vendredi KANTAR

Baromètre RSE 2024

Le déclic des entreprises au service de la transition ?

1% FOR THE PLANET · Fromes · B Lab · C3D · ecovadis · France Digitale

HAATCH · Impact at Work · Observatoire de la qualité de vie au travail · sami · UTOPIES

Avant-propos

Pour une accélération à la hauteur de l'urgence...

Il y a 3 ans, c'est pour "pour pallier l'absence d'une mesure commune des pratiques RSE" que nous lancions la première édition de ce Baromètre ouvert.

Notre intention : proposer un outil pour comprendre les changements en cours et permettre à chaque entreprise de se comparer et s'inspirer des pratiques des autres.

Ancrée depuis maintenant 3 éditions, notre tentative d'apporter un éclairage dans l'écosystème RSE nous permet de dessiner des tendances long terme.

→ La première, c'est que la RSE a gagné une victoire : elle s'est imposée au sein des entreprises, et sa nécessité n'est plus remise en question. Cela s'est confirmé, ces dernières années, à travers les mutations qu'a connu le paysage RSE.

→ La deuxième, c'est qu'elle doit encore démontrer son efficacité et ses capacités à engendrer des transformations profondes et durables.

Le Baromètre RSE 2024 veut donc répondre à cette question : la RSE est-elle en train de connaître une accélération à la hauteur de l'urgence sociale et environnementale ?

À travers ces pages, nous vous souhaitons de trouver la joie de célébrer ce qui avance, la motivation de faire avancer ce qui traîne, et l'inspiration de continuer à agir au quotidien.

- Julian Guerin, CEO de Vendredi & Héloïse Arnold, rédactrice du Baromètre RSE 2024

... Et pour la construction d'un futur positif !

Nous avons choisi de nous associer au Baromètre RSE de Vendredi car le développement durable est un pilier essentiel de la mission de Kantar : «Shape Your Brand Future».

Nous venons de publier la troisième vague de l'étude Sustainability Sector Index, réalisée dans 34 pays, pour aider les marques à identifier les attentes principales des consommateurs dans 42 secteurs d'activité économique. Le Baromètre RSE, centré sur les pratiques des professionnels, est donc très complémentaire de nos observations consommateurs.

Il met certes en lumière une réelle progression des entreprises vers des modèles économiques plus durables. Mais de nombreuses structures peinent à répondre aux attentes consommateurs et à abandonner les modèles axés sur le profit immédiat, alors que le développement durable exige des investissements à long terme et des indicateurs de performance plus larges.

Dans ce contexte d'une certaine inertie des pouvoirs publiques et des entreprises, les marques les plus audacieuses ont une opportunité unique de se différencier, et d'assurer leur pérennité dans le long terme, en apportant du sens aux consommateurs et en leur proposant un futur positif.

- Pierre Gomy, Senior Director Marketing, Sustainability & Luxury chez Kantar

Sommaire

Introduction

1 Tout comprendre sur le Baromètre RSE — p. 6

2 Ce qu'il faut retenir du Baromètre RSE 2024 — p. 12

Profil des répondant·es, gouvernance et contexte de la RSE

3 Profil des répondant·es — p. 22

4 La gouvernance et le fonctionnement de la RSE — p. 30

5 La RSE et l'implication des parties prenantes — p. 48

6 Freins et moteurs à la RSE — p. 64

Pratiques RSE des entreprises

7 La sensibilisation des salarié·es aux enjeux RSE — p. 74

8 La RSE et les enjeux environnementaux — p. 86

9 La RSE et les enjeux sociaux — p. 98

10 La RSE et les enjeux sociétaux — p. 104

11 Maturité globale des entreprises en matière de RSE — p. 116

Conclusion

p. 120

1.

Tout comprendre sur le Baromètre RSE

L’étude de référence sur la transition sociale et environnementale des entreprises françaises

Qu’est ce que le Baromètre RSE ?

Un état des lieux exhaustif et accessible des pratiques RSE en France

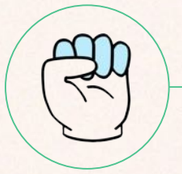
C’est depuis 2021 la vocation du Baromètre de la RSE : créer un laboratoire de tendances sur les pratiques concrètes des entreprises françaises en matière de RSE. Ressources allouées, relations avec les parties prenantes, freins et motivations, actions sociales, sociétales et environnementale : cette étude fait le point sur la situation. **Notre ambition : faire émerger les grandes tendances de la RSE en 2024 !**

Une enquête portée par 13 acteurs clés de la RSE et de la transition des entreprises

En 2024, Vendredi s’associe à Kantar et à 11 organisations de référence, réseaux d’entreprises et experts des sujets RSE, autour du Baromètre RSE. Ces acteurs font partie intégrante du projet : chacun a contribué activement à la construction du questionnaire et à l’analyse des résultats. Ce Baromètre, c’est bien plus qu’un simple contenu sur la RSE : c’est un projet collectif qui veut créer du commun autour des enjeux de transition sociale et environnementale des entreprises.

Notre objectif commun : aider concrètement toutes les entreprises à accélérer leur transition

Ce Baromètre a été créé par et pour les acteur·ices de la RSE. Ce n’est pas seulement une étude, mais aussi un véritable outil de travail qui porte un intérêt à la fois collectif, pour faire rayonner largement la RSE en France, mais aussi individuel, pour fournir à chaque entreprise les outils pour comprendre, se comparer, s’inspirer, analyser, et s’approprier le sujet. Le tout rendu facile d’accès pour toute personne intéressée par le sujet !



Une troisième édition pour aller encore plus loin

Après le succès des deux premières éditions du Baromètre RSE en 2021 et 2022, nous sommes fier·es de proposer cette année un contenu encore plus pertinent et complet. Le Baromètre de la RSE 2024, c’est plus de 940 répondant·es d’entreprises de toutes tailles et de tous secteurs ; c’est une étude menée par Vendredi aux côtés de Kantar, institut d’enquête et de sondage de référence ; et c’est un questionnaire amélioré, en adéquation avec les évolutions du secteur et les besoins actuels des entreprises.

Méthodologie de l'enquête

Janvier
2024

Diffusion du questionnaire sur les pratiques RSE des entreprises

Le Baromètre RSE est une étude ouverte : toutes les entreprises peuvent y participer, quel que soit leur niveau de maturité autour du sujet. Grâce aux 12 partenaires du projet, l'enquête est relayée largement, permettant de toucher un maximum d'entreprises de toutes tailles et de tous secteurs.

Février à Mars
2024

Traitement et analyse des données

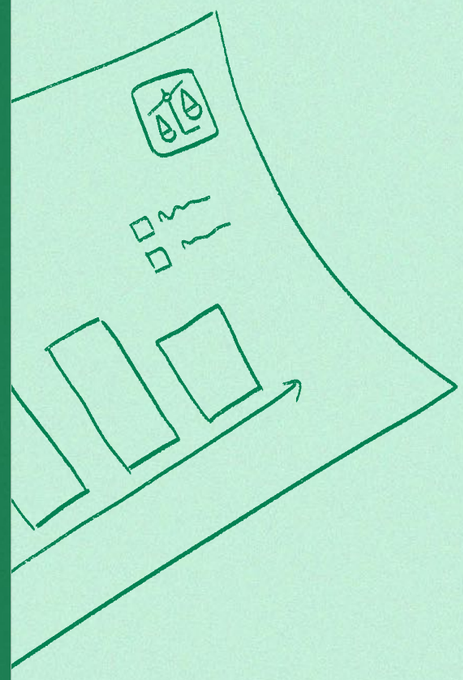
Ce sont les équipes de Kantar, institut d'enquête et de sondage, qui ont effectué le traitement des données du Baromètre RSE 2024. Les équipes de Vendredi, plateforme de mobilisation des salarié·es, ont ensuite pris le relais pour en analyser les grandes tendances et rédiger le contenu du Baromètre RSE (que vous vous apprêtez à lire !), accompagné·es par tous les partenaires du projet.

Disclaimer : les réponses obtenues n'engagent que les répondant·es à titre individuel, et non leur entreprise.

2.

Ce qu'il faut retenir du Baromètre RSE 2024

Enfin un déclic des entreprises, et de réelles opportunités pour face à l'urgence !



La situation en 2022 : des entreprises engagées, mais pas de vraie rupture

Une mobilisation des entreprises et de fortes opportunités pour la RSE...

Une RSE qui s'impose aux plus hauts niveaux stratégiques et décisionnels

89% des entreprises avaient un COMEX moteur ou favorable à la RSE

64% des entreprises n'avaient pas de difficulté à impliquer leurs dirigeant·es

L'environnement comme thématique N°1 des politiques RSE

86% des entreprises sensibilisaient à ce sujet

3/4 des entreprises avaient mesuré leur empreinte carbone fin 2022

Une RSE motivée à la fois par les enjeux business et l'urgence d'agir

93% des entreprises plaçaient l'image de marque comme une motivation importante à la RSE

86% des entreprises voyaient la réponse aux enjeux sociaux et environnementaux comme un moteur

Des obligations légales avec un réel impact sur les pratiques des entreprises

100% des grands groupes avaient réalisé leur bilan carbone fin 2022

88% des entreprises concernées par l'obligation de mesure de l'index égalité l'avaient réalisé

De plus en plus de sensibilisation et d'engagement pour l'intérêt général

77% des entreprises mettaient en place des actions sociétales

86% des entreprises sensibilisaient leurs équipes

... Mais pas pas d'accélération de la transition sociale et environnementale

Une RSE qui manquait de ressources (temps, main d'oeuvre, budget)

82% des entreprises considéraient le manque de temps comme un frein important

1/3 des entreprises n'avaient pas de budget alloué à la RSE

De la stagnation autour de nombreux sujets

0 Pas d'évolution de la quantité de ressources allouées au sujet depuis 2021

1/4 des entreprises n'avaient pas prévu de mesurer son empreinte carbone

Des salarié·es encore peu impliqué·es dans les démarches RSE

59% des entreprises n'impliquaient qu'une petite partie de leurs équipes

77% des entreprises ne proposaient pas de jours d'engagement au travail

Des freins au déploiement et à l'accélération de la RSE de plus en plus forts

9 pt. d'évolution du nombre d'entreprises qui estimaient manquer de temps par rapport à 2021

70% des entreprises qui avaient des difficultés à mesurer l'impact de leurs actions

Les questions LGBQTIA+ grandes absentes des actions RSE

80% des entreprises ne mettaient pas en place d'actions d'inclusion pour les personnes LGBTQIA+

16% des entreprises sensibilisaient leurs équipes à ce sujet

L'amorce d'un déclic vers une accélération de la RSE

+ en ⊕ de ressources au service de la RSE

Les entreprises sont de plus en plus nombreuses à dédier du temps et de l'argent à la RSE : 78% des organisations interrogées ont une équipe dédiée (contre 70% en 2022) et 76% y allouent un budget (contre 68% en 2022). La taille des équipes et les enveloppes budgétaires augmentent également, même si les ressources dédiées sont encore perçues comme insuffisantes.

La RSE s'impose dans les espaces stratégiques des entreprises

En s'intéressant de plus en plus à la RSE, le COMEX permet au sujet de devenir central, et d'impacter les prises de décisions : dans 70% des entreprises interrogées, la RSE est rattachée au COMEX (contre 63% en 2022). Le COMEX est d'ailleurs la partie prenante la plus impliquée autour du sujet : il est "moteur" ou "favorable" dans 93% des entreprises répondantes.

L'environnement, thématique RSE prioritaire des entreprises

L'environnement est l'enjeu central des politiques RSE, et un champ d'action pour toutes les entreprises, peu importe leur maturité. C'est le premier thème de sensibilisation des salarié·es (90% des entreprises interrogées ont déjà sensibilisé leurs équipes au sujet), mais aussi un sujet autour duquel les actions se structurent de plus en plus : 68% des entreprises déclarent avoir réalisé un bilan carbone, contre 47% en 2022.

Des évolutions légales qui impactent significativement les pratiques RSE

Le cadre légal et son évolution, comme la récente CSRD, ont une influence grandissante sur les démarches RSE des entreprises concernées : la réponse à ces obligations est devenu le moteur principal de passage à l'action des ETI et des grandes entreprises (GE). Cela se fait ressentir sur leurs pratiques concrètes, comme la mesure de l'empreinte carbone : 96% des GE ont déjà réalisé un bilan carbone, contre 89% en 2022.

Des façons d'agir & des causes prioritaires qui évoluent

Face aux mutations des besoins des attentes, certains thèmes RSE sont priorisés, comme la santé mentale des équipes (65% des entreprises sensibilisent à ce sujet, contre 49% en 2022) ou la diversité socio-économique (70% agissent autour de ce sujet, contre 55% en 2022). Les façons d'agir se transforment également : les Fresques sont par exemple en plein essor, avec 60% des entreprises qui en ont déjà organisé (contre 41% en 2022).

Des opportunités pour une transition profonde et durable

La **mobilisation des salarié·es,** une nécessité à prioriser

Les entreprises, conscientes de la nécessité d'embarquer leurs équipes, sont de plus en plus nombreuses à activer ce levier ! Mais cela reste encore difficile pour nombre d'entre elles : seuls 17% considèrent leurs équipes comme "motrices" de leur politique RSE.

Les jours d'engagement au travail, aux bénéfices réels pour mobiliser largement ses équipes, est une pratique qui se développe, mais reste peu répandue : 28% des entreprises l'ont mis place, contre 23% en 2022.

Des causes **peu abordées** dont il faut se **saisir**

Certaines thématiques sont peu intégrées dans les plans d'actions RSE. L'aide et l'insertion des réfugiés, qui avait émergé en 2022 suite à la guerre en Ukraine, redevient très minoritaire : seuls 8% des entreprises sensibilisent à ce sujet. Les questions LGBTQIA+, abordées par 19% des entreprises, sont toujours la cause sociale la moins abordée. Enfin, la biodiversité est un sujet environnemental émergent : 32% des entreprises l'abordent, et 30% souhaitent se lancer.

Des freins toujours **prégnants** autour desquels se **focaliser**

Malgré une hausse significative des budgets et équipes dédiées, le manque de ressources est toujours le principal obstacle au déploiement de la RSE : 82% des entreprises considèrent le manque de temps et d'équipe comme un frein important, soit autant qu'en 2022 ; et une majorité (65%) déclarent manquer de budget. Par ailleurs, la difficulté de mesurer l'impact et le ROI des actions RSE est un véritable enjeu, considéré comme frein important par 74% des entreprises.

Une nécessité de s'inspirer de **la maturité des grandes entreprises**

Plus de moyens, des stratégies mieux structurées, des actions plus diversifiées... Les grandes entreprises (GE) sont les plus matures en matière de RSE : 98% des GE ont un budget dédié, contre 76% de l'échantillon global ; ou encore 61% ont au moins un label RSE, contre 39% au global. Cet écart peut être perçu comme une opportunité : de par leur influence et leur capacité à inspirer, les GE doivent ouvrir la voie à la transition profonde des TPE et PME.

Des signaux faibles **d'accélération** de la RSE qui cultivent notre **enthousiasme**

Certains signaux permettent d'imaginer que la RSE va connaître une véritable accélération dans les années à venir. La représentation croissante de la RSE au sein du COMEX, par exemple, va permettre aux entreprises d'avoir un budget plus conséquent, mais aussi de mieux impliquer l'ensemble de leurs équipes. La priorité mise dans la sensibilisation des équipes, égalemennt, va permettre de rendre plus durable la transition et augmentant la part de salarié·es mobilisé·es.

Carte d'identité des entreprises répondantes selon leur taille

Les TPE

Très Petites Entreprises, moins de 10 salarié·es

Quelques actions RSE éparses, portées par la direction et les équipes

Très peu voire pas de ressources dédiées à la RSE, et un sujet principalement porté par les dirigeant·es.

Des parties prenantes facilement mobilisées, avec des équipes actrices de la démarche.

Une démarche RSE organique et non structurée, composée d'actions éparses et ponctuelles, mais diversifiées.

La réponse à l'urgence sociale et environnementale comme motivation principale à la mise en place d'actions RSE.

112 répondant·es venant de TPE, soit 0,003% des 3 946 131 TPE françaises.

Les PME

Petites et Moyennes Entreprises, entre 11 et 250 salarié·es

Des débuts de démarches RSE, mais des actions peu structurées

De petites équipes dédiées à la RSE, avec le plus souvent une personne allouée au sujet, et des budgets faibles mais souvent existants.

Une difficulté à impliquer les parties prenantes internes comme externes, avec des équipes peu impliquées pour des entreprises de tailles restreintes.

Des actions RSE ponctuelles et des démarches en structuration, avec une volonté d'agir sur une diversité de sujets.

Des entreprises peu ou pas soumises aux obligations légales, encore peu incitées à accélérer leur transition malgré une envie de progresser.

454 répondant·es venant de PME, soit 0,3% des 153 000 PME françaises.

Les ETI

Entreprises de Taille Intermédiaire, entre 251 et 5000 salarié·es

Une RSE qui se consolide, avec un fort potentiel de développement

Une équipe RSE, le plus souvent petite (1 à 2 personnes), avec un budget relativement conséquent.

Des entreprises avec plus de difficulté à impliquer leurs parties prenantes internes et externes, et notamment leurs salarié·es.

Des actions RSE structurées sur une diversité de sujets, incitées par des obligations légales de plus en plus contraignantes.

Un fort potentiel d'accélération du sujet dans les prochaines années, avec une hausse des ressources allouées, et un cadre légal qui évolue.

305 répondant·es venant de ETI, soit 5% des 5 900 ETI françaises.

Les GE

Grandes Entreprises, plus de 5000 salarié·es

Des entreprises matures, portant une RSE structurée et structurante

Des équipes structurées, de 3 à 10 personnes, et des budgets conséquents alloués au sujet.

Des entreprises qui mobilisent tant leurs parties prenantes internes (notamment leurs équipes) qu'externes (notamment collectivités et associations).

Des démarches RSE structurées sur l'ensemble des thématiques RSE et sur une grande diversité de sujets (social, sociétal, environnemental).

Une importante utilisation des labels et certifications RSE et un fort taux de respect des obligations légales.

69 répondant·es venant de GE, soit 25% des 274 GE françaises.

Les données sur les catégories d'entreprises en France sont les chiffres 2021 de l'INSEE.

3.

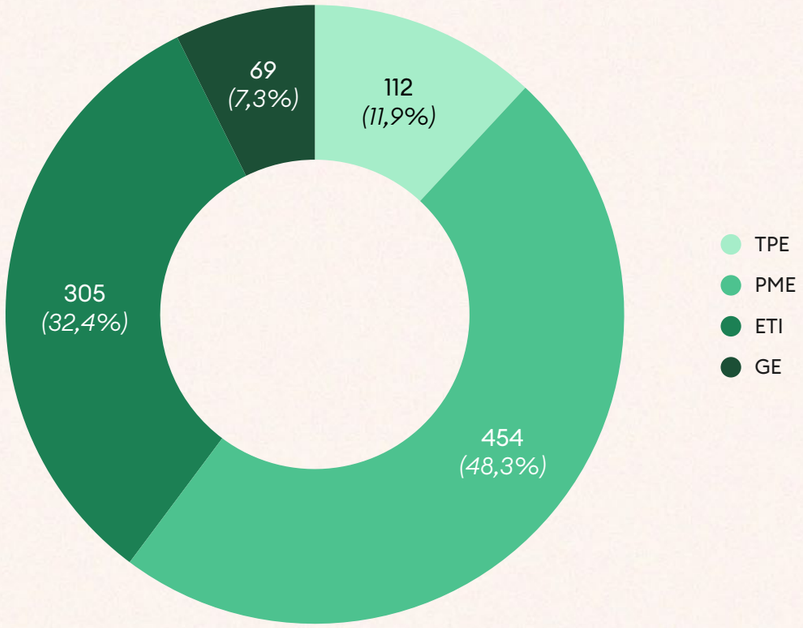
Profil des répondant·es

940 répondant·es d’entreprises sensibles à la RSE, de toutes tailles et de tous secteurs

Des tailles d'entreprises et secteurs d'activités variés

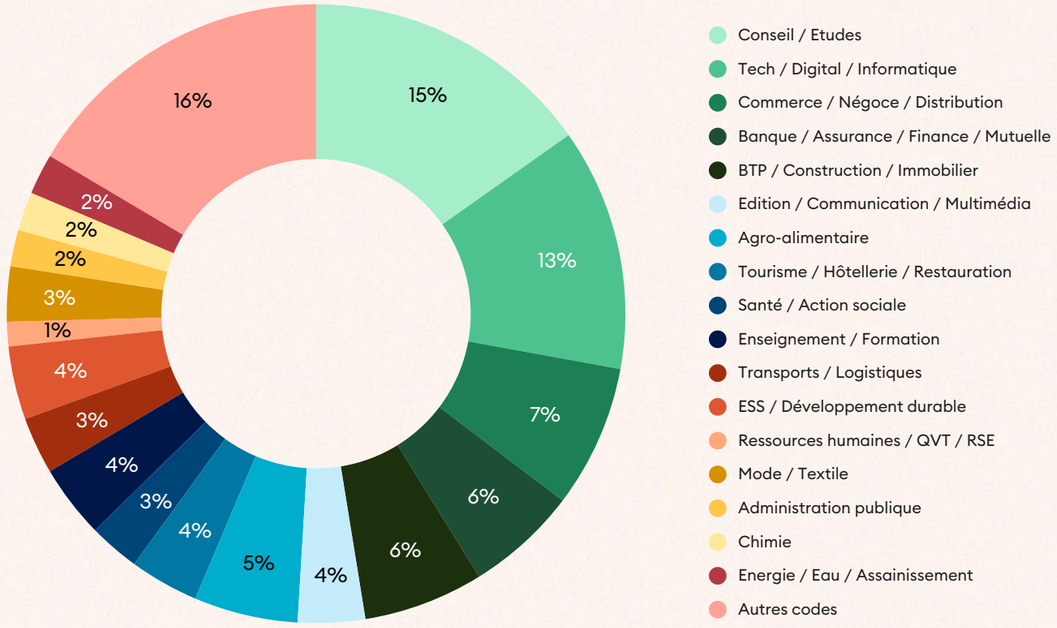
Combien de salarié·es travaillent dans votre entreprise ?
À quel secteur appartient-elle ?

Taille des entreprises interrogées



Les **940 répondant·es** au Baromètre RSE 2024 travaillent majoritairement dans des PME (48%) et des ETI (32%).

Secteur des entreprises interrogées



Les personnes interrogées travaillent principalement dans des entreprises du tertiaire (entreprises de services), et notamment dans les métiers du **conseil** et du **numérique**.

Un échantillon sensible aux enjeux RSE

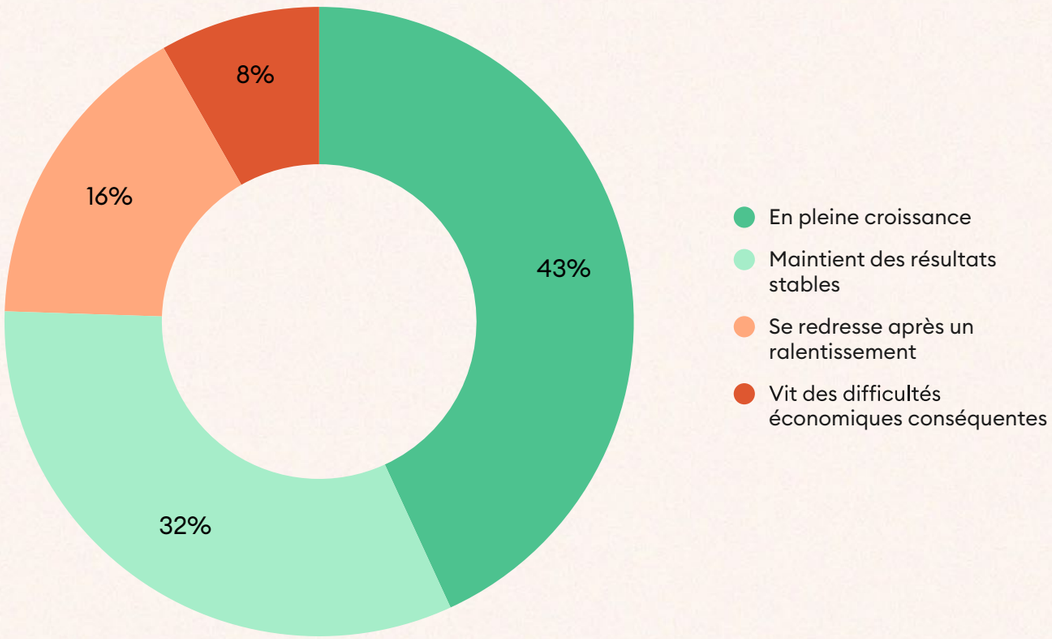
La méthodologie d'enquête du Baromètre RSE et sa philosophie ouverte impliquent que les entreprises répondantes sont, pour la plupart, plus engagées autour des enjeux RSE que la moyenne des entreprises françaises.

Cela explique, par exemple, que les secteurs représentés sont des secteurs historiquement plus sensibilisés aux enjeux RSE, ou encore que les TPE sont assez faiblement représentées dans l'effectif.

Des entreprises majoritairement en croissance

Laquelle de ces propositions décrit au mieux les performances économiques de votre entreprise actuellement ?

Santé économique des entreprises interrogées



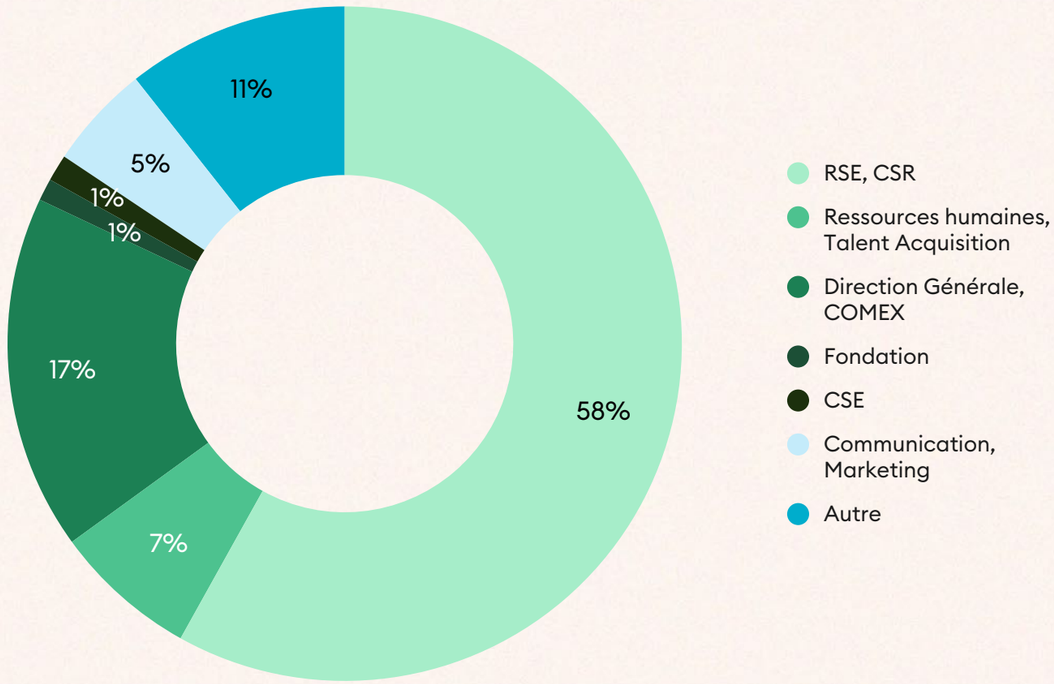
Une majorité de répondant·es (43%) déclarent travailler dans une entreprise en **période de croissance.**

Une part non négligeable de répondant·es (24%) disent néanmoins que leur entreprise vit des difficultés économiques ou est en phase de redressement : cela montre que le sujet intéresse et concerne toutes les entreprises, peu importe leur situation économique.

Une majorité de répondant·es travaillant directement à la RSE de leur entreprise

Quel est votre rôle au sein de votre entreprise ?

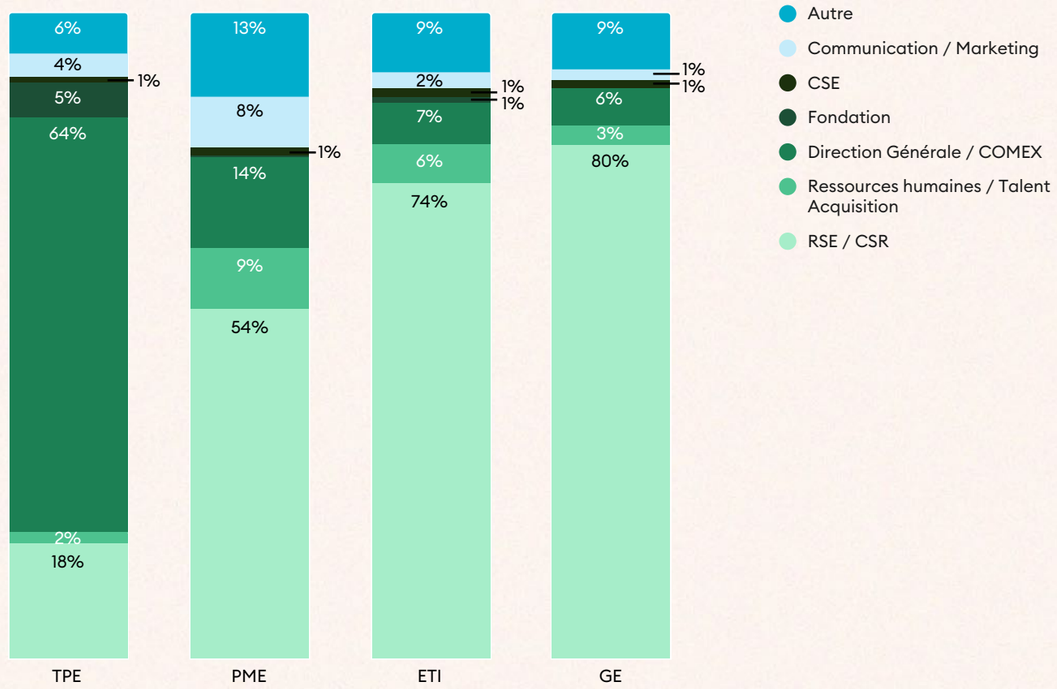
Rôle des répondant·es dans leur entreprise



La majorité (58%) des répondant·es des a un rôle lié directement à la RSE.

C'est sensiblement plus que l'échantillon 2022 (43%) : cela démontre que de plus en plus d'entreprises dédient des équipes aux sujets RSE.

Rôle des répondant·es dans leur entreprise par taille d'entreprise



- Dans les **TPE**, les répondant·es travaillent principalement (64%) au sein de la direction générale de l'entreprise : il s'agit majoritairement de personnes travaillant sur les sujets RSE en parallèle de leurs missions principales.

- À l'inverse, au sein des **grandes entreprises** et des **ETI**, les répondant·es ont en majorité un rôle directement en lien avec la RSE, et travaillent donc souvent à temps plein sur ces sujets.

4.

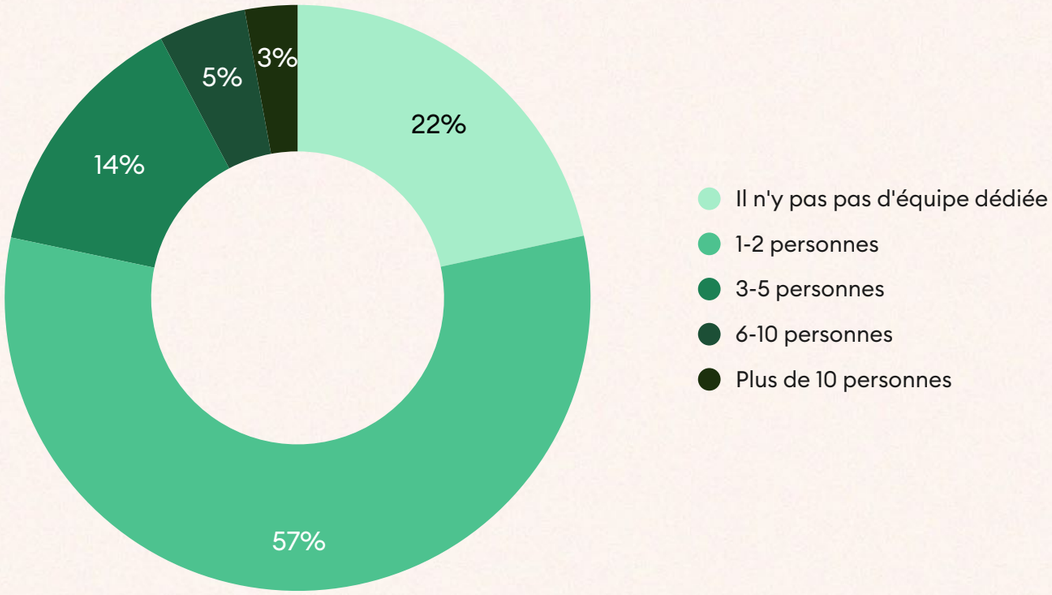
La gouvernance et le fonctionnement de la RSE

La RSE, un sujet de plus en plus central et prioritaire

De plus en plus de ressources humaines dédiées à la RSE

Y a-t-il une personne ou une équipe dédiée à la RSE au sein de votre entreprise ? Si oui, combien de personnes constituent cette équipe ?

Taille des équipes RSE

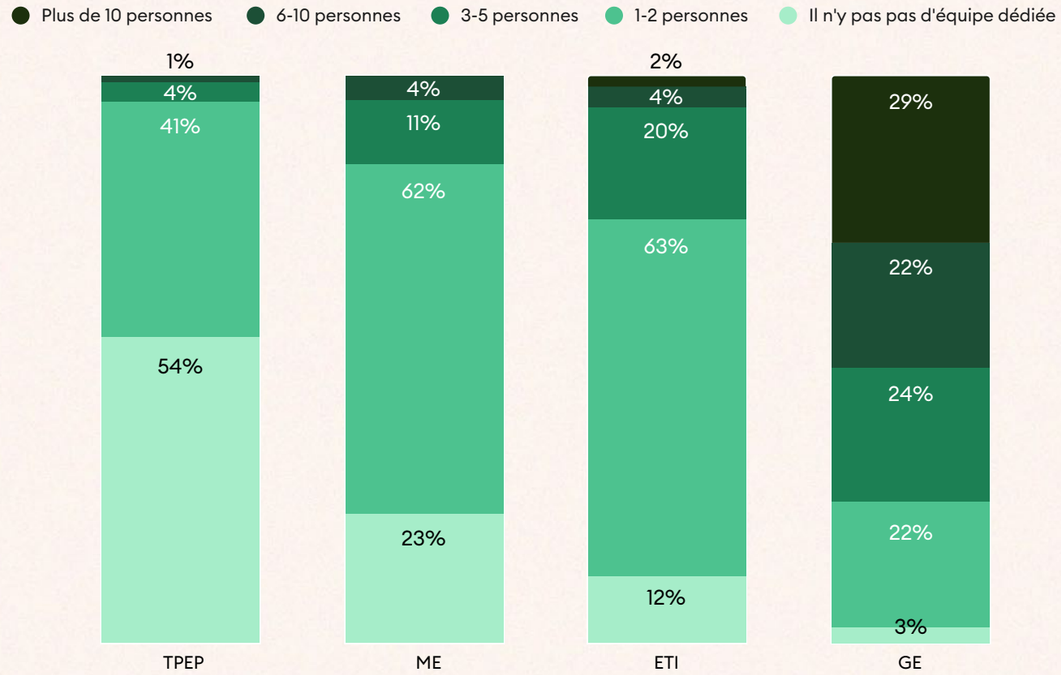


- **Très bonne nouvelle : les entreprises sont de plus en plus nombreuses à nommer des équipes RSE !** Moins d'un quart des entreprises répondantes (22%) n'ont pas d'équipe dédiée, contre près d'un tiers (30%) des entreprises interrogées en 2022.

- Une majorité d'entreprises répondantes (57%) ont une équipe RSE dédiée constituée de 1 à 2 personnes. C'est significativement plus qu'en 2022, où 47% des entreprises répondantes comptaient une équipe RSE d'1 à 2 personnes !

78% des entreprises interrogées ont une équipe dédiée à la RSE, contre 70% des entreprises répondantes en 2022. **Ce changement est significatif et montre le rôle central que prend la RSE dans de nombreuses structures !**

Taille des équipes RSE par taille d'entreprise



- Sans surprise, plus l'entreprise est grande, plus elle a une équipe RSE importante : 75% des **grandes entreprises** interrogées ont une équipe dédiée au sujet de plus de 3 personnes.

- La majorité des **ETI** a également structuré une équipe RSE : 88% d'entre elles déclarent avoir au moins une personne dédiée au sujet, mais celles-ci sont souvent petites (1 seule personne dédiée au sujet dans 63% des ETI).

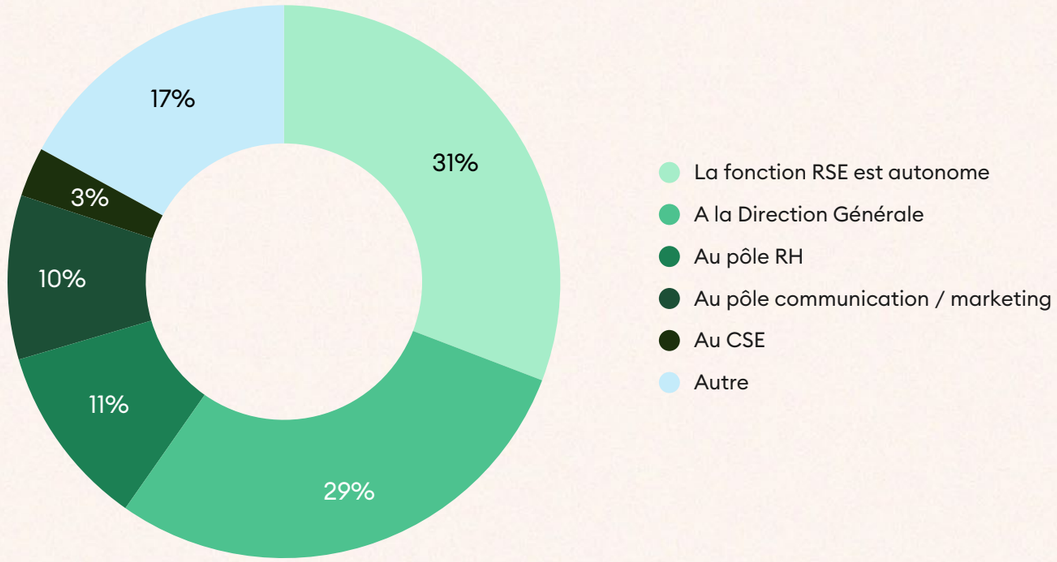
- On note également une tendance forte : 77% des **PME** ont au moins une personne dédiée aux sujets RSE, contre 65% des entreprises interrogées en 2022.

- Enfin, si une majorité des **TPE** interrogées n'ont pas d'équipe dédiée au sujet (54%, contre 61% de l'échantillon 2022), elles sont tout de même 46% à avoir une personne en charge des sujets RSE, ce qui est considérable pour des entreprises de moins de 10 salarié·es.

Des départements RSE souvent autonomes, ou rattachés à la direction

À quel département est intégrée l'équipe RSE ?

Départements auxquels la RSE est rattachée



La RSE est autonome ou rattachée à la direction générale dans **60%** des organisations répondantes : cela appuie le rôle stratégique pris par le sujet dans de nombreuses entreprises !

- Dans près d'un tiers des entreprises répondantes, la **RSE est autonome**. C'est un signal fort qui montre que ce sujet est pris au sérieux par un grand nombre d'organisations où il est devenu un département à part entière.
- La RSE est également souvent directement rattachée à la **direction générale** (29%). C'est majoritairement le cas dans les TPE, dans lesquelles 48% des répondant·es déclarent avoir une RSE rattachée à la direction.
- Les sujets RSE sont aussi parfois portés par les **RH** : c'est le cas dans 11% des entreprises répondantes. Cela souligne le lien fort que partagent ces deux métiers, notamment autour des enjeux sociaux.

La RSE, un sujet en mutation dans les entreprises

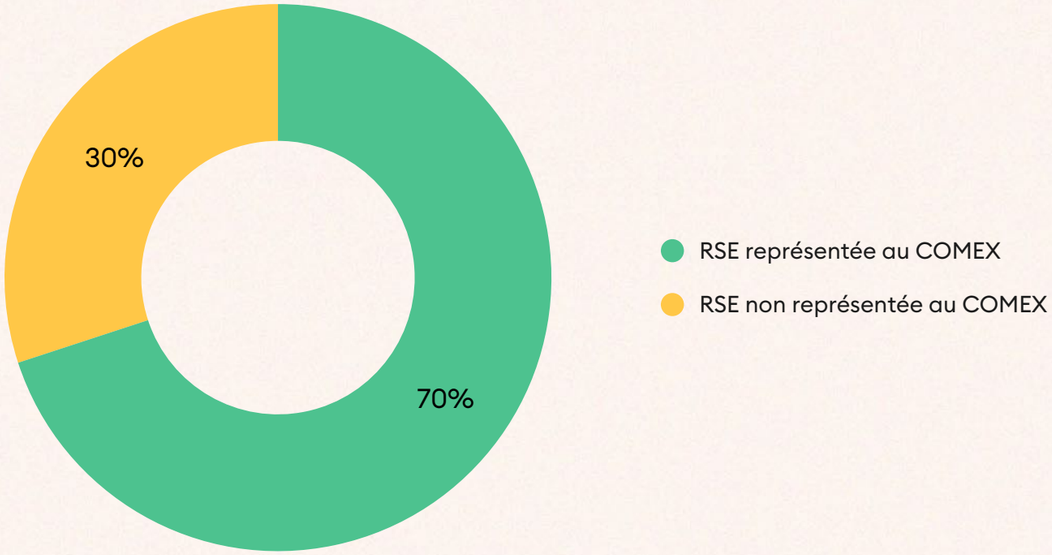
Plusieurs études récentes, notamment le Baromètre des directions de l'engagement 2022 publié par Carenews et KPMG, montrent que les sujets d'engagement des entreprises sont en train de muter.

Après l'indépendance et la défiance vis-à-vis de ces sujets, la tendance est aujourd'hui à la **convergence** : les enjeux de développement durable (RSE) et d'engagement (philanthropie et intérêt général), autrefois traités séparément, sont de plus en plus abordés conjointement, et de façon systémique, notamment via la création de nouvelles Directions. Ces changements appuient à la fois la relation étroite que ces sujets entretiennent avec la Direction Générale et l'importance donnée à leur indépendance. Prochaine étape : une RSE ne soit pas intégrée à toutes les directions, et surtout alignée au business de l'entreprise !

RSE et COMEX : une place de plus en plus stratégique en entreprise

La RSE est-elle directement représentée au sein du COMEX/comité de direction ?

Part d'entreprises dans lesquelles la RSE est représentée au COMEX (1)



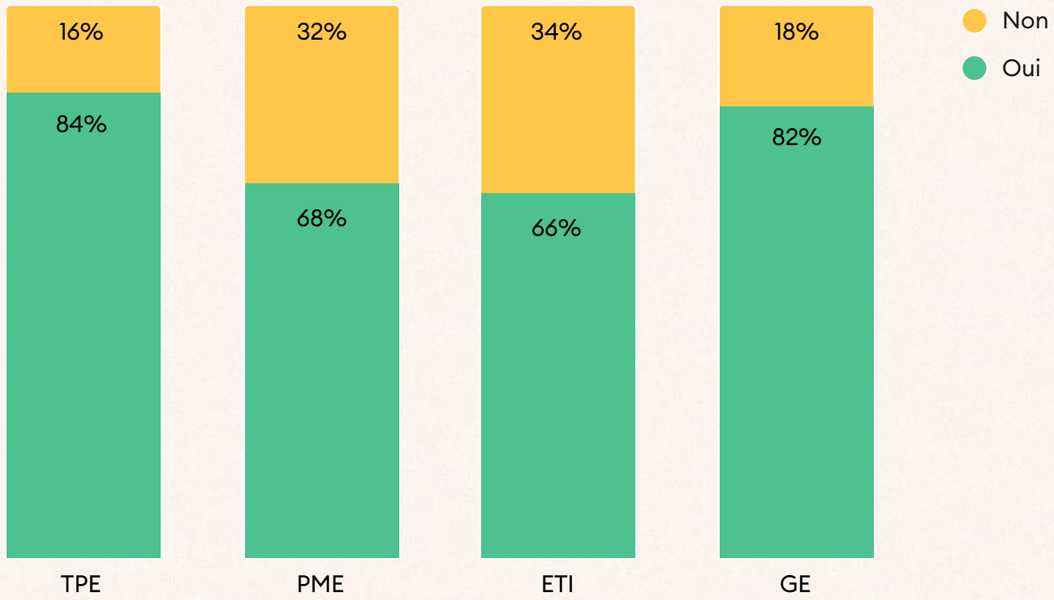
(1) Les entreprises prennent conscience du rôle majeur de la RSE !

Dans **70%** des entreprises interrogées, elle est rattachée au COMEX, contre 63% des entreprises répondantes en 2022.

(2) C'est principalement dans les TPE et les GE que la RSE est massivement rattachée au Comité exécutif. Dans le premier cas, ce chiffre n'est pas étonnant puisque plutôt lié à la structure des TPE. Dans le second, cela traduit la place centrale que les enjeux sociaux et environnementaux prennent dans les plus grandes entreprises !

Dans les prochaines années, ce sera donc au tour des PME et des ETI d'enclencher ce changement afin de placer massivement la RSE au coeur de leur fonctionnement.

Part d'entreprises dans lesquelles la RSE est représentée au COMEX par taille d'entreprise (2)



Représentation de la RSE au COMEX, vrai levier stratégique

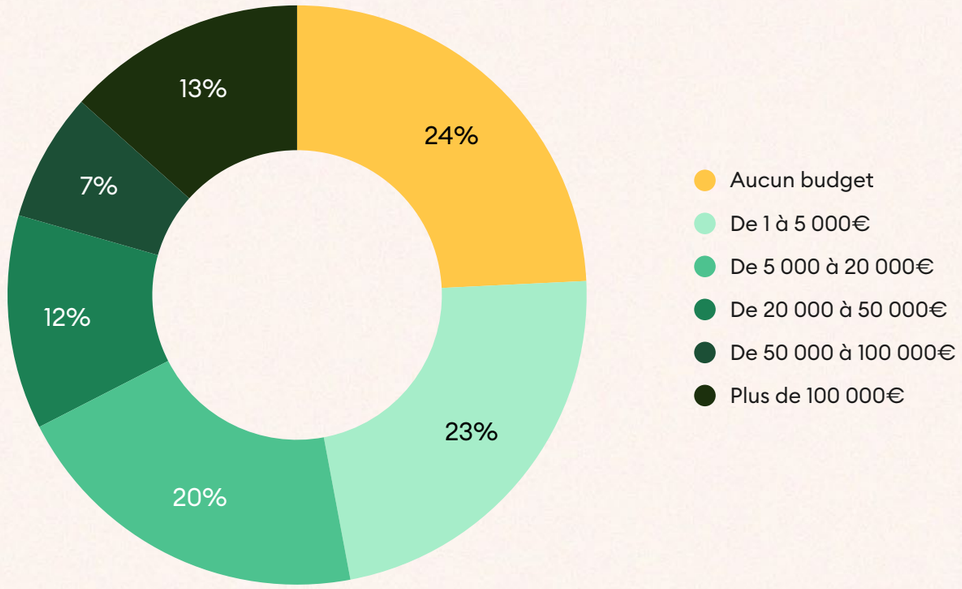
Avoir une RSE représentée au COMEX est un levier pour :

- **Avoir le soutien de ses membres :** dans 96% des entreprises interrogées où la RSE siège au COMEX, ce dernier est favorable voire moteur à la RSE, contre 80% dans les entreprises où ce n'est pas le cas.
- **Avoir plus de budget RSE :** 81% des entreprises interrogées où la RSE siège au COMEX ont un budget dédié, contre 68% lorsque ce n'est pas le cas (voir page 40)
- **Avoir davantage de salarié·es impliqué·es :** 1/3 d'entre elles impliquent plus de la moitié de leurs équipes, contre 17% des entreprises répondantes chez lesquelles la RSE n'est pas au COMEX.

De plus en plus de ressources financières allouées à la RSE

Quel est le budget annuel mis à disposition de votre département RSE ?

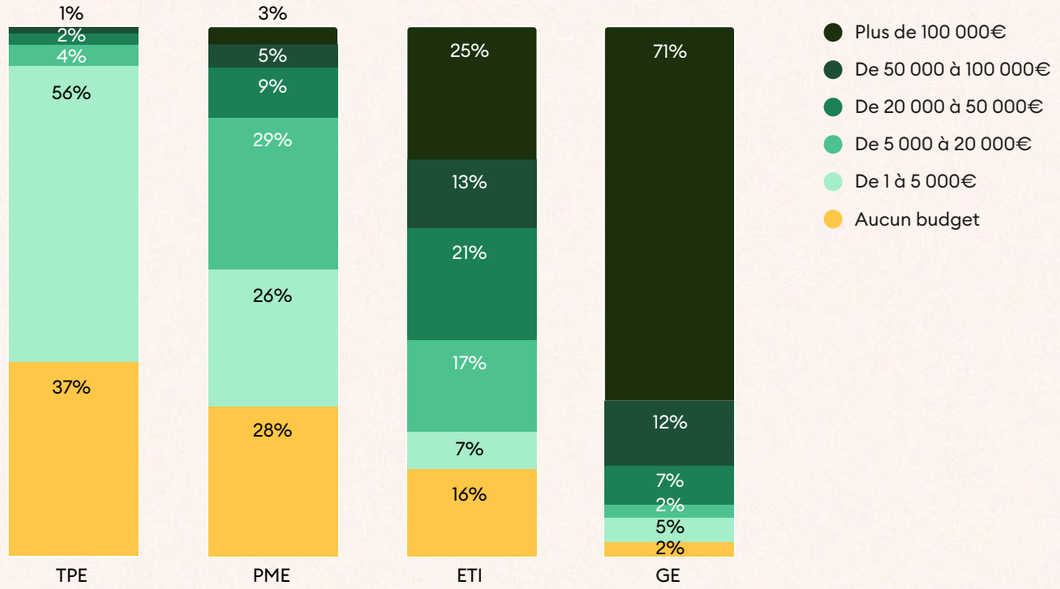
Budget RSE annuel des entreprises interrogées



Le nombre d'entreprises qui allouent un budget à la RSE augmente significativement : 76% des entreprises répondantes ont un budget RSE, contre 68% des structures interrogées en 2022.

- Ainsi, seulement un quart (24%) des entreprises répondantes n'ont **pas de budget dédié à la RSE** Ce chiffre est en forte baisse depuis 2022, où un tiers des entreprises interrogées (32%) n'avaient pas de budget dédié.
- Par ailleurs, 20% des entreprises interrogées ont un budget annuel RSE de **plus de 50 000€** contre 15% de l'échantillon 2022. Les poches budgétaires dédiées à la RSE sont donc, elles aussi, en train d'augmenter !

Budget RSE annuel par taille d'entreprise



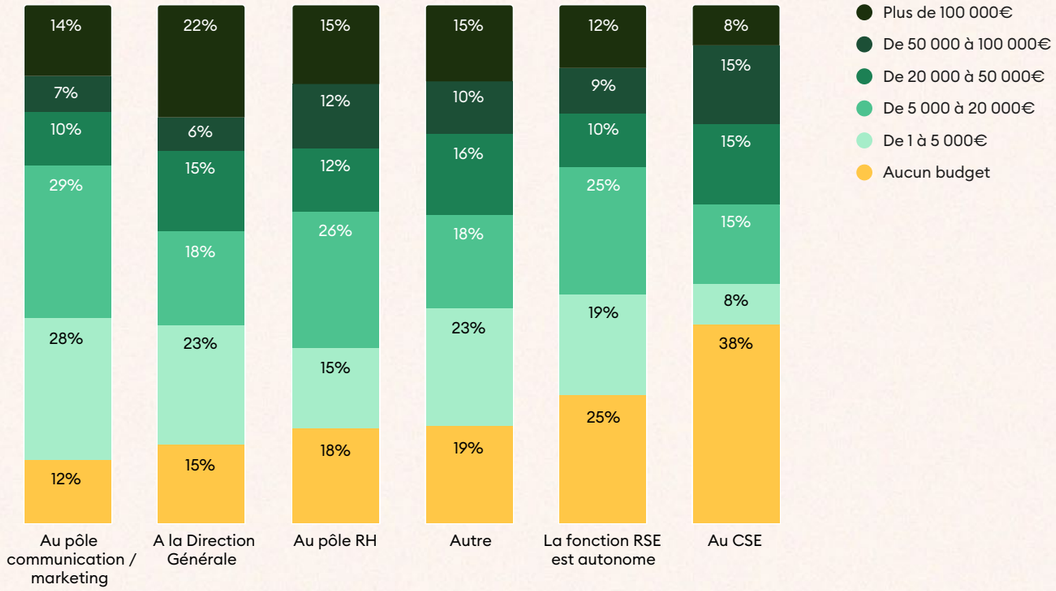
Toutes les entreprises dédient de plus en plus de ressources financières à la RSE, peu importe leur taille.

- Près de deux tiers (63%) des **TPE** interrogées dédient un budget à la RSE. C'est un élément notable pour des entreprises qui comptent moins de 10 salarié·es !
- Parmi les GE interrogées, d'importants moyens sont alloués au sujet, et de plus en plus : 71% dédient plus de 100 000€ par an à la RSE, contre 57% des GE interrogées en 2022 !
- La RSE prend aussi une place importante au sein des **ETI** répondantes : 84% dédient un budget à la RSE (contre 76% des ETI interrogées 2022), et un quart plus de 100 000€ par an (contre 17% des ETI interrogées en 2022).

Dans les **grandes entreprises**, avoir un budget dédié à la RSE est devenu la norme : seulement 2% n'en ont pas, contre 14% des GE interrogées en 2022.

COMEX, marketing : des leviers pour un budget RSE plus conséquent

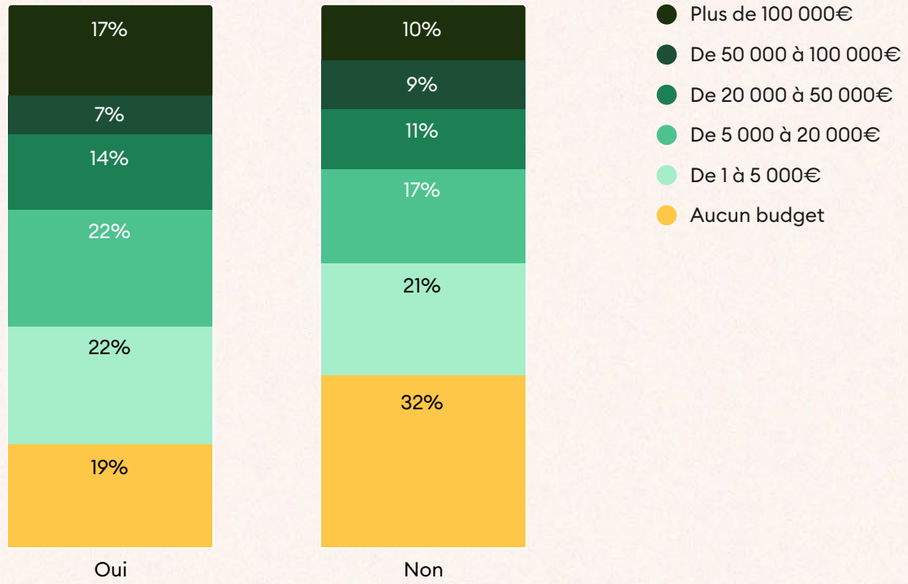
Budget RSE annuel en fonction département à laquelle elle est rattachée



Le département auquel est rattachée la RSE joue un rôle important sur le budget qui lui est alloué :

- Il est plus courant qu'une RSE rattachée au **CSE** n'ait pas de budget dédié (38%) que lorsque celle-ci est rattachée au pôle communication/marketing (12%).
- Une fonction RSE **autonome** est par ailleurs moins encline à avoir un budget dédié (75%) qu'une fonction RSE rattachée à la **direction générale** de l'entreprise (85%).
- Enfin, il est intéressant de noter que le département **communication/marketing** semble être celui qui alloue le plus facilement de budget RSE lorsque celle-ci y est rattachée : 88% des entreprises concernées ont un budget RSE dédié. Cela peut notamment s'expliquer par les forts enjeux d'image de marque et de marque employeur qui gravitent autour de la RSE, mais aussi car historiquement, les départements marketing ont des budgets conséquents.

Budget RSE annuel et représentativité au COMEX

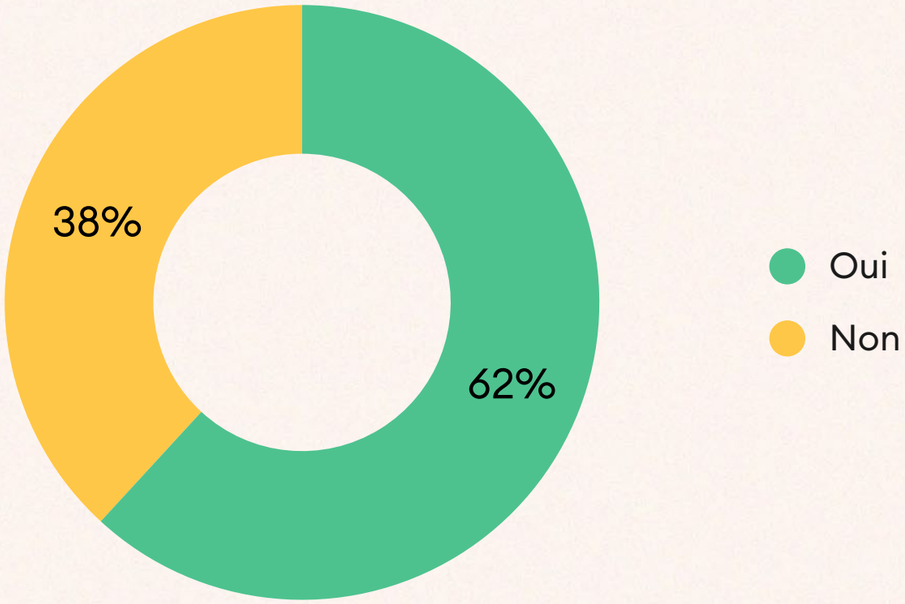


Avoir une RSE rattachée au COMEX contribue également grandement à l'obtention d'un budget RSE : 81% des entreprises où la RSE siège au COMEX ont un budget dédié, contre 68% lorsque ce n'est pas le cas.

Indicateurs d'impact, un levier de performance pour la RSE

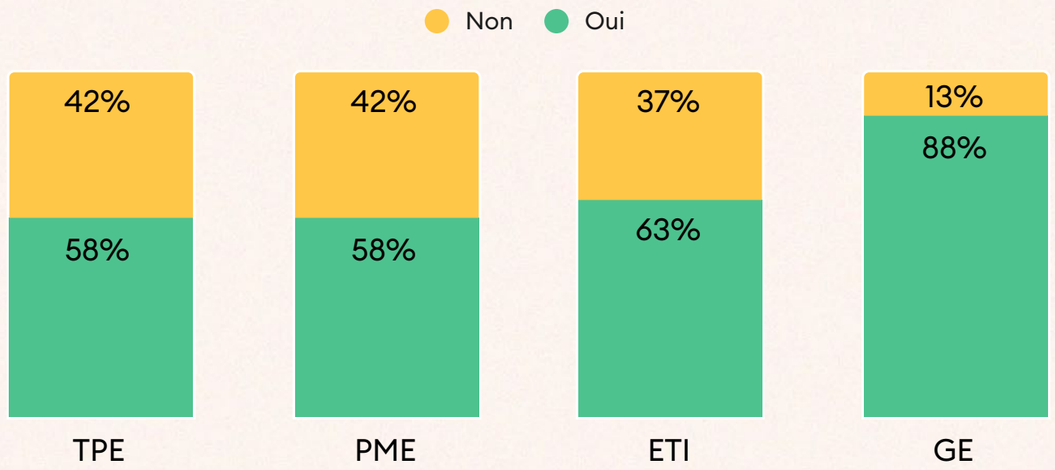
Les indicateurs clés de performance (ICP, KPI) contrôlés par votre entreprise intègrent-ils des indicateurs d'impact ?

Intégration d'indicateurs d'impact dans les KPIs



62% des entreprises interrogées intègrent des indicateurs d'impact à leurs indicateurs clés de performance.

Intégration d'indicateurs d'impact dans les KPIs par taille d'entreprise



Les **grandes entreprises** interrogées sont les plus enclines à intégrer des indicateurs d'impact dans leurs indicateurs de performance : **88%** d'entre elles le mettent en place.

Cette action, essentielle pour que la RSE puisse être vue comme un réel enjeu stratégique, doit devenir l'une des priorités des plus petites entreprises dans les années à venir !

Indicateurs d'impact dans les KPI : quel intérêt ?

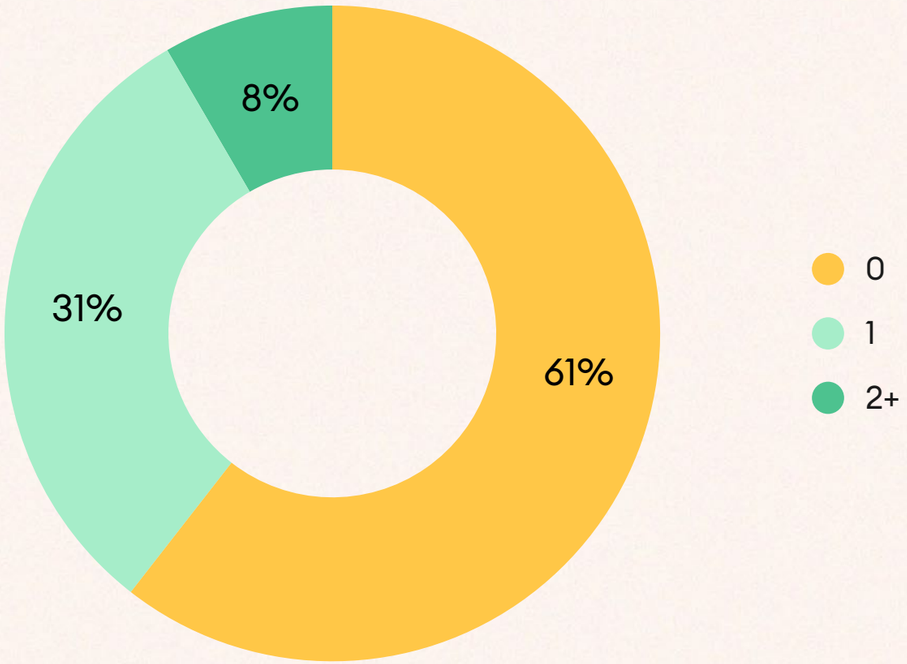
Intégrer des indicateurs d'impact dans ses indicateurs clés de performance permet :

- **D'avoir un COMEX plus impliqué dans la RSE :** celui-ci est "moteur" dans 56% des entreprises répondantes qui l'on mis en place, contre 33% dans les autres.
- **De mobiliser plus fortement ses financeurs autour de la RSE :** ils participent ou connaissent les actions RSE de 91% des entreprises répondantes qui ont intégré l'impact dans leurs KPIs, contre 69% lorsque ce n'est pas le cas.

De nombreuses entreprises récompensées parmi les organisations interrogées

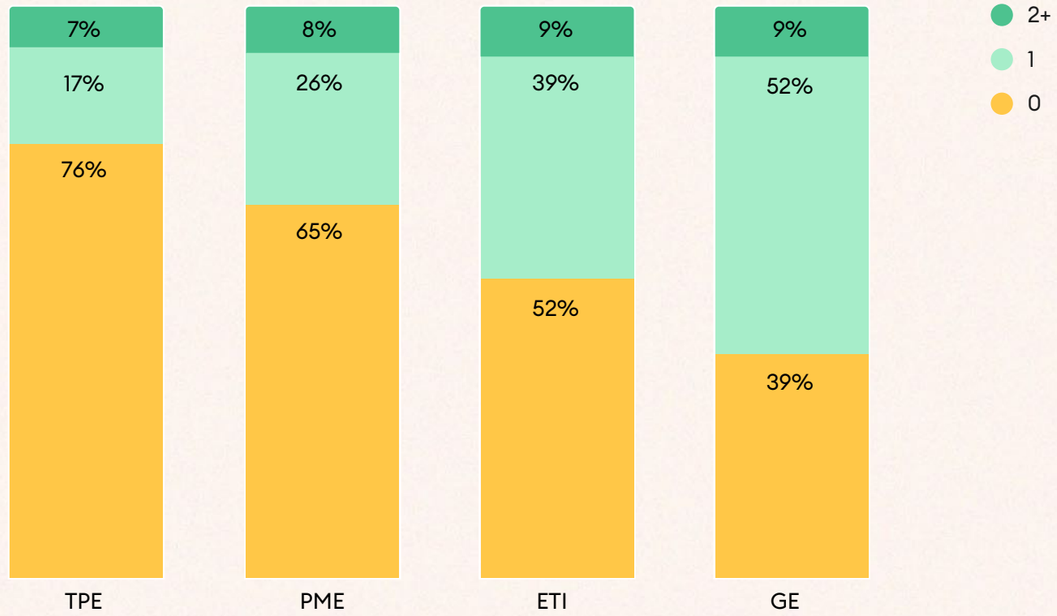
Votre entreprise envisage-t-elle de devenir ... ?

Nombre de labels, certifications ou notations par entreprise répondante



Plus d'un tiers (39%) des entreprises interrogées ont **au moins un label, certification ou notation RSE.**

Nombre de labels, certifications ou notations par entreprise répondante par taille d'entreprise



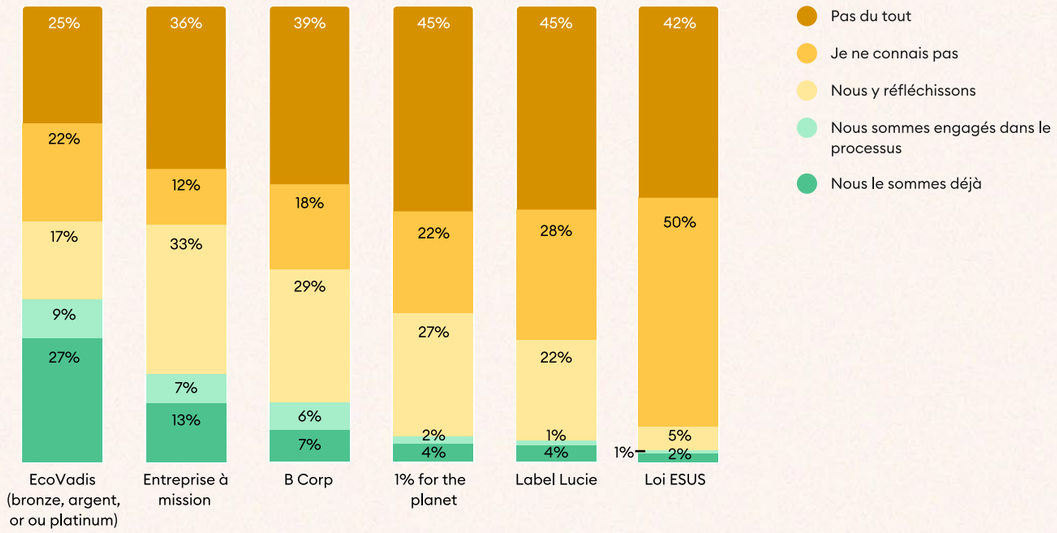
Les **grandes entreprises** interrogées sont significativement plus nombreuses à avoir obtenu des labels, certifications ou notations RSE : elles sont 57% à être concernées, contre 24% des TPE interrogées.

C'est notamment **EcoVadis** qui vient créer cet écart : 52% des GE interrogées déclarent avoir une médaille EcoVadis, contre 5% des TPE et 19% des PME.

EcoVadis, récompense la plus populaire parmi les entreprises répondantes

Votre entreprise envisage-t-elle de devenir ... ?

Part d'entreprises ayant obtenu différents labels, certifications ou notations



- Ce sont les médailles **EcoVadis** qui arrivent en tête des récompenses les plus représentées dans le panel des entreprises répondantes : plus d'un quart d'entre elles possède une médaille EcoVadis.
- **B Corp** est quant à lui le label le plus connu : 88% des entreprises répondantes le connaissent.
- L'agrément **ESUS** est à l'inverse le moins reconnu : la moitié des personnes interrogées ne le connaissent pas.

Les labels, certifications et notations présentés en quelques mots

B CORP est un mouvement mondial qui fédère plus de 4000 entreprises à impact positif, respectant un haut niveau d'exigence sur 5 piliers (gouvernance, collectivité, environnement, client·es et collaborateur·ices).

1% FOR THE PLANET est un collectif international dont les entreprises membres s'engagent à reverser 1% de leur chiffre d'affaires à des causes environnementales.

LE LABEL LUCIE 26 000 est octroyé aux entreprises en conformité avec la norme ISO 26000, norme internationale de référence pour les entreprises et organisations qui s'engagent à fonctionner de manière socialement responsable.

La qualité d'ENTREPRISE À MISSION définie par la loi PACTE (2019), est octroyée aux entreprises qui intègrent les enjeux sociaux et envi ronnementaux à leur raison d'être.

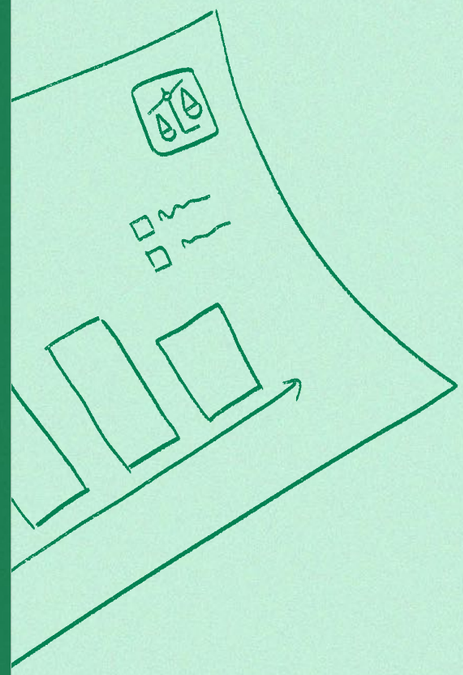
L'AGRÉMENT ESUS (Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale) octroyé par l'Etat, est dédié aux organisations de l'Économie Sociale et Solidaire qui pour suivent une utilité sociale à titre d'objectif principal.

Les médailles ECOVADIS récompensent les entreprises ayant obtenu les meilleurs notes d'évaluation RSE sur cette plateforme universelle reconnue mondialement.

5.

La RSE et l'implication des parties prenantes

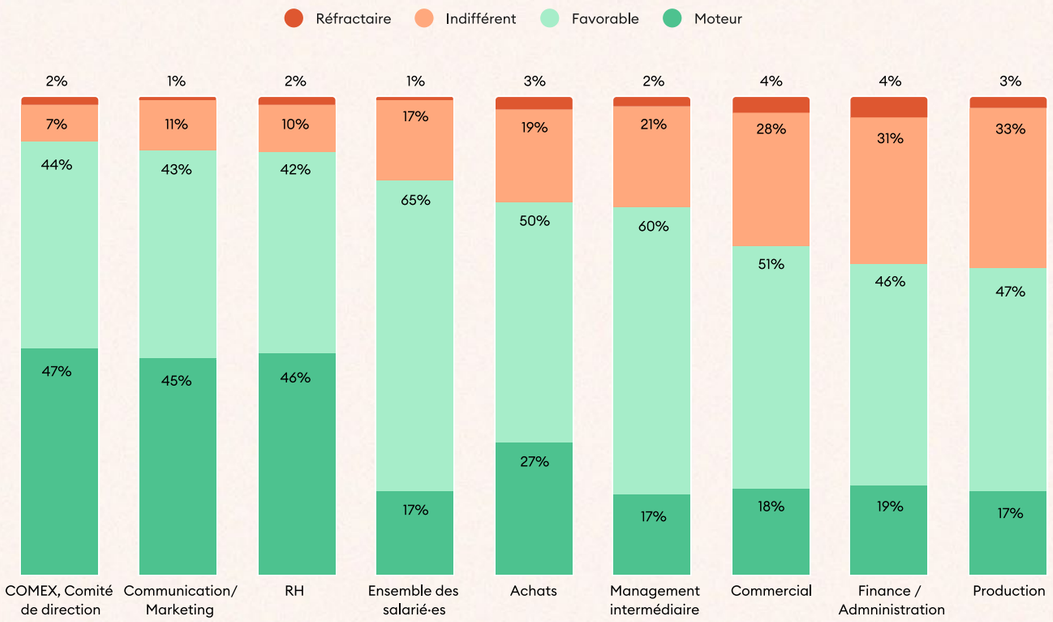
De nombreuses parties prenantes mobilisées et sensibles aux stratégies RSE des entreprises



Des parties prenantes internes favorables et motrices à la RSE, le COMEX en tête

Comment évalueriez-vous la position de ces parties prenantes internes face à la RSE dans votre entreprise ?

Implication des parties prenantes internes dans la RSE



Le COMEX est considéré comme moteur de la démarche RSE dans **47%** des entreprises interrogées.

- Le **COMEX** est la partie prenante interne la plus impliquée dans la RSE des entreprises interrogées. C'est une excellente nouvelle qui montre que la RSE s'intègre dans les sphères stratégiques.
- Les fonctions **RH** et **Marketing/communication** sont également des parties prenantes très impliquées dans la démarche RSE des entreprises. Cela montre que les entreprises reconnaissent les bénéfices de la RSE, à la fois sur leur politique RH (marque employeur, rétention des talents...) et sur leur image de marque / leur compétitivité.
- Côté **salarié·es** on voit qu'une grande majorité d'entre eux sont favorables ou moteurs à la RSE (82 %). **Mais peu sont concrètement impliqué·es** : seulement 17% des entreprises répondantes les considèrent comme moteurs, contre 29% des entreprises interrogées en 2022.
- Les fonctions **commerciales finance/administration et de production** sont celles qui sont le plus souvent "Indifférentes" voire "Réfractaires" à la RSE de l'entreprise. Il s'agit pourtant de parties prenantes clés pour la mise en place d'actions RSE : un effort de sensibilisation et d'implication de ces parties prenantes est donc nécessaire pour un vrai changement de paradigme !

Les RH et le marketing, deux départements proches des sujets RSE

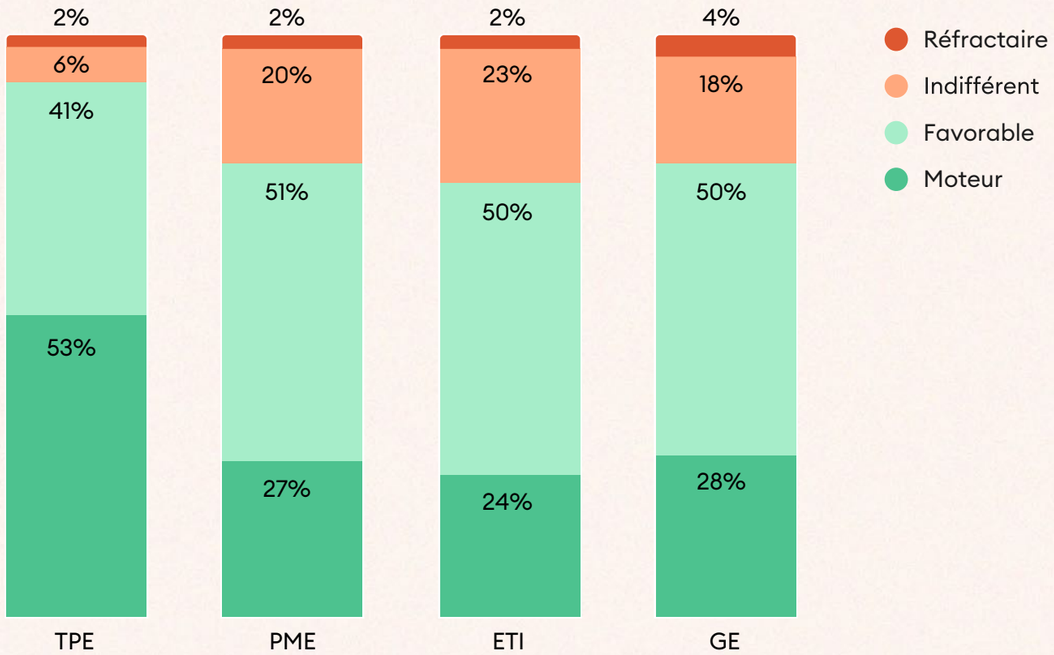
Après le COMEX, c'est le marketing et les RH qui sont les parties prenantes internes les plus motrices des démarches RSE. Et de loin !

Cela traduit que les enjeux **d'image de marque** mais également de **marque employeur et de rétention des talents** sont centraux dans les pratiques RSE des entreprises.

Une implication des parties prenantes internes qui diffère selon la taille de l'entreprise

Comment évalueriez-vous la position de ces parties prenantes internes face à la RSE dans votre entreprise ?

Implication moyenne des parties prenantes internes par taille d'entreprise



C'est une évidence : il est plus facile d'impliquer ses parties prenantes internes dans les **petites entreprises** : en moyenne, les parties prenantes internes sont motrices dans 53% des TPE, contre 24% chez les PME et 28% dans les grandes entreprises.

Top 3 des parties prenantes internes les plus impliquées par taille d'entreprise

% d'entreprises interrogées dont la partie prenante est "Motrice"

TPE

1. COMEX, Comité de direction (71%)
2. Communication / Marketing (56%)
3. Management intermédiaire (53%)

PME

1. RH (47%)
2. COMEX, Comité de direction (46%)
3. Communication / Marketing (44%)

ETI

1. RH (48%)
2. Communication / Marketing (44%)
3. COMEX, Comité de direction (42%)

GE

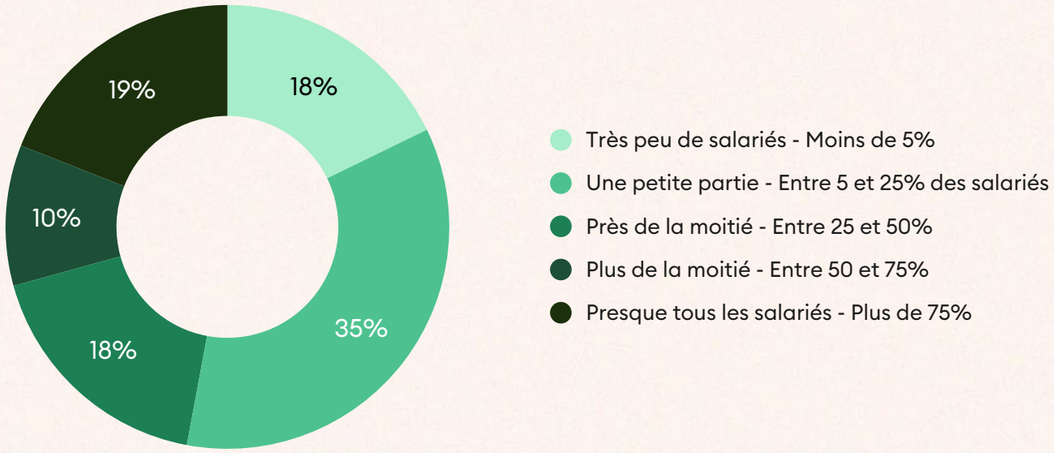
1. RH (46%) et Communication / Marketing (46%)
2. COMEX, Comité de direction (41%)
3. Achats (35%)

- Le département **Communication / Marketing** est une partie prenante motrice dans toutes les entreprises interrogées, quelle que soit leur taille. C'est également le cas du **Comité de direction.**
- Au sein des TPE interrogées, le **management intermédiaire** est particulièrement impliqué dans la démarche RSE : c'est la 3e partie prenante la plus motrice dans ces structures, après le COMEX et le marketing.
- Chez les PME, ETI et GE, ce sont les **RH** qui arrivent en tête des parties prenantes les plus impliquées : cela traduit à nouveau le lien fort qu'entretient la RSE avec les RH, notamment via les enjeux sociaux.

De plus en plus de salarié·es impliqué·es dans les démarches RSE

Aujourd'hui, selon vous, quelle proportion de salarié·es est impliquée dans votre démarche RSE ?

Implication des salarié·es



De plus en plus de salarié·es se mobilisent dans la RSE de leur entreprise ! 53% des entreprises répondantes estiment que seule une "petite partie" de leurs équipes, voire "très peu de salarié·es", sont impliqué·es dans leur démarche RSE, contre 59% des entreprises interrogées en 2022.

- La mobilisation des salarié·es est toujours un fort enjeu des entreprises : 18% des entreprises interrogées n'impliquent qu'une très petite partie d'entre eux (moins de 5%) autour de leur démarche RSE.
- On voit néanmoins qu'un certain nombre d'entreprises réussissent à mobiliser bien plus largement leurs équipes : 29% des organisations interrogées affirment impliquer **plus de 50% de leurs salarié·es.**

L'analyse de Vendredi

Cette augmentation de la part de salarié·es mobilisé·es dans la démarche RSE de leur entreprise est un signal fort.

En effet, la mobilisation des salarié·es est absolument essentielle pour une transition sociale et environnementale réussie, comme le mentionne l'ADEME dans sa récente étude ECOTAF sur la mobilisation écologique des salarié·es.

Les entreprises qui mobilisent de plus en plus leurs salarié·es peuvent observer :

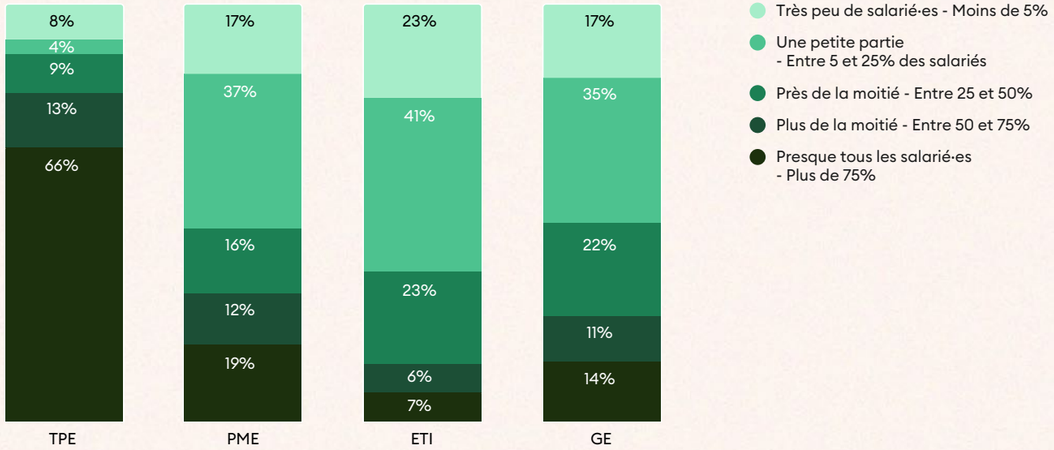
- **Une pérennisation et une accélération de la transition de l'entreprise :** plus l'entreprise mobilise ses équipes dans sa démarche RSE, plus la transformation sera durable et profonde. Pour que cela soit possible, il faut opérer un changement culturel dans l'entreprise : agir pour que l'engagement devienne une nécessité pour tous·tes, de façon pérenne.
- **Une augmentation toujours plus forte du nombre salarié·es impliqué·es, car un effet boule de neige se produit :** plus il y a de collaborateur·ices mobilisé·es, plus cet engagement est rendu visible et est valorisé, plus le changement de culture sera réel. Et plus d'autres salarié·es vont elles et eux aussi souhaiter s'impliquer, et ainsi de suite !

Héloïse Arnold, Responsable RSE

Une plus grande facilité d'impliquer largement ses équipes dans les petites entreprises

Aujourd'hui, selon vous, quelle proportion de salarié·es est impliquée dans votre démarche RSE ?

Implication des salarié·es par taille d'entreprise



Si les petites entreprises sont celles qui mobilisent le plus de leurs salarié·es autour de leur RSE, les grandes entreprises ne sont pas en reste. Et une tendance clé se dessine : quelle que soit leur taille, les entreprises mobilisent de plus en plus leurs équipes autour de leur démarche RSE !

- Assez logiquement, les plus petites entreprises sont celles qui réussissent à impliquer le plus massivement leurs équipes. Mais ici aussi, la tendance évolue : 66% des **TPE** interrogées mobilisent presque tous·tes leurs salarié·es, contre 56% des TPE répondantes en 2022.

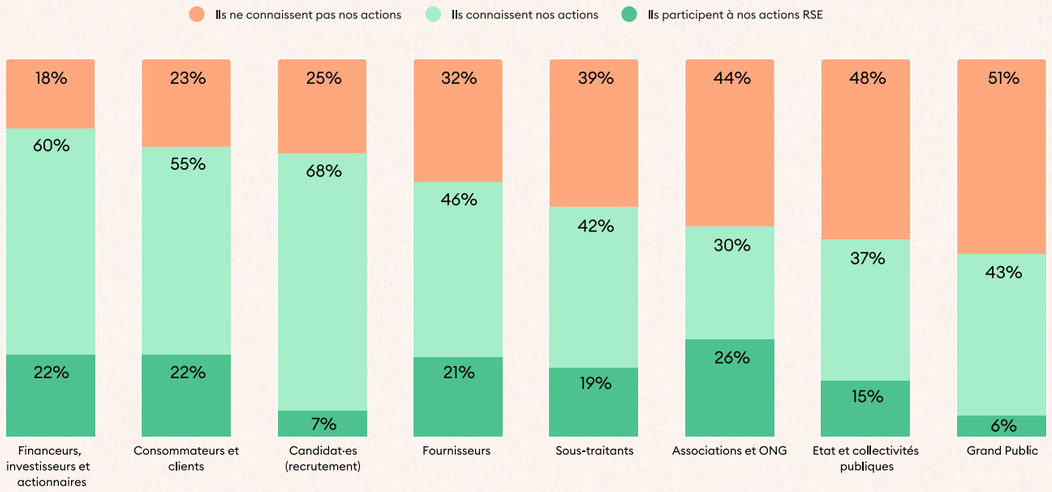
- Les **grandes entreprises** interrogées ont plus de difficulté à impliquer largement leurs équipes dans leur démarche RSE : une majorité d'entre elles (52%) disent mobiliser seulement une petite partie de leurs équipes (moins de 25% des salarié·es). Néanmoins, elles progressent massivement sur le sujet : en 2022, elles étaient 72% à déclarer mobiliser moins d'un quart de leurs équipes !

- Il en va de même pour les **ETI** répondantes (64% impliquent moins d'un quart de leurs équipes, contre 75% en 2022).

Parties prenantes externes proches du cœur d'activité, principalement mobilisées

Comment intégrez-vous vos parties prenantes externes dans votre démarche RSE ?

Implication des parties prenantes externes dans la RSE



Les entreprises mobilisent en premier lieu les parties prenantes externes les plus proches de leur activité : **financeurs, clients et candidat·es.** À l'inverse, le **grand public**, **l'Etat** ou les **associations et ONG**, qui sont plus éloignées du coeur du réacteur des entreprises, sont largement moins impliquées.

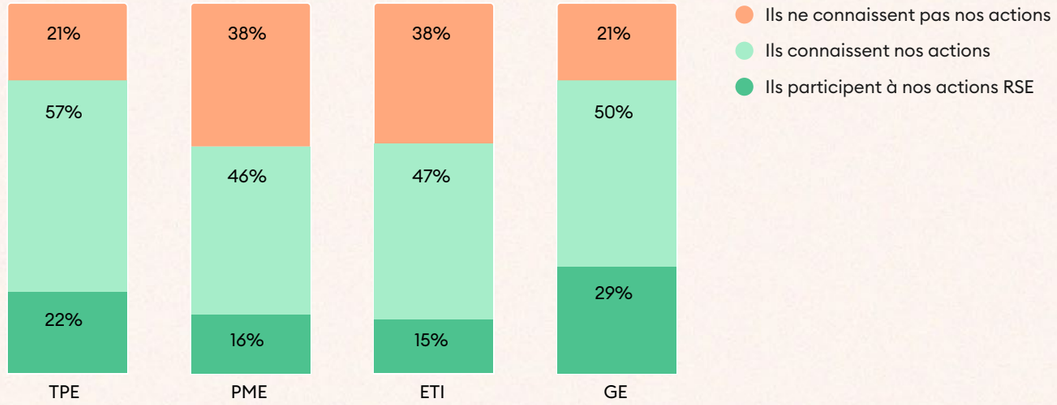
- Les **financeurs, investisseurs et actionnaires** sont les parties prenantes externes les plus impliquées dans les démarches RSE : elles participent ou connaissent les actions de 82% des entreprises répondantes.

- Les **consommateurs et clients** ont également un rôle important dans la stratégie RSE des entreprises interrogées : on peut directement relier cela aux forts enjeux d'image de marque qui sous-tendent la RSE.

- La mobilisation des **associations et ONG** diffère beaucoup d'une entreprise à une autre : c'est à la fois la partie prenante la plus impliquée et l'une de celles qui connaissent le moins les actions des entreprises. Ce sont surtout les **grandes entreprises,** qui mobilisent beaucoup les associations et ONG, qui créent ce décalage.

- On peut également noter que les entreprises soignent la façon dont leurs **candidat·es** vont percevoir leur démarche RSE : seulement un quart des entreprises interrogées disent ne pas communiquer sur leurs actions RSE auprès de ceux-ci, contre un tiers des entreprises interrogées en 2022.

Implication des parties prenantes externes par taille d'entreprise



Les **grandes entreprises** répondantes mobilisent activement leurs parties prenantes externes autour de leur démarche RSE !

On observe qu'en moyenne, les parties prenantes externes de 79% des grandes entreprises interrogées sont impliquées dans la stratégie RSE de celles-ci, contre 61% des **PME** et 62% des **ETI**.

Les **TPE**, elles aussi, impliquent assez largement leurs parties prenantes externes : 57% d'entre elles disent que celles-ci connaissent leurs actions, et 22% qu'elles y participent.

Des enjeux d'implication des parties prenantes externes divers

Top 3 des parties prenantes externes les plus impliquées par taille d'entreprise

% d'entreprises interrogées dont la partie prenante "Participe à leurs actions RSE" ou "Connait leurs actions"

TPE

1. Consommateurs et clients (93%)
2. Candidat·es (90%)
3. Financeurs, investisseurs et actionnaires (87%)

PME

1. Financeurs, investisseurs et actionnaires (79%)
2. Consommateurs et clients (76%)
3. Candidat·es (73%)

ETI

1. Financeurs, investisseurs et actionnaires (81%)
2. Candidat·es (73%)
3. Consommateurs et clients (73%)

GE

1. Financeurs, investisseurs et actionnaires (97%)
2. Fournisseurs (90%)
3. État et collectivités publiques (82%)

Financeurs : un rôle de plus en plus clé dans les engagements des entreprises ?

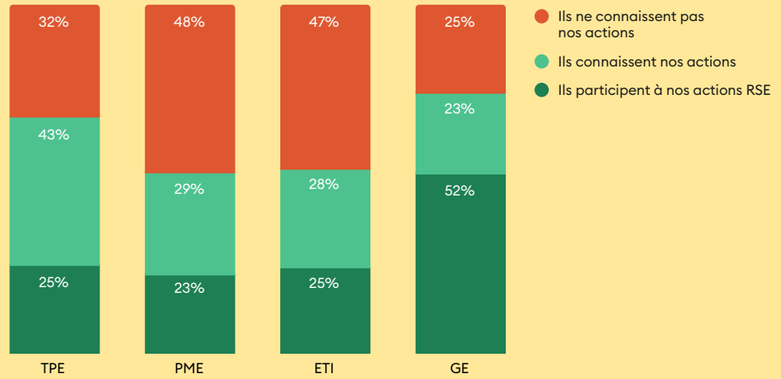
Les financeurs, investisseurs et actionnaires se retrouvent dans le Top 3 des parties prenantes externes les plus impliquées, quelle que soit la taille de l'entreprise.

Cette implication importante des financeurs peut en partie s'expliquer par les réglementations en vigueur qui les concerne, comme la SFRD (Sustainable Finance Disclosure Regulation). Cette nouvelle loi européenne encourage les investisseurs à mieux financer la transition sociale et environnementale. Concrètement, les fonds d'investissement sont désormais soumis à des obligations de reporting extra-financier, pour eux mais aussi pour les entreprises qu'ils financent, les contraignant à entamer une trajectoire de transition mais aussi d'encourager leur portefeuille à en faire de même !

- **Les consommateurs et clients** ont un rôle particulièrement stratégique au sein des petites structures : c'est la partie prenante externe la plus impliquée au sein des TPE, et la 2e plus impliquée dans les PME interrogées.
- Au sein des GE, après les financeurs, ce sont les **fournisseurs** qui ont également une place de choix : 90% des GE interrogées les impliquent dans leurs actions RSE. **L'état et les collectivités publiques** est également une partie prenante externe avec un rôle majeur au sein des GE.

Les associations et ONG, parties prenantes surtout mobilisées par les grandes entreprises

Implication des associations et ONG par taille d'entreprise

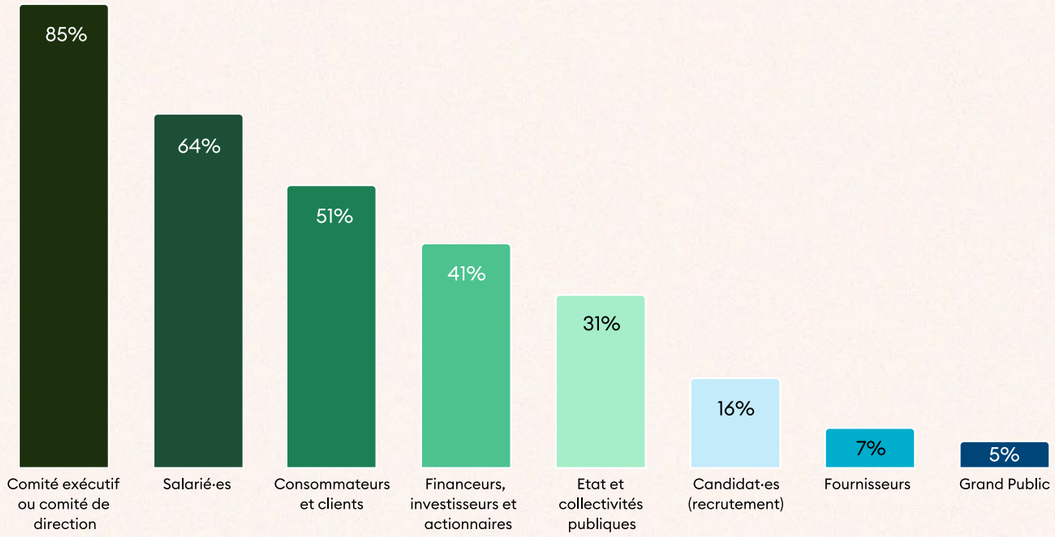


Même si les associations et ONG n'apparaissent pas dans ce top 3, il est intéressant de noter que les grandes entreprises impliquent massivement les associations et ONG dans leurs pratiques RSE ! Parmi les GE interrogées, 52% disent que les associations et ONG participent à leurs actions RSE, contre 25% des TPE ou ETI.

Le COMEX, partie prenante la plus influente sur les démarches RSE des entreprises

Classez les parties prenantes suivantes en fonction de la pression qu'elles exercent sur la mise en place d'actions RSE dans votre entreprise

Part d'entreprises pour lesquels cette partie prenante fait partie des 3 les plus influentes



Le COMEX est la partie prenante la plus influente sur les stratégies RSE pour 51% des entreprises interrogées.

- Le **COMEX** est la partie prenante qui possède la plus grande influence sur la RSE : 85% des entreprises l'ont placé dans leur Top 3. On l'a vu, c'est aussi la partie prenante interne la plus impliquée dans les démarches RSE : c'est donc une très bonne nouvelle !

- L'image de marque est bel et bien un enjeu fort des politiques RSE, car les **consommateurs et les clients** ont une forte influence sur la mise en place d'actions RSE dans les entreprises : il s'agit ici de la partie prenante externe qui arrive en tête.

- Les **financeurs**, quant à eux, semblent avoir un impact plus modéré en comparaison aux autres parties prenantes citées : 59% des entreprises interrogées ne les considèrent pas comme l'une des 3 parties prenantes les plus influentes sur leurs actions RSE.

- Si les entreprises interrogées impliquent massivement leurs **candidat·es,** elles sont peu nombreuses à les considérer comme une partie prenante fortement influente sur leur stratégie RSE : elles sont seulement 16% à placer les candidat·es dans leur Top 3.

6.

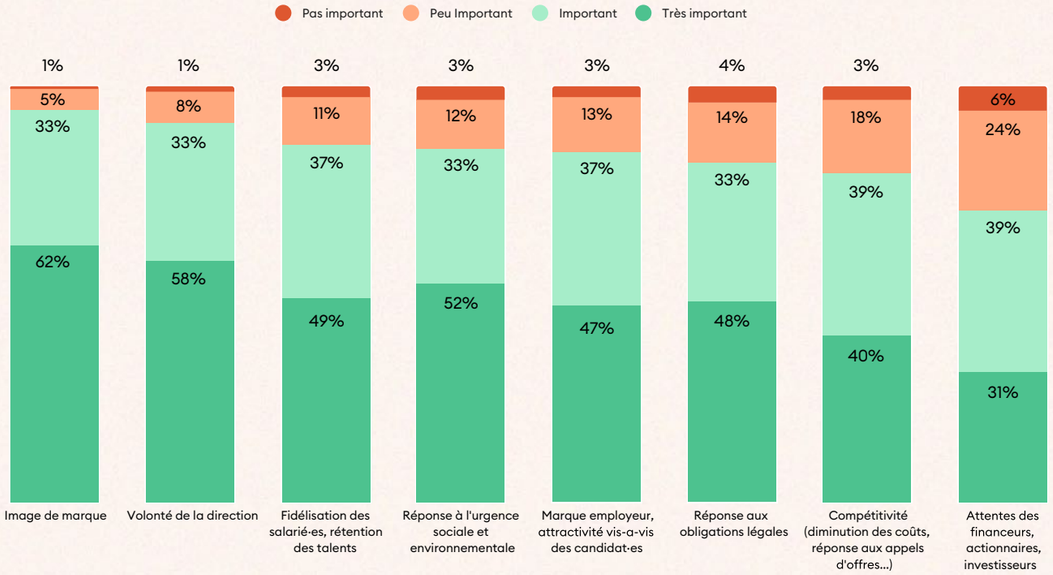
Freins et moteurs à la RSE

Des motivations diverses, et un manque de ressources toujours prégnant

Entre profitabilité et réponse à l'urgence, des moteurs divers pour la RSE

D'après vous, à quel point ces éléments motivent la mise en place d'actions RSE dans votre entreprise ?

Motivations des politiques RSE



L'urgence sociale et environnementale est un moteur "Très Important" des politiques RSE dans plus de la moitié (52%) des entreprises interrogées. Cela montre que les entreprises ont conscience du rôle important qu'elles ont à jouer.

Néanmoins, les principales motivations des entreprises restent liés à des **enjeux directement lié à leur profitabilité et à leur compétitivité :** l'image de marque, qui va booster les ventes ; et la fidélisation des talents, qui va réduire les coûts de recrutement.

- **L'image de marque** est ainsi la motivation principale des politiques RSE : 62% des entreprises interrogées le considèrent comme Très important. Ce chiffre est en forte hausse depuis 2022, où 52% des entreprises interrogées étaient concernées. Cela montre que le marché, poussé par les attentes des consommateurs, est en train de rendre de plus en plus nécessaire l'engagement RSE des entreprises.

- Une majorité d'entreprises (58%) indiquent également que leur politique RSE est motivée par une **volonté de la direction.** Cela renforce la place des autres moteurs de ce classement, car si la direction est motrice, c'est parce qu' elle est d'ores et déjà convaincue par l'impact de la RSE (image de marque, fidélisation des talents, réponse à l'urgence...).

- **La fidélisation et la rétention des talents** est toujours une motivation importante des politiques RSE. Cela s'explique par l'intérêt grandissant que portent les salarié·es aux enjeux sociaux et environnementaux, et de la mutation de leurs attentes sur le sujet.

- **Les obligations légales** sont également un moteur important des politiques RSE : près de la moitié d'entre elles (48%) le considèrent comme Très Important. Cela est d'autant plus frappant si l'on compare aux résultats du précédent Baromètre : seulement 24% des entreprises interrogées en 2022 considéraient les obligations légales comme un moteur fort.

- **Si les financeurs, actionnaires et investisseurs** sont les parties prenantes internes les impliquées dans les démarches RSE, leurs attentes ne sont pas un moteur principal des entreprises. Leur mobilisation autour des sujets RSE semble dont avoir une influence réduite.

L'analyse de Kantar

Notre étude Sustainability Sector Index 2023 démontre que l'environnement est le 1er sujet de préoccupation des français·es (52%), devant l'économie (39%), les confits (36%) et l'inflation (25%).

Toutefois, en creusant, d'autres sujets de société ressortent fortement, notamment la pauvreté, le harcèlement/abus/violences faites aux femmes et le bien-être animal.
Les consommateurs, de plus en plus impactés par les changements, sont très sensibles au greenwashing.

Il est donc primordial que la RSE soit infusée dans les valeur fondamentales et les actions des l'entreprise, pour être un réel levier de différenciation. Et pour répondre réellement aux attentes des français·es et sur le long terme, les entreprises doivent revoir profondément leur modèle économique, en accord avec les enjeux sociaux et environnementaux actuels.

Pierre Gomy, Senior Director Marketing, Sustainability & Luxury

Les obligations légales, moteur de plus en plus fort aux politiques RSE

D'après vous, à quel point ces éléments motivent la mise en place d'actions RSE dans votre entreprise ?

Top 3 des moteurs à la RSE par taille d'entreprise

% des entreprises interrogées classant le moteur comme "Très important"

TPE

1. Réponse à l'urgence sociale et environnementale (76%)
2. Volonté de la direction (71%)
3. Image de marque (70%)

PME

1. Image de marque (64%)
2. Volonté de la direction (57%)
3. Réponse à l'urgence sociale et environnementale (54%)

ETI

1. Réponse aux obligations légales (61%)
2. Volonté de la direction (57%)
3. Image de marque (57%)

GE

1. Réponse aux obligations légales (71%)
2. Image de marque (55%)
3. Volonté de la direction (55%)

- **La réponse aux obligations légales** est un moteur fort des politiques RSE dans les entreprises de plus de 250 salarié·es. Cet enjeu connaît depuis quelques années une montée en puissance : en 2022, le sujet des obligations légales ne figurait pas parmi les moteurs principaux des ETI interrogées, et était en seconde place pour les GE répondantes. Cela est notamment lié aux évolutions récentes du cadre réglementaire européen avec la mise en place de la **CSRD !**

- Ces évolutions légales viennent créer une nouvelle dynamique, avec d'un côté les ETI et les GE, et de l'autre les TPE et PME. Ces dernières sont davantage motivées par la réponse aux urgences sociales et environnementales.

L'analyse de Haatch

La CSRD : d'une obligation légale à une opportunité stratégique

La nouvelle directive européenne CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) encadre les exigences de reporting sur 10 sujets de durabilité. Elle concerne 50 000 entreprises (6000 en France) et s'applique progressivement depuis le 1er janvier 2024.

Elément clé du Pacte Vert pour l'Europe, la CSRD a pour objectif d'harmoniser, comparer et fiabiliser les données RSE des entreprises.

Un exercice de transparence ambitieux, mobilisateur et structurant

Avec la CSRD, les entreprises deviennent des parties prenantes incontournables de la transition et leur performance sera désormais évaluée du point de vue financier et extra-financier.

Alors, comment s'en saisir pour construire ou réviser sa stratégie RSE ?

En capitalisant sur l'analyse de double matérialité, un outil stratégique qui permet d'identifier et de prioriser ses impacts (négatifs et positifs), risques et opportunités. L'intérêt ? Adresser les sujets de durabilité les plus prioritaires et générer une réflexion globale sur la RSE et la pérennité de son modèle d'affaires.

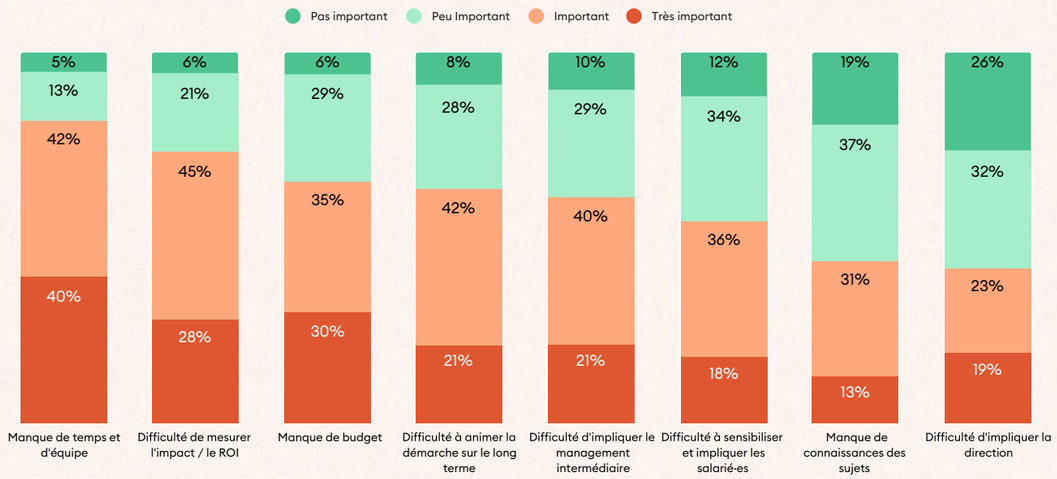
Notre conviction ? Ne pas se laisser enfermer dans un exercice de reporting et faire de la CSRD un levier stratégique !

Laurence Ponsich-Mitjavile, Consultante

Des freins toujours importants au déploiement de la RSE

D'après vous, à quel point les facteurs ci-dessous sont-ils des freins au déploiement de la politique RSE au sein de votre entreprise ?

Freins au déploiement de la RSE



Depuis 2022, les freins ressentis par les responsables RSE au déploiement de la RSE ne se sont pas levés.

- **Le manque de temps et d'équipe** est toujours le frein principal au développement des politiques RSE des entreprises françaises : 82% le considèrent comme un frein important, voire très important (40%). C'est autant que sur l'échantillon 2022, alors même que la taille des équipes augmente !

- Le 2e frein se situe cette année encore dans la **difficulté à mesurer l'impact et le ROI** des politiques RSE : 74% des entreprises le considèrent comme important. Cet enjeu fort de la RSE nécessite la mise en place d'outils de suivi et de mesure de l'impact des actions mises en place, tant sur le bien-être des salarié·es (et donc la fidélisation), sur le business (réponses aux appels d'offre, image de marque...), sur les financements...

- **Le manque de budget,** à nouveau, se fait ressentir pour 65% des entreprises interrogées. En 2022, 58% des entreprises interrogées considéraient ce frein comme important.

- On peut également noter qu'une majorité (55%) d'entreprises interrogées estiment que **la sensibilisation et l'implication des équipes** est un frein important au déploiement de leur politique RSE.

- **Le manque de connaissance** de la RSE n'est pas non plus un sujet pour la majorité des entreprises répondantes : 56% d'entre elles ne le considèrent pas comme un frein important, contre 45% des entreprises interrogées en 2022.

58% des entreprises interrogées ne considèrent pas **l'implication de la direction** comme un frein important. Cela souligne que les mentalités changent au sein des équipes dirigeantes et qu'il n'est pas toujours nécessaire de les convaincre pour avoir leur soutien !

Des freins qui diffèrent en fonction de la taille de l'entreprise

D'après vous, à quel point les facteurs ci-dessous sont-ils des freins au déploiement de la politique RSE au sein de votre entreprise ?

Top 3 des freins à la RSE par taille d'entreprise

% des entreprises interrogées classant le frein comme "Très important"

TPE

1. Manque de budget (40%)
2. Manque de temps et d'équipe (30%)
3. Difficulté de mesurer l'impact / le ROI (25%)

PME

1. Manque de temps et d'équipe (43%)
2. Difficulté de mesurer l'impact / le ROI (29%)
3. Manque de budget (29%)

ETI

1. Manque de temps et d'équipe (38%)
2. Difficulté de mesurer l'impact / le ROI (28%)
3. Manque de budget (28%)

GE

1. Manque de temps et d'équipe (41%)
2. Difficulté à impliquer le management intermédiaire (36%)
3. Manque de budget (30%) et Difficulté de mesurer l'impact / le ROI (30%)

Si le manque de temps et d'équipe est un frein dans toutes les entreprises interrogées, on peut noter certaines différences en fonction de la taille des entreprises répondantes sur les autres freins importants :

- **Le manque de budget** est largement cité comme le frein principal des TPE interrogées. Et c'est légitime, car il est en effet peu fréquent d'avoir un budget RSE élevé (voire un budget tout court) en TPE.
- Les PME et les ETI interrogées ont des problématiques très similaires en matière de RSE : **ressources** et facilitation de la **mesure des résultats de leurs actions** RSE sont leurs priorités.
- Les grandes entreprises sont particulièrement freinées par la difficulté à **impliquer le management intermédiaire**, contrairement aux autres entreprises. **L'implication de la direction** est également un frein plus important pour les GE que dans le reste des entreprises interrogées, alors mêmes que la RSE est très souvent représentée au COMEX au sein des GE !

7.

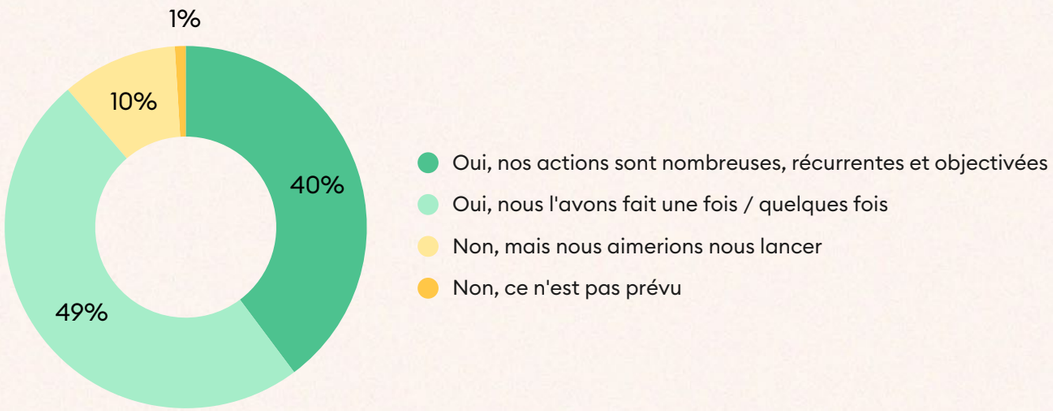
La sensibilisation des salarié·es aux enjeux RSE

Un axe central des politiques RSE des entreprises, notamment autour de l'environnement

La sensibilisation des équipes, un essentiel des politiques RSE dans toutes les entreprises

Avez-vous déjà mené des actions de sensibilisation de vos salarié·es autour des enjeux sociaux et environnementaux ?

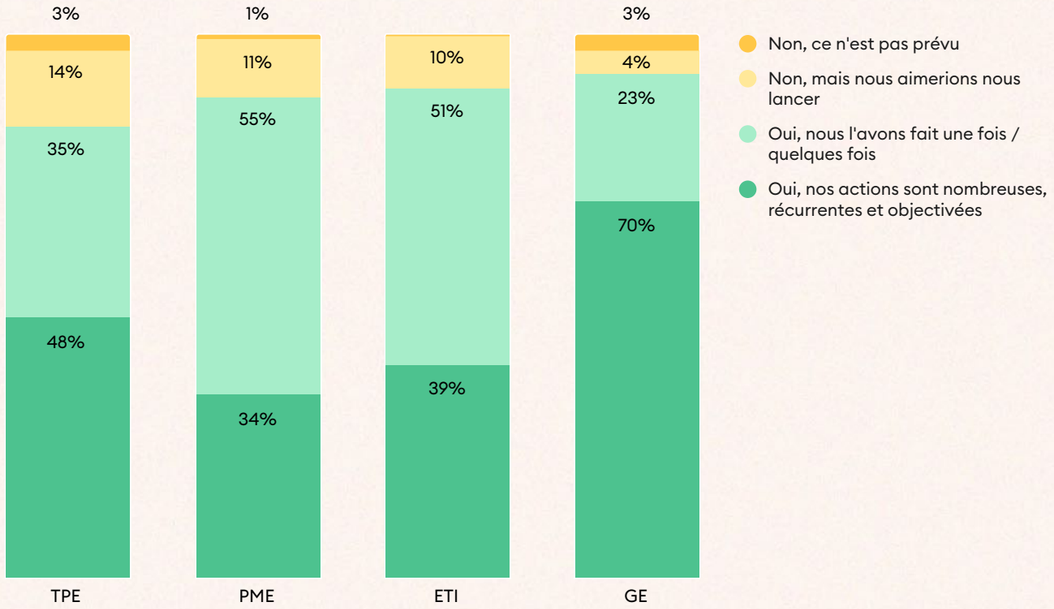
Part d'entreprises pratiquant la sensibilisation



La sensibilisation des salarié·es est un **pilier central des politiques RSE** des entreprises !

89% des entreprises interrogées ont déjà mené des actions de sensibilisation de leurs équipes autour des sujets RSE.

Part d'entreprises pratiquant la sensibilisation par taille d'entreprise



La sensibilisation des salarié·es concerne toutes les entreprises, quelle que soit leur taille !

On note que les **grands groupes** interrogés ont particulièrement structuré leur politique de sensibilisation : 70% d'entre eux mènent des actions nombreuses, récurrentes et objectivées, ce qui peut nous faire penser que la structuration d'une politique de sensibilisation est majoritairement une question de budget. Néanmoins, on voit aussi que près de la moitié (48%) des TPE ont une politique de sensibilisation structurée : cela peut s'expliquer par une plus grande facilité à structurer ce type d'action dans de petites organisations.

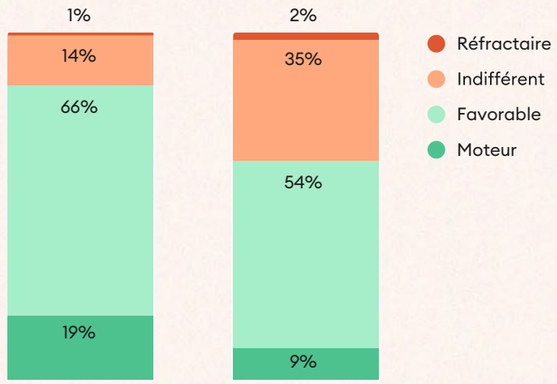
À l'inverse, dans les **PME** et les **ETI**, la sensibilisation est majoritairement épisodique et peu structurée.

La sensibilisation, un levier essentiel pour impliquer ses équipes !

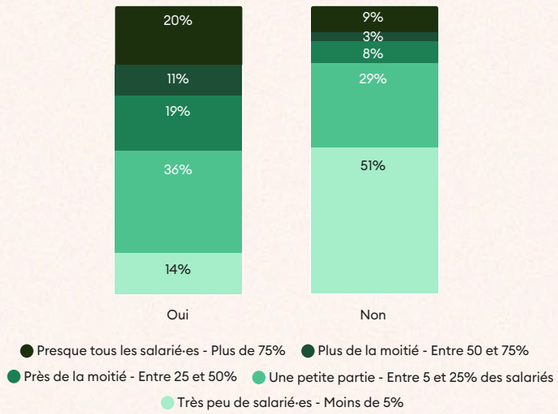
Implication des salarié·es dans les entreprises mettant en place ou non de la sensibilisation

La sensibilisation est un réel levier d'implication des salarié·es

Ces derniers sont "Réfractaires" ou "Indifférents" à la RSE dans 37% des entreprises qui ne mettent pas en place d'actions de sensibilisation, contre 15% chez les entreprises qui sensibilisent leurs équipes.



Part de salarié·es impliqué·es dans les entreprises qui mettent en place des actions de sensibilisation ou non



La sensibilisation permet également d'impliquer une part plus importante de salarié·es !

La majorité des entreprises qui la pratique mobilise plus d'un quart de leurs équipes ; à l'inverse, elles sont 51% à déclarer mobiliser moins de 5% de leurs équipes lorsqu'elles ne mettent pas en place de sensibilisation.

L'analyse d'Utopies

De la sensibilisation… Aux changements concrets de comportements

Il est essentiel que la logique durable imprègne tous les pans de la vie de l'entreprise, et cela passe par une implication du top management et une mobilisation de chaque métier et fonctions opérationnelles. Au-delà de la sensibilisation, l'enjeu est donc, surtout, de mobiliser et de mettre ses équipes en capacité d'agir !

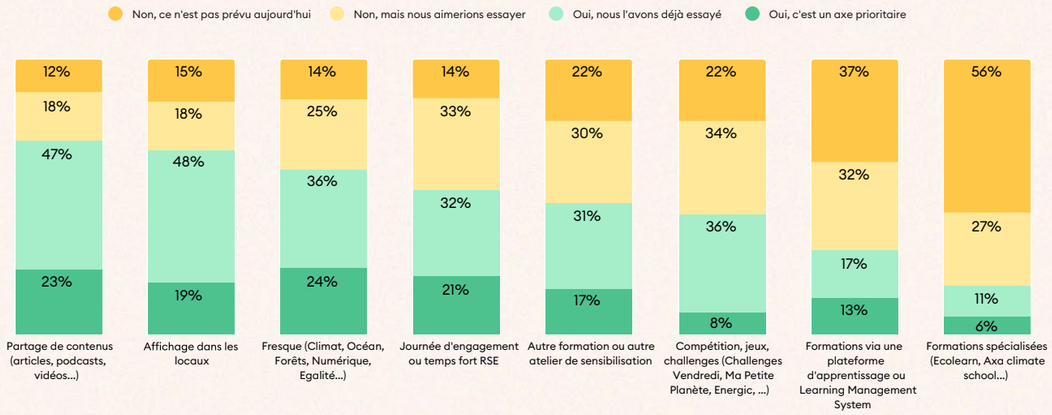
La sensibilisation, qui n'induit pas forcément de changements de comportements (selon une récente étude de l'University of Amsterdam), peut ainsi être un point de départ, mais ne se suffit pas en elle-même. Elle doit ainsi être accompagnée d'une réelle volonté de transformer l'entreprise à toutes les échelles, appuyée par une gouvernance et des formations sur-mesure, pour que toutes les parties prenantes aient une implication effective dans la politique RSE de l'entreprise.

L'équipe d'Utopies

Les Fresques, outil de sensibilisation qui devient universel

Quelles actions de sensibilisation avez-vous déjà mené ?

Actions de sensibilisations menées



- **La sensibilisation “faite maison”** est la plus sollicitée par les entreprises : c’est le partage de contenus (articles, podcast, vidéos...) et l’affichage dans les locaux qui sont les actions de sensibilisation les plus populaires. Un format peu coûteux en temps et en argent, mais dont on peut contester l’impact concret sur les équipes.

- **Les Fresques** ont aussi la cote, et l’attrait pour ce format est en forte hausse depuis 2022. C’est un signal fort, car les Fresques sont des ateliers de sensibilisation plus longs (3h) mais aussi plus coûteux, qui nécessitent donc une vraie volonté d’agir de la part de la direction et des managers.

- **Les journées d’engagement ou temps forts RSE** sont aussi populaires : 55% des entreprises répondantes en ont déjà organisés, et 1/3 (33%) souhaiteraient en mettre en place.

60% des entreprises interrogées ont déjà organisé une Fresque pour leurs équipes, contre 41% des entreprises interrogées en 2022.

Top 3 des actions de sensibilisation par taille d’entreprise

% d’entreprises ayant répondu “Oui, c’est un axe prioritaire” ou “Oui, nous l’avons déjà essayé”

TPE

1. Partage de contenus (76%)
2. Fresques (59%)
3. Autres formations ou atelier de sensibilisation (52%)

PME

1. Partage de contenus (67%)
2. Affichage dans les locaux (67%)
3. Fresques (52%)

ETI

1. Affichage dans les locaux (72%)
2. Partage de contenus (71%)
3. Fresques (66%)

GE

1. Fresques (88%) et Partage de contenus (88%)
2. Journée d’engagement ou temps fort RSE (86%)
3. Affichage dans les locaux (81%)

- **Le partage de contenu**, action de sensibilisation peu coûteuse en temps et en ressources, est un levier utilisé par toutes les entreprises interrogées, quels que soient leurs moyens effectifs.

- **Les Fresques** sont également un incontournable dans toutes les entreprises interrogées, quelles que soient leur taille.

- Dans les plus grandes entreprises, **les journées d’engagement ou temps forts RSE** s’imposent : 86% des GE interrogées en ont déjà organisés.

L’analyse de Vendredi

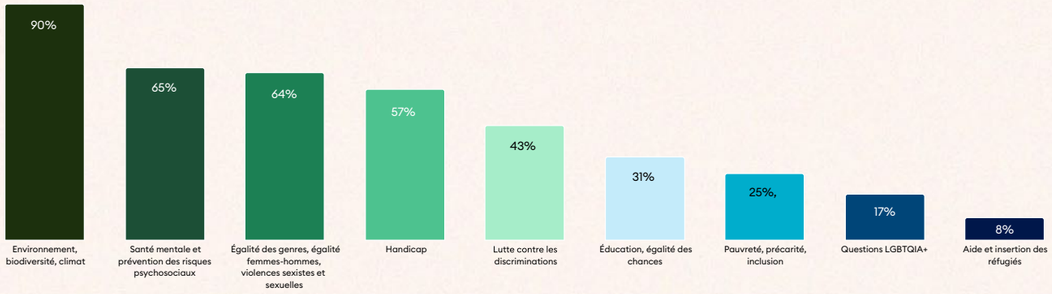
Les temps forts RSE sont un excellent moyen de créer des élans collectifs et de sensibiliser massivement ses équipes !
Ils ont un fort pouvoir de transformation culturelle, et ont l’immense avantage d’être à la portée de chaque entreprise, peu importe sa maturité et ses ressources dédiées au sujet. Il suffit pour cela d’avoir la bonne méthode et les bons outils. Notre souhait pour les années à venir : voir de plus en plus d’entreprises, notamment les plus petites, s’emparer de ce format d’engagement !

Héloïse Arnold, Responsable RSE

L'environnement, thématique de sensibilisation prioritaire des entreprises

Sur quelle(s) cause(s) avez-vous déjà sensibilisé vos salarié·es ?

Thématique de sensibilisation des entreprises



L'environnement est de loin la thématique la plus abordée en entreprise : **90%** des organisations interrogées sensibilisent leurs équipes à ce sujet.

- **Les sujets de santé mentale et de prévention des RPS** arrivent en 2e position des thématiques de sensibilisation les plus plébiscitées, avec 65% des entreprises concernées. En 2022, seulement 49% des entreprises interrogées indiquaient sensibiliser sur cette thématique, où elle était en 4e position. C'est donc un sujet qui devient prioritaire dans une majorité d'entreprises !

- À l'inverse, **l'aide et l'insertion des réfugié·es** est la cause la moins traitée dans les actions de sensibilisation des entreprises répondantes (seulement 8% s'engagent sur le sujet). Ici, la tendance est fortement à la baisse : en 2022, 17% des entreprises interrogées sensibilisaient leurs équipes à cette thématique (lié notamment au contexte de la guerre en Ukraine).

Top 5 des thématiques de sensibilisation par taille d'entreprise

% d'entreprises sensibilisant ses équipes autour de cette thématique.

TPE

1. Environnement, biodiversité, climat (86%)
2. Égalité des genres, égalité femmes-hommes, violences sexistes et sexuelles (61%)
3. Santé mentale et prévention des risques psychosociaux (48%)
4. Handicap (44%)
5. Lutte contre les discriminations (42%)

PME

1. Environnement, biodiversité, climat (89%)
2. Santé mentale et prévention des risques psychosociaux (61%)
3. Égalité des genres, égalité femmes-hommes, violences sexistes et sexuelles (57%)
4. Handicap (47%)
5. Lutte contre les discriminations (36%)

ETI

1. Environnement, biodiversité, climat (90%)
2. Santé mentale et prévention des risques psychosociaux (75%)
3. Handicap (72%)
4. Égalité des genres, égalité femmes-hommes, violences sexistes et sexuelles (68%)
5. Lutte contre les discriminations (47%)

GE

1. Environnement, biodiversité, climat (96%)
2. Égalité des genres, égalité femmes-hommes, violences sexistes et sexuelles (87%)
3. Handicap (84%)
4. Santé mentale et prévention des risques psychosociaux (80%)
5. Lutte contre les discriminations (77%)

- **L'environnement** est la thématique de sensibilisation largement en tête, quelle que soit la taille de l'entreprise.

- Les sujets de sensibilisation évoluent ensuite en fonction de la taille de l'entreprise :
  - Les sujets de **santé mentale et de prévention des RPS** sont prioritaires dans les PME et les ETI ;
  - Le **handicap** est surtout particulièrement abordé au sein des plus grandes entreprises (ETI et GE) ;
  - Les sujets d'**égalité des genres** sont présents partout, mais ce sont surtout les TPE et les GE qui les priorisent ;
  - La **lutte contre les discriminations** arrive en 5e position pour toutes tailles d'entreprises : c'est une thématique évoquée, mais jamais de façon prioritaire.

L'analyse de 2 Tonnes

Pourquoi sensibiliser sur la RSE ?

Aborder le sujet de la RSE au sein des organisations, c'est faire face à un questionnement : comment inciter ses équipes au passage à l'action ? Et ce avec un double enjeu : savoir par où commencer, et avoir envie d'agir en se disant que ça sert à quelque chose d'agir, et que ça vaut le coup.

Sensibiliser à la RSE n'est donc pas seulement un enjeu de connaissances à fournir, il s'agit également de déclencher une nouvelle posture, permettant le passage à l'action. Dès lors, le choix du format pédagogique n'est pas neutre et doit intégrer une dimension mobilisatrice qui donne envie d'agir de manière très concrète, et de s'inscrire dans une démarche ambitieuse dont on perçoit les bénéfices pour soi et pour l'organisation.

Lorsque nous intervenons au sein d'organisations, nous observons d'ailleurs souvent un déclic chez les équipes, suivi par une forte envie de passer à l'action, une meilleure compréhension de la stratégie RSE de leur entreprise, et une envie d'y participer.

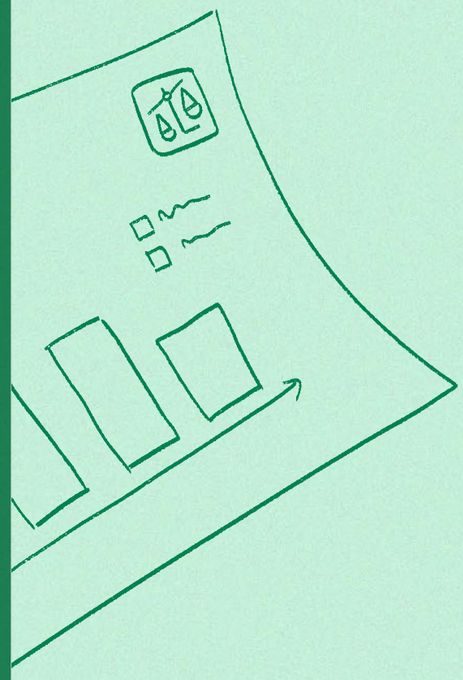
Finalement, la sensibilisation doit donc s'intégrer dans une logique globale de conduite du changement, permettant le passage à l'action, tant au niveau sociétal, qu'au niveau de l'entreprise.

Louis de Jabrun, Head of Marketing

8.

La RSE et les enjeux environnementaux

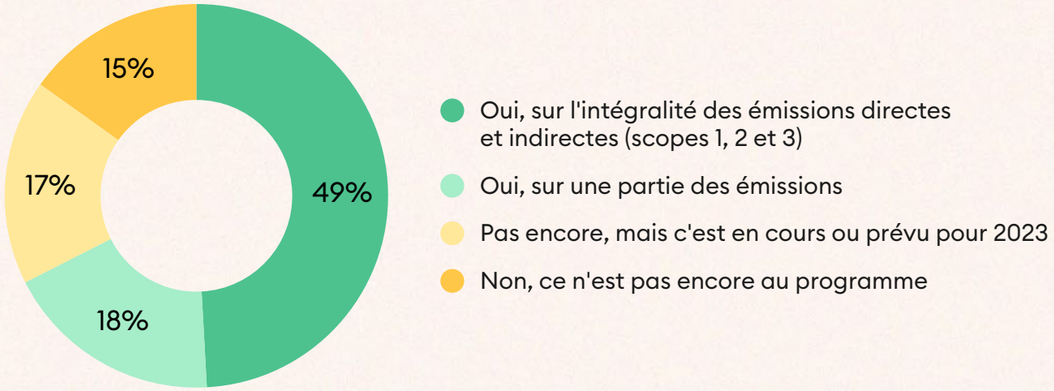
Une grande majorité d’entreprises s’engagent pour réduire leur impact environnemental



Le bilan carbone, de plus en plus essentiel au sein des politiques RSE

L'empreinte carbone de votre entreprise a-t-elle déjà été mesurée ?

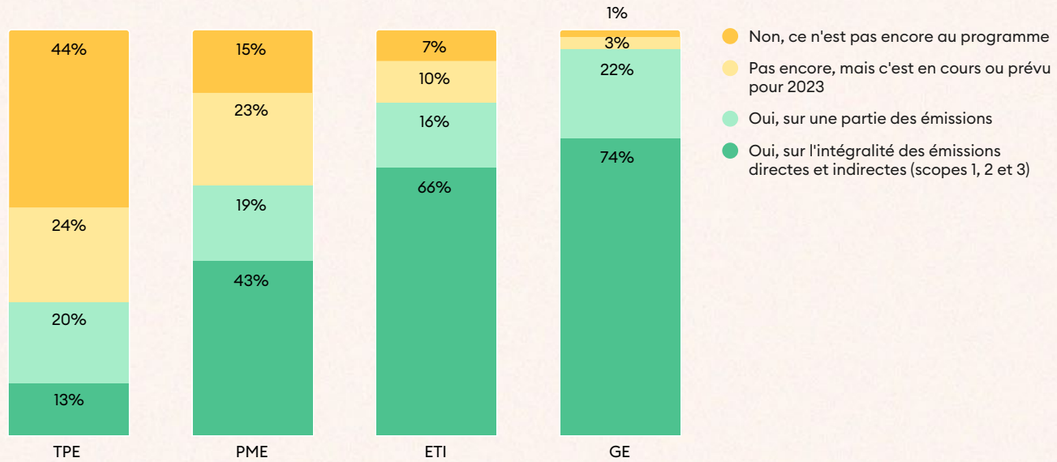
Part d'entreprises ayant mesuré leur empreinte carbone



68% des entreprises interrogées ont déjà mesuré leurs émissions de gaz à effet de serre : c'est bien plus qu'en 2022, où 47% des entreprises répondantes l'avaient fait.

- **La moitié** (49%) des entreprises répondantes a déjà réalisé un bilan complet de ses émissions de gaz à effet de serre (GES) (Scope 1, 2 et 3).
- Seulement 15% des entreprises interrogées n'ont pas prévu de mesurer leurs émissions dans l'année à venir, contre 27% des entreprises répondantes en 2022.

Part d'entreprises ayant mesuré leur empreinte carbone par taille d'entreprise



Le bilan carbone est surtout une pratique de grandes entreprises, mais les plus petites ne sont pas en reste.

- Un tiers des **TPE** interrogées ont déjà réalisé un bilan de leurs émissions de GES, alors même qu'elles n'y sont pas contraintes. Ce chiffre augmente, d'années en années : en 2022, 20% seulement des TPE interrogées avaient déjà réalisé un bilan carbone.
- Les **PME** répondantes progressent elles aussi. 62% d'entre elles ont mesuré leurs émissions (40% en 2022), et seulement 15% n'ont pas prévu de le faire pour 2023 !
- La réalisation d'un bilan carbone devient incontournable dans les **ETI** comme dans les **GE**. Cela est bien sûr lié aux obligations légales de réalisation d'un bilan des GES tous les 4 ans en France pour toute entreprise de plus de 500 salarié·es.

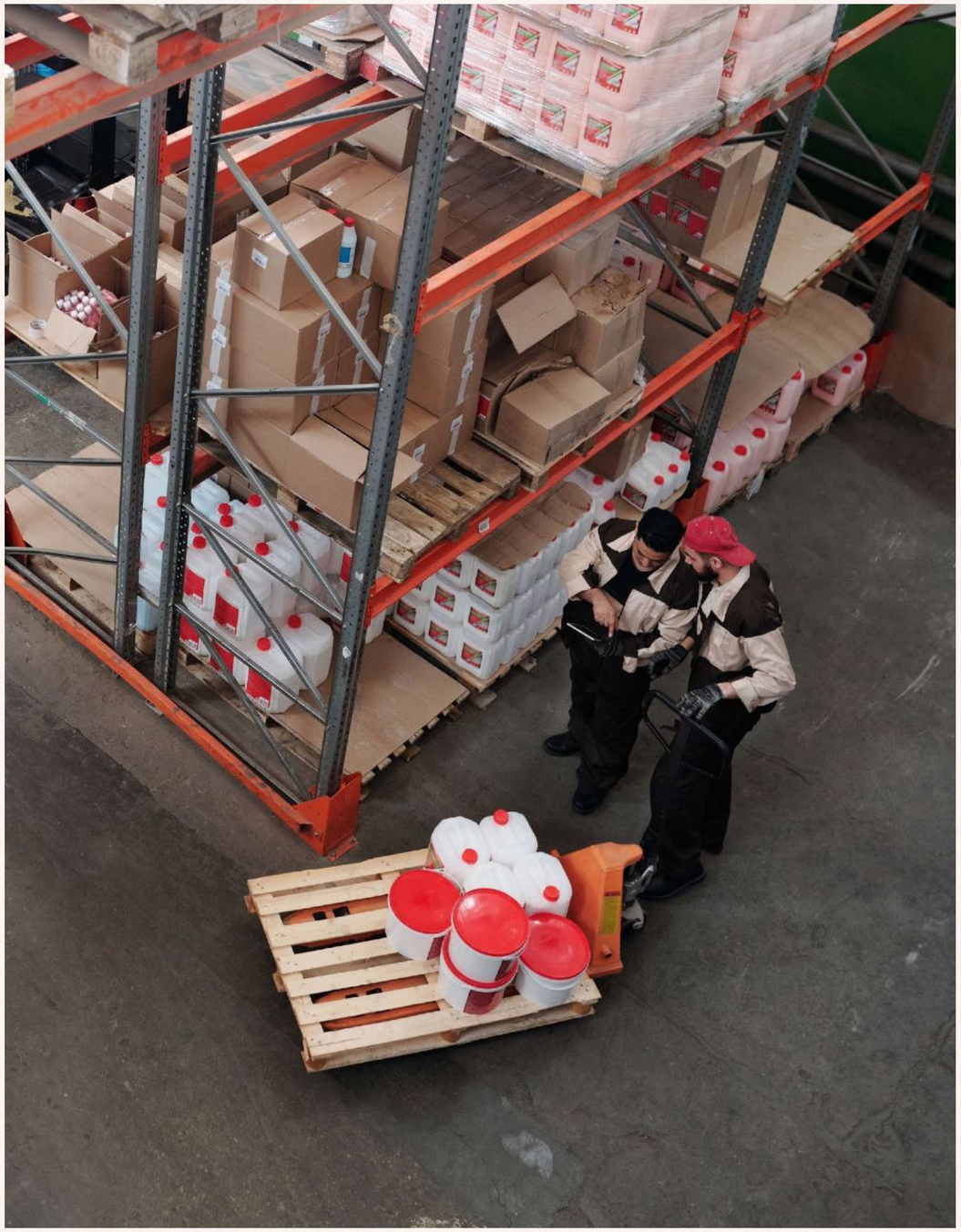
L’analyse de Sami

De plus en plus d’entreprises françaises, notamment les ETI et les grands comptes, réalisent un bilan de gaz à effet de serre incluant les scopes 1, 2 et 3.

Cette progression est encouragée par la **pression réglementaire,** comme le décret BEGES et la directive CSRD, qui obligent les entreprises de plus de 500 employés à réaliser un bilan complet de leurs émissions de GES. Les petites et moyennes entreprises (PME) sont aussi concernées, avec une augmentation significative des entreprises ayant mesuré leurs émissions de GES. La directive CSRD devrait indirectement impacter les petites structures, les incitant à réduire leur empreinte carbone pour maintenir leurs collaborations avec les entreprises soumises à des rapports de durabilité.

Bien que des progrès aient été réalisés, il reste encore du chemin à parcourir pour atteindre une pleine conformité et une réduction significative des émissions. Les incitations réglementaires et la sensibilisation continueront de jouer un rôle essentiel dans cette évolution positive !

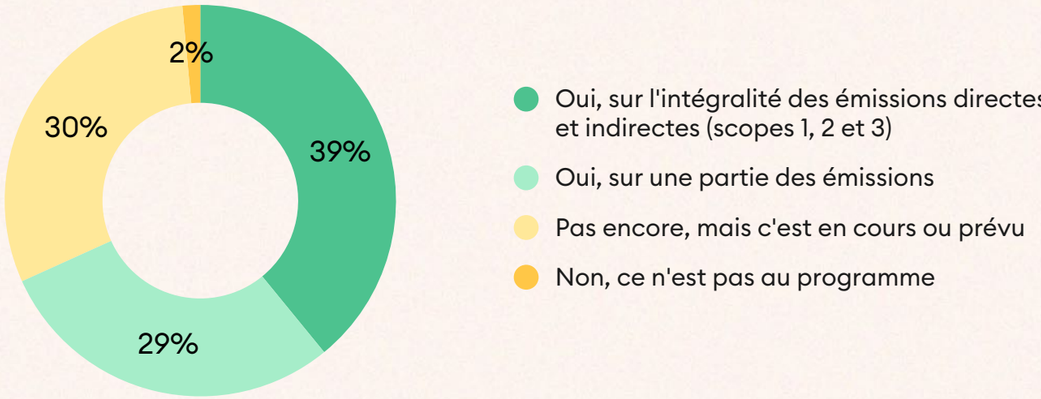
Axel Girard, Directeur Marketing



Se fixer des objectifs de réduction, un automatisme pour les entreprises ayant mesuré leurs émissions

Votre entreprise s'est-elle fixé des objectifs de réduction à long terme de cette empreinte carbone ?

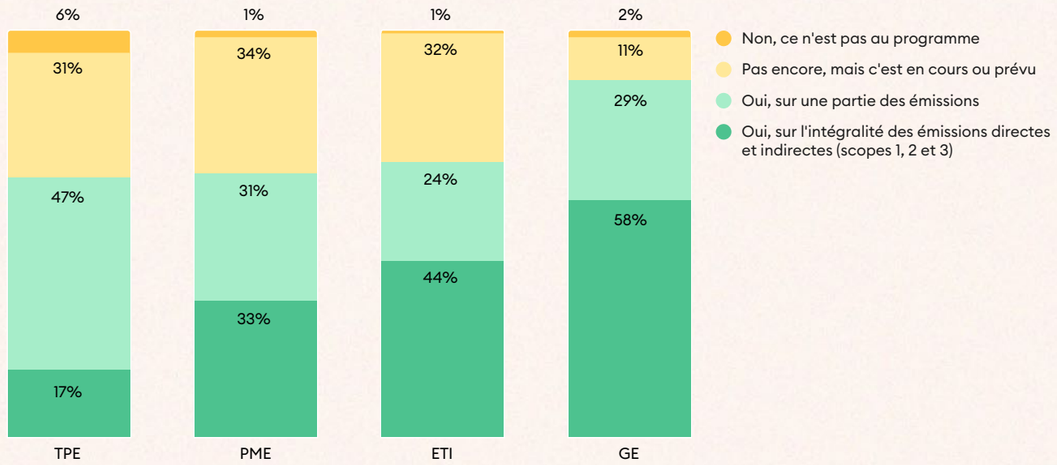
Part d'entreprises ayant mesuré leur empreinte carbone



68% des entreprises interrogées qui ont déjà réalisé un bilan carbone se sont fixé des objectifs de réduction de ces émissions. En 2022, seulement 55% des entreprises répondantes l'avaient fait : on progresse !

99% des entreprises répondantes qui ont déjà réalisé leur bilan carbone se sont fixé des objectifs de réduction de leurs émissions ou ont prévu de le faire. Réduire devient donc un incontournable pour toutes les entreprises qui réalisent un bilan de leurs émissions !

Part d'entreprise s'étant fixé des objectifs de réduction, par taille d'entreprise

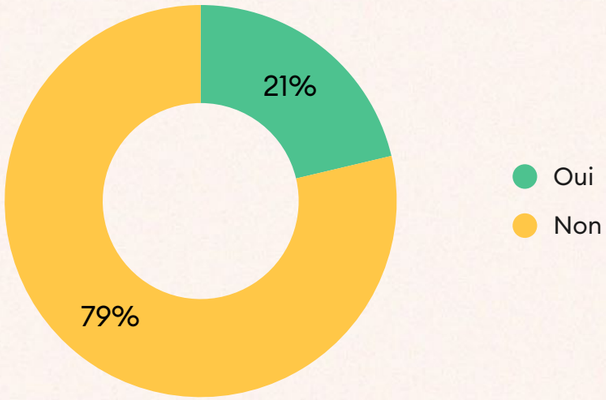


- **Les grandes entreprises interrogées sont davantage enclines à se fixer des objectifs de réduction de leurs émissions que les plus petites : seules 13% d'entre elles disent ne pas s'être fixé d'objectifs.**
- **Du côté des TPE, il est encore rare de se fixer des objectifs autour des émissions directes comme indirectes. Mais c'est aussi grâce à l'engagement des plus grandes entreprises que les plus petites pourront être incitées à agir !**

La contribution carbone, une pratique RSE encore peu répandue

Avez-vous déjà eu recours à la contribution ou compensation carbone au sein de votre entreprise ?

Proportion d'entreprises ayant mis en place des actions de contribution carbone

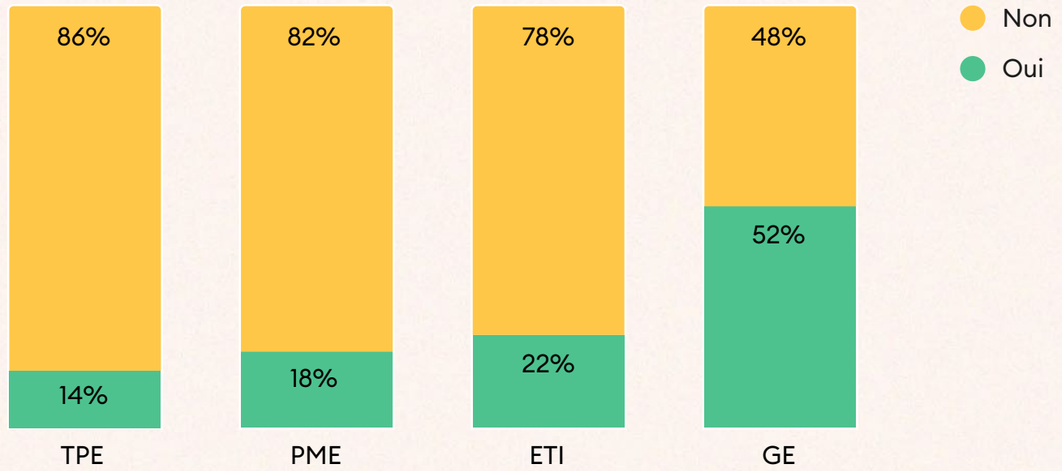


Seules 21% des entreprises interrogées ont déjà réalisé des actions de contribution carbone : ce n'est pas encore une pratique courante dans les entreprises françaises.

C'est quoi, la contribution carbone ?

C'est l'action de financer (volontairement) des projets dont l'activité permet d'éviter ou de séquestrer des émissions de gaz à effet de serre (GES) (forêts, énergies renouvelables, rationalisation de la consommation d'énergie). Si cette technique est en effet positive, elle n'annule pas les GES déjà émises, et n'enlève donc pas la nécessité de diminuer au maximum ses émissions. Attention donc au greenwashing autour de la notion de "neutralité carbone" (encadrée par une loi stricte depuis janvier 2023).

Proportion d'entreprises ayant mis en place des actions de contribution carbone, par taille d'entreprise

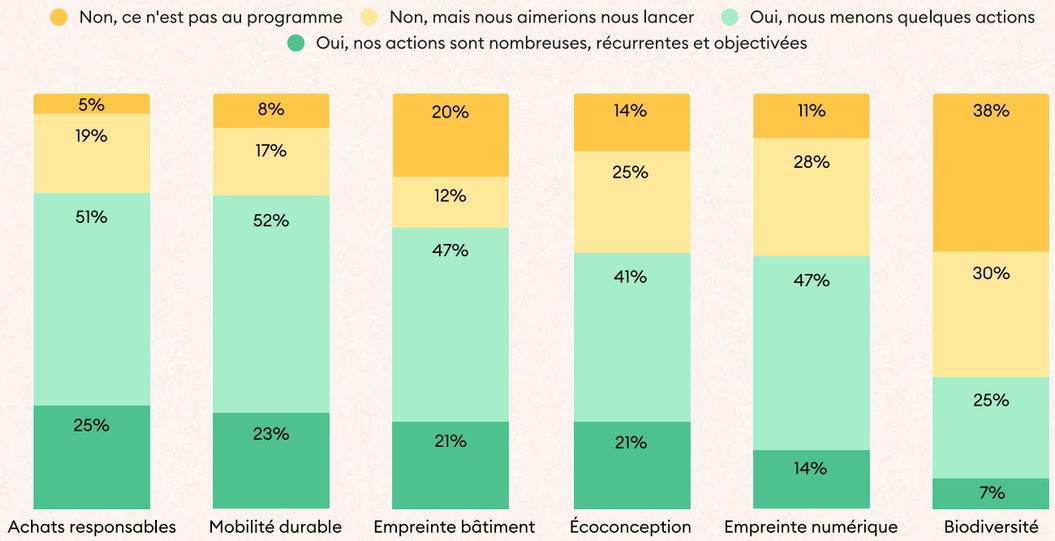


La contribution carbone est principalement une pratique de grande entreprise : 52% des GE interrogées l'ont mises en place, contre seulement 14% des TPE par exemple.

Des pratiques environnementales diverses, achats responsables en tête

Avez-vous déjà mis en place des actions autour de... ?

Proportion d'entreprises agissant sur les différents sujets environnementaux



En moyenne, **62%** des entreprises répondantes disent mettre en place des actions environnementales. Celle-ci sont majoritairement ponctuelles et peu structurées.

- **Les grandes entreprises interrogées sont davantage enclines à se fixer des objectifs de réduction de leurs émissions que les plus petites : seules 13% d'entre elles disent ne pas s'être fixé d'objectifs.**
- **Du côté des TPE, il est encore rare de se fixer des objectifs autour des émissions directes comme indirectes. Mais c'est aussi grâce à l'engagement des plus grandes entreprises que les plus petites pourront être incitées à agir !**

Top 3 des actions environnementales par taille d'entreprise

% d'entreprises interrogées agissant autour de cette thématique

TPE

1. Mobilité durable (77%)
2. Achats responsables (77%)
3. Empreinte numérique (59%)

PME

1. Mobilité durable (71%)
2. Achats responsables (69%)
3. Empreinte bâtiment (62%)

ETI

1. Empreinte bâtiment (83%)
2. Achats responsables (83%)
3. Mobilité durable (77%)

GE

1. Mobilité durable (93%)
2. Achats responsables (93%)
3. Empreinte bâtiment (89%)

Toutes les entreprises s'engagent pour l'environnement, quelle que soit leur taille.

- **La mobilité durable et les achats responsables sont deux sujets prioritaires partout.**
- **Dans les TPE, l'empreinte numérique est aussi un sujet important ; alors que dans les PME, ETI et GE, c'est l'empreinte bâtiment qui est plus prioritaire.**

L'analyse d'EcoVadis

Les Achats Responsables deviennent un incontournable des stratégies RSE et c'est une bonne nouvelle ! La pandémie, combinée aux risques commerciaux et sectoriels, tels que l'urgence climatique, la volatilité des coûts et l'évolution de la réglementation, placent la durabilité au cœur des achats, un pilier essentiel de la résilience et de la création de valeur.

Par ailleurs, transformer les chaînes de valeur mondiales est notre meilleure chance de mettre le monde sur une trajectoire plus durable et plus équitable. En collaborant avec leurs partenaires commerciaux, les entreprises ont l'opportunité d'améliorer les pratiques environnementales et sociales des entreprises, à grande échelle !
Pour cela, elles doivent impérativement intégrer les indicateurs RSE dans leurs processus d'approvisionnement.

Julie de Mony-Pajol, Impact Manager

9.

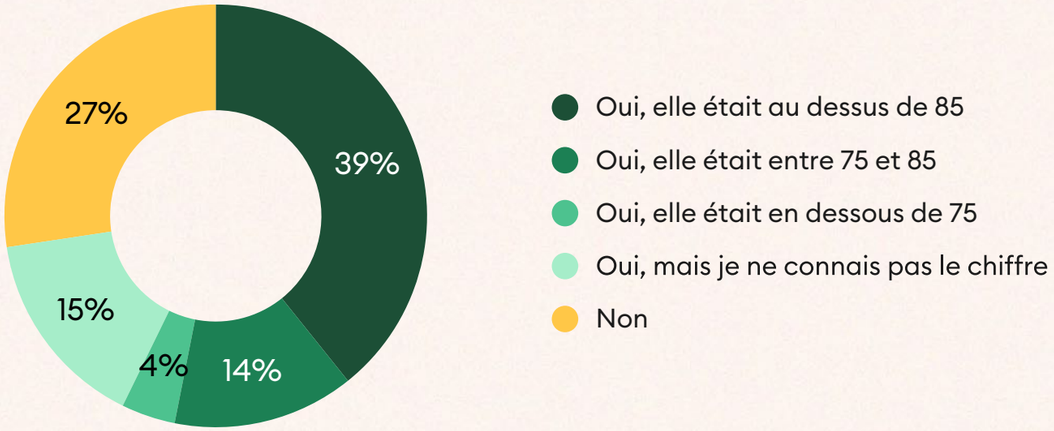
La RSE et les enjeux sociaux

Les grandes entreprises, pionnières sur l'ensemble des sujets sociaux

L'index égalité professionnelle, une pratique de grande entreprise… mais pas uniquement

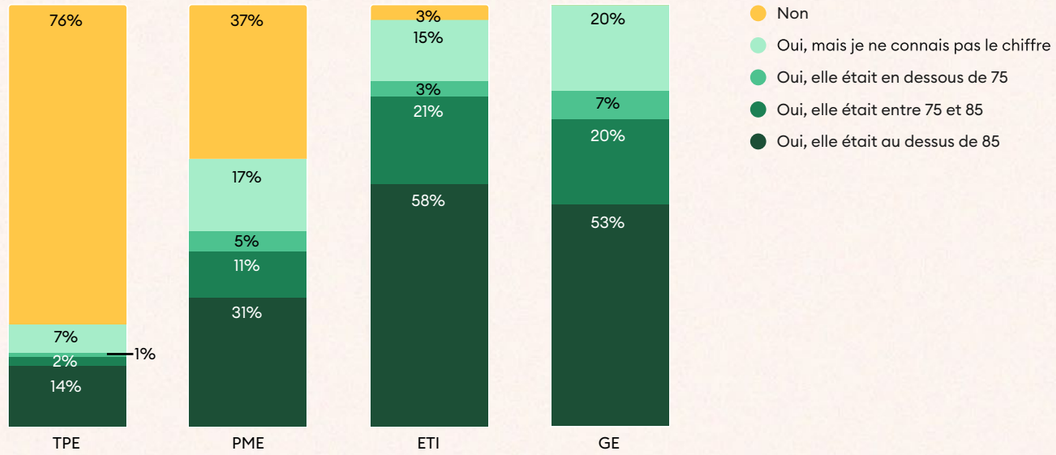
Avez-vous déjà calculé votre index égalité professionnelle pour l'année 2023 ? Si oui, de combien était-il ?

Proportion d'entreprises qui ont réalisé leur Index Egalité Professionnelle



73% des entreprises interrogées ont déjà mesuré leur index égalité professionnelle : c'est significativement plus qu'en 2022, où 63% des entreprises interrogées l'avaient réalisé.

Proportion d'entreprises qui ont réalisé leur Index Egalité Professionnelle par taille d'entreprise



- **Un quart (24%) des TPE interrogées ont mesuré leur index égalité. C'est considérable, sachant qu'elles n'y sont pas contraintes ! C'est également plus qu'en 2022, où seulement 15% des TPE répondantes avaient réalisé cet index.**
- **Du côté des GE, 100% déclarent avoir mesuré leur index égalité. Ce chiffre est de 97% pour des ETI interrogées. Cela montre que les obligations légales motivent bel et bien ces entreprises à agir !**

Index égalité : qu'est-ce que c'est et que dit la loi ?

L'index égalité est un indicateur qui permet de déterminer où se place l'entreprise en termes d'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes. Son calcul est basé sur 5 critères (écart de rémunération femmes-hommes, écart de répartition des augmentations individuelles et des promotions, nombre de salarié·es augmenté·es à leur retour de congé maternité, et parité parmi les 10 plus hauts salaires) et permet d'attribuer à l'entreprise une note de 0 à 100.

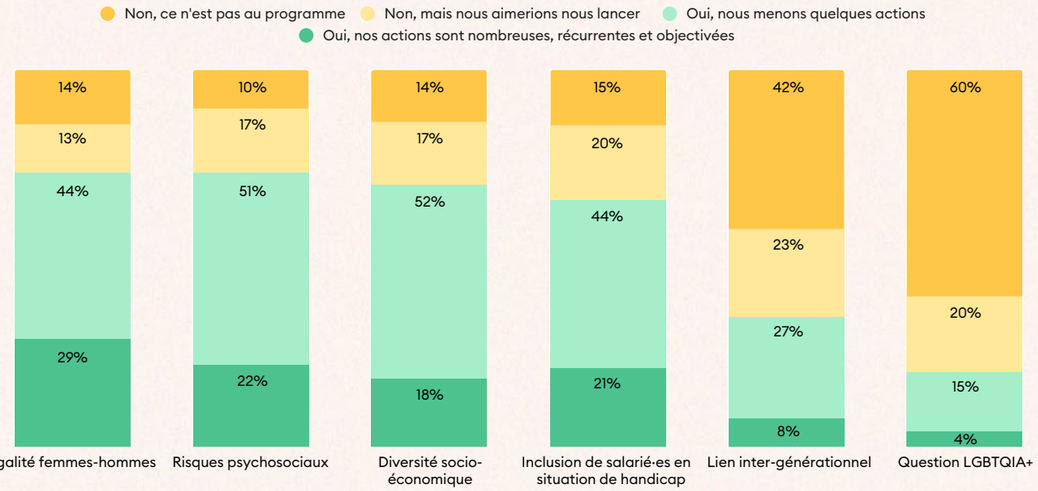
Toutes les entreprises d'au moins 50 salarié·es doivent calculer et publier leur index égalité professionnel, chaque année au 1er mars.

Au dessus de 85 points, le total est qualifié comme "bon". Mais s'il est inférieur à 85 points, les entreprises doivent fixer et publier des objectifs de progression de chacun des indicateurs ; et s'il est inférieur à 75 points, l'employeur est tenu de publier leurs mesures de correction et de rattrapage.

Égalité des genres, RPS et diversité : au cœur des politiques RSE

Avez-vous déjà mis en place des actions autour de ... ?

Proportion d'entreprises agissant sur les différentes thématiques sociales



En moyenne, **56%** des entreprises répondantes disent mettre en place des actions autour des enjeux sociaux. Celles-ci sont majoritairement ponctuelles et peu structurées.

- **L'égalité femmes-hommes et les risques psychosociaux** sont les deux thématiques sociales autour desquelles les entreprises répondantes agissent le plus : près des trois quarts (73%) mettent en place des actions autour de ces thèmes. L'égalité des genres, en particulier, est aujourd'hui un thème central dans les politiques sociales de nombreuses entreprises françaises.

- Les entreprises prennent aussi conscience de l'importance d'avoir des équipes diversifiées : 70% des entreprises répondantes disent agir autour de la **diversité socio-économique**, contre seulement 55% des entreprises interrogées en 2022.

- À l'inverse, l**es questions LGBTQIA+** sont en dernière position, comme pour les 2 premières éditions du Baromètre RSE : seulement 20% des entreprises interrogées agissent autour de ce sujet, et ce n'est pas au programme pour 60% d'entre elles.

Top 3 des thématiques sociales par taille d'entreprise

% d'entreprises interrogées agissant sur le sujet

TPE

1. Égalité femmes-hommes (63%)
2. Risques psychosociaux (56%)
3. Diversité socio-économique (51%)

PME

1. Diversité socio-économique (71%)
2. Risques psychosociaux (69%)
3. Égalité femmes-hommes (62%)

ETI

1. Égalité femmes-hommes (87%)
2. Risques psychosociaux (82%)
3. Inclusion de salarié·es en situation de handicap (81%)

GE

1. Égalité femmes-hommes (96%) et Inclusion de salarié·es en situation de handicap (96%)
2. Risques psychosociaux (84%)
3. Diversité socio-économique (73%)

- **L'égalité femmes-hommes** est une priorité dans toutes les entreprises, peu importe leur taille. On peut notamment noter que 96% des GE interrogées agissent sur le sujet !

- **Les RPS (risques psycho-sociaux)** sont également un incontournable des politiques sociales des entreprises interrogées : il est en 2e position pour toutes les tailles d'entreprise.

- **L'inclusion de salarié·es en situation de handicap** est un sujet principalement adressé dans les plus grandes entreprises : 81% des ETI et 96% des GE interrogées agissent sur le sujet, alors même que l'obligation d'emploi de personnes en situation de handicap (OETH) concerne toutes les entreprises de plus de 20 salarié·es.

Les grandes entreprises sont, de loin, celles qui agissent le plus autour d'une diversité de sujets sociaux.

10.

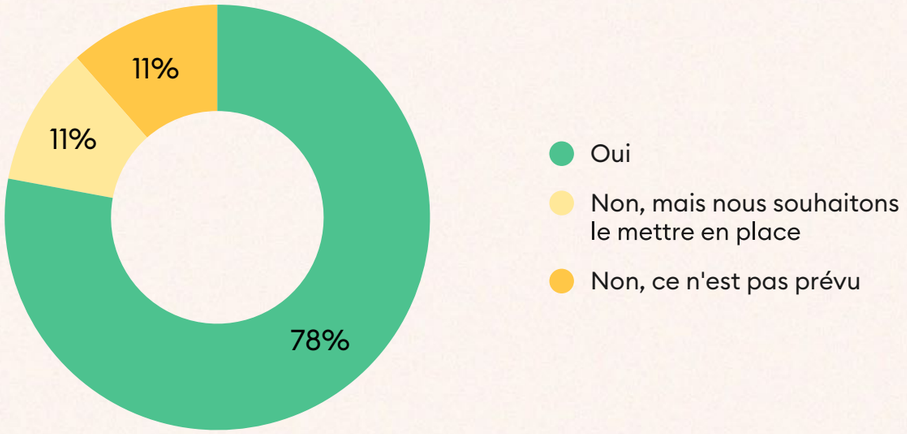
La RSE et les enjeux sociétaux

Une majorité d'entreprises s'engage pour l'intérêt général

Actions solidaires et philanthropie : les entreprises s'engagent pour l'intérêt général

Votre entreprise a-t-elle déjà mis en place des actions d'engagement solidaire ou de philanthropie ?

Proportion d'entreprises mettant en place des actions sociétales ou de philanthropie

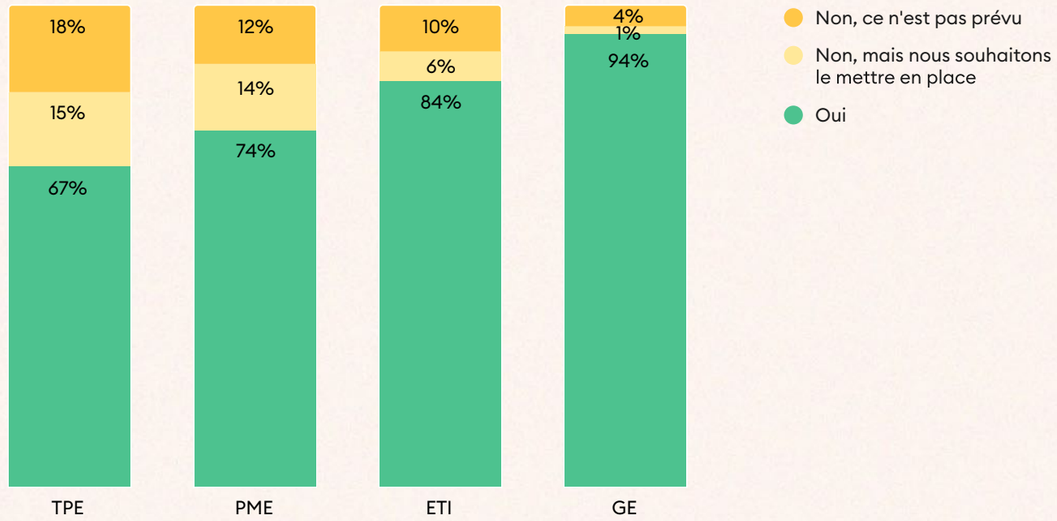


78% des entreprises interrogées mettent en place des actions d'engagement solidaire ou de philanthropie. Les entreprises ont donc à coeur d'agir à leur échelle pour l'intérêt général, plus largement que via leur activité ou leurs équipes !

Actions d'engagement solidaire ou de philanthropie : de quoi parle-t-on ?

Ici, les actions "solidaires" ou "de philanthropie" sont toutes les initiatives qui bénéficient à la société, au delà des parties prenantes directes : dons financiers, matériels, mécénat de compétences...

Proportion d'entreprises mettant en place des actions sociétales ou de philanthropie, par taille d'entreprise



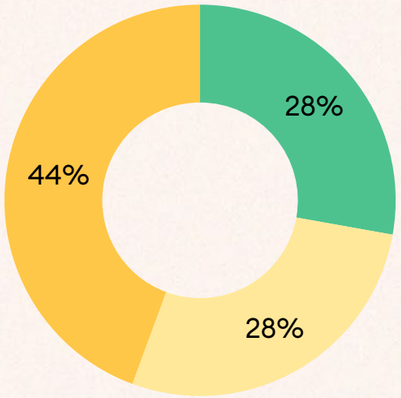
- L'engagement sociétal est **un incontournable pour les grandes entreprises** : 94% des GE interrogées mettent en place des actions sur le sujet. En effet, les grandes entreprises sont les plus nombreuses à avoir des Fondations, à s'engager en philanthropie, ou à mettre en place du mécénat de compétences.

- On peut tout de même noter que deux tiers (67%) des **TPE** et trois quart (74%) des **PME** interrogées s'engagent également sur le sujet ! Définitivement, l'engagement sociétal n'est pas qu'une affaire de grande entreprise : toutes les entreprises s'engagent, à leur échelle.

Les jours d'engagement au travail, une pratique bénéfique encore peu répandue

Votre entreprise accorde-t-elle des jours d'engagement à ses collaborateurs pour leur permettre de s'engager sur leur temps de travail ?

Proportion d'entreprises offrant des jours d'engagement au travail à leurs équipes



- **La mise en place de jours d'engagement au travail est toujours une pratique peu répandue : seules 28% des entreprises répondantes en proposent à leurs salarié·es. Mais les choses avancent : en 2022, 23% des entreprises interrogées proposaient ce format à leurs équipes !**
- **La très bonne nouvelle, c'est que les jours d'engagement ont bel et bien du potentiel : 28% des répondant·es souhaitent en proposer à leurs équipes.**

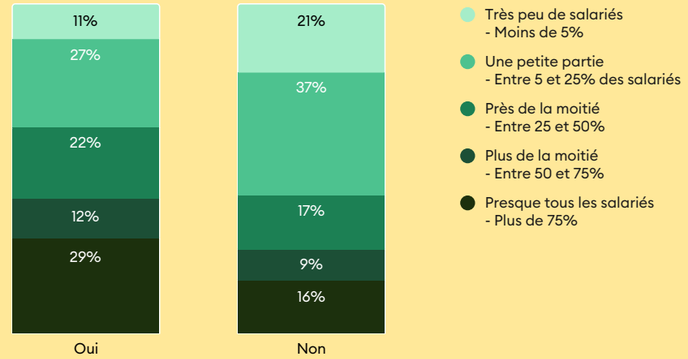
C'est quoi, les jours d'engagement au travail ?

Les jours d'engagement au travail (parfois appelés crédits de jours solidaires) sont octroyés aux salarié·es d'une entreprise pour leur permettre de se sensibiliser ou d'agir autour des enjeux sociaux et environnementaux, sur leur temps de travail. Les bénéfices de cette démarche sont nombreux :

- **Les salarié·es** peuvent se sensibiliser ou passer à l'action pour les causes qui leur tiennent à cœur, sur leur temps de travail : ils se sentent plus engagé·es envers leur entreprise et leur vie professionnelle reprend du sens.
- **Les associations,** qui agissent au quotidien pour l'intérêt général, bénéficient à la fois de la prise de conscience des salarié·es et de la mobilisation de nouvelles personnes à leurs côtés.
- **Les entreprises** incarnent concrètement leurs engagements, et leurs équipes deviennent des soutiens, voire des moteurs de leur transition.

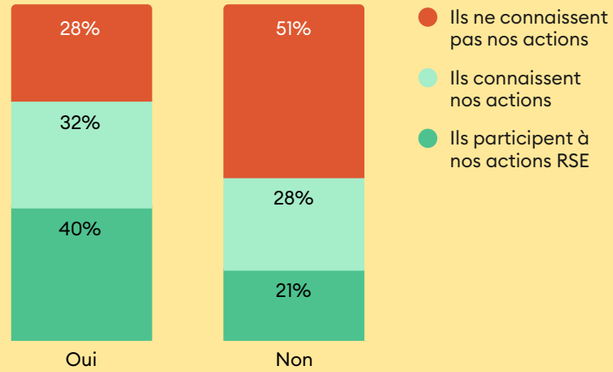
Les jours d'engagement au travail, une pratique aux multiples bénéfices pour les entreprises

Implication des salarié·es dans la politique RSE en fonction de la mise en place de jours d'engagement



Les entreprises interrogées qui mettent en place des jours d'engagement au travail sont plus susceptibles d'avoir une part importante de leurs salarié·es impliquée dans leur démarche RSE.

Implication des associations et ONG dans la politique RSE en fonction de la mise en place de jours d'engagement



Les jours d'engagement au travail sont également un réel levier pour tisser des liens forts et structurants avec des **organismes d'intérêt général.**

Des politiques de jours d'engagement au travail variables d'une entreprise à l'autre

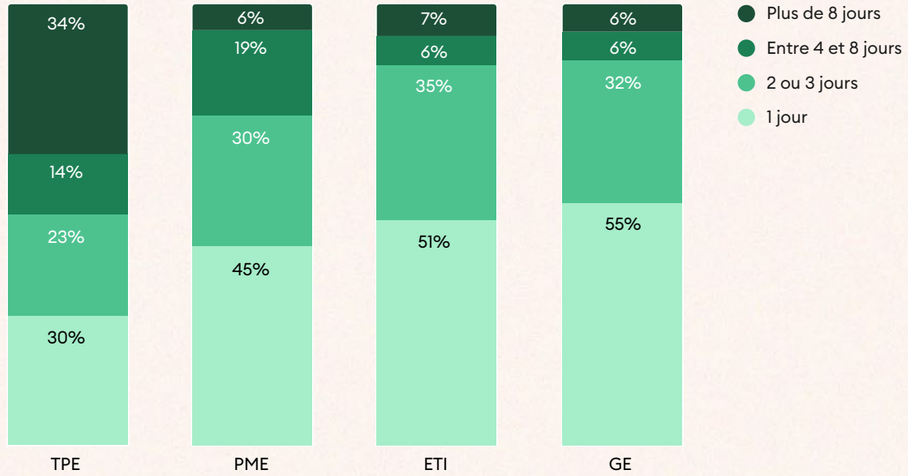
Combien de jours d'engagement au travail votre entreprise offre-t-elle à ses salarié·es chaque année ?

Nombre de jours d'engagement par entreprise concernée

En moyenne, les entreprises interrogées qui ont une politique de jours d'engagement donnent **3 jours par an** à leurs salarié·es.

- 46% des entreprises interrogées donnent **une journée** d'engagement à leurs salarié·es chaque année.
- On peut tout de même noter que 11% des entreprises concernées donnent **plus de 8 jours par an** à leurs équipes (dont certaines jusqu'à 20 jours !).

Nombre de jours d'engagement par entreprise concernée en fonction de leur taille



Proposer un nombre de jours d'engagement plus important semble (paradoxalement !) faire moins peur aux entreprises de petite taille.

- Les **TPE** sont les plus généreuses dans le nombre de jours d'engagement qu'elles offrent à leurs salarié·es : plus d'un tiers d'entre elles leur octroient plus de 8 jours par an.
- Quant aux **GE** interrogées, elles donnent majoritairement (55%) un jour d'engagement par an à leurs équipes. Mais elles sont néanmoins 6% à offrir plus de 8 jours, contre 0% des GE interrogées en 2022 !

Des jours d'engagement au travail : pour quoi faire ?

Un jour, deux jours, trois jours, ou plus... Pourquoi pas, mais pour quoi faire ?

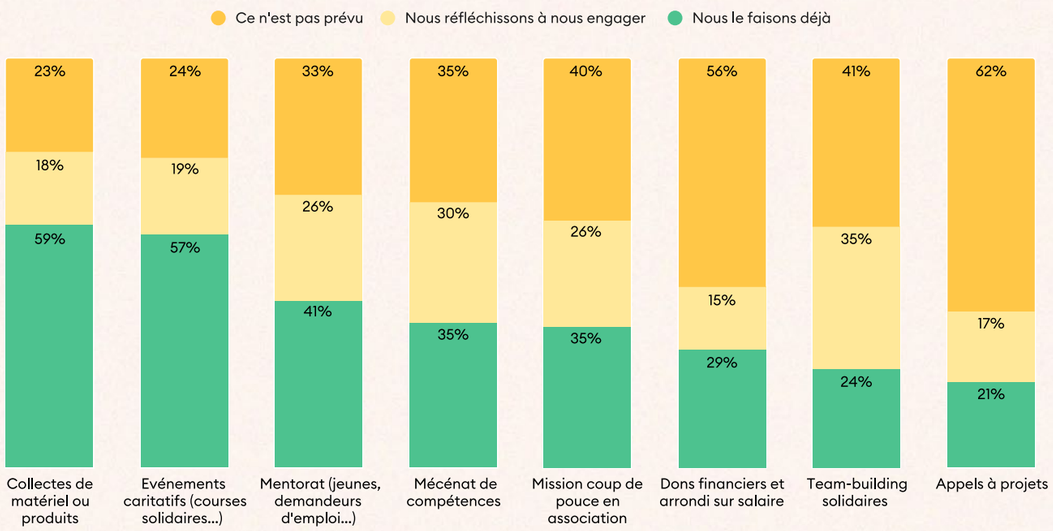
Les possibilités et les exemples sont nombreux. Offrir des jours d'engagement à ses équipes, c'est leur permettre, par exemple :

- De participer à une Fresque entre collègues organisée par l'entreprise (3h)
- D'être bénévole pour une collecte alimentaire (une demie-journée)
- De participer à une journée d'engagement organisée par l'entreprise (1 jour)
- D'accompagner une association dans sa stratégie digitale (2-3 jours).

Collectes, événements caritatifs… : des actions sociétales aux multiples facettes

Sous quelle(s) forme(s) votre entreprise s'engage-t-elle ou propose-t-elle à ses salarié·es de s'impliquer ?

Proportion d'entreprises mettant en place les différents types d'action sociétales



- **La collecte de matériel** est l'action sociétale la plus plébiscitée par les entreprises répondantes : 59% des entreprises répondantes en ont déjà organisées. C'est en effet une action facile à organiser et avec un impact concret et visible pour les entreprises comme pour les salarié·es !

- **Les événements caritatifs** ne sont pas en reste, car une majorité (57%) d'entreprises répondantes en ont également organisés, contre 49% des entreprises interrogées en 2022.

- À l'inverse, 76% des entreprises interrogées n'ont jamais organisé de **team-building solidaires**, et 79% **d'appels à projets**.

Top 3 des actions sociétales par taille d'entreprise

% d'entreprises qui mettent en place ces actions sociétales.

TPE

1. Mentorat (43%)
2. Missions coup de pouce en association (42%)
3. Mécénat de compétences (42%)

PME

1. Collecte de matériel ou produits (56%)
2. Événements caritatifs (49%)
3. Mentorat (36%)

ETI

1. Événements caritatifs (73%)
2. Collecte de matériel ou produits (72%)
3. Mentorat (41%)

GE

1. Collecte de matériel ou produits (79%)
2. Événements caritatifs (75%)
3. Mentorat (70%)

Les pratiques sociétales des entreprises diffèrent beaucoup en fonction de leur taille.

- **Le mentorat** est présent dans le Top 3 de toutes catégories d'entreprises interrogées : ce format d'engagement est populaire dans toutes les entreprises ! Un parallèle peut être fait avec l'augmentation du nombre d'entreprises qui agissent autour des sujets de diversité socio-professionnelle et d'égalité des chances.

- À l'inverse, l'engagement direct en association (missions coup de pouce et mécénat de compétences) est bien plus prioritaire dans les **TPE** interrogées. Cela est notamment lié au fait que les petites entreprises sont celles qui octroient plus facilement des jours d'engagement au travail.

L'environnement, cause d'intérêt général n°1 pour les entreprises

Quelles sont les causes prioritaires sur lesquelles vous engagez vos salarié·es ou mettez en place des actions de philanthropie ?

Causes sur lesquelles les entreprises s'engagent

- Là encore, **l'environnement** est la thématique la plus plébiscitée par les entreprises : 62% des entreprises interrogées mènent des actions solidaires autour de ce sujet.

- **Le handicap**, qui avait été remarqué lors de l'édition 2022 pour son fort potentiel (26% des entreprises interrogées disaient vouloir commencer à agir sur le sujet), arrive ici en 3e place des thématiques les plus soutenues (auparavant à la 5e place).

- De nouveau, **l'aide et l'insertion des réfugié·es** sont en queue de peloton. Ce sujet semble être de moins en moins adressé : en 2022, 29% des entreprises interrogées agissaient autour de cette thématique, contre seulement 16% cette année.

L'analyse de 1% for the Planet

Quelle satisfaction de constater que les chiffres 2024 révèlent la cause environnementale comme étant la thématique d'engagement prioritaire pour les entreprises.

Pourtant, en France, seulement 9% du mécénat provenant des entreprises et des fondations, est fléché vers la cause environnementale. C'est la raison d'être de 1% for the Planet : inciter les entreprises à reverser 1% de leur chiffre d'affaires annuel à la cause environnementale. A travers cet engagement, de nombreux membres articulent tout ou partie de leur stratégie RSE.

En effet, au-delà de cet engagement financier, un nombre significatif d'entreprises du collectif consacre une partie de leur 1% à des dons sous forme de mécénat de compétences ou autres services. À titre d'exemple, certaines s'investissent concrètement sur le terrain auprès d'associations agréées 1%. Les collaborateurs s'impliquent ainsi dans la philanthropie générée par leur travail quotidien tout en offrant un soutien précieux aux associations demandeuses.

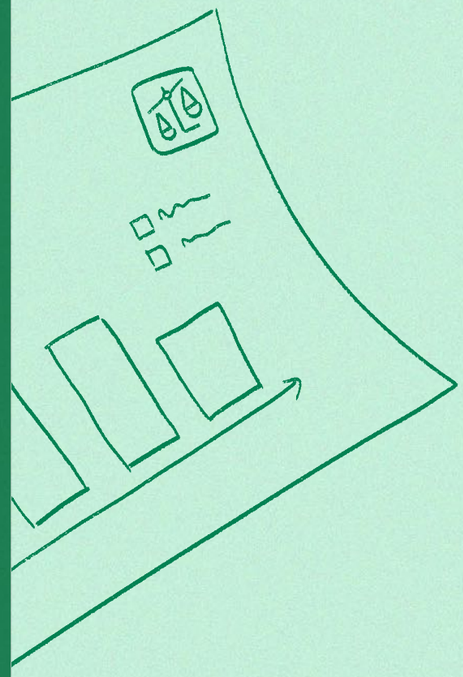
Grâce à cette volonté croissante d'engagement concrets, de belles histoires s'écrivent chaque jour entre les entreprises engagées et les associations.

Isabelle Susini, Directrice

11.

Maturité globale des entreprises en matière de RSE

La maturité RSE, pas seulement un enjeu de budget et d'indépendance du sujet



Méthodologie : comment sont calculés et analysés les “Stades de maturité RSE” ?

Des «scores» de «Très active» à «Très peu active»...

Notre méthode de calcul est simple : nous avons mis en place un système de score, allant de 0 à 4, pour chaque action réalisée (ou non) par l’entreprise en fonction de sa maturité sur chacune des thématiques RSE : sensibilisation, social, environnemental et sociétal.

Concrètement, plus une entreprise déclare avoir mis en place des actions nombreuses, pérennes et structurées, plus son score sera élevé. Les sommes de ces scores sont ensuite découpées par quartile afin de déterminer les degrés d’avancement, de «Très active» à «Très peu active».

... pour comparer les entreprises répondantes et déterminer les critères d’accélération de l’impact.

Ces degrés d’avancement sont relatifs à l’échantillon interrogé et à ses spécificités.

Cette méthode nous permet donc exclusivement de comparer les stades d’avancement des entreprises en fonction de différents critères (nombre de salarié·es, taille de l’équipe RSE, budget), mais pas de donner des tendances globales de maturité des entreprises sur les diverses thématiques.

Les entreprises matures en RSE ne sont pas toujours celles que l’on croit

Une fonction RSE autonome n’est pas automatiquement vectrice d’une maturité RSE forte.

23% des entreprises interrogées dont la RSE est autonome sont considérées comme “Très actives”, contre 34% des entreprises dont la RSE est intégrée à la direction, ou 32% des entreprises où la RSE est rattachée à la fonction RH.

Une taille d’équipe RSE conséquente est un levier de maturité plus puissant qu’un budget important.

74% des entreprises interrogées ayant une équipe RSE de plus de 10 personnes sont considérées comme “Très actives”, contre 55% des entreprises interrogées ayant un budget de plus de 100 000€.

Les entreprises dont l’activité principale répond à un enjeu social et environnemental ne sont pas plus matures que les autres en RSE.

25% des entreprises qui ne répondent pas à un enjeu social ou environnemental sont considérées comme “Très peu actives”, contre 24% des entreprises qui disent répondre à ces enjeux.

La maturité RSE ne dépend pas ou peu de la situation économique de l’entreprise.

25% des entreprises interrogées qui disent “Se redresser après un ralentissement” sont considérées comme “Très actives”, contre 28% des entreprises “En pleine croissance économique”.

Les grandes entreprises sont les plus nombreuses à avoir une forte maturité RSE. Et c’est aussi elles qui progressent le plus !

70% des grandes entreprises interrogées sont considérées comme “Très actives”, contre 55% des GE interrogées en 2022.

Conclusion

Accélération, opportunités et optimisme : les maîtres mots de cette édition 2024

Les plus grandes fiertés RSE

Pour clore ce Baromètre, nous avons proposé aux répondant·es de nous partager leur plus grande fierté RSE de l'année passée.

Leurs réponses nous ont procuré beaucoup de joie et d'espoir. Nous sommes donc heureux·ses de vous partager ce florilège de bonnes nouvelles engagées !

Votre plus grande fierté en 2023, c'était...

Agir pour l'environnement et réduire son empreinte carbone

"Avoir un bilan carbone qui a nettement diminué entre 2022 et 2023"

"Avoir réussi à organiser un séminaire global totalement végétarien, malgré les avis négatifs d'une partie des salariés"

"Créer un budget carbone par département, intégré au budget financier"

"Avoir embarqué le PDG et le Comex dans notre stratégie de décarbonation"

Impliquer les salarié·es autour de sa démarche RSE

"Susciter l'intérêt des directeurs d'agence sur les sujets RSE"

"Avoir permis aux salarié·es de choisir leurs objectifs RSE, ça change tout dans le déploiement des projets au quotidien."

"Avoir fait contribuer tous les salariés à l'élaboration du plan d'action RSE en intelligence collective."

"Mettre en place des ateliers de travail, basés sur du volontariat, pour permettre aux salarié·es de porter des idées à impact positif"

Mettre en place des actions d'engagement solidaires

"Consacrer 8% de notre résultat net à des causes vertueuses environnementales et sociétales"

"Faire participer bénévolement toute l'équipe à l'organisation d'une des plus grande campagne de don du sang au Bénin "

"Prendre conscience que même les actions les plus simples et rapides sont porteuses de sens"

"Organiser l'Opération Pièces Jaunes avec l'invitation de 500 enfants hospitalisés, leurs famille et le personnel médical"

Avoir mis en place, structuré ou renforcé une démarche RSE

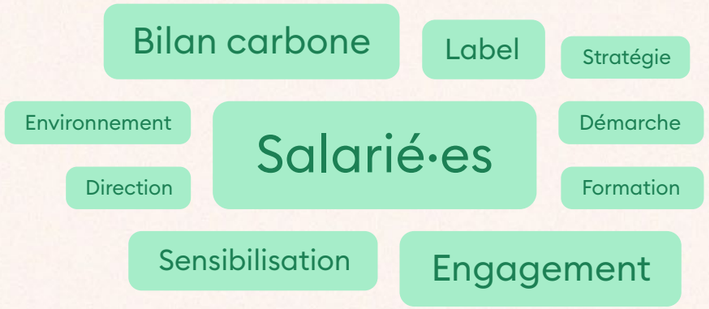
"Avoir intégré la RSE dans la stratégie du groupe"

"Avoir révisé notre offre de services pour intégrer la dimension environnementale et sociale dans mes projets"

"Avoir pris une alternance pour lancer le sujet dans notre petite structure"

"Voir que la stratégie globale d'entreprise intègre pleinement les enjeux financiers et extra financiers."

Les mots les plus cités parmi vos réponses :



Une accélération qui voit enfin le jour, et de réelles opportunités pour aller plus vite et plus loin

En septembre 2022, la 2e édition du Baromètre RSE se clôturait ainsi : “Les entreprises s’engagent, mais accélèrent peu. 2022 n’est pas l’année de rupture de la RSE.”. Le constat était clair, et amer : la transition avance, mais pas assez vite, ni assez loin. Notre unique souhait était alors de déceler un réel changement lors de la prochaine édition de notre étude.

Et cette année, ça y est. C’est, enfin, avec beaucoup d’enthousiasme que nous écrivons la dernière page du Baromètre RSE 2024. Car notre constat est unanime : l’accélération de la transition sociale et environnementale des entreprises est en train d’avoir lieu.

Les avancées des entreprises sont réelles et concrètes

Plus d’équipe et plus de budget : les entreprises accordent enfin davantage de ressources à la RSE. Le sujet devient central et prioritaire : les directions s’en emparent, prenant conscience des enjeux majeurs que la transition de leur entreprise représente, tant pour son image de marque, pour sa marque employeur ou encore pour sa compétitivité. Les entreprises structurent leurs actions RSE, et s’emparent de plus en plus de sujets sociaux, environnementaux, et sociétaux.

En 2024, la RSE est non seulement une préoccupation réelle pour les entreprises, mais elle devient aussi un enjeu stratégique majeur.

Progressivement, elle n’est plus considérée comme un sujet annexe et facultatif, mais comme le pré-requis d’un pivot nécessaire pour assurer la pérennité de l’entreprise.

Une transformation complète et durable se prépare

C’est notamment grâce au cadre légal que ce tournant a lieu. En contraignant les entreprises à agir, les pouvoirs publics jouent un rôle clé dans l’accélération de la transition des entreprises. Les grands groupes, particulièrement concernés par ces réglementations, ont engagé des changements forts, et agissent sur une multitude de thématiques. Ce qui est d’abord une contrainte devient une norme, c’est pourquoi nous attendons avec impatience que les plus petites entreprises suivent cette voie, même sans y être obligées.

En 2024, les signaux faibles se multiplient pour nous faire espérer des changements plus radicaux de toutes les entreprises dans les prochaines années.

Des avancées concrètes sont en place pour permettre aux enjeux sociaux et environnementaux de s’intégrer pleinement aux stratégies long-terme des entreprises.

La transversalité sera la clé d’un changement radical

Pour répondre aux urgences sociales et environnementales, la RSE doit amener des changements durables et profonds. Pour cela, une seule solution : l’intégrer pleinement et de façon transverse, dans tous les pans de l’entreprise, du modèle d’affaires aux pratiques quotidiennes. Cette mutation de la RSE vers un rôle toujours plus central ne sera possible qu’en mobilisant, de A à Z, toutes les parties prenantes de l’entreprise.

En 2024 et dans les années à venir, sensibiliser et impliquer seront les axes clés d’une transition réussie et d’un réel changement culturel nécessaire.

Ensemble, continuons de construire les conditions nécessaires à l’émergence d’une RSE indispensable, structurellement mobilisatrice et transformatrice, dans toutes les entreprises.

Les partenaires derrière ce baromètre de la RSE

1% for the Planet est un collectif d'entreprises qui s'engagent à reverser 1% de leur chiffre d'affaires à des organisations de protection de l'environnement. Sa mission est de décupler l'impact des actions menées par les associations environnementales en facilitant leur recherche de fonds.

2tonnes, c'est l'atelier immersif qui permet d'agir ensemble pour le climat en proposant aux participant·es d'explorer le futur en équipe et d'essayer de limiter le changement climatique en atteignant les fameuses 2 tonnes d'émissions de GES par an et par personne, d'ici à 2050.

B CORP est un mouvement mondial qui fédère plus de 8000 entreprises à impact positif, respectant un haut niveau d'exigence sur 5 piliers (gouvernance, collectivité, environnement, client·es et collaborateur·ices).

Convaincus que les Directeurs Développement Durable et RSE jouent un rôle déterminant dans la transformation de nos organisations et de notre société, le C3D réunit depuis 2007 plus de 200 Directeur·ices / Responsables Développement Durable et RSE.

EcoVadis, entreprise à mission, opère une plateforme mondiale d'évaluation et de mutualisation des performances RSE de plus de 100 000 entreprises de toutes tailles, contribuant dans 175 pays à la transition vers un monde durable.

Fondée en 2012, France Digitale est la plus grande association de startups en Europe, avec plus de 2000 startups et investisseurs français du numérique. L'association se donne pour mission de créer des champions européens du numérique et d'animer l'écosystème des startups en France.

HAATCH est un cabinet de conseil pionnier en stratégie RSE, certification B Corp, formation RSE. Depuis 2009, HAATCH aide les entreprises à faire converger leurs enjeux stratégiques et leurs engagements sociétaux.

Impact at work est la communauté de référence des acteur·ices de la RSE. Ce groupe de discussion informel rassemble près de 800 membres d'entreprises et secteurs divers qui partagent expériences et bonnes pratiques pour accélérer la transition sociale et environnementale de leur entreprise.

Kantar est le leader mondial de la data, des insights et du conseil. Cet institut de données et d'études basées sur la preuve par la mesure apporte des interprétations et recommandations afin d'offrir une compréhension exhaustive de la façon dont les individus pensent, ressentent et agissent, à l'échelle mondiale et locale, dans plus de 90 marchés. Kantar accompagne les marques sur leurs enjeux RSE, notamment avec les études Sustainability Sector Index et Sustainable Marketing 2030.

L'Observatoire de l'Equilibre des Temps et de la Parentalité en Entreprise (OPE) développe et anime un réseau d'acteurs impliqués dans la recherche d'un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle et dans le soutien à la parentalité en entreprise.

Sami c'est la première solution tout-en-un permettant à chaque entreprise de définir et suivre une démarche bas-carbone complète, rigoureuse et ambitieuse : mesurer, réduire, contribuer, communiquer

Créée en 1993 par Élisabeth Laville, UTOPIES est la première agence indépendante et think-tank en France sur l'accompagnement RSE des entreprises. Elle a pour mission d'ouvrir de nouvelles voies en incitant les entreprises à intégrer les enjeux RSE au cœur de leur stratégie.

Les partenaires derrière ce baromètre de la RSE

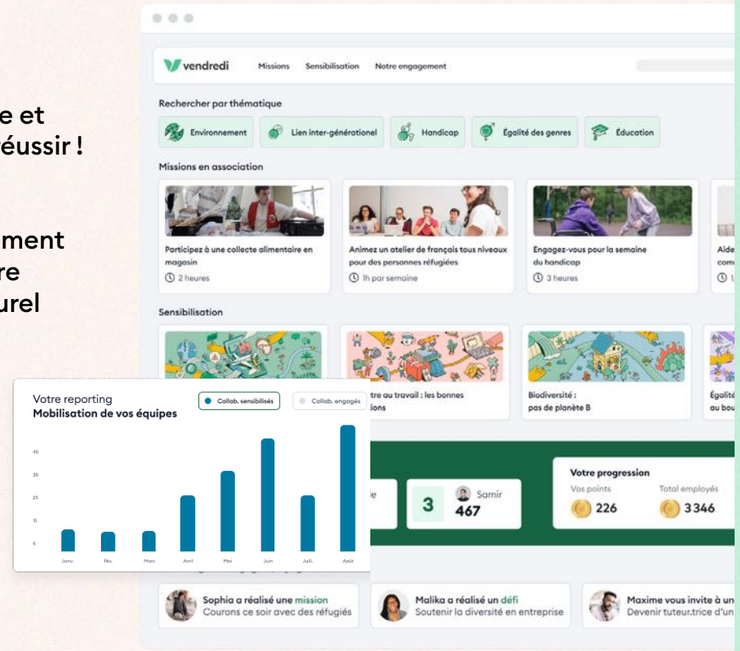
vendredi | *Vendredi, c'est la startup sociale à l'origine du projet du Baromètre de la RSE.*

Vendredi, c'est avant tout et surtout un projet : mettre l'engagement au cœur de la culture des entreprises.

Pourquoi ?
Parce que la transition sociale et environnementale des entreprises nécessite une mobilisation profonde et durable de tous les salarié·es pour réussir !

Comment ça marche ?
À l'aide d'une plateforme d'engagement des salarié·es, nous appliquons notre méthodologie de changement culturel auprès des entreprises qui vont :

- **Permettre à leurs salarié·es de s'engager**
- **Animer facilement la démarche au quotidien**
- **Mesurer et valoriser l'impact en interne comme en externe**

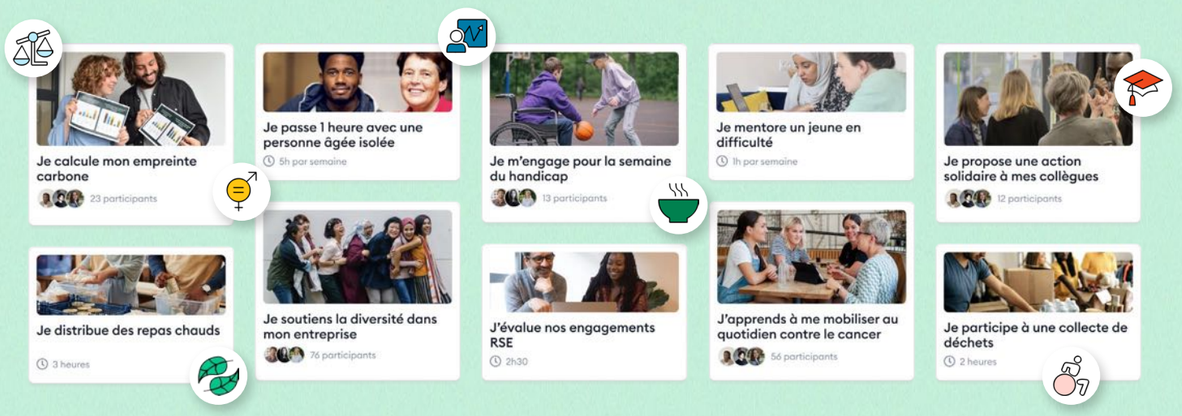


Entreprise B Certifiée

Nous appelons engagement le fait que les salarié·es adoptent ou mettent en place des pratiques qui contribuent à la résolution des défis sociaux et environnementaux tels qu'ils ont été définis par l'ONU (17 ODD).

L'engagement avec Vendredi sous toutes ses formes

Engagement associatif, Sensibilisation, Actions RSE internes...



3 000
Associations bénéficiaires

50
Pays

400 000
Heures d'impact

Prendre rendez-vous avec un·e expert·e

Rédaction et gestion de projet — Héloïse Arnold

Direction artistique — Justine Multon

Direction marketing — Malcolm Ouzeri

Traitement des données — Kantar

Porteur du projet — Vendredi