

## Communiqué de presse

Février 2020

---

BAROMETRE ANNUEL : « Les salariés et l'entreprise responsable »  
*Le regard des salariés sur l'engagement RSE de leur entreprise !*

### Seuls 15% des salariés pensent que la RSE a transformé leur entreprise en profondeur

Des Enjeux et des Hommes et ekodev dévoilent la quatrième édition de leur baromètre « Les Salariés et l'entreprise responsable ». Réalisée par Occurrence auprès de plus de 1 000 salariés d'entreprises privées de plus de 250 collaborateurs, cette enquête révèle que seuls 15% des salariés pensent que la RSE a transformé leur entreprise en profondeur, que ce soit dans ses choix stratégiques, ses acquisitions ou son organisation.

Comme les années précédentes, les résultats montrent que les salariés sont insuffisamment impliqués dans la démarche : seuls 8% sont invités à intégrer la RSE à leur pratique métier alors que 70% sont prêts à s'investir davantage !

Les principaux enseignements de cette étude sont les suivants :

#### ❖ Une démarche qui n'est toujours pas assez structurée et stratégique

Si l'engagement dans la RSE n'est quasiment plus considéré comme **un effet de mode (15% des répondants = - 11 points versus 2017)**, la confiance qui lui est accordée par les collaborateurs reste fragile (40%).

Les démarches se résument encore trop souvent à **une somme d'actions ponctuelles (24%)**. Seuls 8% des répondants pensent que la RSE a impacté le business modèle et 4% qu'elle a conduit à la création de nouvelles offres responsables.

Aussi l'impact des démarches est-il perçu comme limité sur les plans d'action (23%) et semble ne toucher que certaines fonctions (QHSE, achats, communication...) pour 56%. On note également que seuls 15% des salariés pensent que la RSE a transformé leur entreprise en profondeur !

Parmi les principaux freins, la **méconnaissance du sujet en interne** (et de sa dimension stratégique, business) **est pointée par 39% des personnes interrogées**.

#### ❖ La RSE, un sujet qui compte pour les salariés

- **Un intérêt croissant des salariés pour la RSE et une meilleure compréhension de ce que recouvre cette notion (au-delà de la dimension environnementale)**

**54% des répondants ont la bonne définition de la RSE** (vs 27% lors du précédent baromètre). D'ailleurs, 86% déclarent s'intéresser davantage au sujet qu'il y a quelques années.

**La RSE est importante pour une majorité de répondants (40%) et même indispensable pour 19% du panel.**

- **Les salariés réaffirment leur souhait de participer et d'agir dans la démarche RSE de leur entreprise**

**70% sont volontaires pour s'impliquer davantage dans la RSE et 2/3 sont prêts à proposer des idées pour nourrir la réflexion sur la RSE.** Cela est d'autant plus vrai chez les femmes, les jeunes et les managers. A noter également que 52% de ceux déclarant ne pas être actuellement engagés dans la démarche RSE de leur entreprise sont prêts à être force de proposition.

**Les raisons de cet élan sont multiples : près de la moitié du panel (45%) pense que la RSE donne du sens au travail.** 1 salarié sur 4 considère qu'elle permet de développer de nouvelles compétences, **sortir du quotidien, travailler avec d'autres services...** Enfin, chiffre en hausse, **39% sont motivés par le fait de contribuer à de grands enjeux qui dépassent le cadre de l'entreprise.**

- ❖ **Du chemin à parcourir pour informer et surtout engager les collaborateurs dans la RSE**

- **Les actions et moyens mis en œuvre par l'entreprise pour associer les collaborateurs sont jugés insuffisants**

**La démarche RSE est méconnue pour près de la moitié des salariés (45%).** Cela est d'autant plus vrai chez les équipes opérationnelles et dans les grands groupes. 71% s'estiment pas ou mal informés.

**Les moyens mis en place pour engager les collaborateurs dans la RSE sont très descendants** (newsletters, réunions d'information et affichage dans 39% des cas). **Les salariés sont peu associés à l'élaboration de la démarche (21%) alors qu'une grande majorité, comme sus mentionné, se disent prêts à être force de proposition.**

**Par ailleurs, les formations à la RSE sont trop rares :** 93% des salariés n'ont pas reçu de vraie formation sur les 3 dernières années. Et ceux qui en ont bénéficié y ont consacré moins d'1/2 j pour 41% et d'une journée pour 17%.

- **Le manque d'impulsion managériale est le principal frein au déploiement de la RSE**

**44% des salariés ne sont pas du tout impliqués dans la RSE, 23% ne le sont que sur des actions ponctuelles** (écogestes, semaine du DD, congés solidaires) et **seuls 8% se disent invités à l'intégrer à leur pratique métier.**

Il faut dire que seuls 14% des managers directs sont perçus comme véritablement acteurs voire moteurs dans la diffusion de la RSE. **Ils sont également identifiés comme le premier frein au déploiement de la RSE.** 45% des salariés déclarent qu'ils ont d'autres priorités (business). Par ailleurs **84% des répondants ne sont pas objectivés sur la RSE.**

Quant aux représentants du personnel, ils n'abordent la question que dans 1/3 des organisations et leur engagement n'est pas perçu à la hauteur des enjeux (pour 73% des répondants)

## ❖ Face à ce constat, quelles sont les perspectives ?

### ▪ Des leviers de conduite du changement sur lesquels aller chercher l'appui des DRH

Sans surprise, parmi les principaux leviers à actionner résident le fait de :

- **donner davantage de moyens, de temps et d'objectifs clairs à chacun (53%)**
- **expliquer plus clairement ce que recouvre la RSE et surtout comment l'appliquer dans son métier (46%).**

Ce qui renvoie directement à **la formation et à l'accompagnement par la ligne managériale de proximité.**

A cela doit s'ajouter un véritable sponsorship des dirigeants ; en effet 74% des répondants estiment que l'impulsion en matière de RSE doit être donnée en priorité par les DG.

### ▪ La Raison d'être peut donner une nouvelle dynamique

La loi Pacte ouvre la possibilité aux entreprises qui le souhaitent de formaliser une « raison d'être » afin d'affirmer leur contribution aux enjeux sociétaux. **27% des salariés déclarent que leur entreprise a rédigé une raison d'être ou va le faire. Pour 57% d'entre eux c'est une bonne chose** car cela va permettre à l'entreprise de créer davantage de valeur pour ses parties prenantes.

**En revanche, 33% s'interrogent sur la crédibilité de la démarche (au-delà de l'opération marketing).** Il y a donc un **vrai enjeu de conviction et de démonstration de l'intérêt de cet exercice.**

### ▪ La fonction RSE a un rôle clé à jouer

Parmi les constats positifs, **la performance croissante de la fonction RSE** dans les entreprises.

Si **elle peut encore gagner en visibilité interne** (en moyenne 20 à 25% des répondants méconnaissent ses actions), elle est de plus en plus rattachée au bon niveau hiérarchique (57%) et **soutenue par la Direction Générale** (62%). Elle est perçue comme ayant développé tant les expertises techniques (59%) que le leadership requis pour porter le sujet (51%) et pouvant s'appuyer sur un réseau de relais dans les métiers et les sites (52%).

D'ailleurs 45% des salariés pensent que la RSE va continuer d'occuper la même place et 50 % qu'elle va prendre une place importante dans leur entreprise d'ici 5 ans... *Les plus optimistes sont les managers et les plus jeunes. Un résultat encourageant pour l'avenir.*

Pour **Agnès Rambaud-Paquin, directrice associée des Enjeux et des Hommes**, « *Ces résultats confirment les tendances déjà mesurées lors des éditions précédentes : la montée en puissance progressive du sujet mais à un rythme insuffisant en regard de l'urgence des enjeux.*

*Via ce baromètre, nous attirons l'attention des décideurs sur les leviers qui nous semblent incontournables pour engager les salariés dans la transformation des entreprises vers des modèles plus durables, parmi lesquels la formation (pour achever de donner les bons repères) et la mobilisation de la ligne managériale (pour accompagner le changement). C'est aussi l'occasion de rappeler la nécessité de développer les partenariats DRH /Directions RSE»*

**Benjamin Dekester, Directeur associé d'Ekodev** ajoute « *Les résultats de cette nouvelle édition de notre baromètre sont mitigés. En effet, d'une part, on peut noter une réelle prise de conscience de l'importance du sujet et une nette progression de l'envie de s'impliquer,*

*aussi bien à titre individuel chez les collaborateurs que dans son niveau de rattachement aux organes décisionnaires de l'entreprise.*

*Néanmoins, au regard de l'ambition et des moyens accordés, les actions et effets de la RSE restent superficiels voire anecdotiques ! Il en résulte donc un très faible niveau de transformation des entreprises et d'intégration dans les pratiques, qui est loin d'être à la hauteur du défi à relever »*

*Comme le précise **Assaël Adary, président d'Occurrence** : « Cette 4e édition est conforme à ce que nous constatons dans nombre d'études : il ne faut pas confondre le bruit médiatique et le quotidien des individus. On note en effet qu'avec une note moyenne de 4,8 sur 10 que le niveau d'information des salariés sur la démarche RSE de leur entreprise est particulièrement faible. Est-ce la faute de la communication interne ? Notre expérience montre que non. On ne peut pas demander à un salarié ou à un citoyen de se déclarer bien informé si la thématique évoquée n'est pas incarnée dans son quotidien. Reste donc aux entreprises désireuses que leurs salariés deviennent majoritairement les premiers ambassadeurs de leur politique RSE de se demander comment les en rendre acteurs ! »*

L'étude complète est disponible en téléchargement libre (pdf) : [cliquez ici](#)

Toute citation ou publication totale ou partielle de l'étude doit impérativement comporter la mention complète suivante : « **baromètre annuel Des Enjeux et des Hommes / ekodev : Les salariés et l'entreprise responsable réalisé par Occurrence** »

**Méthodologie :**

*Enquête barométrique online (4ème édition), menée du 25 octobre au 14 novembre 2019, auprès d'un échantillon de 1 016 salariés du secteur privé issus d'entreprises de 250 collaborateurs minimum. Pour tenir compte de la place de la RSE de plus en plus prépondérante dans les entreprises, le questionnaire de la quatrième vague a évolué. Il a été enrichi grâce à la contribution de plusieurs parties prenantes, de thématiques récentes, telles que la raison d'être de la loi Pacte. Certaines questions font l'objet d'une comparaison avec la troisième vague menée en 2017, quand celles-ci sont restées identiques dans leur dénomination et leurs modalités.*

**À propos des Enjeux et des Hommes**

Des Enjeux et des Hommes, créé en 2003, est un cabinet de conseil en stratégie et conduite du changement, spécialisé sur la RSE. Sa raison d'être est de « *faciliter la transition des organisations vers des modèles plus durables, en apportant aux Femmes et aux Hommes, les clés pour les inventer avec leur écosystème* ». Il a la particularité d'allier au conseil en stratégie une compétence en change management. Ses équipes interviennent dans tous types d'organisations et de secteurs pour favoriser la compréhension des enjeux de RSE par le plus grand nombre (des décideurs aux opérationnels) et leur traduction dans les Raisons d'Etre, les Stratégies business, les pratiques métiers (achats, marketing, communication) comme dans les modes de management.

**À propos d'ekodev**

ekodev est une agence de Conseil et de Services dédiée aux enjeux du développement durable et de la RSE, ayant développé son expertise et son savoir-faire autour de 3 principaux métiers : Le conseil stratégique, le déploiement et la mise en œuvre opérationnelle des plans d'action RSE et la conduite du changement.

**À propos d'Occurrence**

Créé en 1995, [Occurrence](#) est un cabinet d'études et conseil indépendant, spécialiste de l'évaluation de la communication (corporate & marque, analyses médias, communication interne, publique, événementielle, digitale...) et de l'analyse des opinions. Depuis 25 ans, Occurrence accompagne les entreprises et les agences en France et à l'international pour mesurer la performance de leur communication et éclairer leurs décisions stratégiques. Le cabinet travaille au service de nombreux grands comptes et institutions de référence : EDF,

Engie, Orano, Carrefour, BNP Paribas, Airbus, Macif, INPI, Crédit Agricole, Pierre Fabre, Saint-Gobain... et des ministères, institutions européennes notamment la Commission Européenne, ainsi que des collectivités locales, associations, ONG et organisations ou entreprises publiques...

L'équipe de 25 experts maîtrise une large gamme d'outils d'évaluation et de prospective (quantitatifs, qualitatifs, sémiologiques, Analytics) et capitalise sur « Occurrence Lab. », structure interne pour l'innovation qui lance de nouvelles offres d'études. Au premier trimestre 2018, un collectif de grands médias nationaux et régionaux adopte la méthodologie de comptage indépendante des manifestants développée par Occurrence en 2006. Membre de Syntec Etudes, Occurrence est également certifié ISO 9001 depuis 2004 et engagé dans la norme ISO 26000. Assaël Adary, Président d'Occurrence, est co-auteur de la 8e édition de l'ouvrage de référence sur la communication, le Communicator, sorti chez Dunod en 2018.

### **Contacts presse :**

**Occurrence** : Ethel Bachellerie - [ethel.bachelorie@yahoo.fr](mailto:ethel.bachelorie@yahoo.fr) - 06 62 79 19 21

**des Enjeux et des Hommes** : Mathilde Champenois - [mathilde.champenois@desenjeuxetdeshommes.com](mailto:mathilde.champenois@desenjeuxetdeshommes.com)

**ekodev** : Thomas Chauveau - [tchauveau@ekodev.com](mailto:tchauveau@ekodev.com)