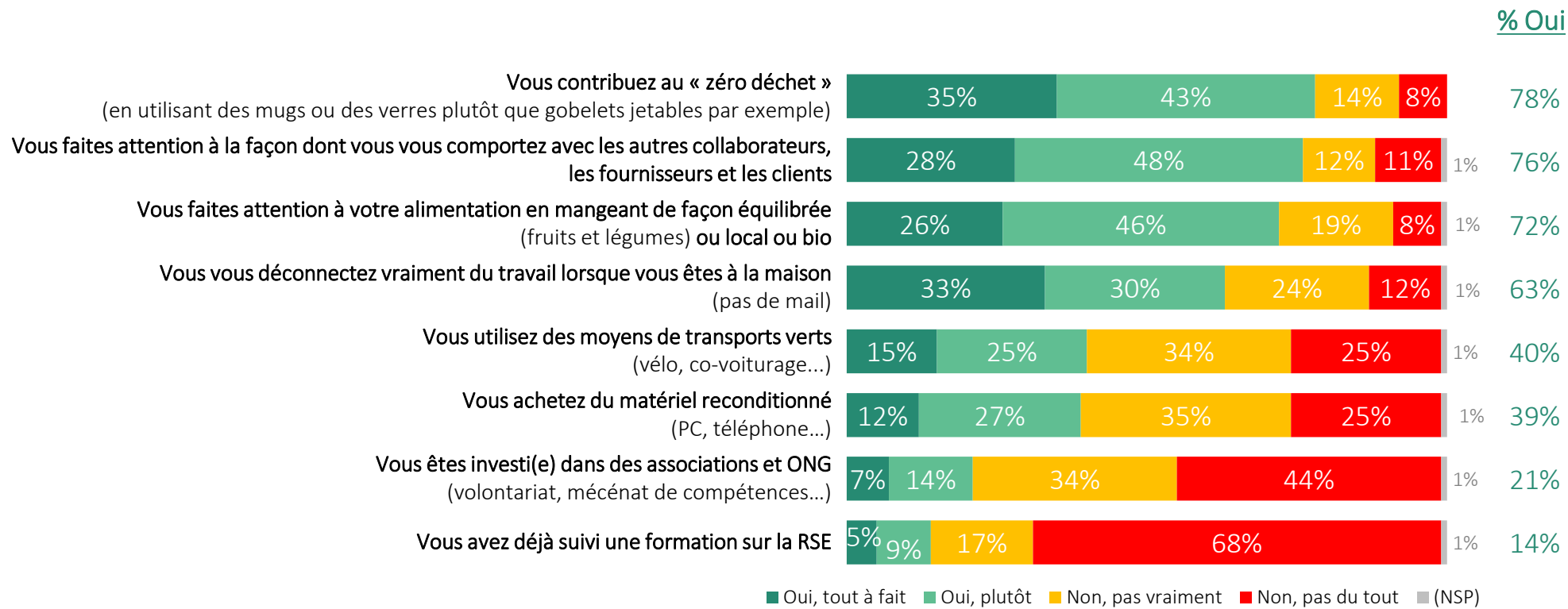
Votre entreprise vous incite-t-elle à... ?



Comportement des Français en matière de RSE



Et vous personnellement, dans votre comportement au quotidien, êtes-vous attentif/ve à la RSE ?
Par exemple est-ce que... ?

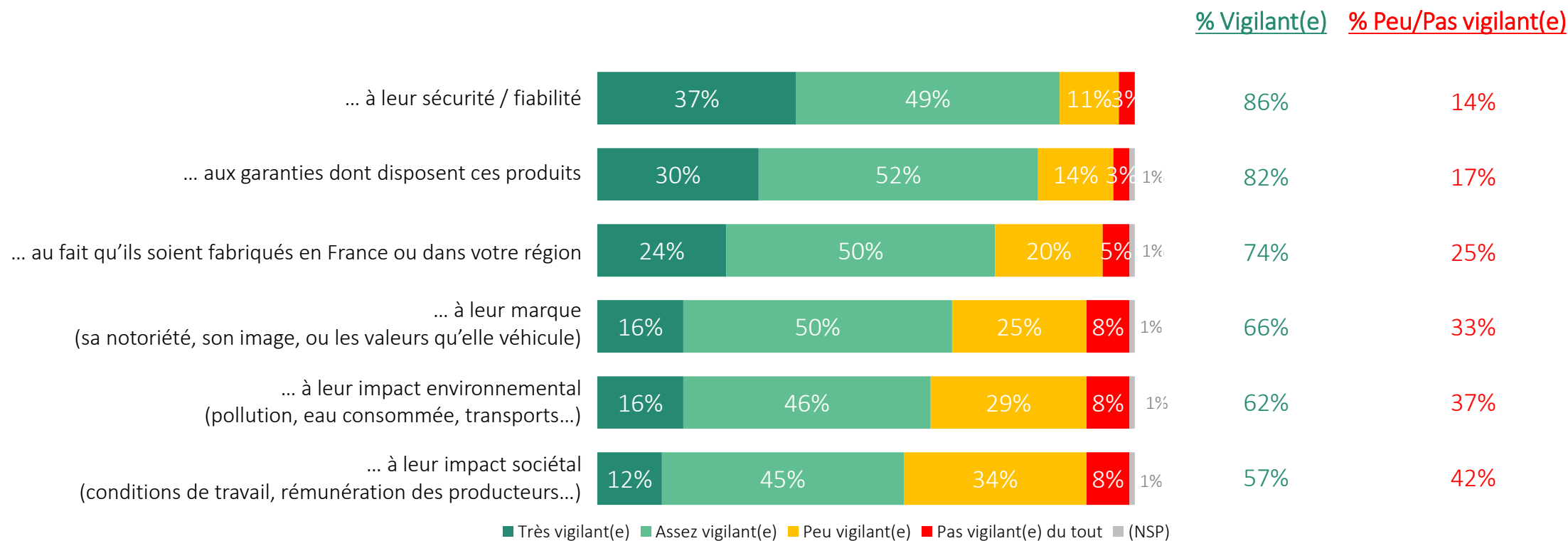


Au moins un « oui » :
95%

Points de vigilance lors de l'achat de produits



Lorsque vous achetez des produits/équipements de consommation, êtes-vous vigilant(e)... ?

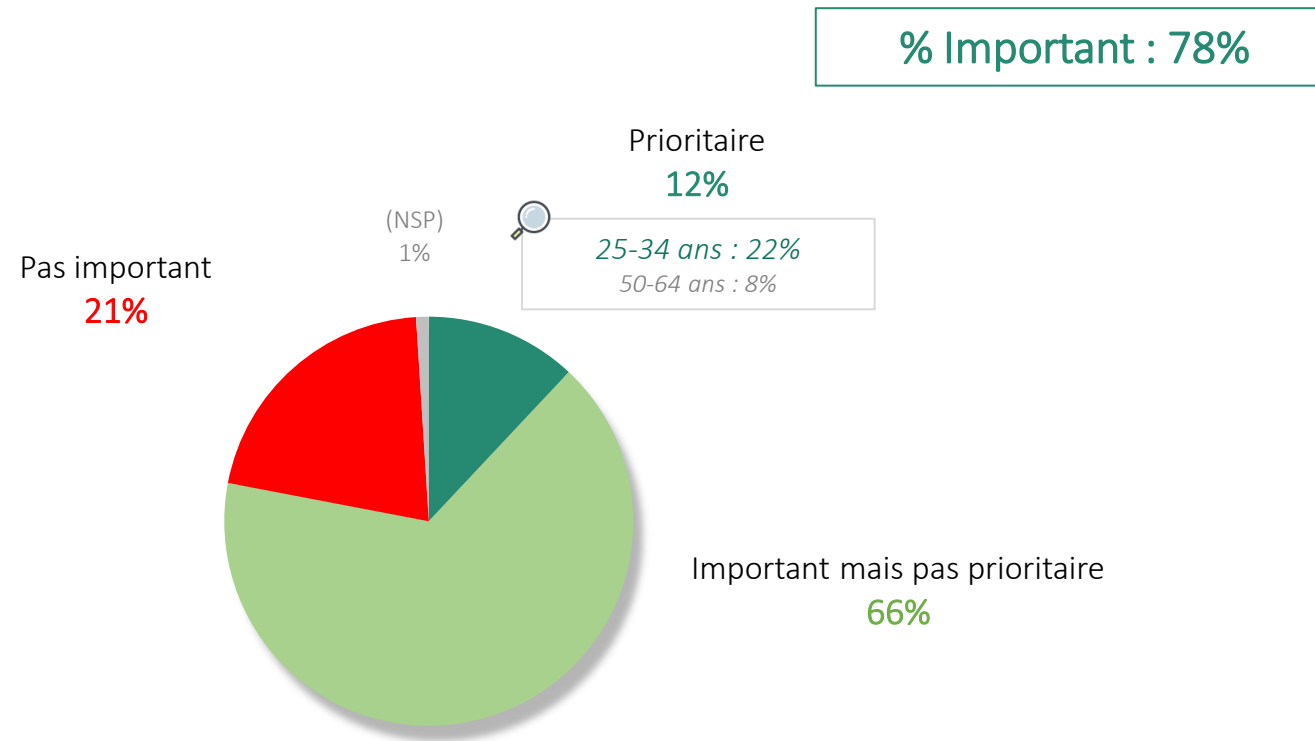


Importance de l'implication d'une entreprise en matière de RSE lors d'une recherche d'emploi



Aux actifs

Si vous envisagiez de rejoindre une entreprise, le fait qu'elle s'implique en matière de RSE serait dans votre décision quelque chose de... ?



Perception de l'engagement des entreprises en faveur de la Société, au service de l'intérêt général

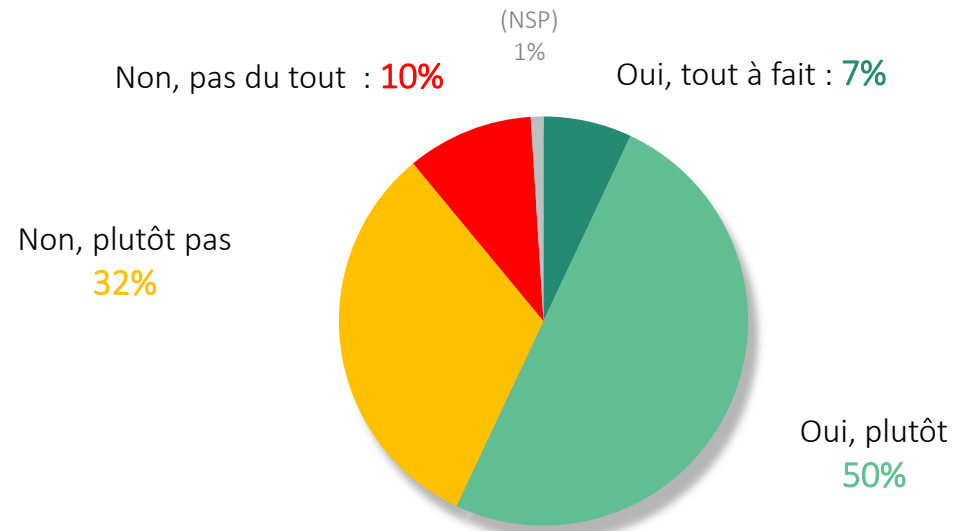


Ces dernières années, avez-vous le sentiment que les entreprises s'engagent plus qu'auparavant en faveur de la Société, au service de l'intérêt général ?

i Cette question a été posée sous forme de « Split Sample » : elle a été posée en fin de questionnaire à la moitié de l'échantillon, de manière aléatoire.

% Non : 42%

% Oui : 57%



+12 points

entre le début et la fin du questionnaire !

En posant cette question à la moitié de l'échantillon à la fin du questionnaire, on constate que le simple fait d'avoir fait réfléchir les sondés sur la place de la RSE en France et dans les entreprises augmente leur sentiment que les entreprises agissent dans ce domaine : **+ 12 pts** par rapport au résultat observé lorsque l'on pose cette question en début de questionnaire (à l'autre moitié de l'échantillon).

Conclusion



Conclusion

(1/2)

Avoir un positionnement RSE clair et tangible dope l'attractivité des entreprises

I - La RSE se propage en France et dans les entreprises :

- 1) L'engagement des entreprises en matière de RSE n'est reconnu que par une minorité de Français (45%) ... mais la **tendance est à la hausse : +5 points** en un an ; et mieux communiquer autour de leurs actions permettrait aux entreprises de convaincre une large majorité de Français (57%) qu'elles agissent vraiment dans ce domaine.
- 2) D'ailleurs, les entreprises sont bien plus nombreuses à « faire de la RSE » sans toujours le savoir ou le dire : **77%** des salariés disent avoir été incités par leur entreprise à une/des démarche(s) RSE.
- 3) Les Français aussi « font de la RSE sans le savoir », **95%** d'entre eux ayant adopté au moins l'une des démarches RSE dans leur vie quotidienne : **78%** contribuent ainsi au « zéro déchet » et **40%** utilisent des moyens de transport « verts ».
- 4) Et déjà plus de 9 Français sur 10 (**92%**) font de la RSE un critère « important » sinon « prioritaire » (**32%**) de leur évaluation d'une entreprise et **12%** l'intégreraient à leurs priorités de choix pour rejoindre une entreprise.

Conclusion

(2/2)

II - Agir sur la RSE et le faire savoir s'impose désormais aux entreprises, que ce soit vis-à-vis de leurs salariés ou de leurs clients :

- 1) **La notoriété de la RSE a fortement progressé en quelques années** : une majorité de 52% de Français (et 78% des cadres et 66% des jeunes) connaît aujourd'hui la RSE, alors qu'ils n'étaient qu'un tiers il y a 4 ans.
- 2) **La pratique de la RSE dans les entreprises a aussi explosé** : **37% des salariés travaillent dans une entreprise engagée dans une démarche RSE**. Cela représente **plus qu'un doublement en moins de 4 ans** ! En septembre 2019, seuls 15% des salariés disaient que leur entreprise était engagée dans une telle démarche et 10% indiquaient qu'elle s'apprêtait à la faire.
- 3) **55% des entreprises s'étant engagées dans une démarche RSE ont mis en place** (selon leurs salariés) **une entité ou direction spécifique**.
- 4) **Elles ont raison**, agir, le faire savoir en interne et surtout l'incarner par la mise en place d'une direction RSE **change totalement le regard des salariés** : alors que les deux-tiers des salariés français (64%) pensent que les engagements RSE de leur propre entreprise sont de simples postures communicationnelles, ceux qui travaillent dans des entreprises ayant un engagement RSE et où a été mise en place une direction RSE **sont 68% à être persuadés de la sincérité de l'engagement de leur boîte** !

En agissant et communiquant plus et mieux sur leur action RSE, les entreprises n'auront pas uniquement un impact positif sur les ventes de leurs produits... elles pourront aussi bien mieux attirer les talents. **Ainsi, 78% des actifs nous assurent déjà que « s'ils envisageaient de rejoindre une entreprise, le fait qu'elle s'implique en matière de RSE aurait un impact important sur leur décision de la rejoindre ».**