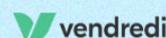
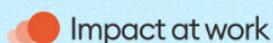


Baromètre RSE 2022

Une accélération qui
se fait attendre ?



Une 2^{ème} édition pour aller plus loin

Vous tenez entre les mains la seconde édition du Baromètre open-source de la RSE.

Vous vous apprêtez à découvrir les conclusions des pratiques engagées de 790 entreprises, de la TPE à la multinationale, qui agissent (ou pas encore assez) sur chacun des piliers de la transition : gouvernance, environnement, égalité femmes-hommes, sensibilisation...

Cette étude, réalisée avec 14 partenaires est de facto devenue une étude de référence en France par sa représentativité. Aucune étude ne fait aussi bien sur le sujet sans l'intervention d'institut de sondage professionnel ! Ensemble, nous avons réussi à pallier l'absence d'une mesure commune des pratiques sociétales, environnementales et sociales des entreprises.

Le revers de la médaille est évidemment la représentativité de notre échantillon. Nous pourrions ainsi nommer ce Baromètre : "le Baromètre des entreprises (plutôt) engagées" ! Notre défi pour l'année prochaine sera de réussir à mobiliser un plus grand nombre d'entreprises encore éloignées de ces sujets essentiels par des instituts de sondage, des organismes publics et des réseaux d'entreprises. Nous vous en faisons la promesse.

Revenons à l'essentiel, cette année, la formule du Baromètre reste inchangée : une approche à 360° de la RSE, un questionnaire exigeant co-construit avec des expertes et experts et une logique d'open-source avec un libre accès à toutes les données pour faire avancer le sujet.



L'année dernière nous avons réussi le pari fou de faire rimer "RSE" et "sexy" et de donner envie de télécharger un Baromètre à plus de 3 500 personnes. Vous avez été nombreuses et nombreux à nous dire que derrière chaque page, vous avez trouvé des arguments pour convaincre et même des idées pour passer à l'action. Nous espérons de tout cœur qu'il en sera de même cette année.

Je vous souhaite que les tendances décrites dans cette étude puissent être une incitation à pousser les murs de votre usine, de votre magasin, de votre bureau, pour faire progresser votre organisation sur le chemin de l'impact positif. Nous en avons plus que jamais besoin.

Mais ne soyons pas dupe, tout ne repose pas sur les frêles individus que nous sommes. Voici une seconde promesse avant de vous laisser aux résultats : nous allons travailler de notre côté à faire de ce Baromètre un levier de changement du système par la loi !

Bonne lecture !
Félix de Monts, CEO de Vendredi

Sommaire

06.

Introduction

10.

Ce qu'il faut
retenir

16.

Profil des
répondant·es

24.

Fonctionnement
de la RSE

42.

Freins et
motivations

48.

Maturité des
entreprises

52.

Sensibilisation
des salarié·es

68.

RSE et enjeux
sociaux

86.

Les grandes
fiertés

58.

RSE et enjeux en-
vironnementaux

76.

RSE et enjeux
sociétaux

88.

Conclusion

Le Baromètre open-source de la RSE 2022, c'est...

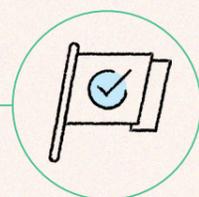


Une enquête co-initiée par 14 acteurs clés de la RSE et de l'engagement des entreprises

14 organisations de référence, réseaux d'entreprises et experts des sujets RSE, se sont associées cette année au Baromètre open-source de la RSE, initié par Vendredi. Plus que de simples partenaires, ces acteurs font partie intégrante du projet : chacun a contribué activement à la construction du questionnaire et à l'analyse des résultats, et aura accès aux données brutes anonymisées afin d'en tirer des conclusions liées à ses propres enjeux.

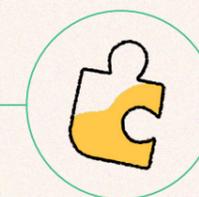
L'ambition de faire émerger les grandes tendances de la RSE en 2022

Près de 800 entreprises, de toutes tailles et de tous secteurs, ont participé à la deuxième édition de ce Baromètre open-source. Cet échantillon, rassemblé par des partenaires proches de la RSE, est par essence plus mature sur le sujet que la moyenne des entreprises françaises. Mais ces 800 contributeur·ices engagé·es pour la transition sociale et environnementale, soucieux·ses de participer à l'émergence d'un laboratoire de tendances sur l'engagement, nous permettent de créer de la norme autour des enjeux RSE et d'inspirer d'autres entreprises à aller plus loin.



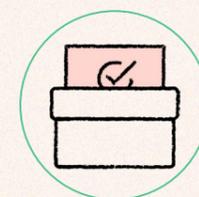
Notre objectif : aider concrètement toutes les entreprises à accélérer leur transition sociale et environnementale

Ce Baromètre est créé par et pour les acteurs et actrices de la RSE. Bien plus qu'une simple étude, c'est 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, analyser, et s'appropriier le sujet.



Une seconde édition, encore plus exhaustive et pertinente que la première !

Après le succès de la première édition du Baromètre en 2021, nous sommes fier-es de proposer cette année un contenu encore plus pertinent et complet. Le Baromètre de la RSE 2022, c'est l'enrichissement de nos partenaires pour faire la part belle à la RSE et toucher un échantillon le plus représentatif possible ; c'est deux fois plus d'entreprises répondantes qu'en 2021, pour des résultats plus poussés ; et c'est un questionnaire amélioré, en adéquation avec les évolutions du secteur et les besoins actuels des entreprises.



Méthodologie de l'enquête



1

Diffusion d'un questionnaire complet et concret sur les pratiques RSE des entreprises

En juin et juillet 2022, les 14 partenaires du projet ont diffusé largement le questionnaire du Baromètre 2022 de la RSE. Notre objectif : permettre à un maximum d'entreprises, de tous secteurs et de toutes tailles, de participer à l'étude.

2

Traitement des données avec l'association Data for Good

En juillet et août 2022, ce sont des bénévoles Data Analysts de l'association Data for Good qui se sont attelé-es au traitement des réponses du questionnaire : nettoyage des données, croisements, réalisation des graphiques...

3

Analyse des tendances avec des experts et expertes du sujet

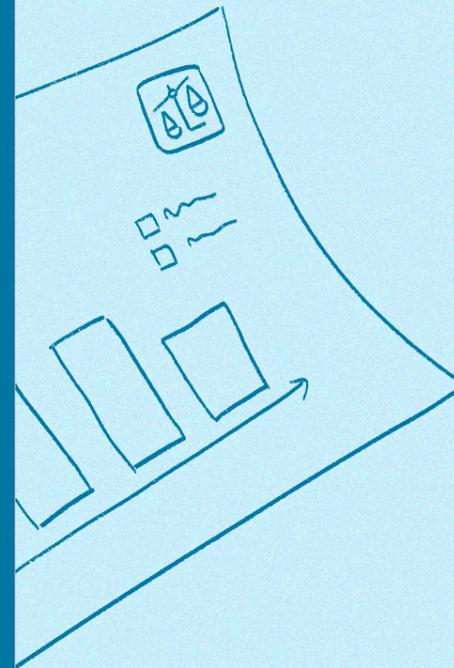
Accompagné-es par les 14 partenaires du projet, nous nous sommes appuyé-es sur les données traitées par les bénévoles de Data for Good pour rédiger ce rapport et identifier les grandes tendances de la RSE en France en 2022 !

1.

Ce qu'il faut retenir du Baromètre 2022 de la RSE

Quelles sont les opportunités pour la RSE en 2022 et pour les années à venir ? Quels sont, au contraire, les freins et points d'attention à avoir en tête ? Quel est le profil type de l'entreprise engagée d'aujourd'hui ? Découvrons tout de suite les grandes tendances de la RSE en 2022 !

Des avancées, mais pas de réelle accélération pour la RSE en 2022



1

La RSE s'impose aux plus hauts niveaux stratégiques et décisionnels



Le COMEX est moteur ou favorable à la RSE dans 89% des entreprises.



64% des entreprises n'ont pas de difficulté à impliquer leurs dirigeant·es, contre 55% en 2021, démontrant une vraie prise de conscience de l'importance de la RSE de la part des directions d'entreprises.

2

L'environnement est la thématique n°1 des politiques RSE



86% des entreprises sensibilisent leurs salarié·es sur l'environnement, en faisant de loin la thématique de sensibilisation la plus populaire.



3 entreprises sur 4 auront mesuré leur empreinte carbone fin 2022.

3

De vraies opportunités pour la RSE en 2022...

La RSE principalement motivée par des enjeux business, même si les entreprises ont conscience de l'urgence d'agir



L'image de marque est une motivation importante pour 93% des entreprises, suivie par la marque employeur.



Mais la réponse aux enjeux sociaux et environnementaux est également un moteur important pour 86% des entreprises interrogées.

Les obligations légales ont un réel impact sur les pratiques RSE des entreprises

100%

100% des grands groupes interrogés auront réalisé leur bilan carbone fin 2022.



88% des entreprises sondées concernées par l'obligation de mesurer leur index égalité l'ont fait.

4

5

Les entreprises s'engagent de plus en plus pour l'intérêt général et sensibilisent massivement leur salarié·es



77% des entreprises répondantes ont déjà mis en place des actions d'engagement sociétal ou de philanthropie, contre 69% en 2021.



86% des entreprises sensibilisent leurs salarié·es.

La RSE manque encore de ressources (temps, main d'oeuvre, budget)



Le manque de temps est un frein important dans 82% des entreprises, en faisant le frein principal.



1 entreprise sur 3 n'a pas de budget alloué à la RSE



1 entreprise sur 3 n'a pas d'équipe allouée à la RSE

2

L'absence d'accélération des entreprises sur de nombreux sujets RSE se fait ressentir



La quantité de ressources (budget, équipe) allouées à la RSE n'a pas évolué depuis 2021



Comme en 2021, 1 entreprise sur 4 n'a toujours pas prévu de mesurer son empreinte carbone



Comme en 2021, dans 37% des entreprises, la RSE n'est pas rattachée au COMEX.

Les salarié-es sont encore peu impliqués dans les démarches RSE de leur entreprise



59% des entreprises répondantes estiment que seule une "petite partie" de leurs équipes, voire "très peu de salarié-es", sont impliqués dans leur démarche RSE.



22% des entreprises affirment même que moins de 5% des salarié-es sont impliqués dans leur démarche RSE.



77% des entreprises ne proposent pas à leurs salarié-es de crédits de jours solidaires pour leur permettre de s'engager sur leur temps de travail.

... Mais des absences et des freins toujours importants

Les freins au déploiement et à l'accélération de la RSE se font de plus en plus ressentir

+9 points



C'est l'évolution de la part d'entreprises qui estiment que le manque de temps est un frein important face à l'accélération de leurs démarches RSE.

70% des entreprises ont des difficultés à mesurer l'impact de leurs actions RSE, contre 64% en 2021.

Les questions LGBTQIA+ sont les grandes absentes des politiques sociales et de sensibilisation



80% des entreprises ne mettent pas en place d'actions pour l'inclusion des personnes LGBTQIA+.



16% des entreprises seulement sensibilisent leurs salarié-es aux questions LGBTQIA+.

Carte d'identité des entreprises répondantes selon leur taille

✓ Les TPE*

Moins de 10 salarié·es

Des actions RSE qui se lancent, portées par des salarié·es

- **Très peu voire pas de ressources** dédiées au sujet : ce sont principalement des salarié·es dont la RSE n'est pas le rôle principal qui gèrent ces sujets, souvent les dirigeant·es
- **Des entreprises peu matures** en RSE et dont la démarche n'est pas structurée, mais qui lancent tout de même des actions diverses
- **Une petite taille qui engendre plus d'agilité** et qui permet d'avancer plus facilement sur certains sujets, comme par exemple l'implication de certaines parties prenantes internes comme externes
- **Une motivation principale** d'accélérer la RSE liée à l'urgence sociale et environnementale mais aussi une forte volonté interne et une importante implication des équipes
- **Un manque de spécialisation** sur les sujets RSE et une dépriorisation vis-à-vis des enjeux business

*121 TPE répondantes sur 3,68 millions en France soit 0,003%

✓ Les PME*

Entre 11 et 200 salarié·es

Des entreprises à mi-chemin, où la RSE est en cours de structuration

- **Une dépriorisation de la RSE** de la part des parties prenantes internes et un manque de maturité qui rend difficile leur implication
- **Des entreprises à mi-chemin** sur l'ensemble des thématiques RSE avec plusieurs actions lancées, mais pas encore structurées
- **Une conscience des intérêts** business de la RSE, notamment l'image de marque et la marque employeur
- **Une petite équipe RSE dédiée** et de petits budgets alloués

*376 PME répondantes sur 140 000 en France soit 0,27%

✓ Les ETI*

Entre 201 et 5000 salarié·es

Des actions RSE qui se structurent, et des ressources pour aller plus loin

- **Des équipes RSE de 1 à 3** personnes, avec un budget alloué au montant variable selon l'entreprise
- **Une implication difficile** des parties prenantes internes et notamment des salarié·es, rendue difficile par la taille de l'entreprise et la structuration du sujet en cours
- **Une conscience des intérêts** business de la RSE, notamment l'image de marque et la marque employeur
- **Une maturité plutôt avancée** sur l'ensemble des sujets, avec des chantiers variés et en cours de structuration

*240 ETI répondantes sur 5800 en France soit 4,14%

✓ Les grands groupes*

Plus de 5 000 salarié·es

Des entreprises matures sur l'ensemble des sujets RSE

- **Des entreprises actives** depuis plus longtemps, avec un stade de maturité avancé
- **Une maturité** qui leur permet notamment d'impliquer davantage leurs parties prenantes internes comme externes
- **Des équipes structurées**, de 3 à 10 personnes, et des budgets importants
- **De nombreuses actions** structurées mises en place sur l'ensemble des sujets RSE
- **Des enjeux importants de marque** employeur et d'image de marque qui les poussent à s'engager, associés à plusieurs obligations légales qui les incitent à agir

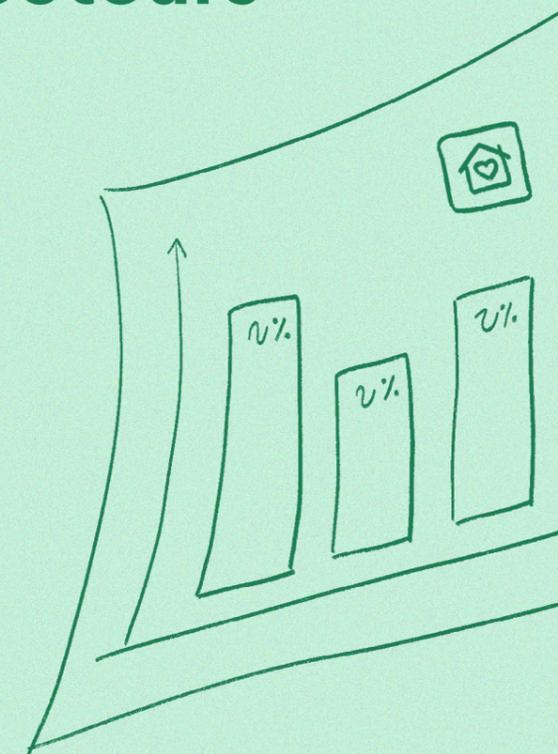
*54 grands groupes répondants sur 287 en France soit 18,8%

2.

Profil des répondant·es

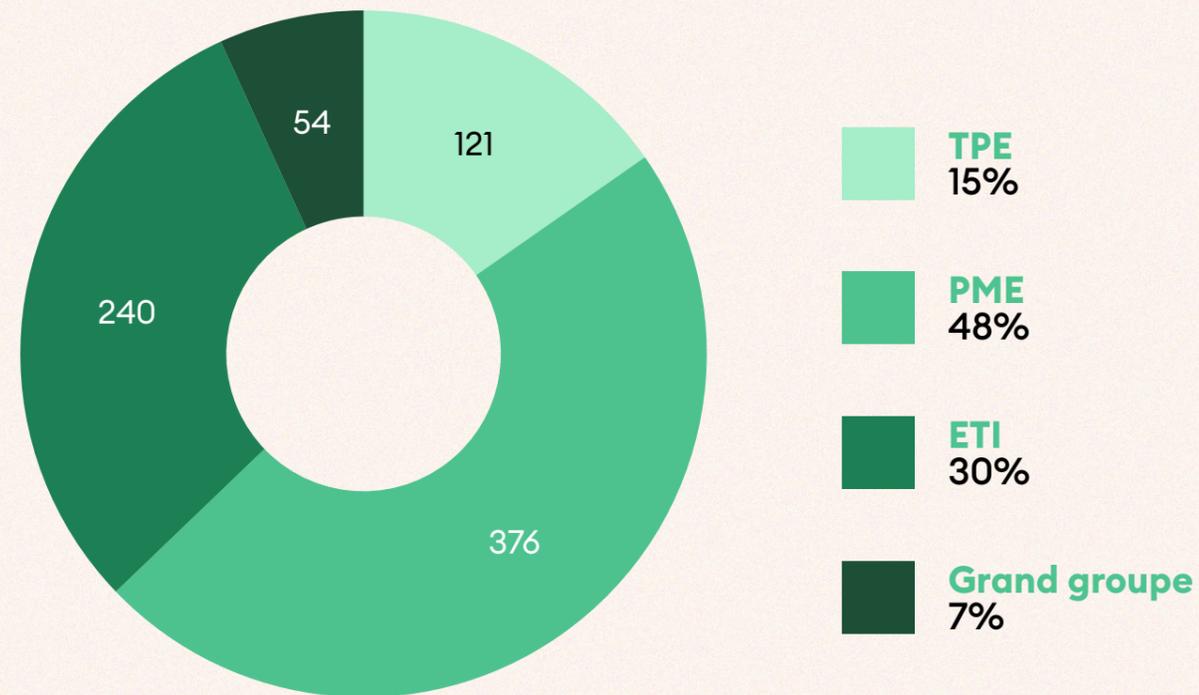
D'abord, posons les bases : qui sont les répondant·es du Baromètre 2022 de la RSE ? Quelles types d'entreprises sont le plus représentées dans l'échantillon ?

Un échantillon de 790 entreprises, de toutes tailles et tous secteurs



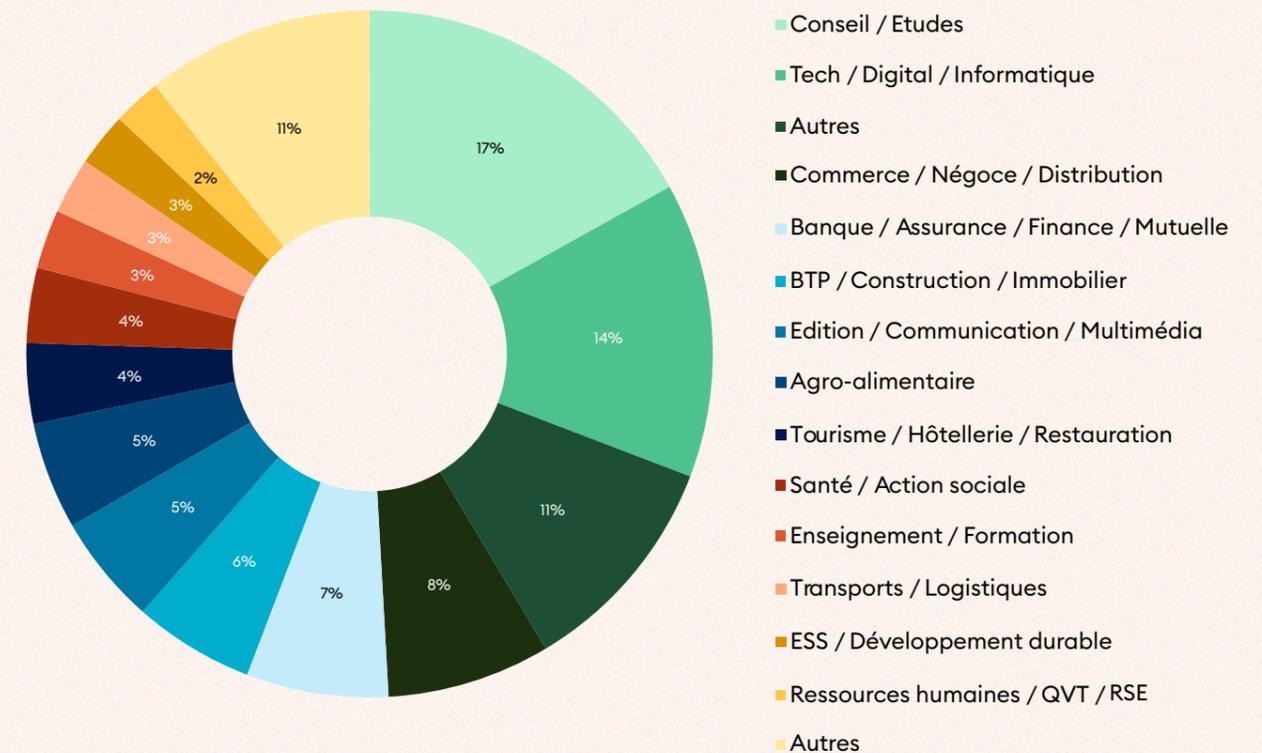
➤ Des entreprises de tailles et de secteurs diversifiés

➔ Taille des entreprises répondantes



L'échantillon de répondant·es au Baromètre est composé de **791 entreprises**, avec une majorité de PME et d'ETI.

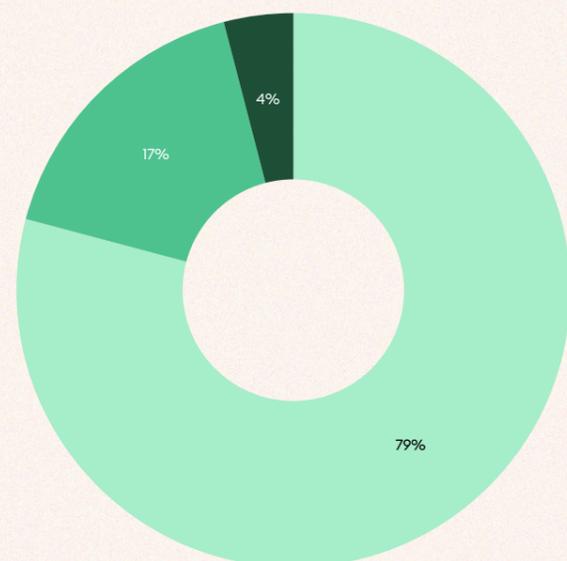
➔ Secteur d'activité des entreprises répondantes



Les secteurs de la **Tech et du Conseil** sont les plus représentés dans l'échantillon du Baromètre : on peut en déduire qu'il s'agit des secteurs les plus proches de la RSE, notamment au travers de leur proximité avec les partenaires du Baromètre.

➤ Des entreprises matures sur les enjeux sociaux et environnementaux

➔ Nombre de labels par entreprise répondante



Au global, 1 entreprise interrogée sur 5 a au moins un de ces labels ou distinctions RSE.

✓ Les labels et certifications 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).

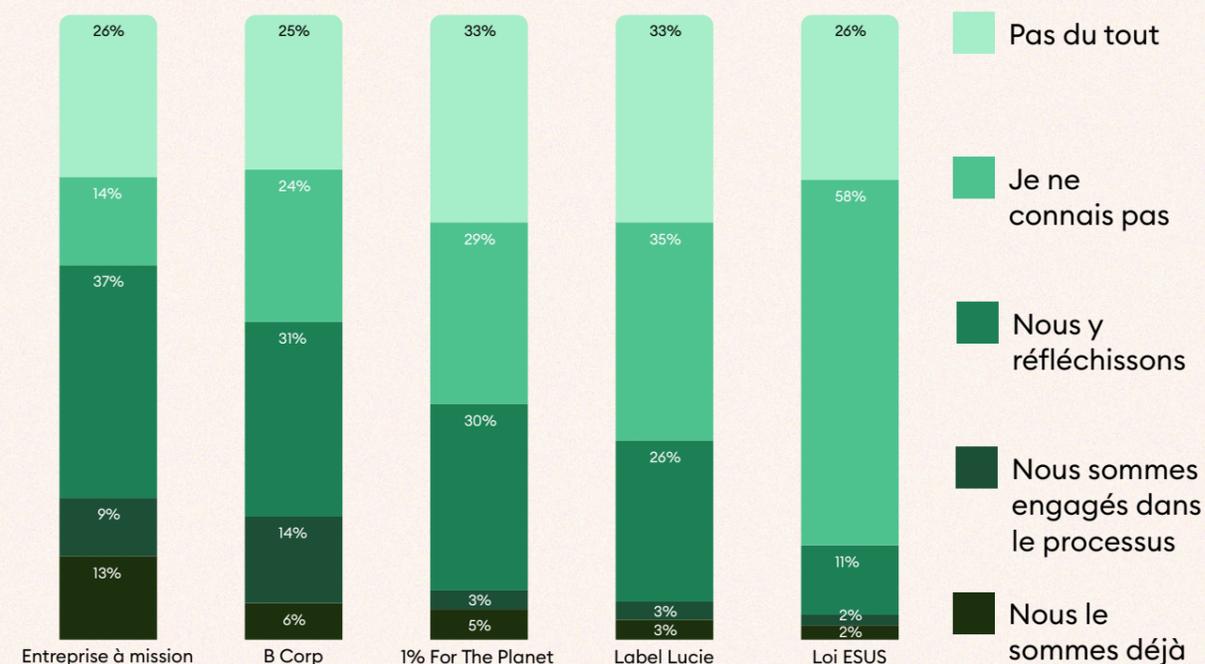
1% FOR THE PLANET est un collectif international dont les entreprises membres s'engagent à reverser 1% de leur chiffre d'affaires à des causes environnementales.

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

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 environnementaux à leur raison d'être.

➔ Labels des entreprises répondantes



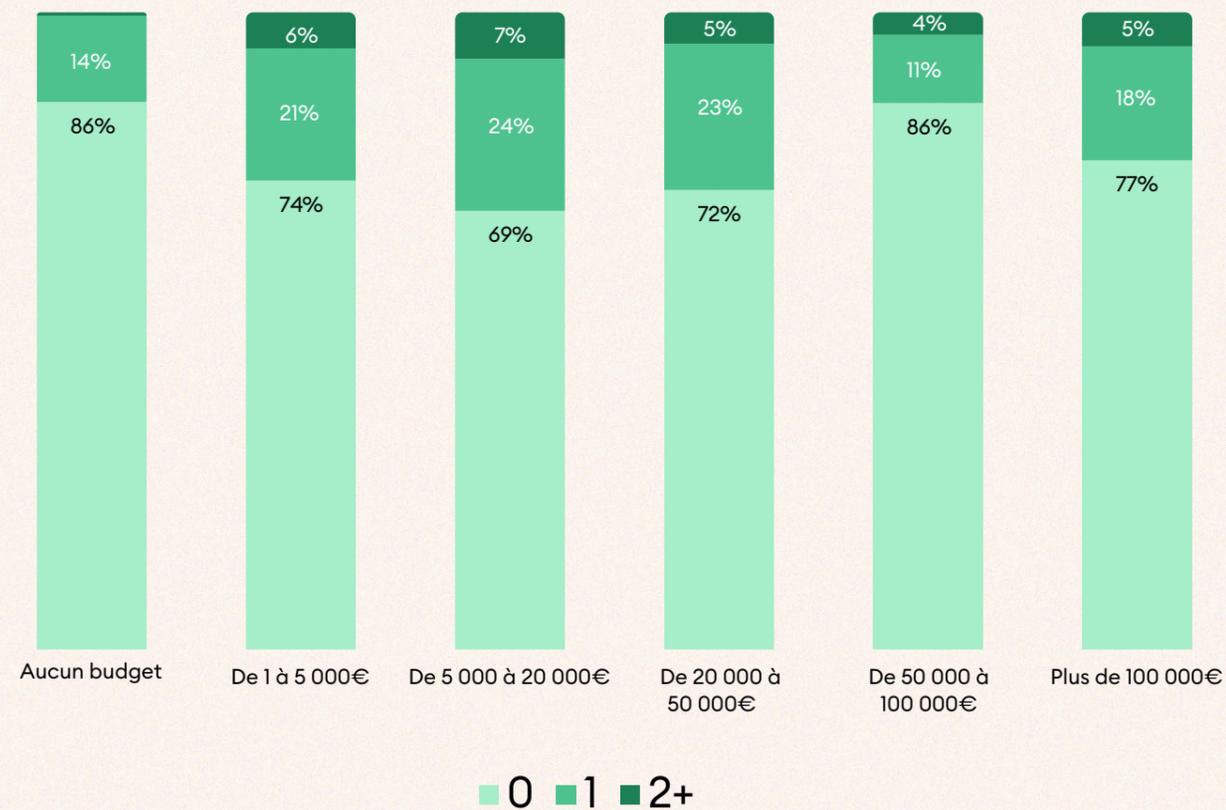
La qualité d'entreprise à mission, certification la plus présente dans l'échantillon

- ✓ 13% des entreprises répondantes ont le statut d'entreprise à mission (et 9% sont en cours de processus). C'est aussi la certification la plus connue (86% des personnes sondées la connaissent).
- ✓ L'agrément ESUS est à l'inverse le moins connu par les entreprises de l'échantillon : 58% ne le connaissent pas.
- ✓ 14% des entreprises répondantes sont engagées dans le processus pour devenir B Corp : c'est le label le plus populaire auprès des entreprises de l'échantillon. Il sera intéressant d'observer combien d'entreprises deviendront B Corp dans l'année à venir !

➔ L'échantillon de l'étude via les différentes partenaires impliqués dans sa diffusion, est composé d'entreprises plus matures que la moyenne sur les sujets RSE. On compte 94 entreprises à missions soit 15% des entreprises à mission répertoriées en France en août 2022, et 41 B Corp soit 10% des B Corp françaises.

➤ Les labels, accessibles même avec peu de ressources

➔ Nombre de labels par entreprise en fonction du budget RSE



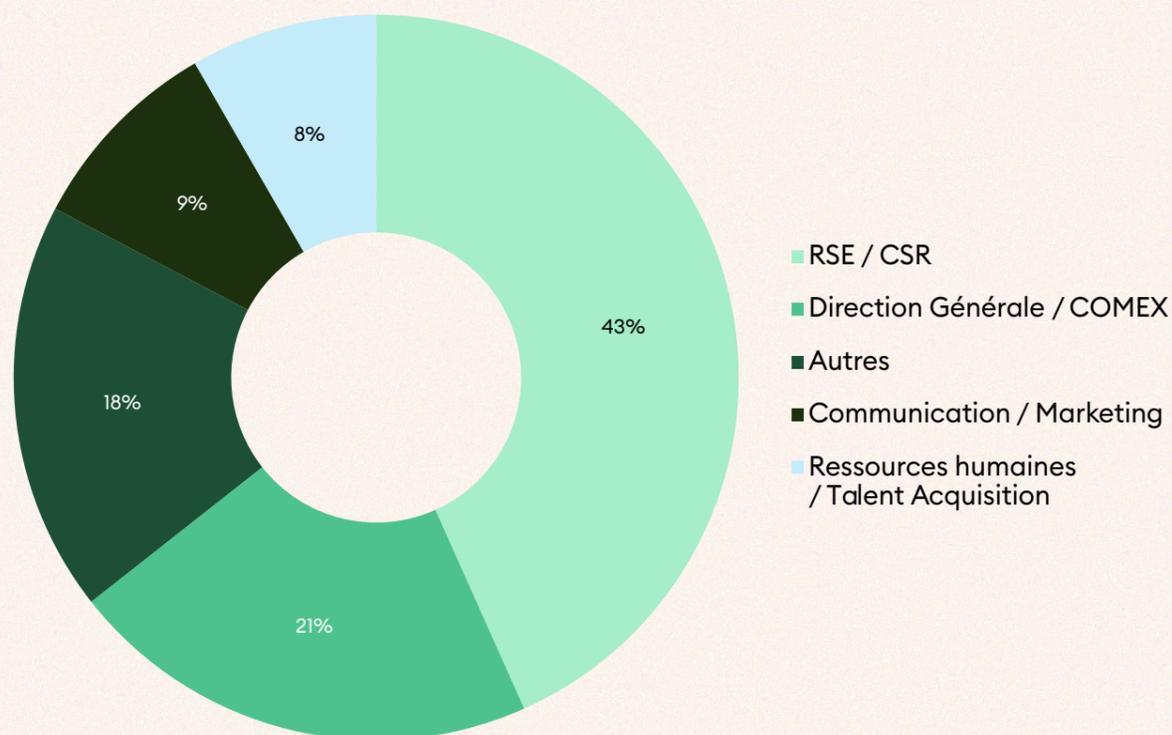
➔ Nombre de labels par entreprise en fonction de la taille de l'entreprise



➔ Même avec peu de ressources humaines et de budget, les entreprises peuvent accéder à des labellisations ou certifications. Un budget RSE important n'est donc pas une garantie d'accéder à de nombreux labels.

➤ Une majorité de répondant·es travaille à plein temps sur les sujets RSE

➔ Rôle des répondant·es dans leur entreprise

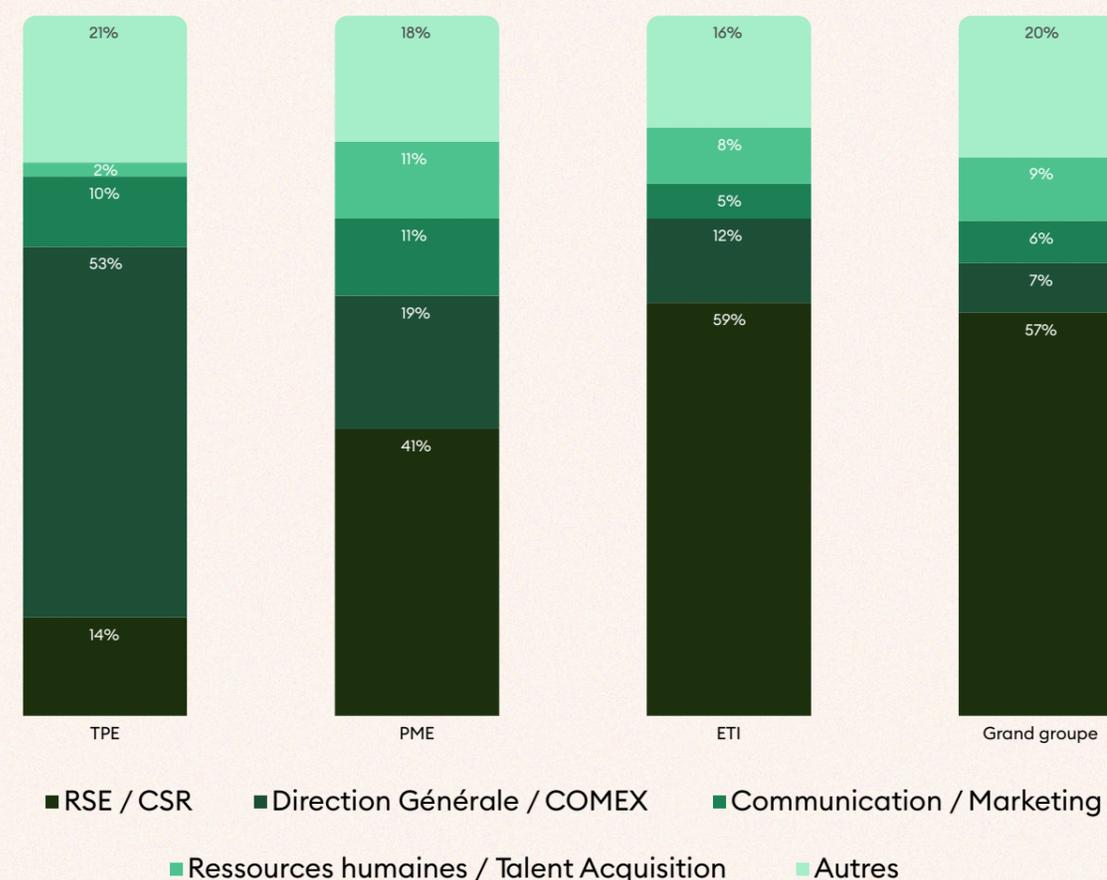


✓ Une majorité de répondant·es (43%) a un rôle directement lié à la RSE.

✓ Une part importante des personnes interrogées travaille à la direction générale de son entreprise (21%) : c'est presque 2 fois plus que l'échantillon du Baromètre 2021.

✓ Les sujets RSE semblent de moins en moins portés par les Fondations (seulement 1,5% de l'échantillon en 2022, contre 9% en 2021).

➔ Rôle des répondant·es par taille d'entreprises



✓ C'est principalement dans les petites entreprises où les répondant·es au Baromètre sont à la Direction Générale : dans ces entreprises, se sont les dirigeant·es qui gèrent les sujets RSE en parallèle du reste de leurs missions, ou encore des salarié·es dont la RSE n'est pas le sujet principal.

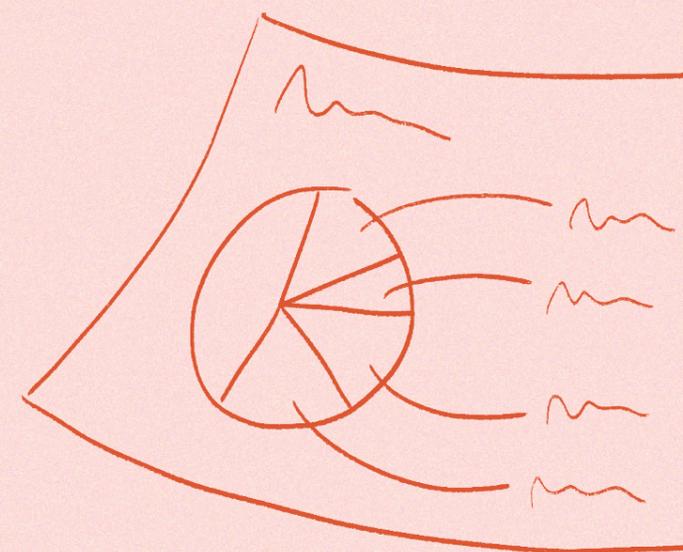
✓ Dans les ETI et les grands groupes, une grande majorité de répondant·es ont un poste directement lié à la RSE.

3.

Le fonctionnement de la RSE

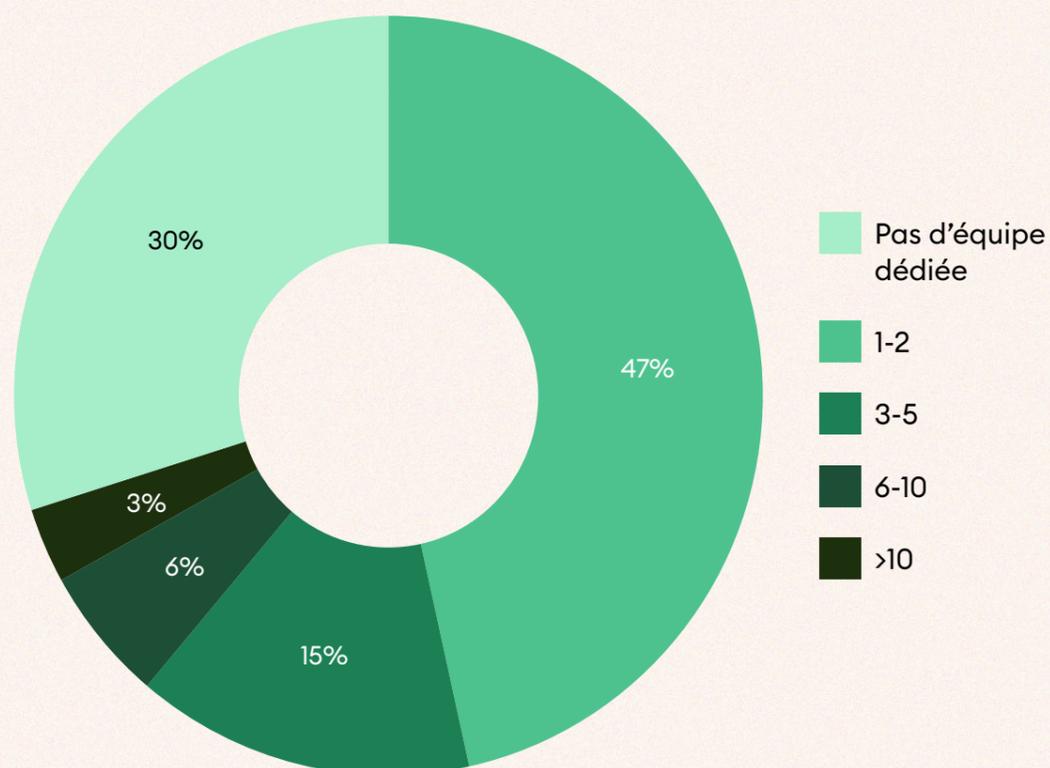
Comment sont structurées les équipes RSE dans les entreprises françaises ? La RSE a-t-elle plus de ressources à sa disposition qu'en 2021 ? Comment sont impliquées les parties prenantes internes et externes sur le sujet ? Découvrons ensemble quelle est la place de la RSE dans l'entreprise en 2022.

La RSE, un métier à part entière qui s'intègre aux espaces de prise de décision



➤ Des équipes RSE toujours composées majoritairement de 1 à 2 personnes

➔ Taille des équipes RSE

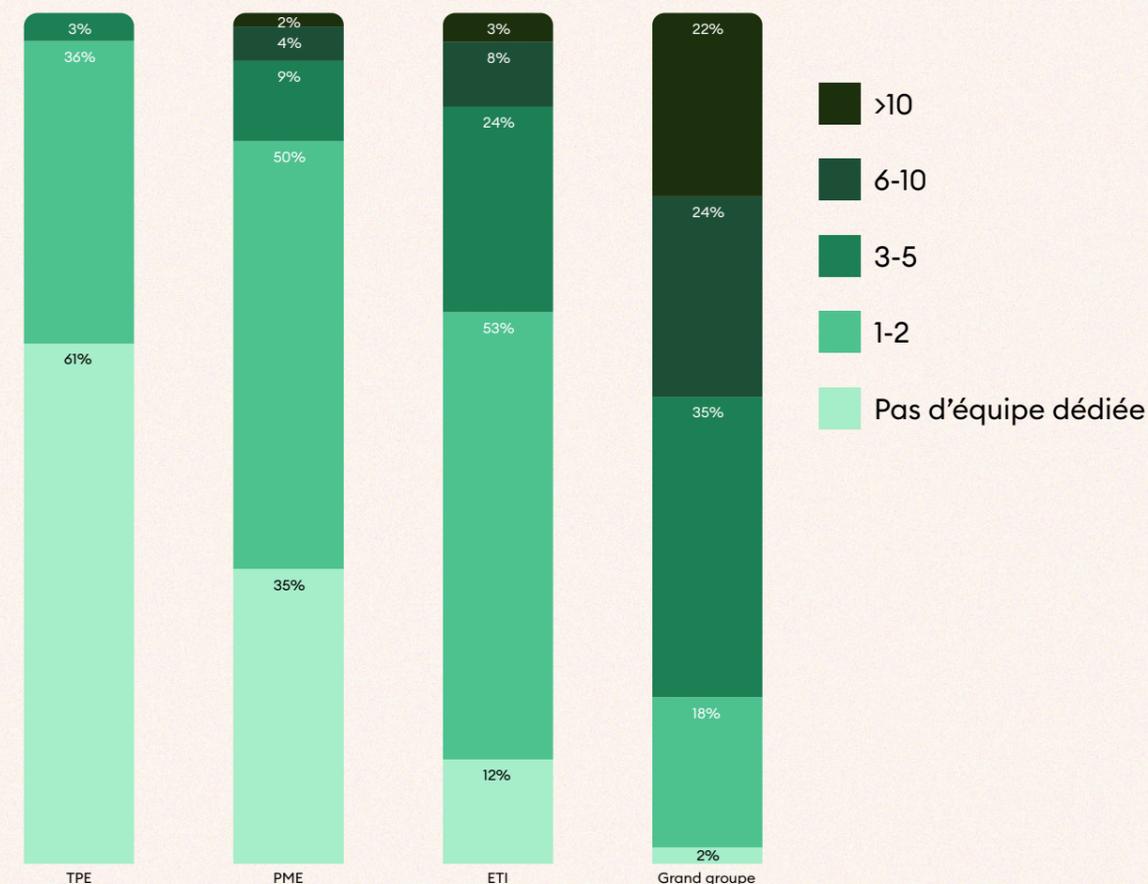


Comme en 2021, la majorité des entreprises ont de petites équipes RSE, voire aucune équipe dédiée à plein temps : c'est le cas de 30% des entreprises répondantes. Ces chiffres n'ont pas évolué depuis 2021.



47% des entreprises comptent 1 à 2 personnes dans leur équipe RSE.

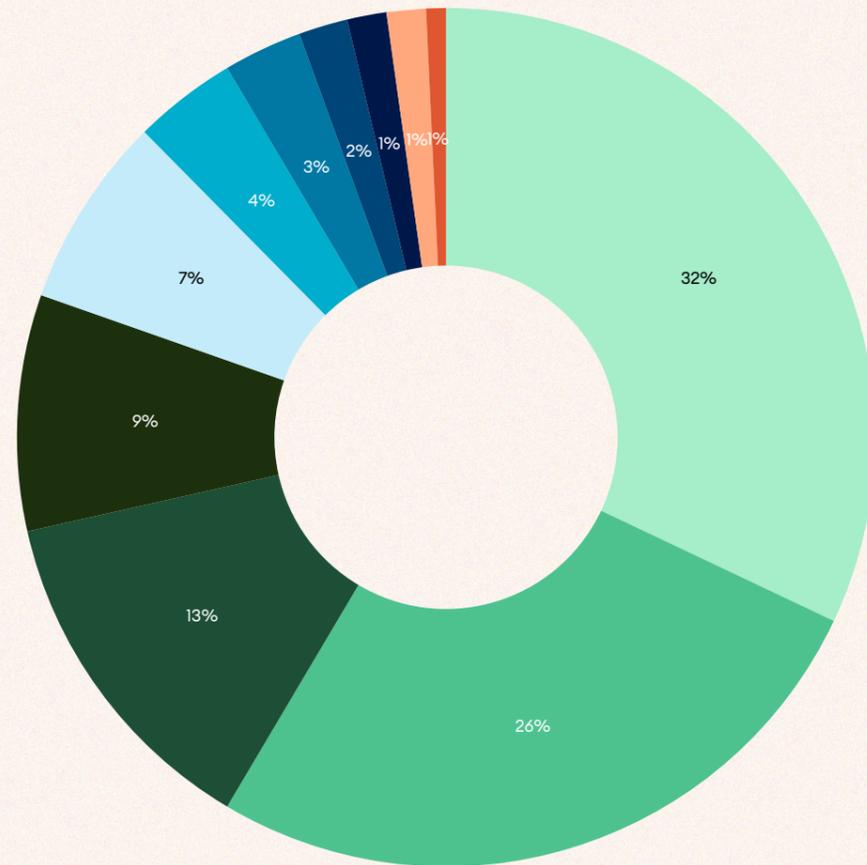
➔ Taille des équipes RSE par taille d'entreprises



- ✓ Plus l'entreprise est grande, plus l'équipe RSE est importante et structurée : **80% des grands groupes ont une équipe de 3 personnes ou plus** (+14 points par rapport à 2021).
- ✓ Dans les ETI, le sujet est aussi bien structuré : **88% d'entre elles ont au moins une personne dédiée à la RSE.**
- ✓ Dans la majorité des TPE sondées (61%), les sujets RSE sont portés par des salarié-es dont il ne s'agit pas de la mission principale. Mais à l'inverse, plus d'une TPE interrogée sur 3 a une personne dédiée à la RSE : c'est un chiffre fort pour des entreprises de moins de 10 salarié-es.

➤ La RSE, souvent rattachée à la Direction Générale

➔ Départements auxquels l'équipe RSE est rattachée



- A la Direction Générale
- La fonction RSE est autonome
- Au pôle RH
- Au pôle communication
- Autres
- A la QHSE
- La RSE est transverse
- A l'innovation / à la R&D
- Aux opérations
- A la Finance / Admin / Juridique
- Au secrétariat général



La RSE est autonome dans 1/3 des entreprises interrogées. C'est un signal fort que la RSE est aujourd'hui traitée comme un sujet à part entière !



Quand elle n'est pas autonome, c'est à la Direction Générale que la RSE est le plus souvent rattachée (26%).



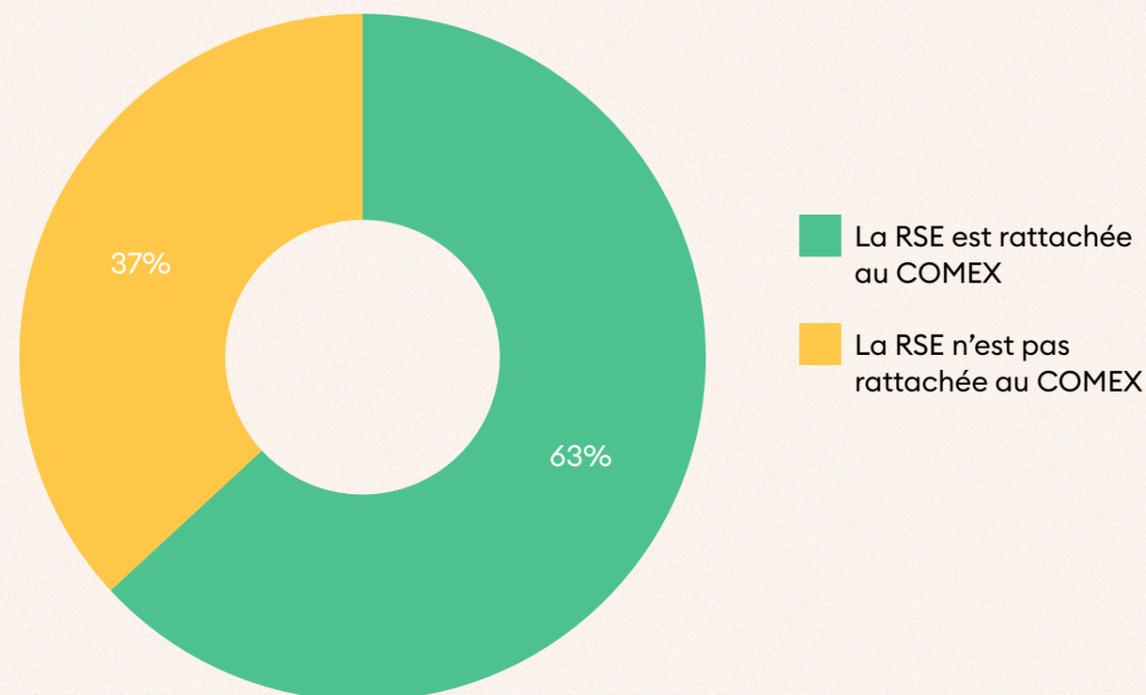
Le pôle RH est également souvent associé à la RSE (13% des entreprises répondantes), montrant l'importance des sujets sociaux pour ces entreprises, et le lien fort qu'entretient la RSE avec la marque employeur ou encore l'engagement des salariés.



La RSE est un sujet complexe et varié, porté par des équipes et départements différents en fonction de l'entreprise, de sa structure et de ses enjeux. Finance, stratégie, opérations, QSE, innovation... Sont autant de départements auxquels la RSE peut être rattachée, et qui influent sur la façon dont elle sera pratiquée. Par exemple, une RSE rattachée à la finance sera fortement portée par les KPI's quand une RSE rattachée à un département Innovation pourra faire émerger des projets intrapreneuriaux.

➤ La RSE, sujet stratégique dans une majorité d'entreprises

➔ Part d'entreprises où la RSE est rattachée au COMEX

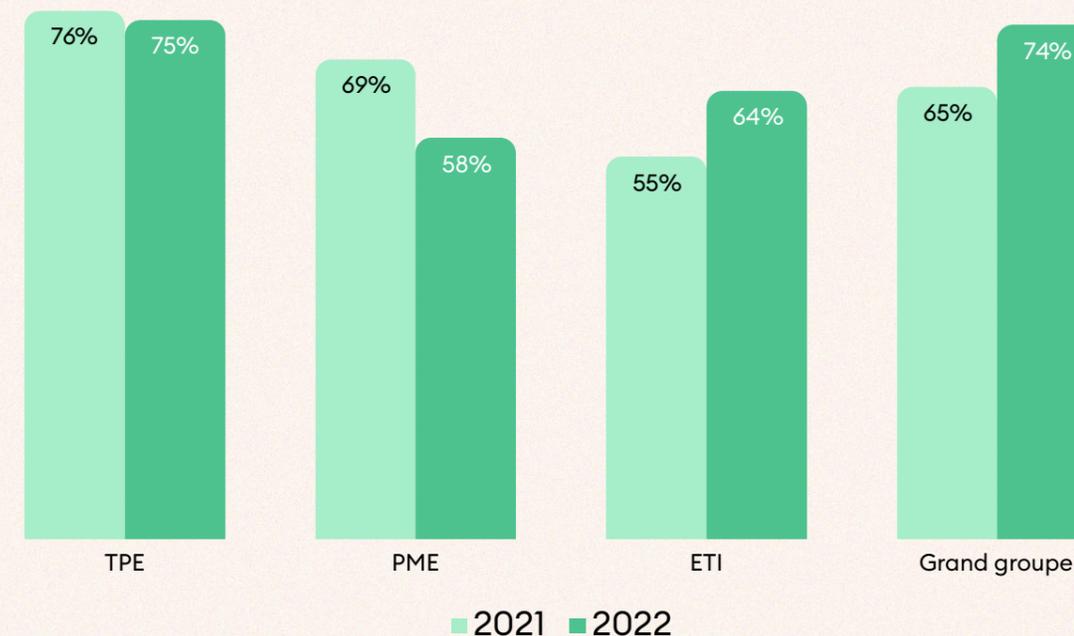


- ✓ La RSE est représentée au sein du comité exécutif, une instance importante de prise de décision, dans une majorité d'entreprises. Cela montre que le sujet est un **enjeu stratégique** pour un grand nombre d'entreprises.
- ✓ Pourtant, ce chiffre n'a pas évolué depuis 2021. Sommes-nous arrivés à un palier ?



63% des entreprises ont leur département RSE présent au COMEX. C'est autant qu'en 2021.

➔ Part d'entreprises où la RSE est rattachée au COMEX en fonction de la taille de l'entreprise, entre 2021 et 2022

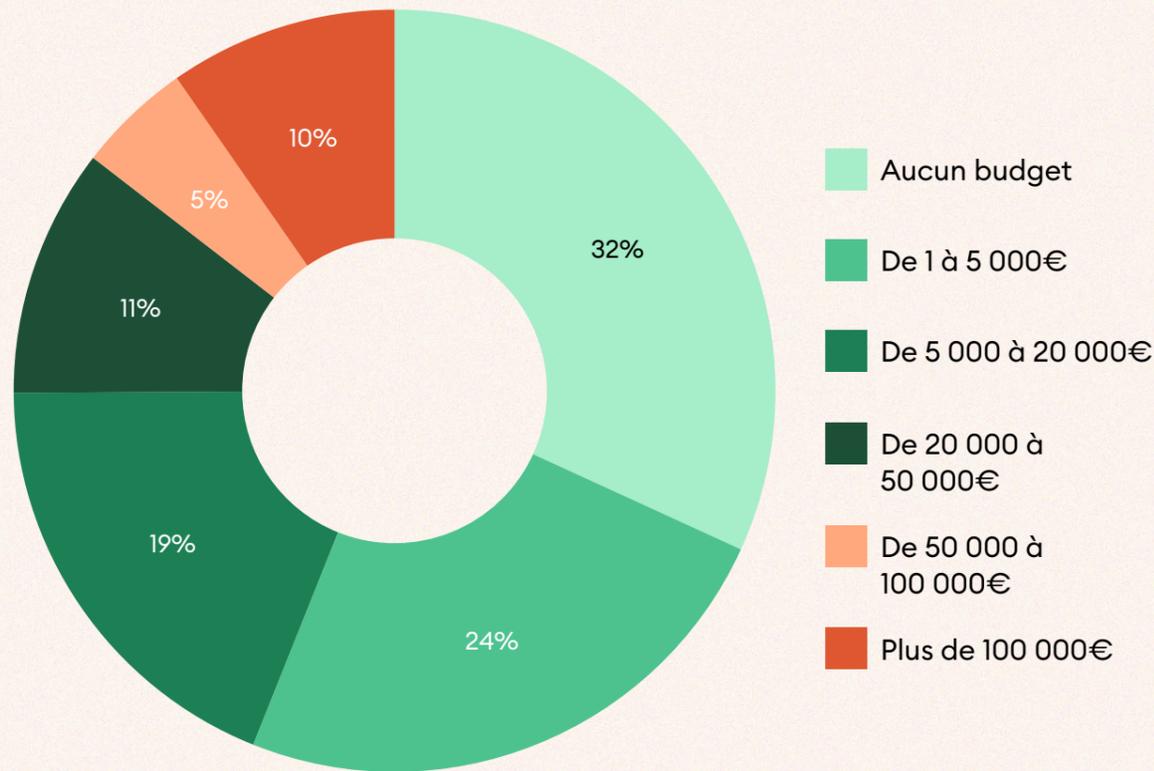


- ✓ Si en 2021, ce sont les TPE et PME sondées qui présentaient les plus forts taux de représentation de la RSE au COMEX (respectivement 76% et 69%), en 2022, la tendance a changé !
- ✓ La RSE est de plus en plus présente dans les COMEX des plus grandes entreprises. 74% des grands groupes (+ 9 points) et 65% des ETI (+10 points) affirment que la RSE est présente au sein du comité exécutif de leur entreprise.

➔ Une prise de conscience de l'importance de la RSE pour les directions des grands groupes ?

➤ Peu de moyens financiers pour la RSE, sauf dans les grands groupes

➔ Budget RSE annuel

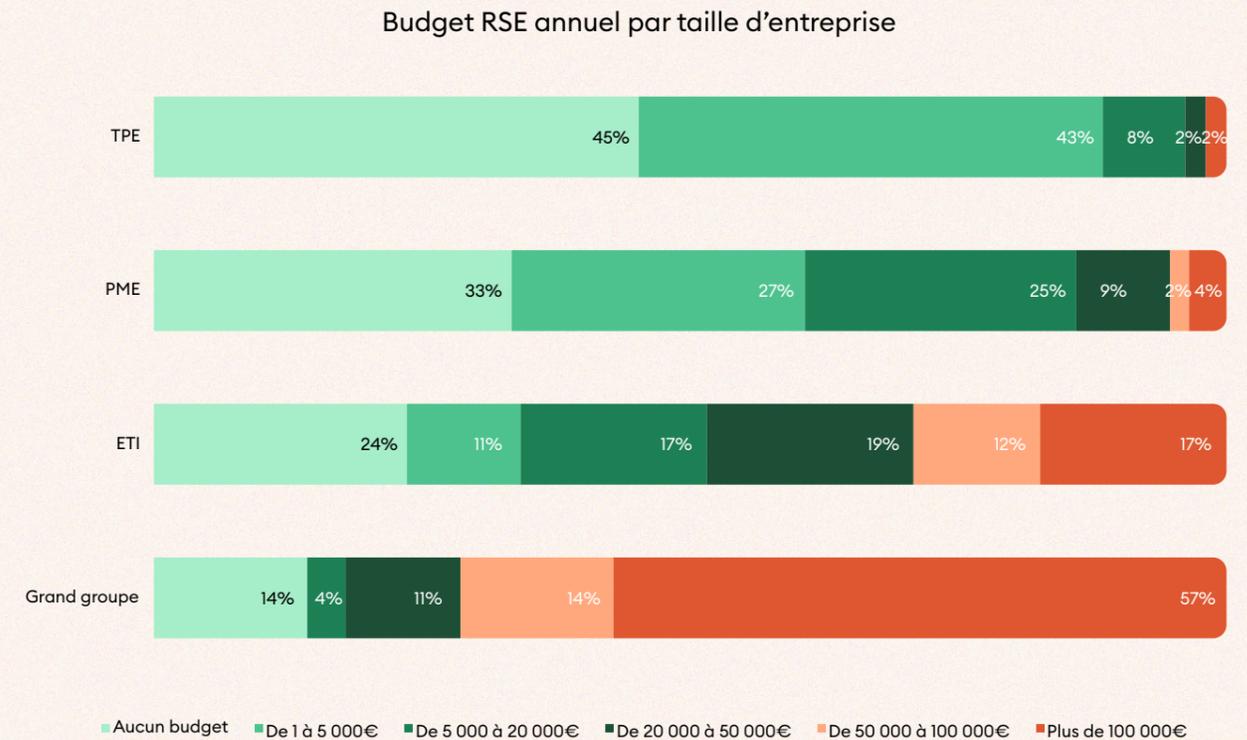


La majorité des entreprises françaises n'octroie **pas ou peu de budget** à leur démarche RSE. Comme en 2021, 32% des entreprises interrogées n'ont aucun budget dédié au sujet, et 1 entreprise sur 4 a un budget de moins 5000€.



56% des entreprises ont moins de 5000€ de budget RSE annuel.

➔ Budget RSE annuel par taille d'entreprises

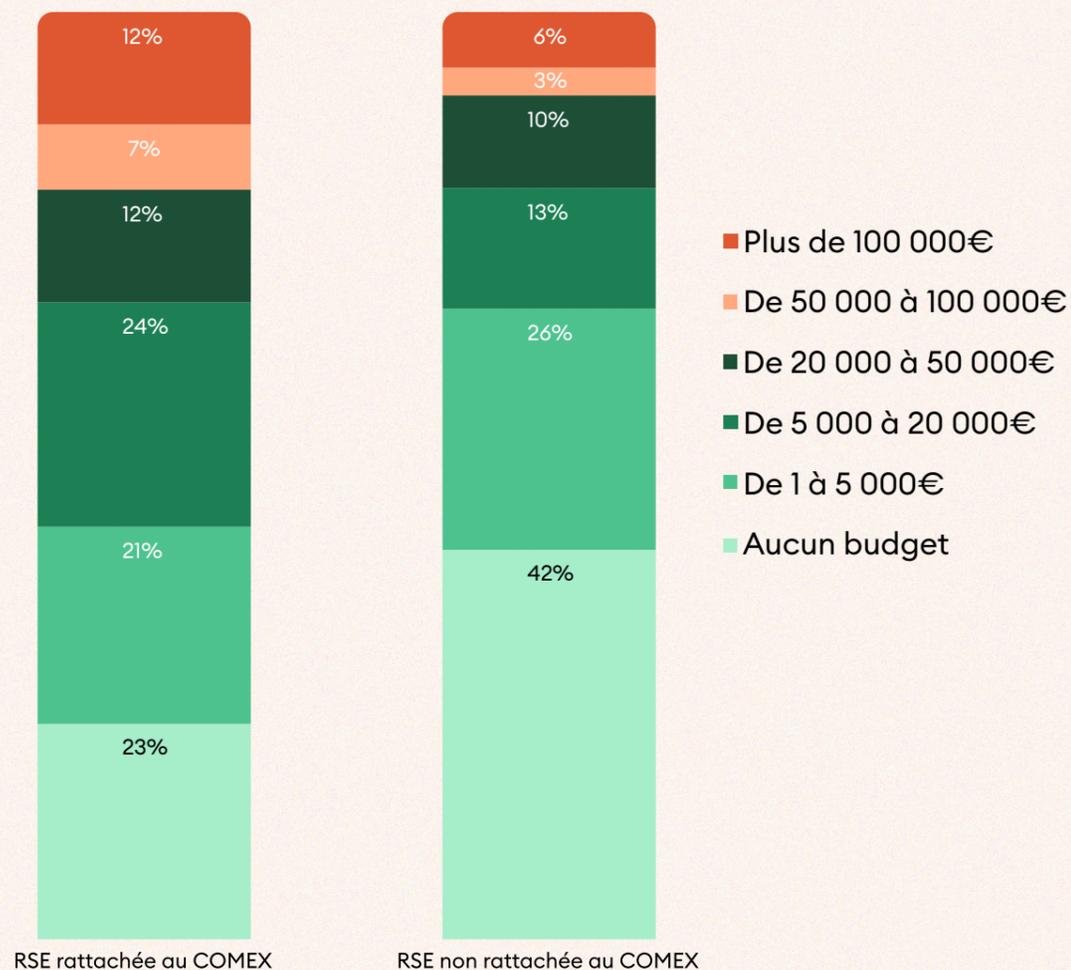


Assez logiquement, la taille de l'entreprise influe énormément sur le montant du budget octroyé à la démarche RSE.

- ✓ Les disparités entre petites et grandes entreprises sont importantes : alors que la grande majorité des TPE sondées (88%) a un budget de moins de 5000€, 57% des grands groupes interrogés ont un budget annuel supérieur à 100 000€.
- ✓ Les PME sont à mi-chemin : 1 PME sur 3 n'a pas encore de budget dédié, mais près de 40% ont un budget de plus de 5 000€, ce qui est non négligeable !
- ✓ Dans la plupart des ETI, la démarche RSE est structurée avec la présence d'un budget dans 3 ETI sur 4.
- ✓ Il est intéressant de noter que 20% des grands groupes interrogés n'ont pas souhaité partager ce chiffre.

➤ COMEX et fonctions RSE autonomes : des leviers pour des budgets RSE plus importants

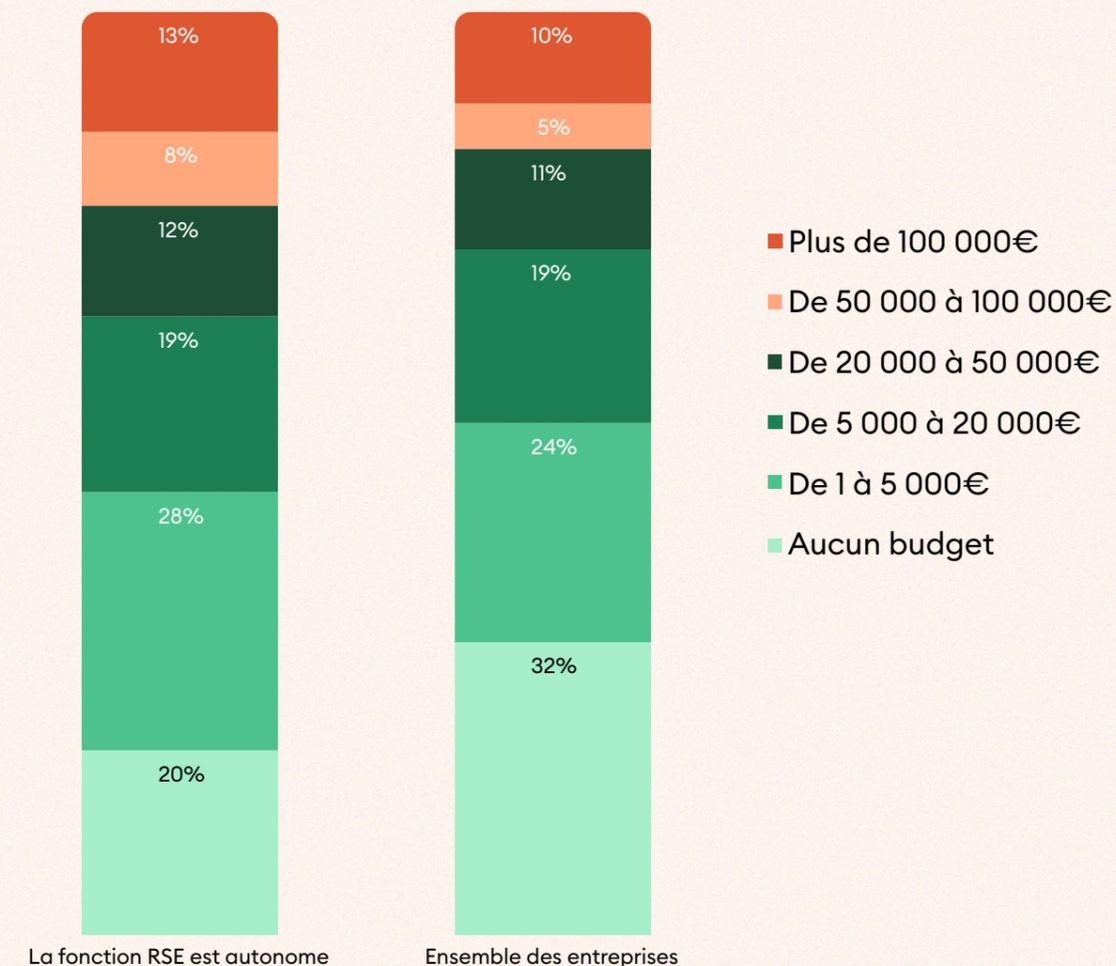
➔ COMEX et budget RSE



77% des entreprises dans lesquelles la RSE est au COMEX ont un budget, contre 58% des entreprises dans lesquelles la RSE n'est pas au COMEX.

➔ Une RSE représentée au COMEX est un vrai plus pour avoir un budget dédié au sujet !

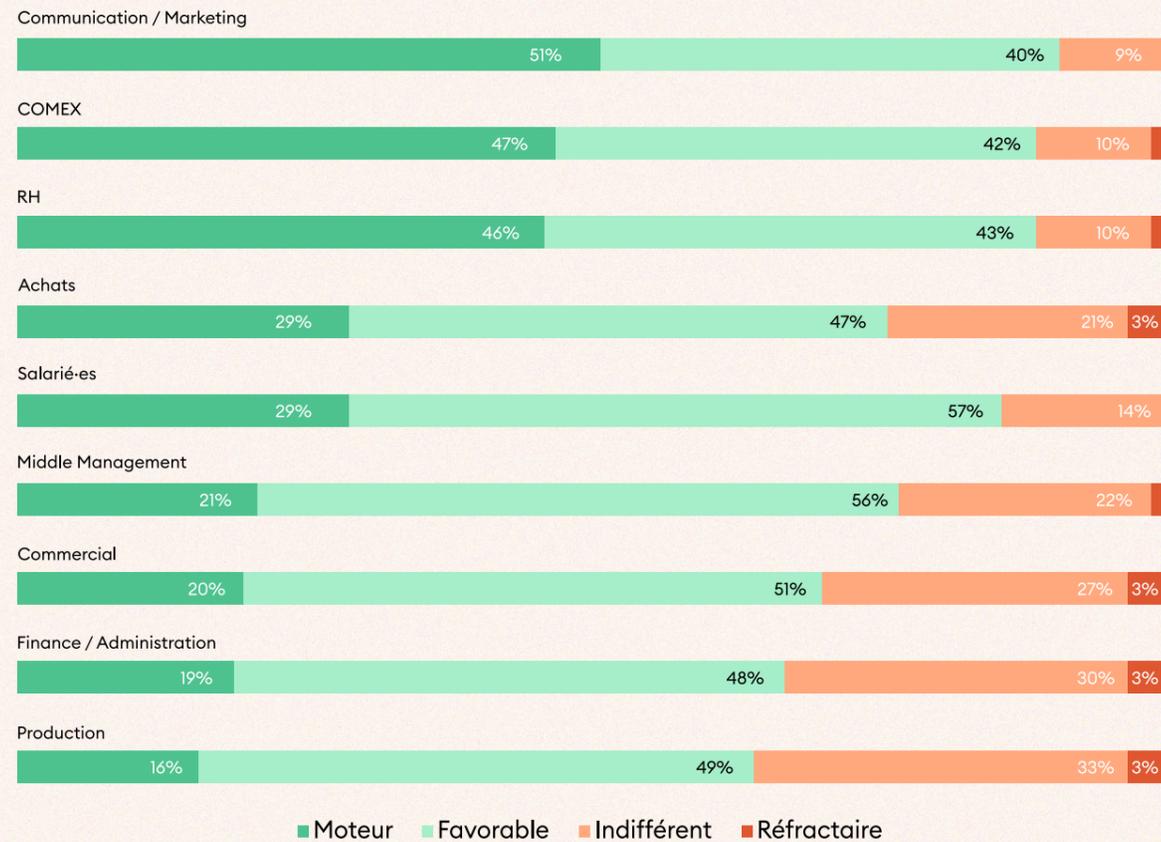
➔ Fonctions RSE autonomes et budget RSE



Une fonction RSE autonome permet également de faire significativement la différence d'un point de vue du budget. En bref, **un département RSE c'est la (quasi) assurance d'une ligne budgétaire dédiée** : seules 20% des entreprises avec une équipe RSE autonome n'ont pas de budget annuel.

➤ Des parties prenantes internes favorables, et de plus en plus impliquées

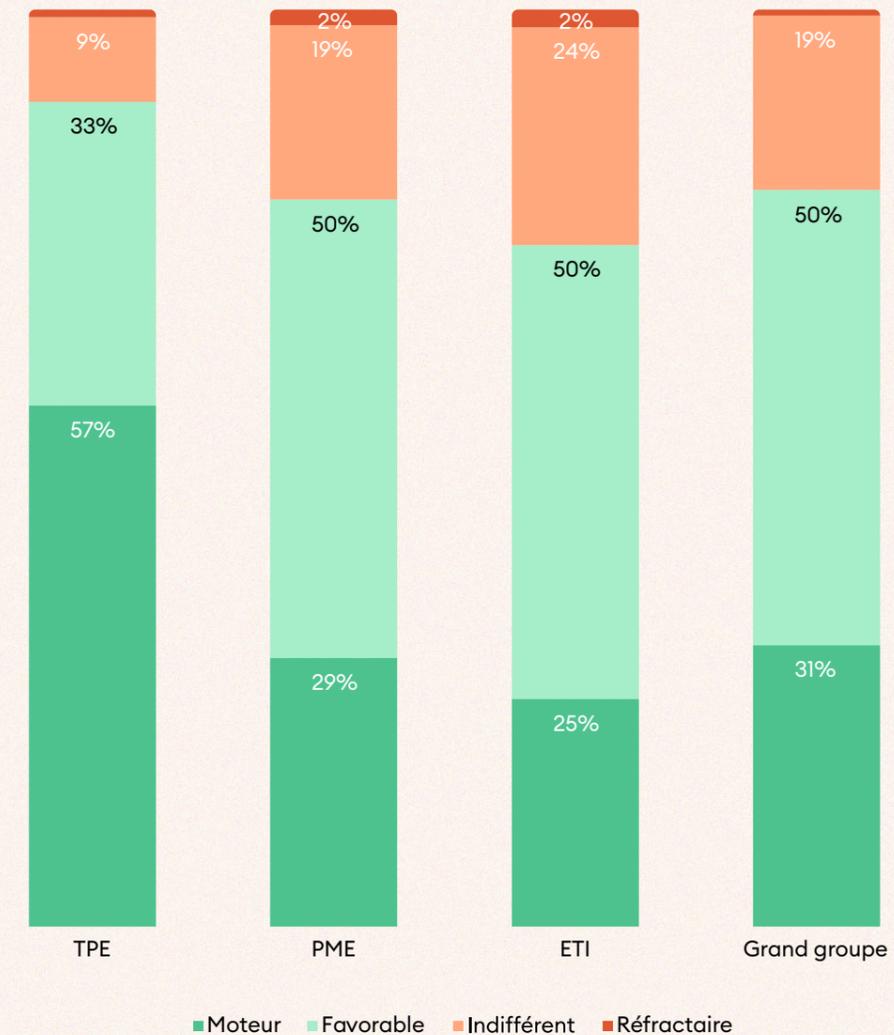
➔ Implication des parties prenantes internes



L'ensemble des parties prenantes est majoritairement favorable aux actions RSE de leur entreprise.

- ✓ Comme en 2021, c'est **le marketing qui est la partie prenante interne la plus impliquée** dans les démarches RSE ("Moteur" dans 51% des entreprises interrogées). Preuve que la RSE est un enjeu important pour l'image de marque et la compétitivité !
- ✓ En seconde position des parties prenantes les plus impliquées : le **COMEX** (moteur dans 47% des entreprises). Un signal fort qui montre encore une fois les intérêts stratégiques de la RSE pour les entreprises.
- ✓ Les **RH** sont aussi très engagées dans les démarches RSE. Elles doivent en effet être impliquées dans plusieurs piliers importants de la RSE, comme les enjeux sociaux ou la sensibilisation des équipes.

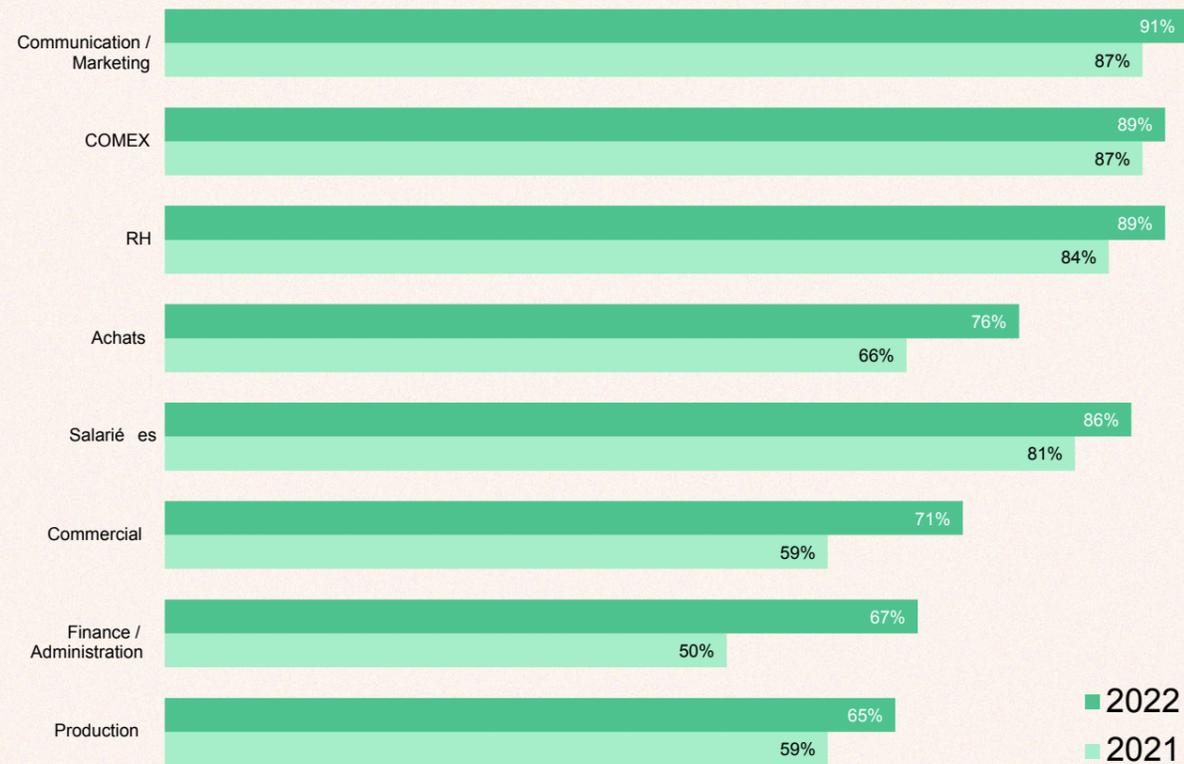
➔ Implication moyenne des parties prenantes internes par taille d'entreprises



- ✓ **Embarquer les parties prenantes internes est plus facile dans les plus petites entreprises** : 57% des parties prenantes internes sont motrices de la démarche RSE dans les TPE sondées, contre 29%, 25% et 31% dans les PME, ETI et Grands Groupes.
- ✓ Le **COMEX**, par exemple, est moteur dans 80% des TPE interrogées, contre environ 40% pour les PME, ETI et grands groupes.

➤ Des parties prenantes internes favorables, et de plus en plus impliquées

➔ Part de parties prenantes internes «Moteur» ou «Réfractaire»
Comparaison 2021-2022



Les parties prenantes internes sont de plus en plus impliquées dans les actions RSE des entreprises !

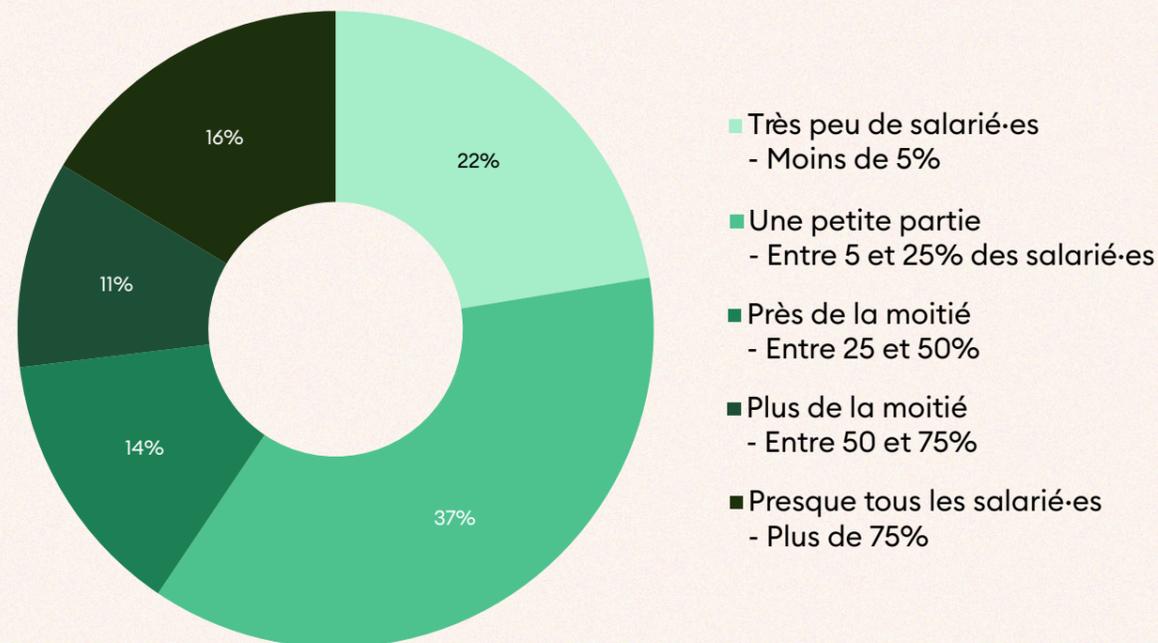
Les départements Finance et Administration sont ceux qui connaissent la plus grande augmentation d'implication entre 2021 et 2022 (+17 points).

➔ Cette prise de conscience de l'intérêt de la RSE par tous les départements montre la place centrale que prend le sujet dans l'entreprise. C'est aussi un fort signal pour les années à venir, car l'implication des parties prenantes est essentielle pour une transition forte et durable de l'entreprise !



➤ Les salarié·es, peu impliqués·es dans les démarches RSE de leur entreprise

➔ Part de salarié·es impliqués·es dans la RSE de leur entreprise



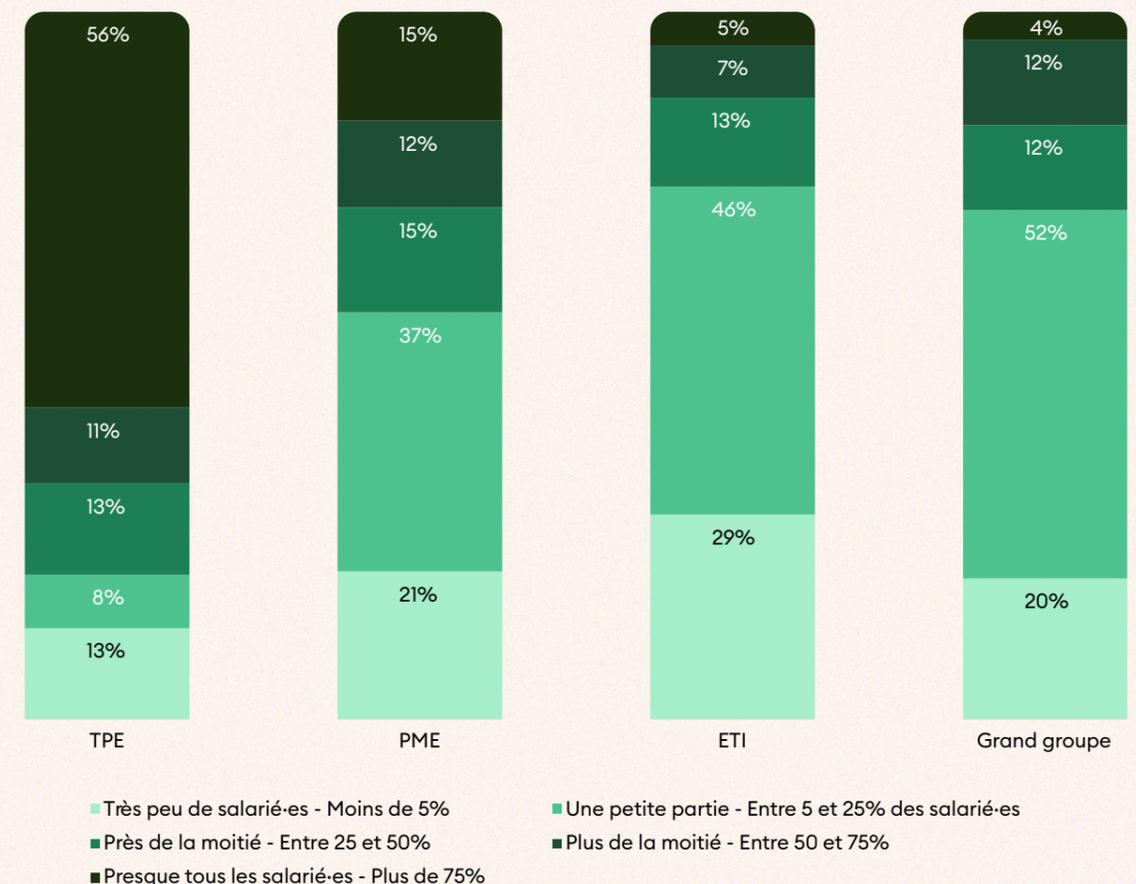
✓ Dans la majorité des entreprises répondantes, **les salarié·es sont assez peu impliqués·es dans les démarches RSE** : plus d'une entreprise sur trois estime que ses équipes sont assez peu engagées dans la démarche RSE (entre 5 et 25%), et 22% affirment même que moins de 5% des salarié·es sont impliqués·es.

✓ À l'inverse, chez un nombre plus réduit d'entreprise, les salarié·es sont de vrais **moteurs de la démarche RSE** : 41% des entreprises répondantes estiment que plus d'un quart de leurs équipes sont impliquées sur le sujet, dont 16% pensent qu'il s'agit de plus des trois quarts de leurs salarié·es qui se mobilisent.



59% des entreprises répondantes estiment que seule une "petite partie" de leurs équipes, voire "très peu de salarié·es", sont impliqués·es dans leur démarche RSE.

➔ Implication des salarié·es dans la RSE par taille d'entreprises

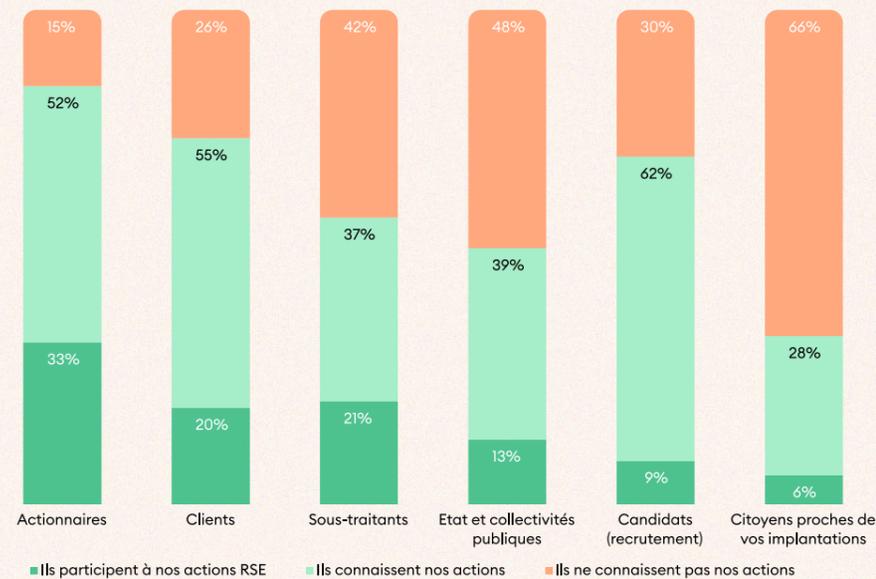


C'est frappant : plus l'entreprise est grande, moins les salarié·es sont impliqués·es dans la démarche RSE. En effet, dans 56% des TPE répondantes, une grande majorité de salarié·es est impliquée, contre seulement 4% dans les grands groupes.

➔ On voit très clairement qu'il est plus difficile d'embarquer les salarié·es en grand nombre dans les plus grandes entreprises.

➤ Des parties prenantes externes sensibilisées, mais peu impliquées

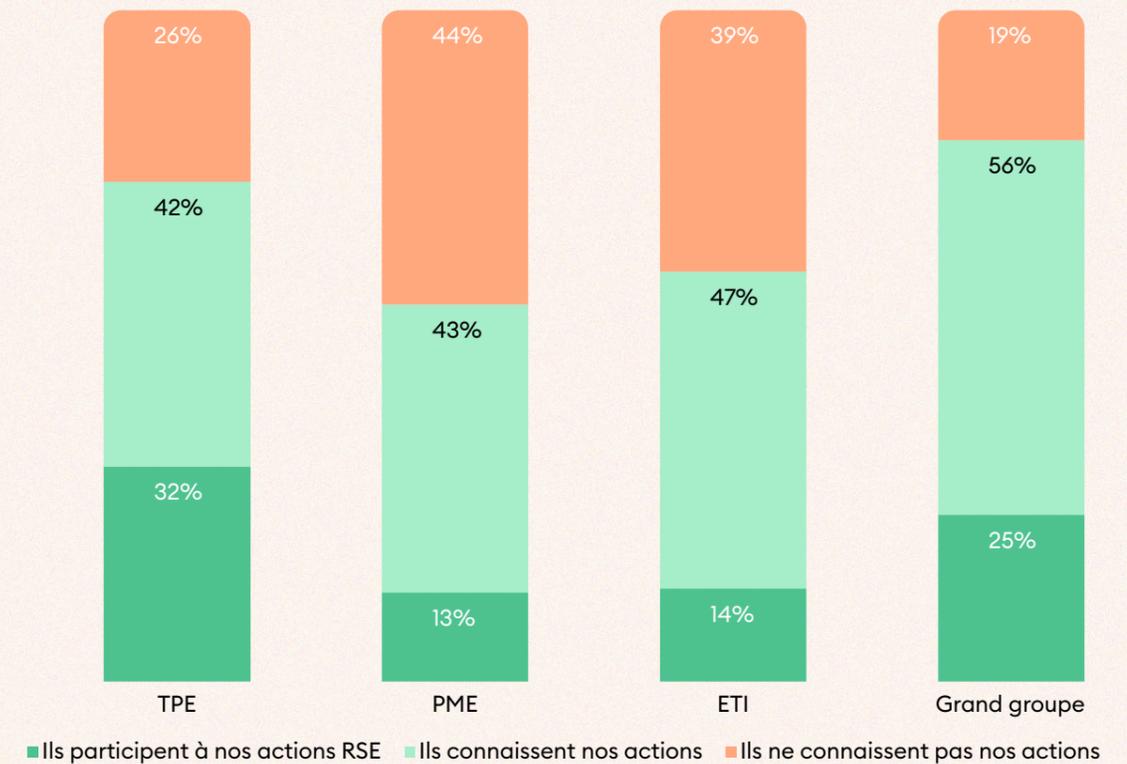
➔ Implication des parties prenantes externes



La majorité des parties prenantes externes est sensibilisée sur les actions RSE des entreprises. C'est une bonne nouvelle ! Mais la plupart n'est pas directement impliquée dans la démarche.

- ✓ Ce sont les actionnaires qui sont les plus engagés dans les actions RSE des entreprises : ils sont sensibilisés dans 52% des cas, et participent aux actions dans une entreprise sur trois. En effet, un grand nombre d'acteurs financiers intègre aujourd'hui les enjeux sociaux et environnementaux dans les résultats clés qu'ils observent. C'est un signal qui montre que la RSE pénètre dans les sphères les plus stratégiques de l'entreprise.
- ✓ **L'image de marque** est toujours un enjeu important pour les politiques RSE : 55% des entreprises répondantes communiquent sur leurs actions auprès de leurs clients, et 20% les impliquent.
- ✓ La RSE est aussi un fort accélérateur pour la marque employeur : 62% des entreprises répondantes disent communiquer auprès des candidat·es sur leurs actions RSE, chiffre constant depuis 2021.

➔ Implication moyenne des parties prenantes externes par taille d'entreprises



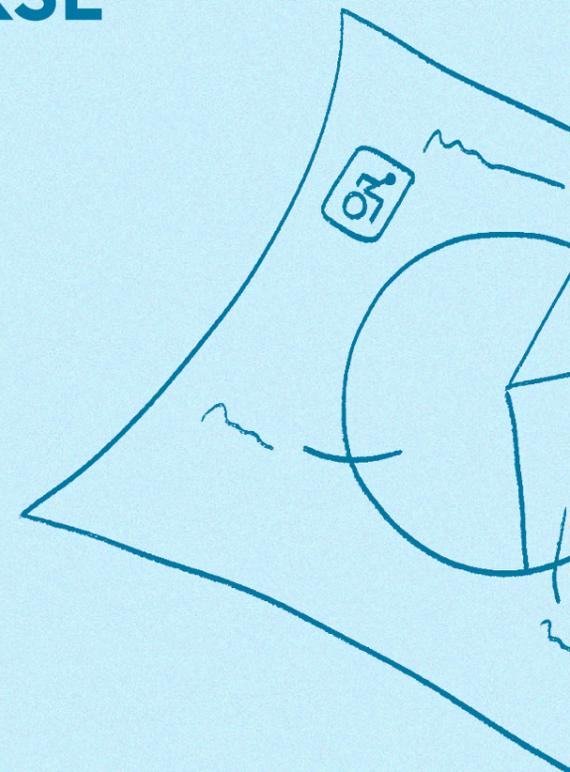
- ✓ Les TPE sont les entreprises qui réussissent le mieux à impliquer activement leurs parties prenantes externes dans leurs actions RSE (32% participent à leurs actions, contre 13% pour les PME et ETI et 25% pour les grands groupes).
- ✓ Dans les grands groupes, les parties prenantes externes sont très sensibilisées aux actions RSE : en moyenne, 81% des grands groupes estiment qu'elles connaissent leurs actions ou y participent.

4.

Freins & motivations à la RSE

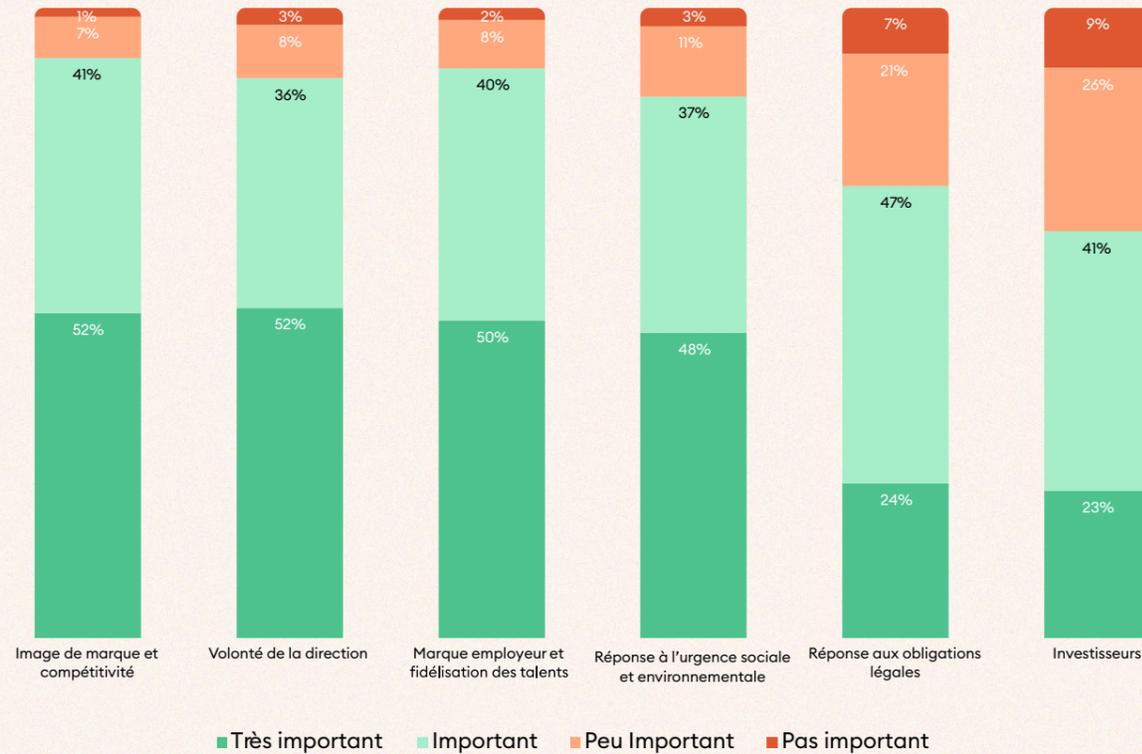
Quelles sont les motivations principales des entreprises pour mettre en place une politique RSE ? Cela diffère-t-il en fonction de la taille de l'entreprise ? Cette année, quels sont les grands freins au déploiement et à l'accélération de la RSE dans les entreprises françaises ? Découvrons quels sont les challenges et les opportunités de la RSE en 2022.

Les enjeux business : à la fois moteurs et freins des politiques RSE



➤ Les enjeux business, principaux moteurs des politiques RSE

➔ Motivations principales aux politiques RSE



- ✓ **Faire de la RSE... pour faire plus de business ?** En plaçant l'image de marque et la marque employeur en tête des critères de motivation à la mise en place d'une politique RSE, les entreprises montrent une priorisation certaine des enjeux business. La volonté de la direction, 2e moteur de la RSE, rentre également dans cette même lignée.
- ✓ Si les entreprises favorisent la compétitivité et l'attractivité, elles semblent néanmoins **avoir bien conscience de l'urgence d'agir**.



86% des entreprises interrogées estiment que la réponse aux enjeux sociaux et environnementaux est un moteur important pour leurs actions RSE.



➤ Des motivations très différentes en fonction de la taille de l'entreprise

➔ Top 3 des motivations principales par taille d'entreprises

TPE



PME



ETI



Grands groupes

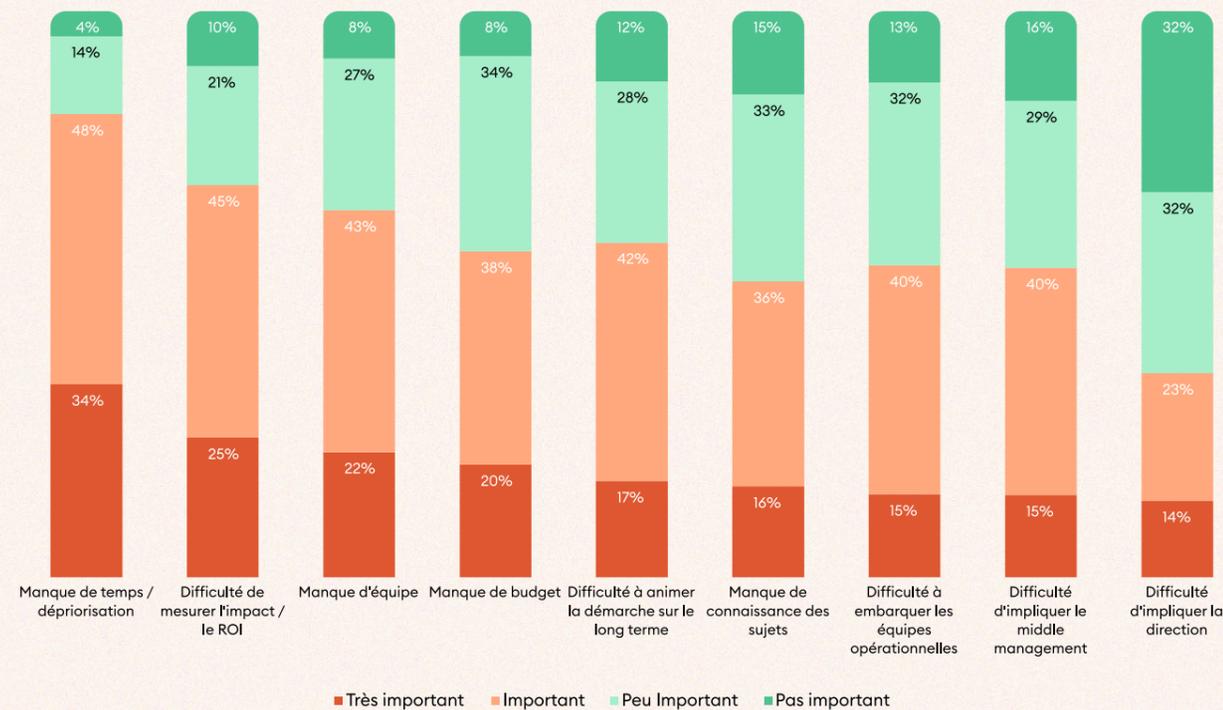


En fonction de leur taille, les entreprises ne s'engagent pas dans des démarches RSE pour les mêmes raisons. Au contraire !

- ✓ La motivation principale des TPE sondées, qui est de **répondre à l'urgence sociale et environnementale**, est l'enjeu qui est le moins important pour les grands groupes. Cela traduit des dynamiques très différentes entre ces types d'entreprises : dans les TPE les plus actives en RSE, ces enjeux font partie intégrante de la mission de l'entreprise ; alors que dans les grands groupes, les sujets RSE, s'ils sont importants, ne sont souvent pas au cœur du modèle de l'entreprise. Au contraire : les plus grandes entreprises font face à une vraie nécessité business d'accélérer leur démarche RSE, via une demande du marché (concurrence et compétitivité), des consommateur-ices et des candidat-es.
- ✓ A nouveau, on observe que lorsque des **obligations légales** existent, elles deviennent une incitation considérable à la mise en place d'actions. Ainsi, les obligations légales sont le 2e vecteur le plus important pour les grands groupes (c'est une motivation « Importante » ou « Très importante » pour 96% des grands groupes interrogés), alors que c'est une question que se posent beaucoup moins les TPE, PME et ETI interrogées, qui sont également moins concernées par ces obligations.
- ✓ Les dynamiques sont très similaires entre **PME et ETI**.

➤ Un manque de ressources toujours prégnant pour les politiques RSE

➔ Principaux freins des politiques RSE



✓ Pour la 2^e année consécutive, c'est le manque de temps qui est le frein principal des acteur·ices de la RSE. Cela souligne un besoin de dédier davantage de ressources humaines à la RSE, mais aussi d'outiller les professionnel·les pour leur permettre d'optimiser leur temps tout en démultipliant leurs actions. Ce manque de ressources est présent dans toutes les entreprises, peu importe leur taille.

82% des entreprises interrogées manquent de temps pour accélérer leur politique RSE.

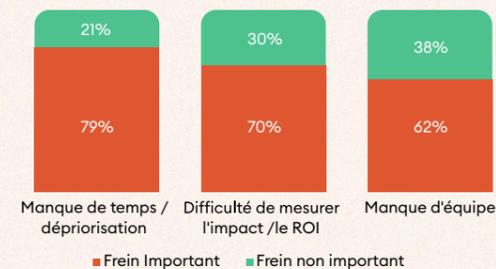
✓ Des outils dédiés peuvent aussi répondre au 2^e frein principal ressenti par les entreprises : **la difficulté à mesurer l'impact des actions menées**. C'est en effet un enjeu crucial des politiques RSE, puisque les effets sur l'entreprise (attractivité, marque employeur...) sont souvent indirects et difficiles à chiffrer.

✓ À l'inverse, **l'implication de la direction n'est pas un frein pour la majorité des entreprises**. Et cette tendance s'accélère : en 2021, c'étaient 55% des entreprises qui n'avaient pas de difficulté à impliquer le Top Management (+9 points). Il semble donc que les dirigeant·es comprennent de plus en plus l'importance de la RSE : c'est une bonne nouvelle car le soutien de la direction est un vecteur important pour pouvoir dédier plus de ressources au sujet !

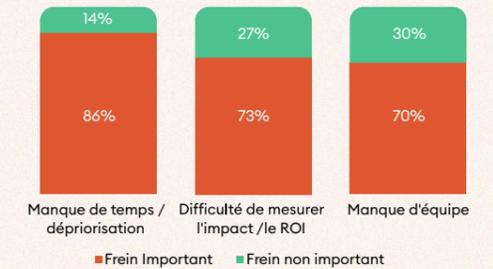
64% des entreprises interrogées estiment que l'implication de la direction n'est pas un frein au déploiement et à l'accélération de leur politique RSE.

➔ Freins des politiques RSE et COMEX

Rattaché au COMEX :

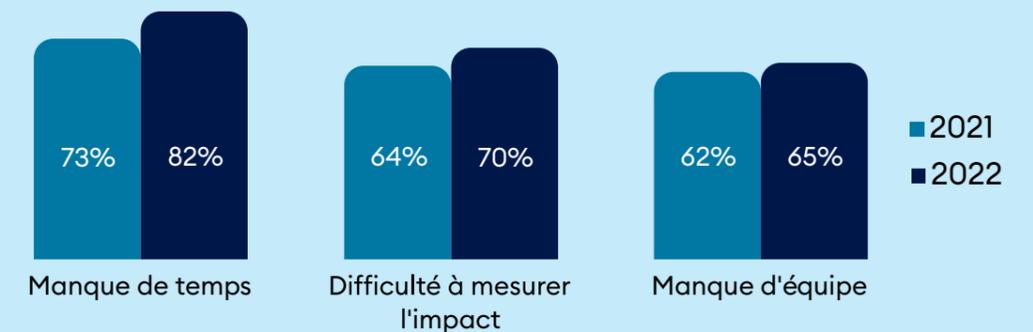


Non rattaché au COMEX :



Une RSE représentée au COMEX est un réel levier pour avoir plus de ressources dédiées au sujet : parmi les entreprises où la RSE n'est pas rattachée COMEX, une part plus importante a des difficultés liées au manque de temps ou d'équipe.

📈 Top 3 des freins des entreprises, comparaison 2021-2022



Les principaux freins au déploiement et à l'accélération de la RSE se font de plus en plus ressentir.

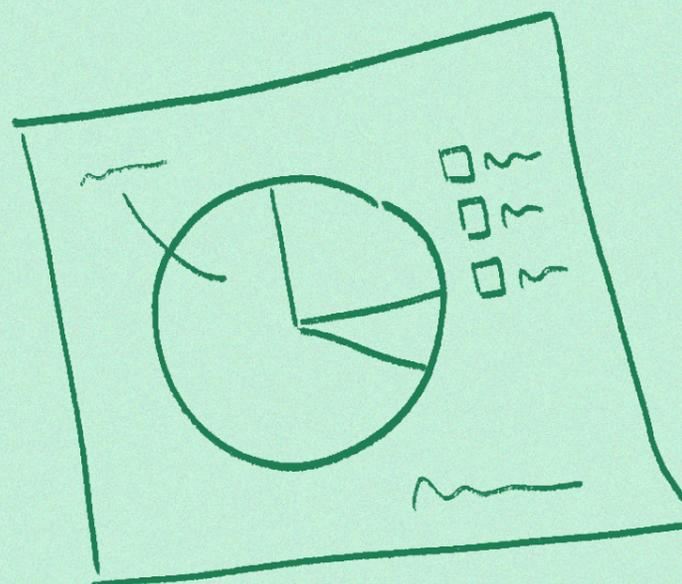
Le manque de temps, notamment, est un frein important ou très important pour 82% des entreprises, soit 9 points de plus qu'en 2021.

5.

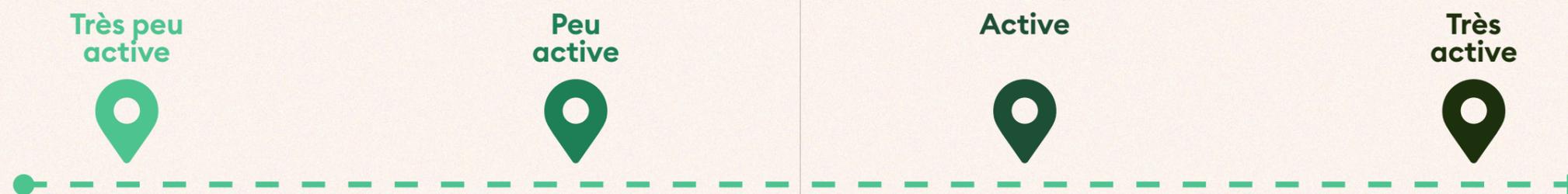
Maturité globale des entreprises en RSE

Les budgets dédiés à la RSE sont-ils un réel accélérateur ? Quelle différences de maturité pour les petites et les grandes équipes RSE ? Regardons de plus près les dynamiques existantes lorsque l'on compare entre elles les entreprises répondantes du Baromètre 2022 de la RSE.

Des stades d'avancement qui diffèrent selon la taille de l'entreprise et les ressources allouées



➤ 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 pouvoir 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 ressources, un réel levier pour accélérer la RSE

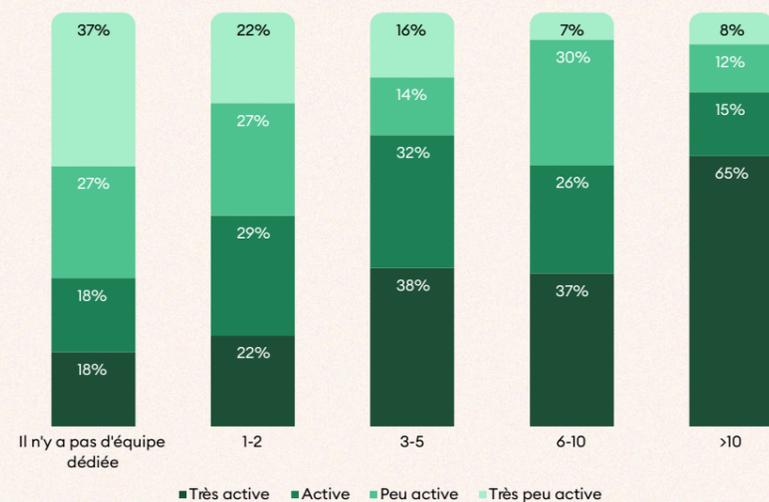
➔ Maturité RSE en fonction de la taille de l'entreprise



✓ **Sans surprise, les plus grandes entreprises** sont celles qui ont mis en place le plus d'actions structurées sur l'ensemble des thématiques RSE. 78% des grands groupes sont ainsi considérés comme "Actifs" ou "Très actifs" sur l'ensemble des sujets RSE.

✓ **Si les petites entreprises sont en moyenne moins matures** sur les sujets RSE, ce n'est pas une fatalité ! Certaines TPE et PME sondées sortent du lot, avec un stade de maturité avancé (44% des TPE sont "Actives" ou "Très actives", et 40% des PME).

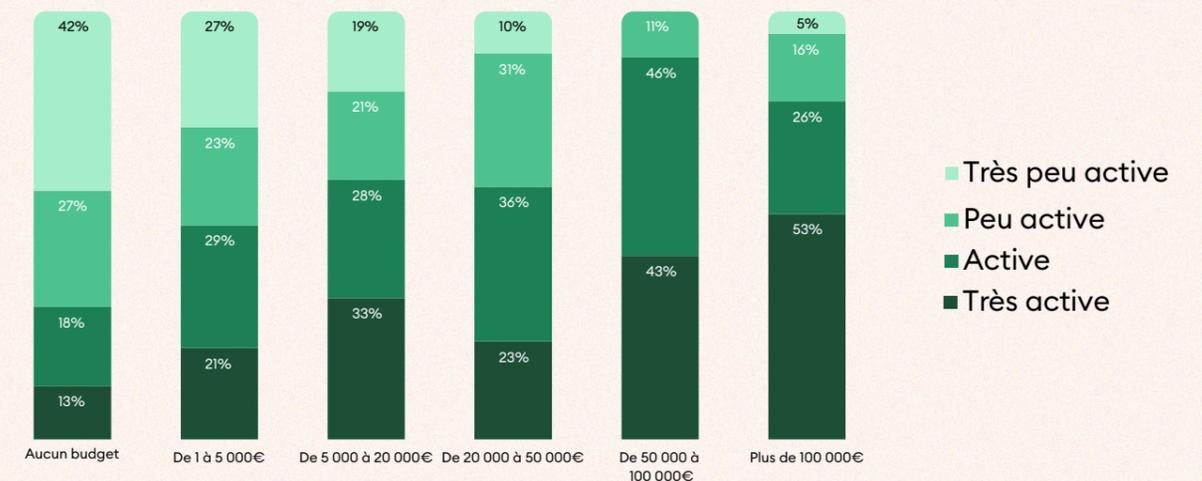
➔ Maturité RSE en fonction de la taille de l'équipe RSE



✓ **C'est indéniable :** dédier des salarié-es à temps plein sur les sujets RSE permet de mettre en place un plus grand nombre d'actions structurées. Au delà du temps-homme que représente le fait d'avoir une équipe RSE dédiée, cela permet aussi de développer une vraie expertise.

✓ **En bref, la RSE est un vrai métier. Même les plus petites équipes RSE permettent de faire significativement accélérer le sujet :** les écarts de maturité entre petites et moyennes équipes sont relatifs. Le plus important est donc avant tout de dédier un-e premier-e salarié-e au sujet : cela permet de lancer une dynamique et de structurer les projets et les actions à mener.

➔ Maturité RSE en fonction des budgets RSE



✓ **Les budgets RSE permettent** nécessairement aux entreprises de mettre en place plus d'actions et de structurer leur démarche. Mais il est possible d'arriver à un fort niveau de maturité avec peu (ou pas) de budget ! On voit par exemple que près d'un tiers des entreprises n'ayant pas de budget dédié au sujet sont "Actives" ou "Très actives", et que 50% des entreprises dédiant entre 1 et 5 000€ par an de budget sont "Actives" ou "Très actives".

✓ **Au delà de 50 000€ de budget RSE,** les écarts se creusent. Ce palier semble propice à une accélération significative des dynamiques RSE, en mettant en place une plus grande diversité d'actions et en structurant sa démarche.



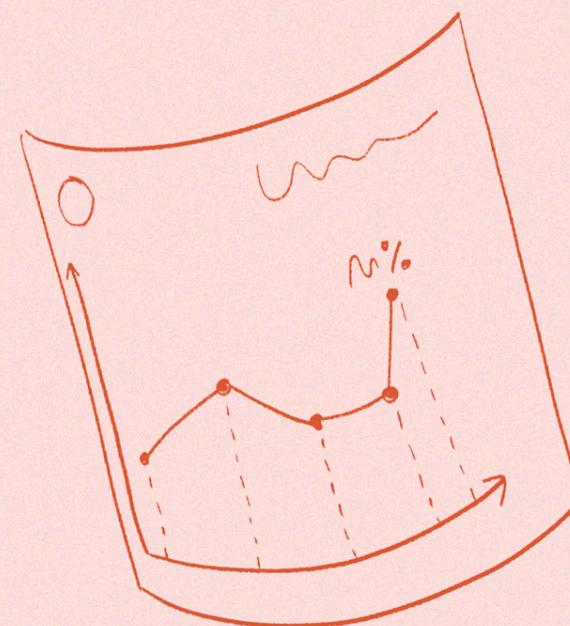
Quelle que soit la thématique (Sensibilisation, Environnement, Social ou Sociétal), ces dynamiques sont très similaires.

6.

La sensibilisation des salarié·es

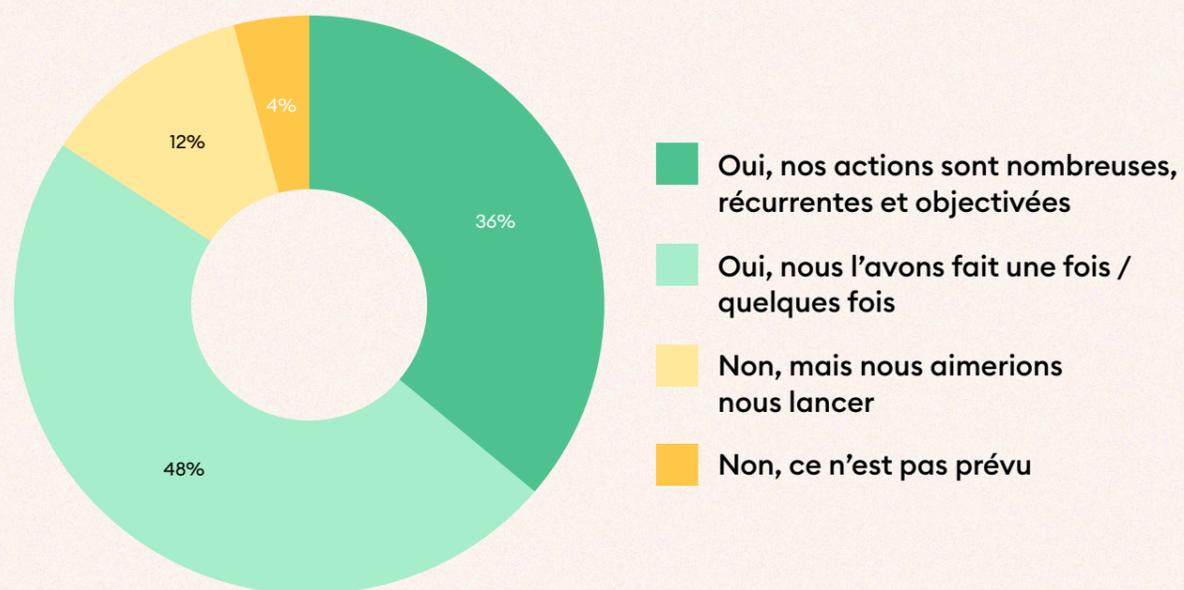
Fresques, jeux, challenges, événements... Les façons de sensibiliser ses salarié·es autour des enjeux sociaux et environnementaux sont diverses. Aujourd'hui, ces pratiques sont-elles intégrées dans les politiques RSE des entreprises ? Quelles thématiques privilégient-elles ? Découvrons ensemble comment les entreprises sensibilisent leurs salarié·es en 2022 !

Une grande majorité d'entreprises sensibilisent leurs salarié·es aux enjeux environnementaux



➤ 84% des entreprises sensibilisent leurs salarié·es aux enjeux sociaux et/ou environnementaux

➔ Part d'entreprises ayant mis en place des actions de sensibilisation



Les entreprises sensibilisent massivement leurs salarié·es !
84% des entreprises interrogées mènent des actions de sensibilisation auprès de leurs équipes, et plus d'une entreprise sur trois a structuré sa démarche de sensibilisation.

➔ La sensibilisation apparaît donc comme un enjeu clé des politiques RSE.

➔ Actions de sensibilisation en fonction de la taille de l'entreprise

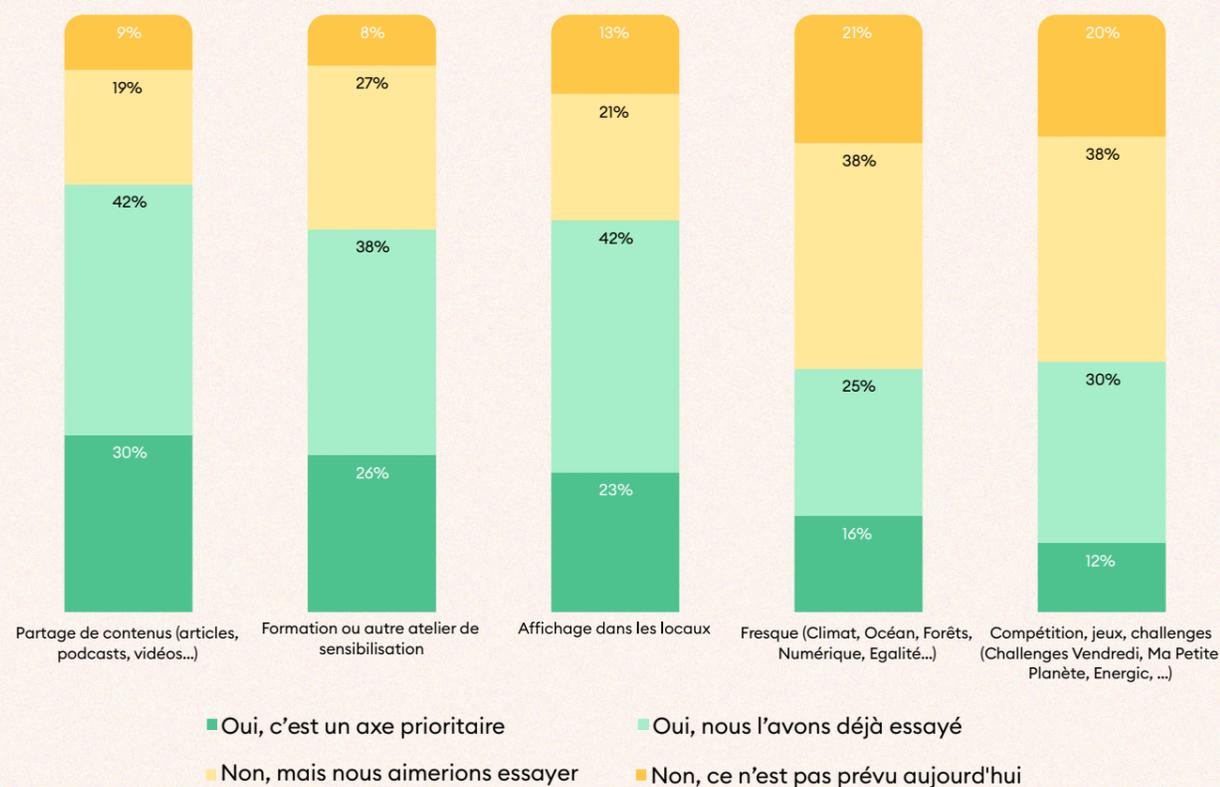


Quelles que soient leur taille, la grande majorité des entreprises mène des actions de sensibilisation. On note même que **100% des grands groupes sensibilisent leurs salarié·es.**

➔ La sensibilisation, c'est pour toutes les entreprises !

➤ Des formats de sensibilisation majoritairement classiques, mais un potentiel des Fresques et jeux

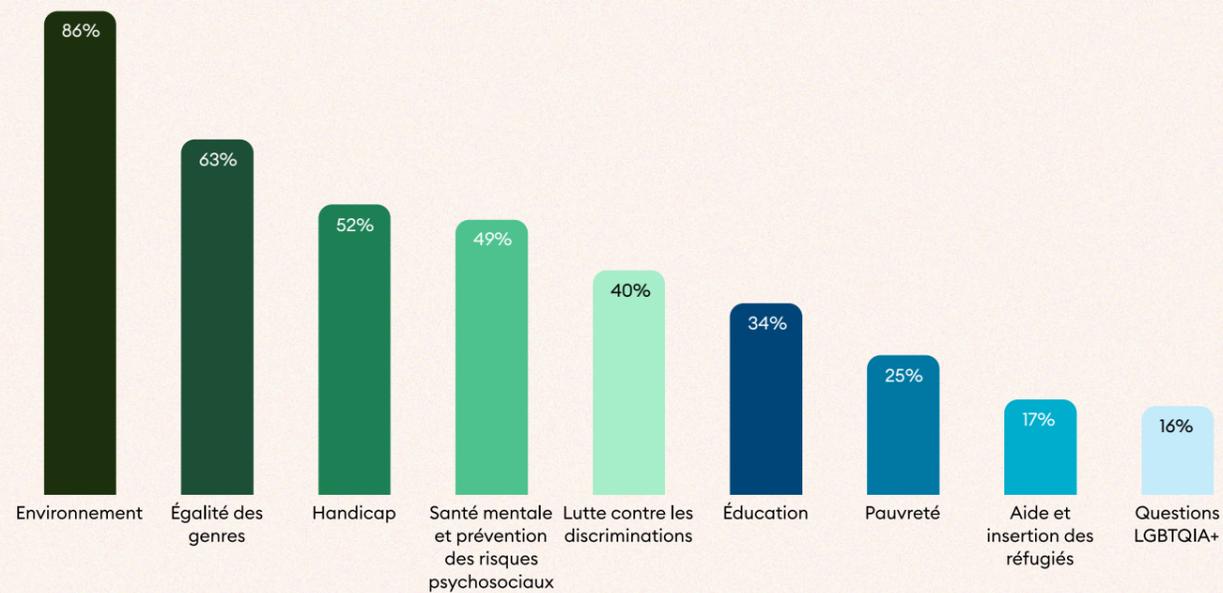
➔ Types d'actions de sensibilisation mises en place



- ✓ C'est principalement en partageant du contenu que les entreprises sensibilisent leurs salarié·es : près de 3 entreprises sur 4 ont recours à cette pratique. Ce n'est pourtant pas la façon la plus simple de sensibiliser ses équipes, puisque cela nécessite une sélection du contenu et du travail d'animation de la démarche (quand envoyer ? sur quel canal ? quelle récurrence ? etc...).
- ✓ 64% des entreprises organisent par ailleurs des **formations ou ateliers divers** : cela soulève l'importance des intervenant·es externes pour sensibiliser ses équipes, mais aussi d'avoir des temps dédiés et banalisés pour la sensibilisation.
- ✓ À l'ère du retour au présentiel pour de nombreuses entreprises, **l'affichage dans les locaux est aussi courant** : 65% des entreprises la pratiquent. L'affichage a l'avantage d'être disponible pour tous·tes les salarié·es, et est aussi un bon vecteur de sensibilisation pour les populations de terrain qui n'ont pas toujours accès à un ordinateur.
- ✓ Si **les Fresques et les Challenges** ne se sont pas encore développés dans une majorité d'entreprises, on voit que plus d'une entreprise sur trois souhaite les essayer. Ces nouveaux formats de sensibilisation vont-ils détrôner les méthodes plus traditionnelles dans les prochaines années ?

➤ L'environnement : thématique largement prioritaire de sensibilisation des salarié·es

➔ Thématiques de sensibilisation des équipes



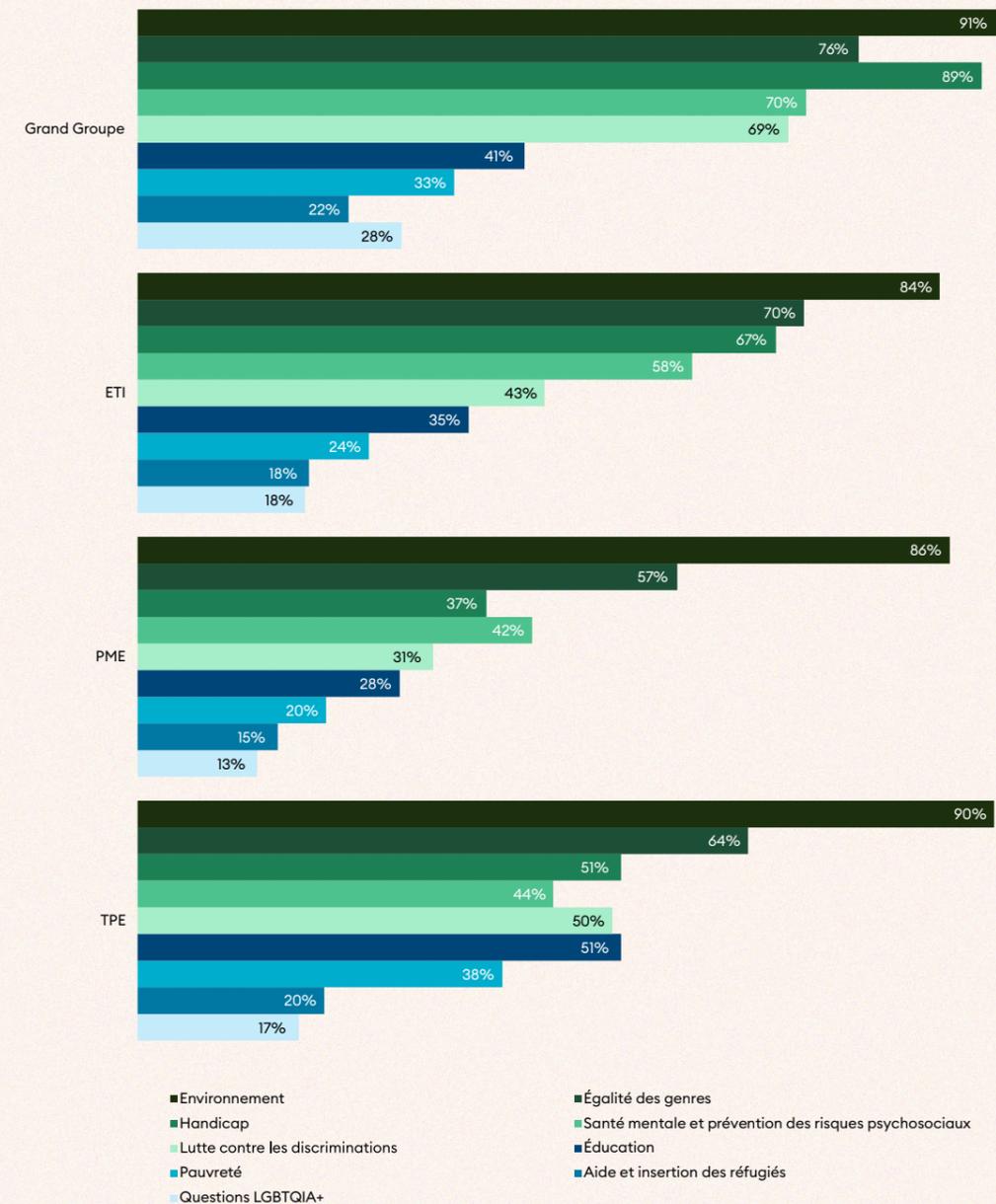
✓ L'environnement est la thématique la plus plébiscitée par les entreprises. Reste à savoir d'où provient cette volonté : une envie des départements RSE et de la direction de prioriser ce sujet, ou une demande des salarié·es ?

✓ A l'inverse, 2 thématiques se distinguent par leur absence dans les politiques de sensibilisation : l'aide et l'insertion des réfugié·es et les questions LGBTQIA+. Ces sujets, qui ne font pas l'unanimité dans la scène médiatique et le débat public, peuvent être défavorisés à cause de leur portée "politique". Pourtant, c'est justement par la sensibilisation que les sujets polémiques deviennent largement acceptés ; tout comme l'est aujourd'hui l'environnement.



86% des entreprises interrogées ont déjà sensibilisé leurs salarié·es à l'environnement.

➔ Thématiques de sensibilisation par taille d'entreprises



✓ **Sur l'environnement, il n'y a pas de débat** : c'est le sujet le plus abordé en entreprise. Il revient largement en tête pour l'ensemble des entreprises interrogées, quelle que soit leur taille et leur maturité RSE.

✓ Du côté des plus grandes entreprises, d'autres thématiques comme le handicap ou l'égalité des genres sont très souvent abordées.

7.

La RSE et les enjeux environnementaux

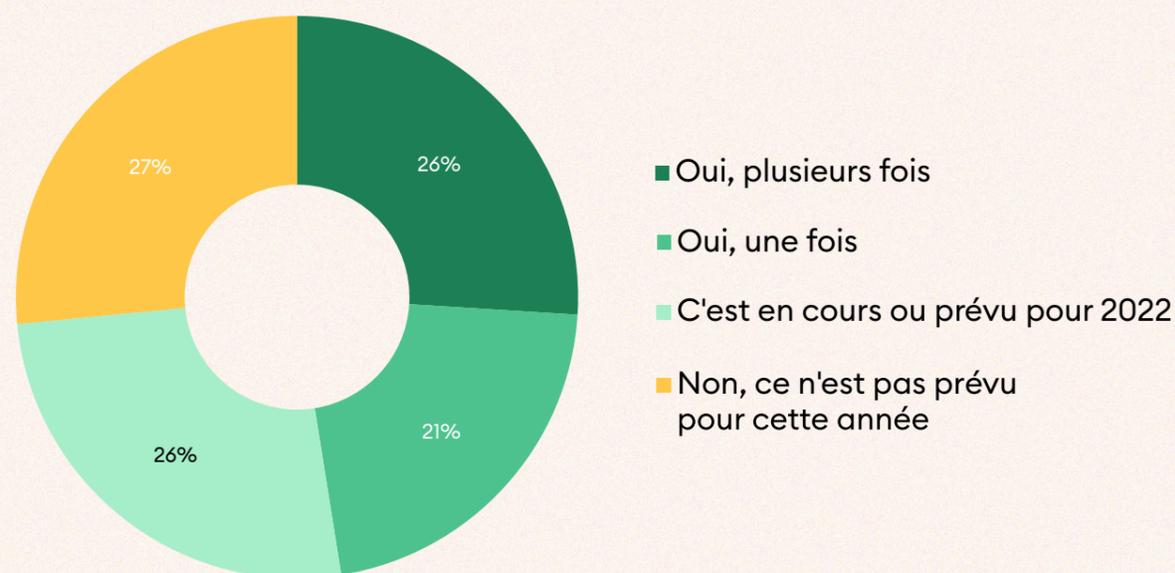
*Bilan carbone, mobilité durable, achats responsables...
Les thématiques environnementales sont aujourd'hui au cœur des politiques RSE des entreprises. Mais concrètement, quelles actions sont mises en place autour de l'empreinte environnementale ? Quelles thématiques sont les plus plébiscitées ? Quels types d'entreprises s'engagent le plus pour sur le climat ? Décortiquons ensemble les liens entre RSE et environnement !*

Toutes les entreprises s'engagent pour l'environnement, peu importe leur taille !



➤ Le bilan carbone, un essentiel des pratiques RSE

➔ Part d'entreprises ayant réalisé leur bilan carbone



Le bilan carbone, c'est la première étape essentielle pour réduire efficacement ses émissions de gaz à effet de serre (GES).

➔ La bonne nouvelle, c'est que cette pratique devient un incontournable des démarches environnementales des entreprises sondées !

- ✓ 47% des entreprises interrogées ont déjà réalisé leur bilan carbone au moins une fois, et près de 3 entreprises sur 4 (73%) l'auront réalisé au moins une fois à la fin de l'année 2022.
- ✓ Néanmoins, on peut noter que **ces chiffres n'ont pas évolué depuis 2021**, où 47% des entreprises interrogées avaient aussi déjà réalisé leur bilan carbone.

➔ Part d'entreprises ayant réalisé leur bilan carbone, par taille d'entreprises



Toutes les entreprises ne sont pas aussi avancées sur la question du bilan carbone : des disparités importantes existent en fonction de la taille de l'entreprise.

- ✓ La majorité des TPE (58%) n'ont pas prévu de réaliser leur bilan carbone sur l'année 2022, alors qu'aucun grand groupe n'est dans ce cas.
- ✓ Plus l'entreprise est grande, plus la part d'entreprises ayant réalisé des bilans de façon récurrente est importante.

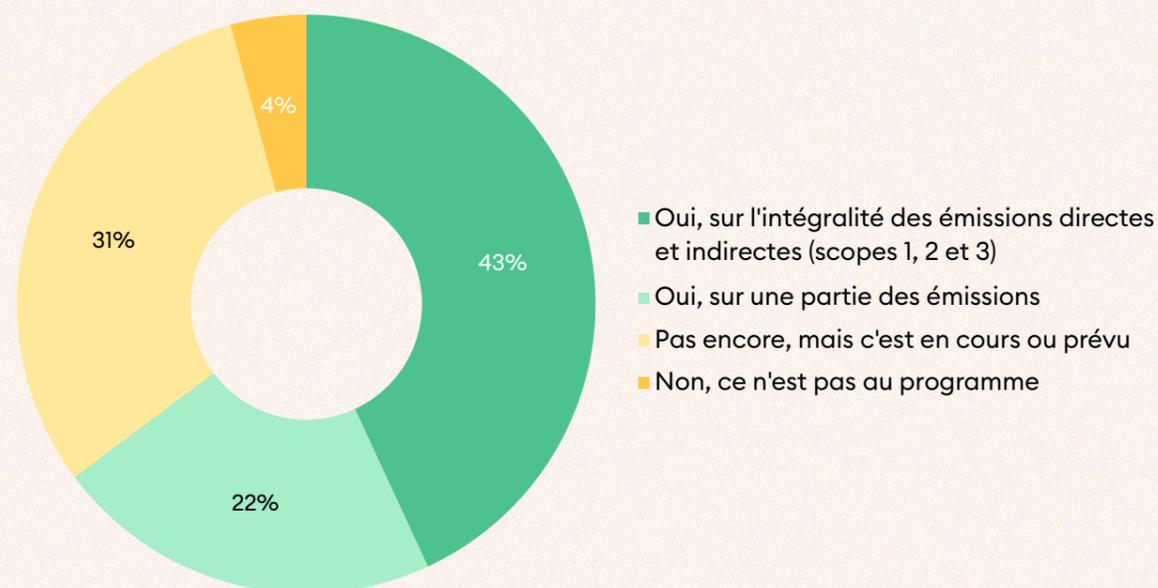
📁 Obligations légales : vecteur de passage à l'action ?

Ces résultats ne sont pas dus au hasard ! En effet, toutes les entreprises de plus de 500 salarié-es (250 en outre-mer) doivent fournir à l'ADEME un bilan de leurs émissions de GES tous les 4 ans. Cette obligation légale **est un vecteur de passage à l'action très important**, à la fois directement pour les entreprises touchées par la réglementation (ETI et grands groupes), mais aussi indirectement sur les plus petites entreprises par effet d'avalanche réglementaire.

En effet, les grandes entreprises ont besoin du bilan carbone de tous leurs fournisseurs pour préciser le leur, et privilégient donc les partenaires en ayant déjà réalisé un : les plus petites entreprises sont ainsi indirectement forcées de s'y mettre pour tisser des partenariats avec des grandes entreprises.

➤ Mesurer pour réduire, une logique comprise par les entreprises sondées

➔ Proportion d'entreprises s'étant fixé des objectifs de réduction de GES



Se fixer des objectifs de réduction de ses émissions semble aller de soi pour les entreprises qui ont mesuré leurs émissions.

Seuls 4% des entreprises sondées ayant mesuré leur empreinte carbone n'ont pas prévu d'objectifs de réduction.

C'est une bonne nouvelle !

➔ Proportion d'entreprises s'étant fixé des objectifs de réduction de GES, par taille d'entreprises

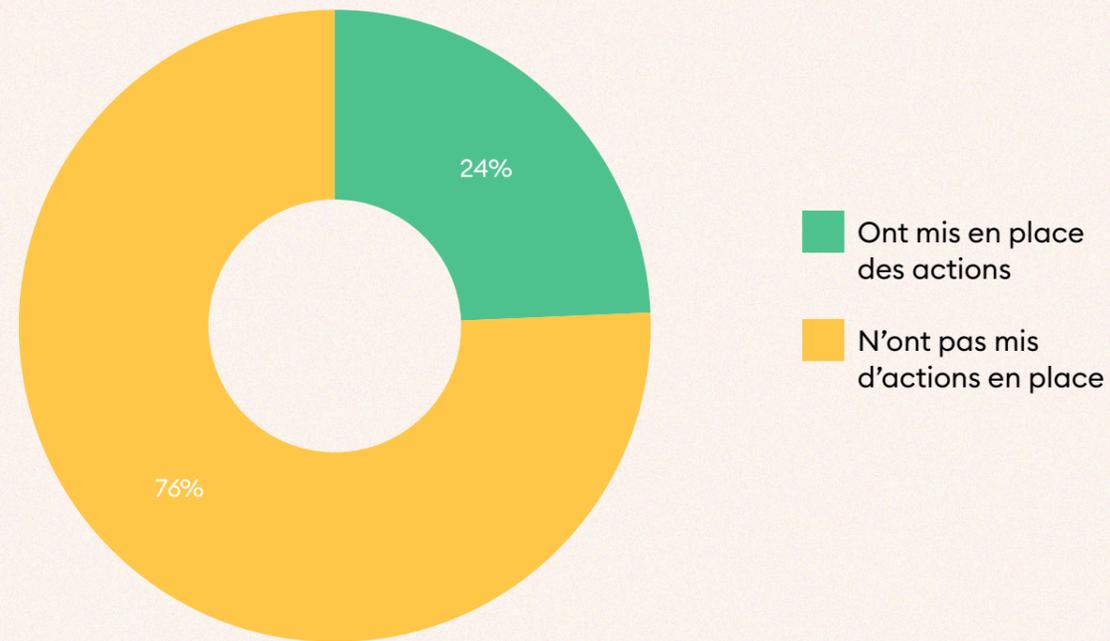


✓ De nouveau, **des disparités existent entre petites et grandes entreprises** : 74% des grands groupes se sont fixés des objectifs de réduction des émissions directes et indirectes (scope 1, 2 et 3) contre seulement autour de 40% pour les TPE, PME et ETI répondantes.

✓ Là aussi, le **contexte juridique** y est pour quelque chose. Toutes les entreprises de plus de 500 salarié-es (seuil ramené à 250 en outre-mer) doivent établir un "plan de transition pour réduire leurs émissions". Les grands groupes interrogés semblent respecter cette obligation. Notons néanmoins que ce plan de transition obligatoire n'implique pas de définir une trajectoire, encore moins une trajectoire ambitieuse et alignée avec la science.

➤ Les entreprises souhaitent réduire, mais contribuent encore peu

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



La contribution carbone n'est pas (encore) un sujet qui est entré dans les pratiques courantes des entreprises sondées : seule 1 sur 4 mène des actions sur le sujet.

🌿 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 à partir de janvier 2023).

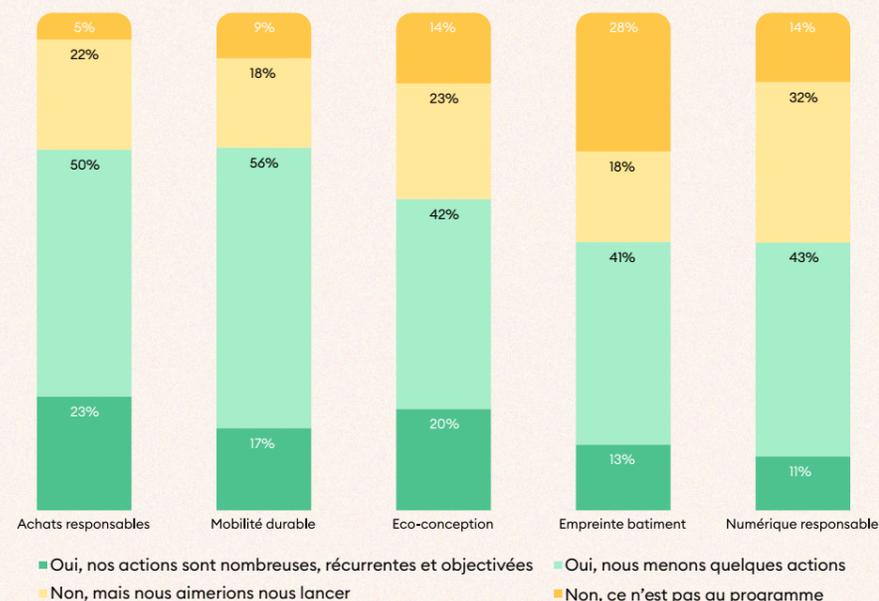
➔ Proportion d'entreprises ayant mis en place des actions de contribution carbone, par taille d'entreprises



Ce sont à nouveau les **grands groupes** qui s'engagent le plus sur le sujet : près de 50% d'entre eux mettent en place des actions de contribution carbone, contre 29% des ETI, et 20% des PME 19% des TPE.

➤ Les achats responsables, la thématique environnementale n°1 des entreprises

➔ Proportion d'entreprises agissant sur les différents sujets environnementaux



✓ **Les achats responsables est la thématique sur laquelle les entreprises sondées s'engagent le plus** : 73% des entreprises interrogées mènent des actions sur le sujet, parmi lesquelles 23% mènent une démarche structurée. C'est également un sujet en vogue parmi l'échantillon : seules 5% des entreprises répondantes n'ont pas encore prévu de traiter ce sujet. Cette tendance est logique, puisque les achats responsables concernent toutes les entreprises, quelles que soient leur taille ou leur activité. Ce résultat est aussi à mettre en lien direct avec la nécessité de nombreuses entreprises à réaliser un bilan carbone (voir ci-dessus).

✓ Les entreprises s'engagent également pour la **mobilité durable** : près d'une entreprise interrogée sur 4 met en place des actions sur le sujet.

✓ A l'inverse, le sujet du **numérique responsable** est moins traité par les entreprises (46% ne s'engagent pas encore sur le sujet), mais c'est aussi **la thématique qui a le plus le vent en poupe** : près d'1/3 des entreprises interrogées ont envie de lancer une démarche de numérique responsable.



Des actions... pour quel réel impact ?

Les champs d'actions prioritaires des entreprises sont bel et bien des sujets qui permettent de réduire leur impact efficacement.

➤ La politique d'**achats responsables**, qui est le sujet dont les entreprises interrogées s'emparent le plus, a un double bénéfice. Choisir des fournisseurs qui mesurent leur impact permet :

- De préciser son propre bilan carbone en y détaillant les émissions liées à l'utilisation de ces produits ou services
- De baisser ses propres émissions en choisissant des fournisseurs moins émetteurs en carbone

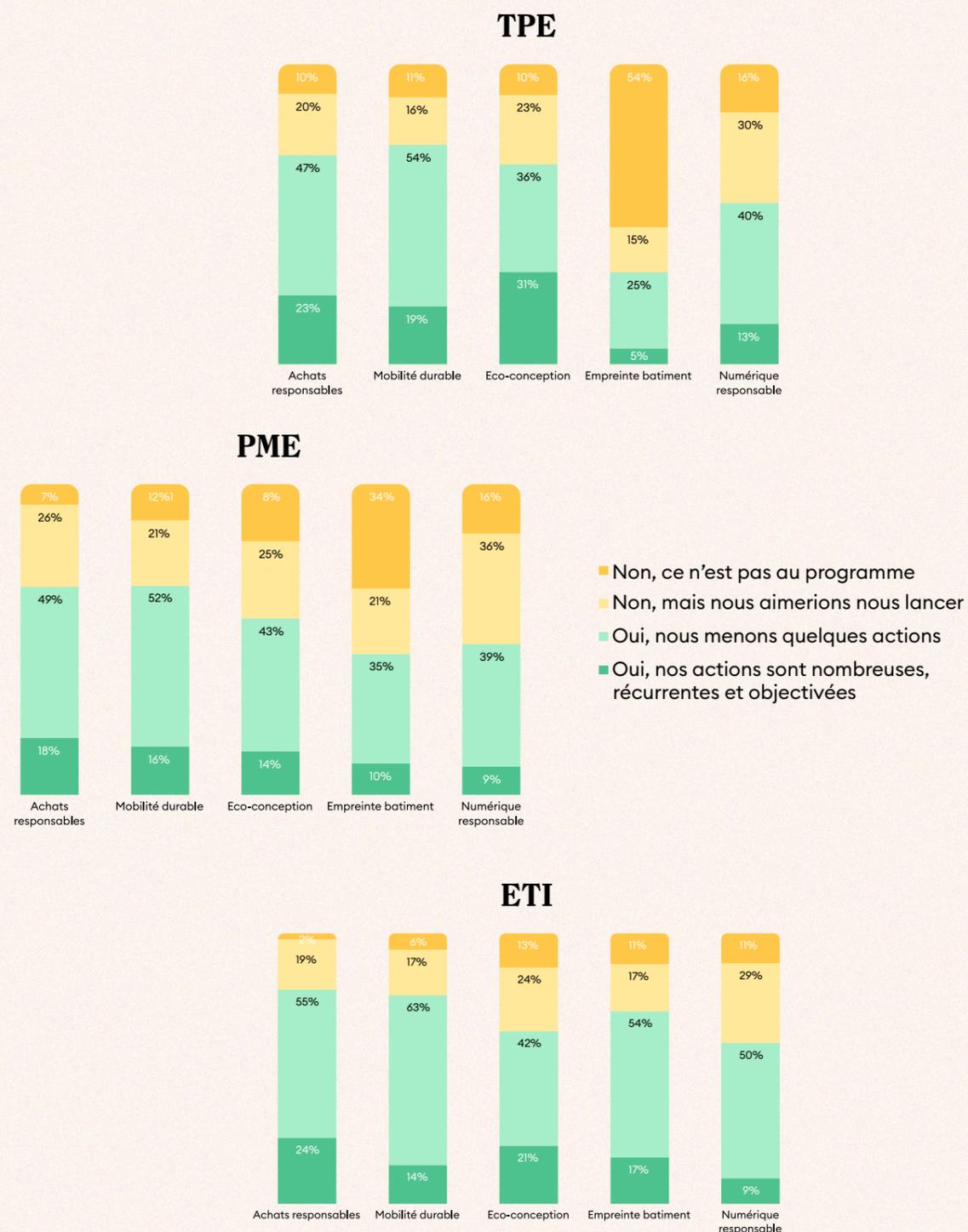
➤ Les actions autour de la **mobilité durable** peuvent également avoir un impact important, puisqu'elles peuvent concerner toutes les entreprises, et peuvent représenter une part importante du bilan carbone global.

➤ **L'éco-conception**, également, porte souvent une part non négligeable du potentiel de réduction de son impact puisqu'elle peut permettre de décarboner les produits ou services que l'on vend. C'est par ailleurs une démarche complexe, puisqu'elle demande de mobiliser toutes les équipes et de repenser son savoir-faire pour faire mieux et/ou moins.

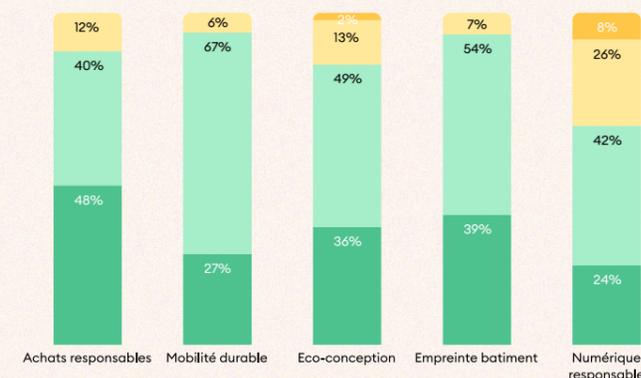
➤ **Le numérique responsable**, enfin, arrive en dernière position ; mais c'est aussi une démarche qui porte un plus faible potentiel d'impact. En effet, le numérique représente généralement un faible pourcentage des émissions globales de l'entreprise, et est bien souvent difficile à réduire.

➤ Toutes les entreprises s'engagent pour l'environnement, peu importe leur taille

➔ Actions environnementales par taille d'entreprises



Grands groupes



Une grande majorité d'entreprises de l'échantillon s'engage pour l'environnement. Et ce, quelle que soit leur taille !

- ✓ Si les grands groupes sont les entreprises les plus avancées dans la structuration de leurs actions liées à l'environnement, les TPE, PME et ETI sondées ne sont pas en reste : **sur la plupart des thématiques, la majorité des entreprises interrogées mène des actions.**
- ✓ En plus des achats responsables, **la mobilité durable est une thématique qui mobilise toutes les entreprises, peu importe leur taille.**
- ✓ **L'éco-conception**, quant à elle, est un sujet particulièrement présent dans les TPE et dans les grands groupes !
- ✓ **L'empreinte bâtiment est le champ d'action où il existe la plus grande disparité** entre les différentes tailles d'entreprise : les TPE ne s'emparent que très peu du sujet (ce n'est pas au programme pour 54% d'entre elles), alors que près de 40% des grands groupes ont structuré une démarche sur le sujet. Ce résultat est logique, étant donné que les plus petites entreprises sont plus rarement propriétaires de leurs locaux, et ont donc moins de marge de manoeuvre sur ce sujet.

8.

La RSE et les enjeux sociaux

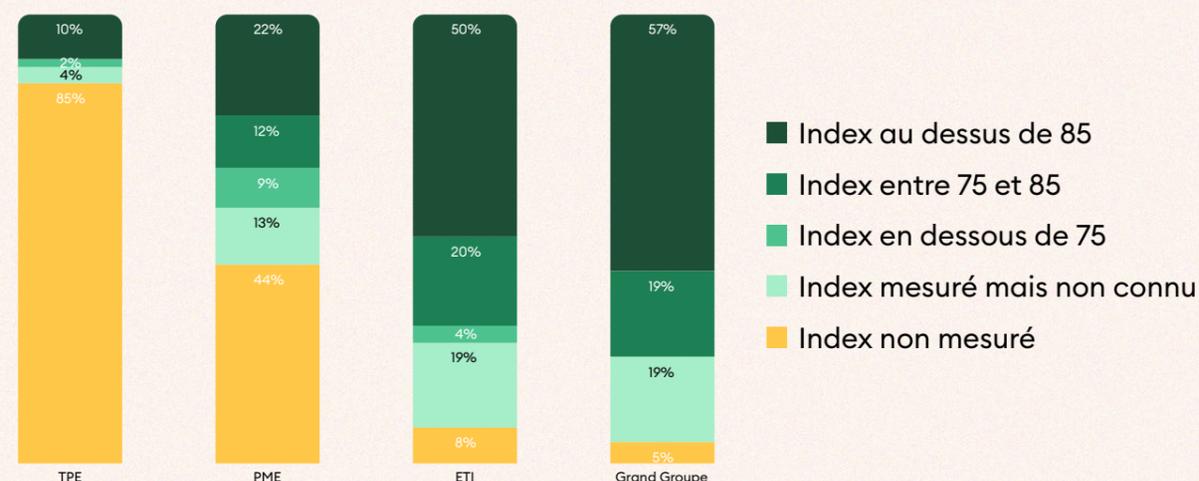
Parité et égalité professionnelle, diversité et inclusion, risques psychosociaux et santé mentale... La RSE joue un rôle clé dans les politiques sociales des entreprises et le bien-être des salarié-es et leur qualité de vie au travail. Mais concrètement, quelles actions sont mises en place ? Quels types d'entreprises agissent le plus ? Quel rôle pour les obligations légales ? Découvrons ensemble comment les entreprises s'engagent autour des enjeux sociaux internes.

Les grandes entreprises, toujours pionnières sur les actions sociales internes

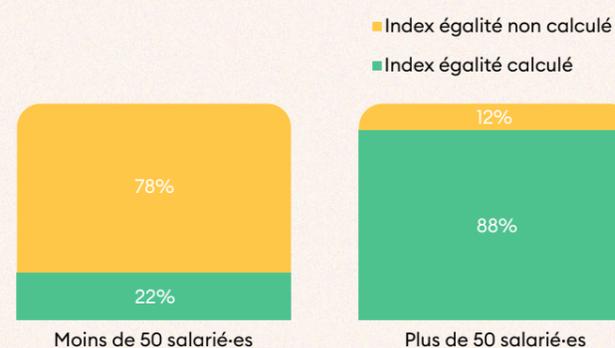


➤ L'index égalité, indicateur clé des politiques sociales

➔ Index égalité par taille d'entreprises



➔ Index égalité et législation

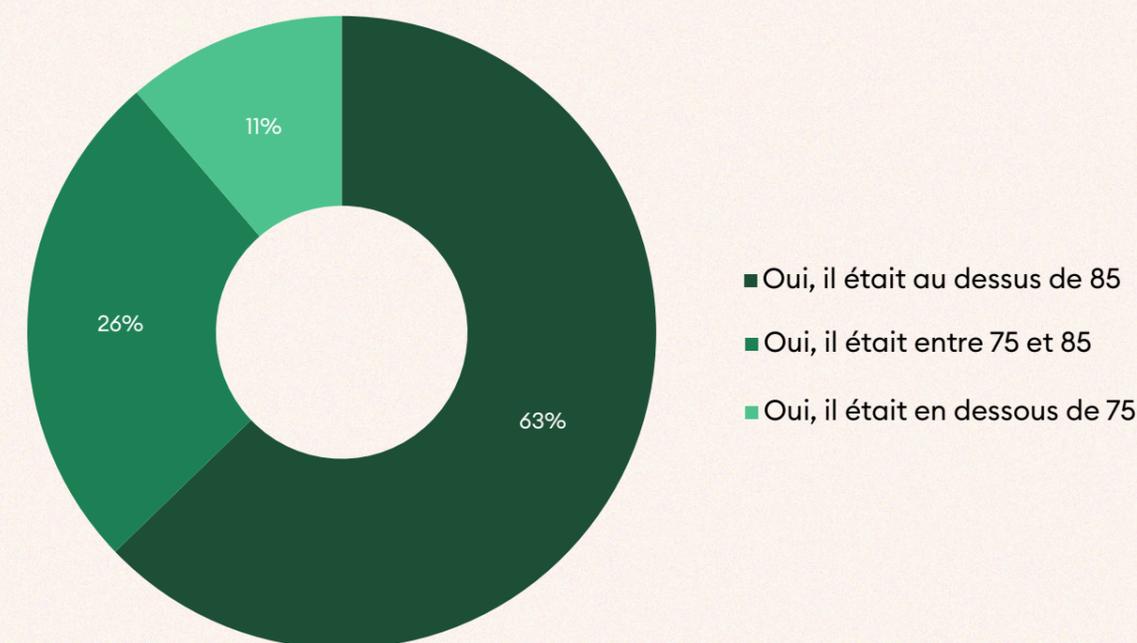


63% des entreprises ont mesuré leur index égalité.

✓ Au global, une majorité d'entreprises interrogées ont déjà mesuré leur index égalité. Mais des **différences importantes** sont présentes en fonction de la taille des entreprises interrogées.

✓ Une nouvelle fois, ces résultats peuvent être mis en parallèle avec le **cadre légal** : le calcul de l'index égalité est obligatoire pour toute entreprise de plus de 50 salarié-es. Lorsque l'on prend en compte ce découpage, on voit que la plupart des entreprises concernées par cette loi la respectent : seulement 12% n'ont pas calculé leur index. A l'inverse, 22% des entreprises n'étant pas (encore) soumises à l'obligation légale ont déjà franchi le pas : cela montre que la loi n'est pas l'unique motivation des entreprises pour s'engager.

➔ Score des index égalité des entreprises répondantes



Les résultats des Index Egalité des entreprises interrogées sont dans l'ensemble bons, mais **des progrès restent à faire pour une partie d'entre elles** : plus d'une entreprise sur trois n'a pas obtenu un score suffisant.

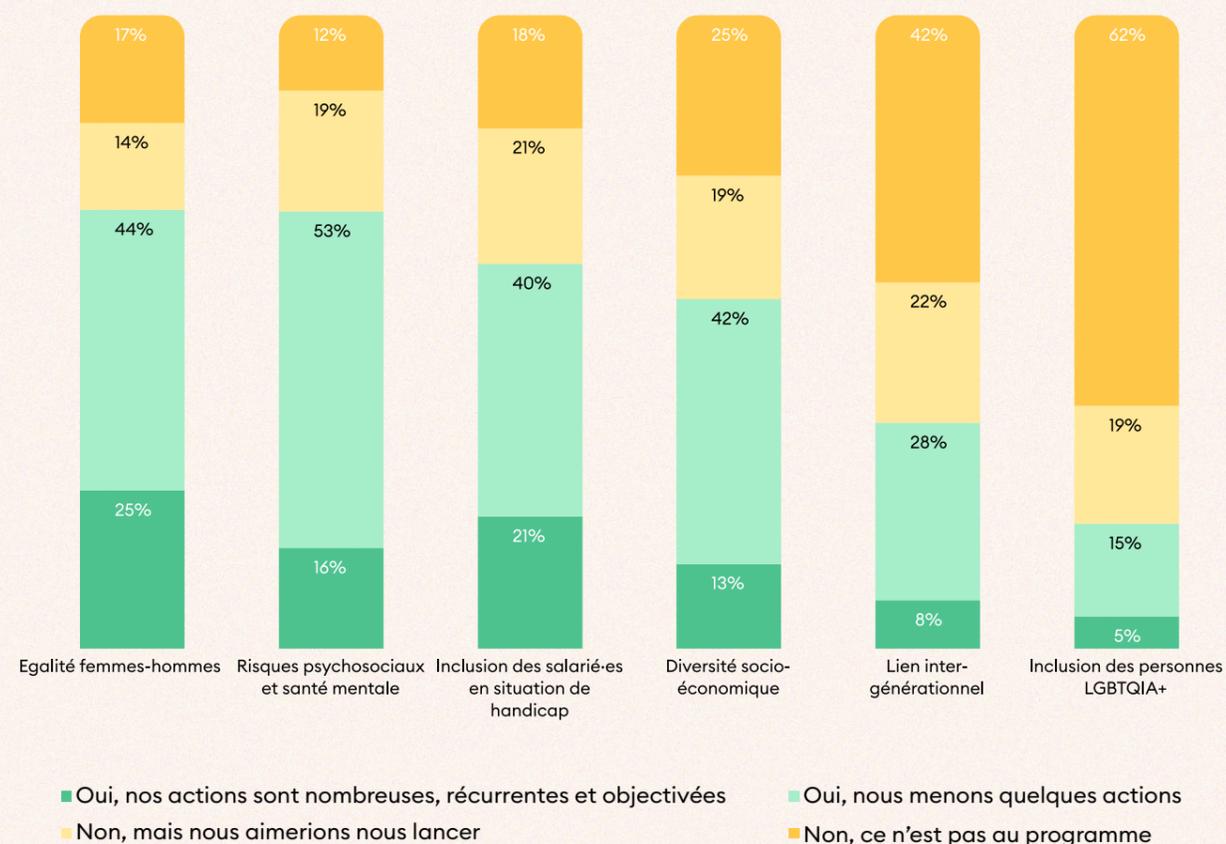
♀ Index égalité : qu'est-ce que c'est et que dit la loi ?

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 salariées augmentées 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.

➤ L'égalité femmes-hommes, sujet prioritaire des politiques sociales

➔ Proportion d'entreprises agissant sur les différents sujet sociaux



✓ Pour la 2^e année consécutive, **c'est l'égalité femmes-hommes qui revient comme le sujet le plus traité par les entreprises sur les aspects sociaux**. Le chiffre est néanmoins en léger recul depuis 2021 : 69% des entreprises interrogées mettent en place des actions sur le sujet en 2022, contre 84% l'année dernière.

✓ Le **cadre légal**, qui encadre les politiques liées à l'égalité femmes-hommes, aux risques psycho-sociaux et au handicap, explique que ces 3 sujets soient les plus traités par les entreprises répondantes.

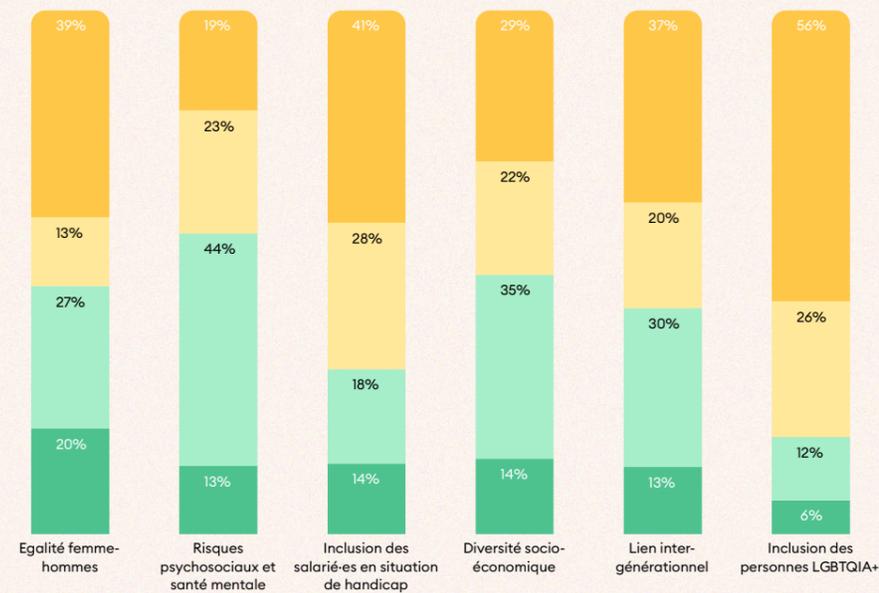
✓ A l'inverse, **les causes LGBTQIA+ reviennent cette année encore en dernière position** : 80% des entreprises interrogées n'agissent pas sur le sujet (contre 70% en 2021).

Les grandes entreprises, beaucoup plus avancées sur les enjeux sociaux

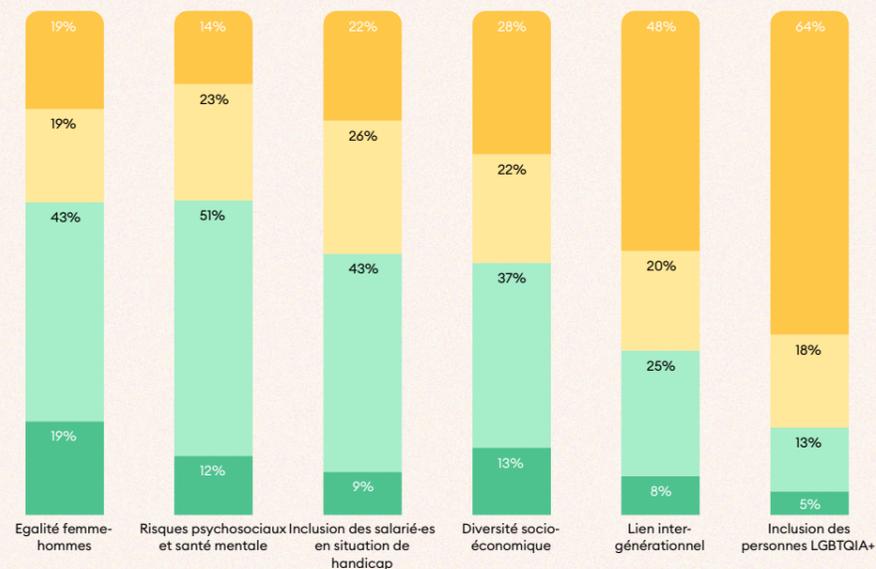
→ Actions sociales en fonction de la taille de l'entreprise

- Non, ce n'est pas au programme
- Non, mais nous aimerions nous lancer
- Oui, nous menons quelques actions
- Oui, nos actions sont nombreuses, récurrentes et objectivées

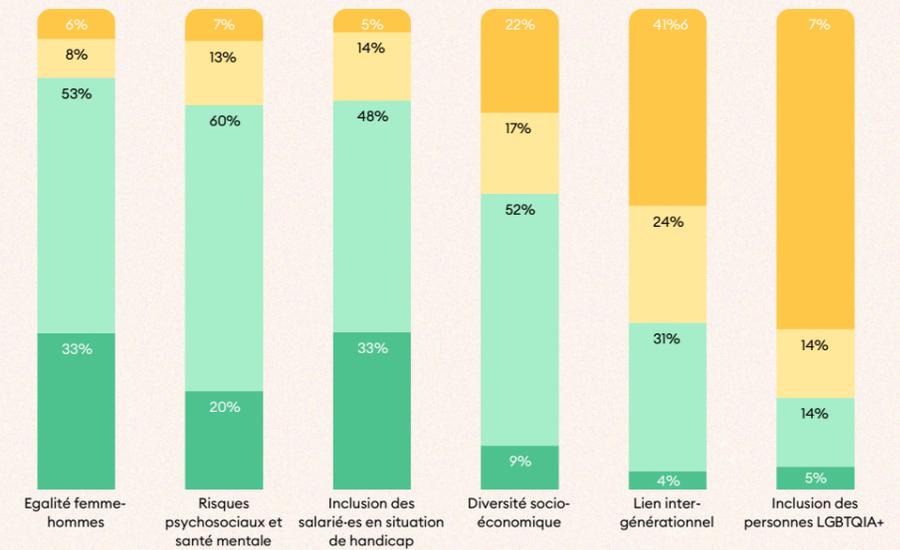
TPE



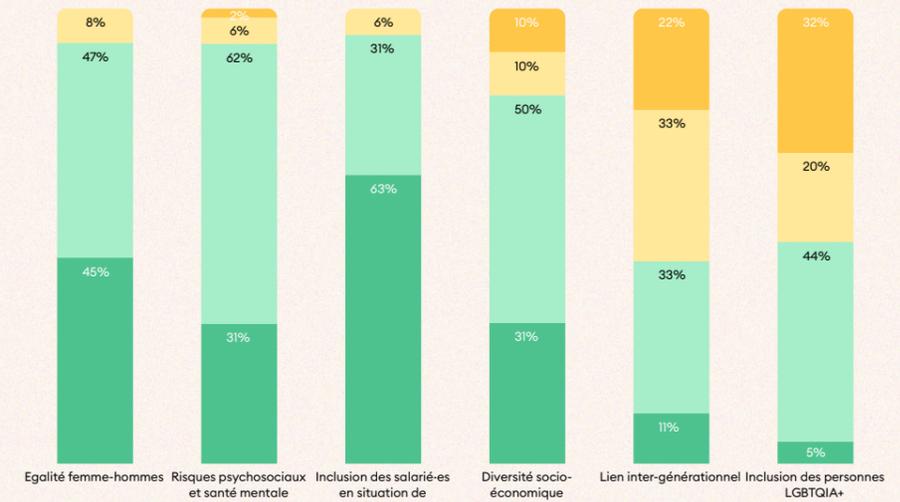
PME



ETI



Grands groupes

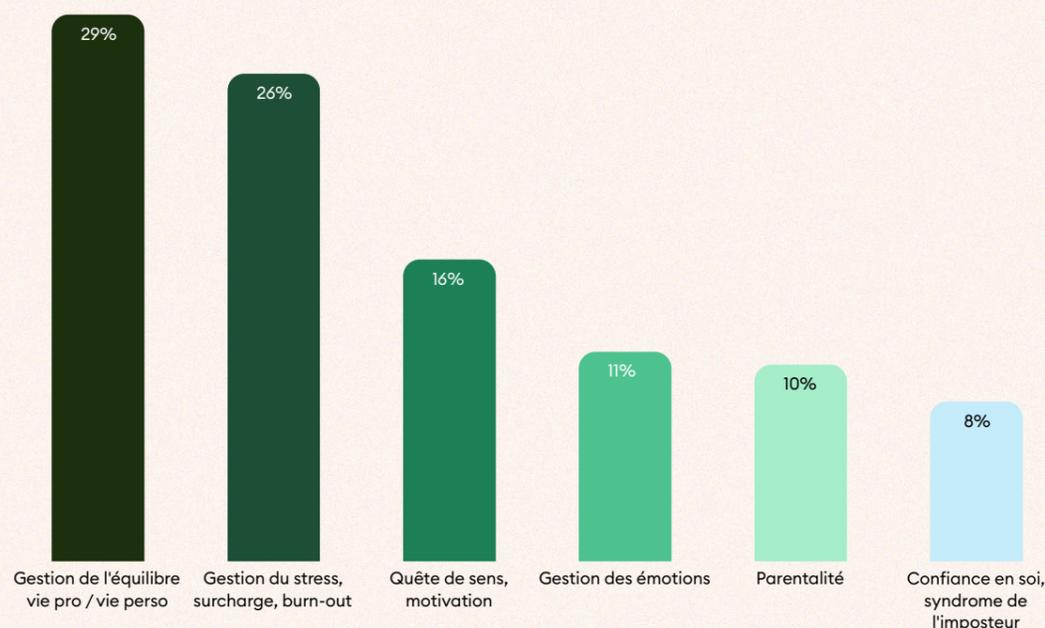


Les enjeux sociaux sont traités de façon plus disparates que les sujets environnementaux.

Les grandes entreprises ont des politiques sociales plus exhaustives et structurées, poussées par certaines obligations légales mais aussi par une volonté d'agir, alors que les petites entreprises, et notamment les TPE sondées, sont encore relativement peu actives sur l'ensemble des thématiques.

➤ Les actions liées à la santé mentale, principalement liées à l'équilibre de vie et au stress

➔ Thématiques dont s'emparent les entreprises sur les sujets de santé mentale



La gestion de la vie pro / vie perso et du stress et de la surcharge de travail sont les deux sujets qui reviennent le plus dans les entreprises qui abordent les thématiques de santé mentale avec leurs salarié-es.

Ces résultats peuvent s'expliquer de plusieurs façons :

- ✓ Les entreprises priorisent les sujets directement liés à l'activité et au business, au détriment d'autres sujets de santé mentale tels que la gestion des émotions ou la confiance en soi.
- ✓ Le contexte actuel pousse les entreprises à s'intéresser particulièrement à ces sujets : **l'actualité anxigène** (Covid, guerres, urgence sociale et environnementale) nécessite de s'intéresser au stress des salarié-es ; **le télétravail plus répandu** qu'avant nécessite de mettre en place des actions autour de l'équilibre pro / perso.



Les sujets du stress et de l'équilibre pro/perso, une bonne première étape pour commencer à agir sur la santé mentale des salarié-es

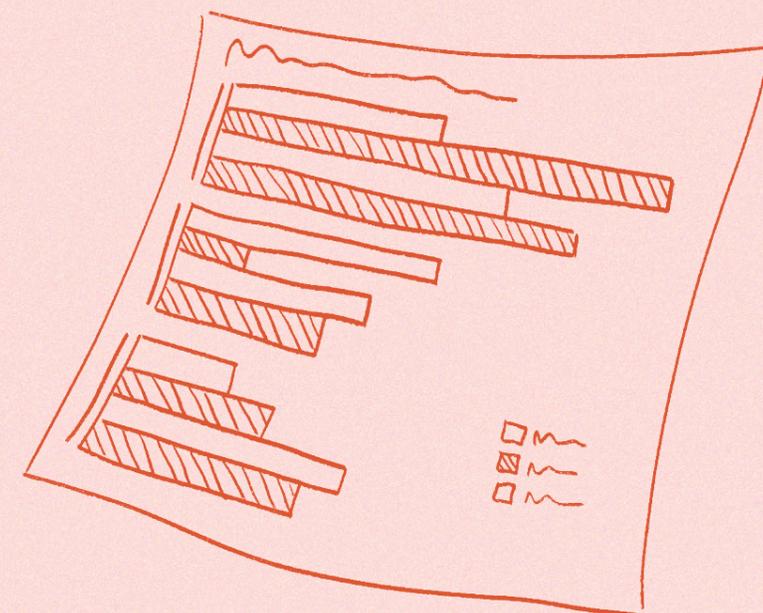
- Pour l'entreprise au niveau collectif, ce sont des sujets moins tabous, plus facile à aborder pour amorcer une démarche sur le bien-être mental.
- Ces sujets sont directement liés à la vie professionnelle, et sont donc considérés comme moins "intimes" que les autres aspects de la santé mentale.
- Ces sujets touchent également tous-tes les salarié-es, quel que soit leur âge, leur genre, leur milieu social (contrairement par exemple à la parentalité ou au syndrome de l'imposteur).

9.

La RSE et les enjeux sociétaux

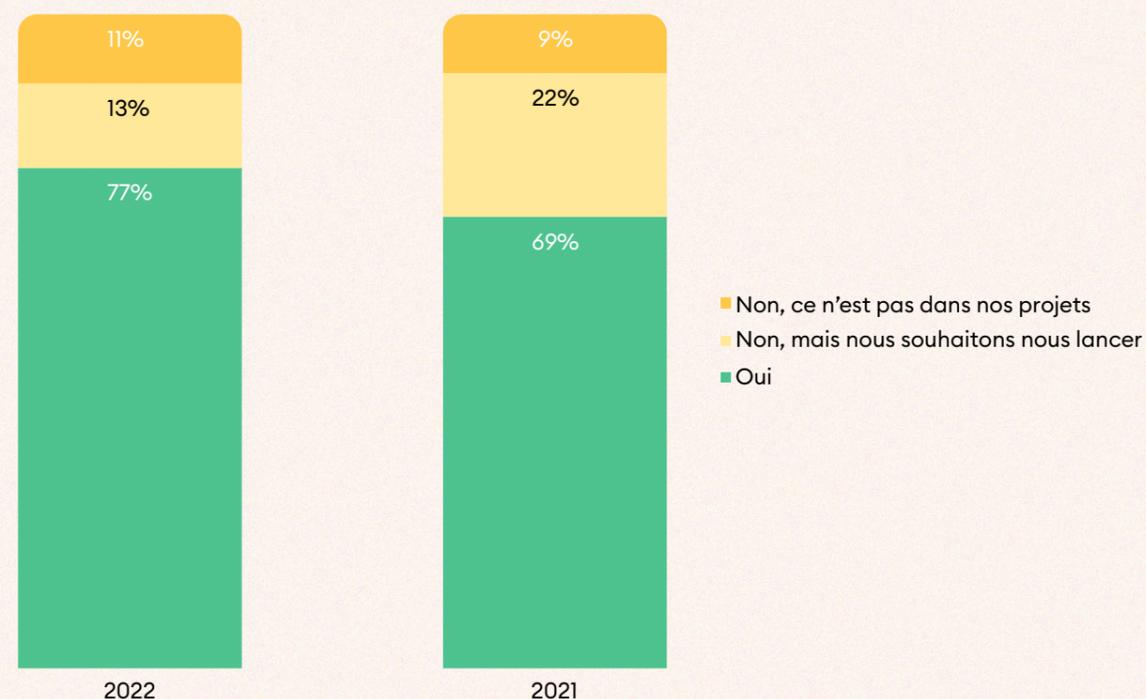
*Philanthropie, mécénat de compétences, actions solidaires...
Les possibilités d'agir autour des enjeux sociétaux, c'est à dire
les contributions externes qu'une entreprise peut mettre en
place pour contribuer à l'intérêt général, sont nombreuses.
Quelles sont les pratiques des entreprises sur le sujet en 2022 ?
Quelles sont les causes les plus soutenues, les actions menées ?
Découvrons comment les enjeux sociétaux s'intègrent dans les
politiques RSE.*

**De plus en plus
d'entreprises s'engagent
pour l'intérêt général !**



➤ De plus en plus d'entreprises s'engagent pour l'intérêt général

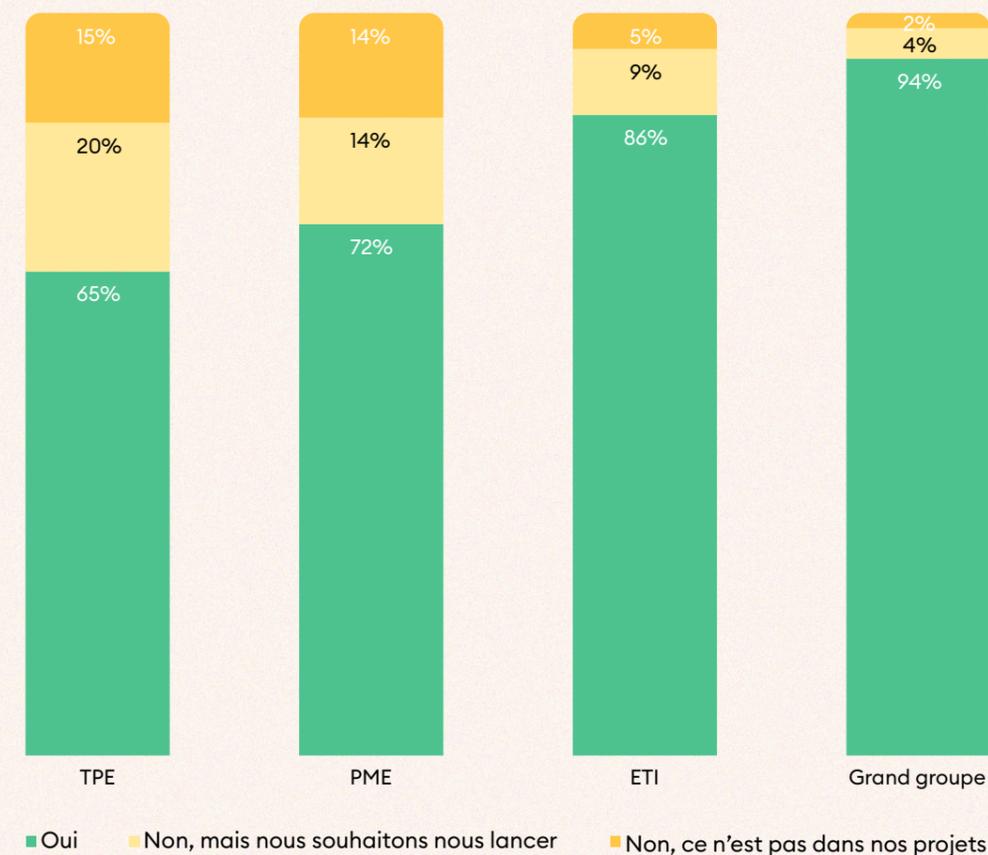
➔ Part d'entreprises ayant mis en place des actions sociétales, comparaison 2021-2022



Les entreprises s'engagent de plus en plus pour l'intérêt général !

- ✓ 77% des entreprises répondantes ont déjà mis en place des actions d'engagement sociétal ou de philanthropie, contre 69% en 2021. Les actions sociétales deviennent ainsi un **incontournable** des politiques RSE.
- ✓ Plusieurs actualités ayant eu lieu entre septembre 2021 et l'été 2022 peuvent expliquer ce phénomène, notamment la **guerre en Ukraine** qui a suscité une grande vague de solidarité.

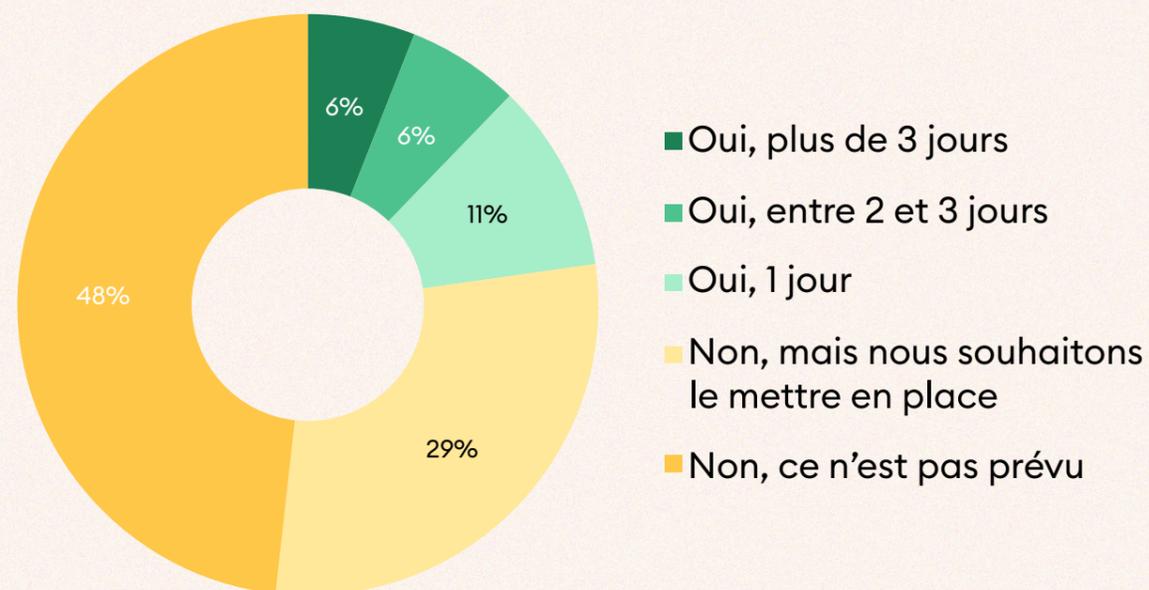
➔ Actions sociétales par taille d'entreprises



Si les grandes entreprises sont celles qui se mobilisent le plus pour l'intérêt général, les plus petites ne sont pas en reste ! En effet, **la majorité des TPE et PME sondées mettent aussi en place des actions de contribution sociétale.**

➤ L'engagement solidaire, démarche spontanée encore peu structurée

➔ Part d'entreprises proposant des crédits de jours solidaires à leurs équipes



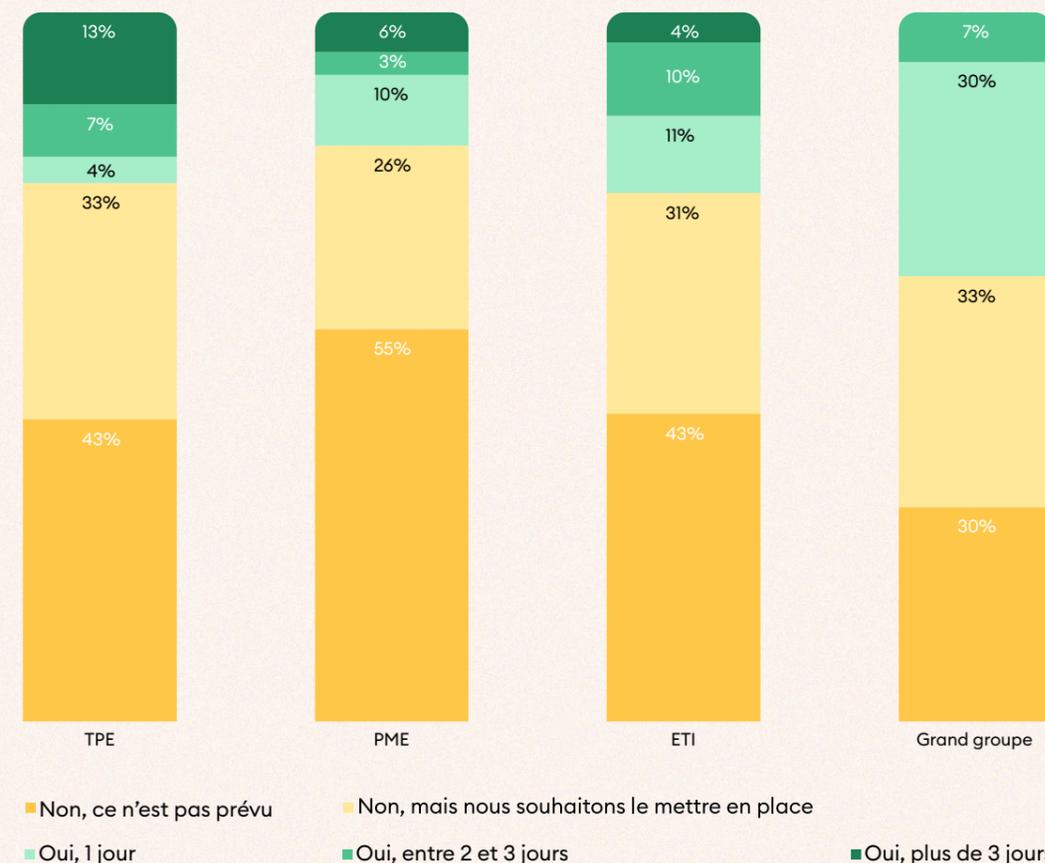
Dans une majorité d'entreprises, l'engagement solidaire se fait de façon spontanée :

77% des entreprises répondantes n'offrent pas de crédits de jours solidaires à leurs salarié-es pour qu'ils puissent s'engager sur leur temps de travail. Mais, comme on l'a vu, cela ne veut pas dire que les entreprises ne s'engagent pas : ce résultat traduit surtout qu'elles n'ont pas posé un cadre structuré autour de ces enjeux.

C'est quoi, un crédit de jours solidaires ?

Le crédit de jours solidaires, ou crédit de jours d'engagement, est octroyé aux salarié-es d'une entreprise pour leur permettre de s'engager pour l'intérêt général sur leur temps de travail.

➔ Crédits de jours solidaires en fonction de la taille de l'entreprise

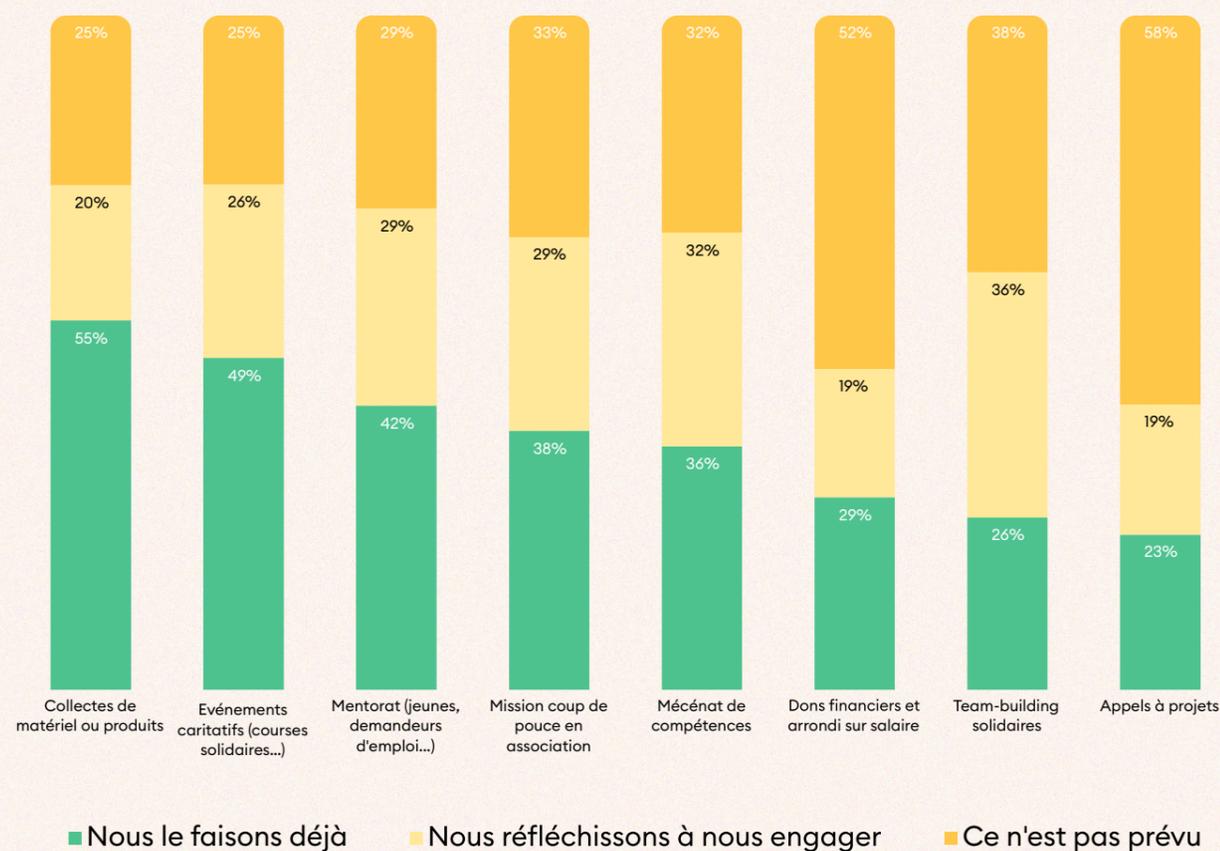


Si les grands groupes sont les plus nombreux à octroyer des crédits de jours d'engagement à leurs salarié-es (37%), ce sont les TPE interrogées qui sont les plus nombreuses à proposer à leurs équipes plus de 3 jours par an pour s'engager sur leur temps de travail.

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

➤ Les collectes ont le vent en poupe !

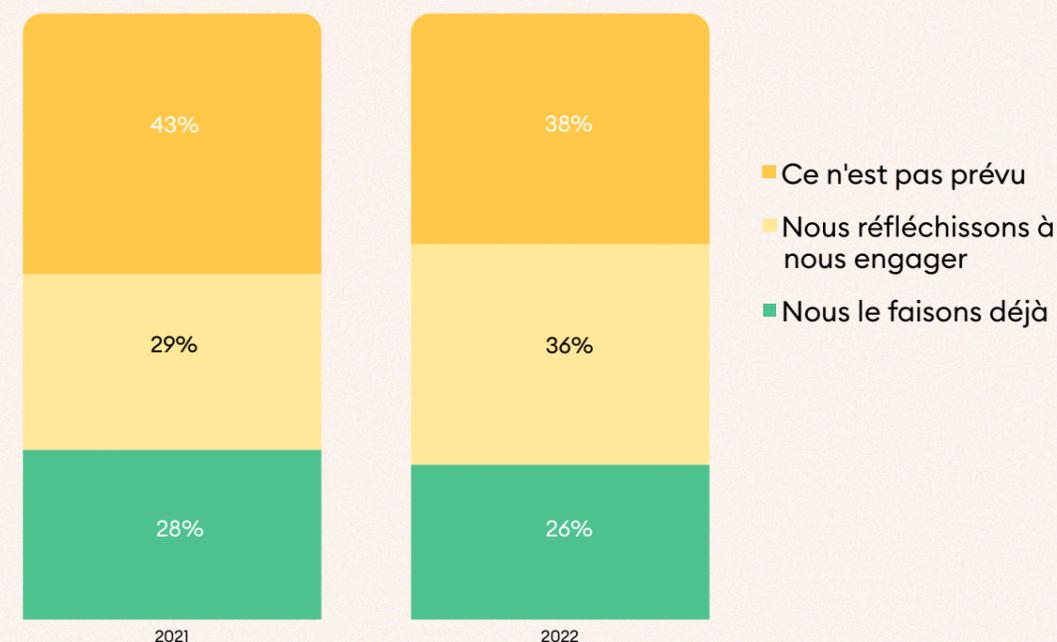
➔ Types d'actions sociétales mises en place par les entreprises



Les collectes de matériel ou produits sont les actions solidaires les plus populaires dans les entreprises interrogées en 2022 : plus de la moitié (55%) en ont réalisé.

Ce chiffre est particulièrement intéressant lorsqu'il est mis en perspective avec les résultats de 2021, où seulement 44% des entreprises répondantes avaient déjà organisé des collectes ou dons de produits.

➔ Comparaison 2021-2022 sur l'organisation de team-building solidaires



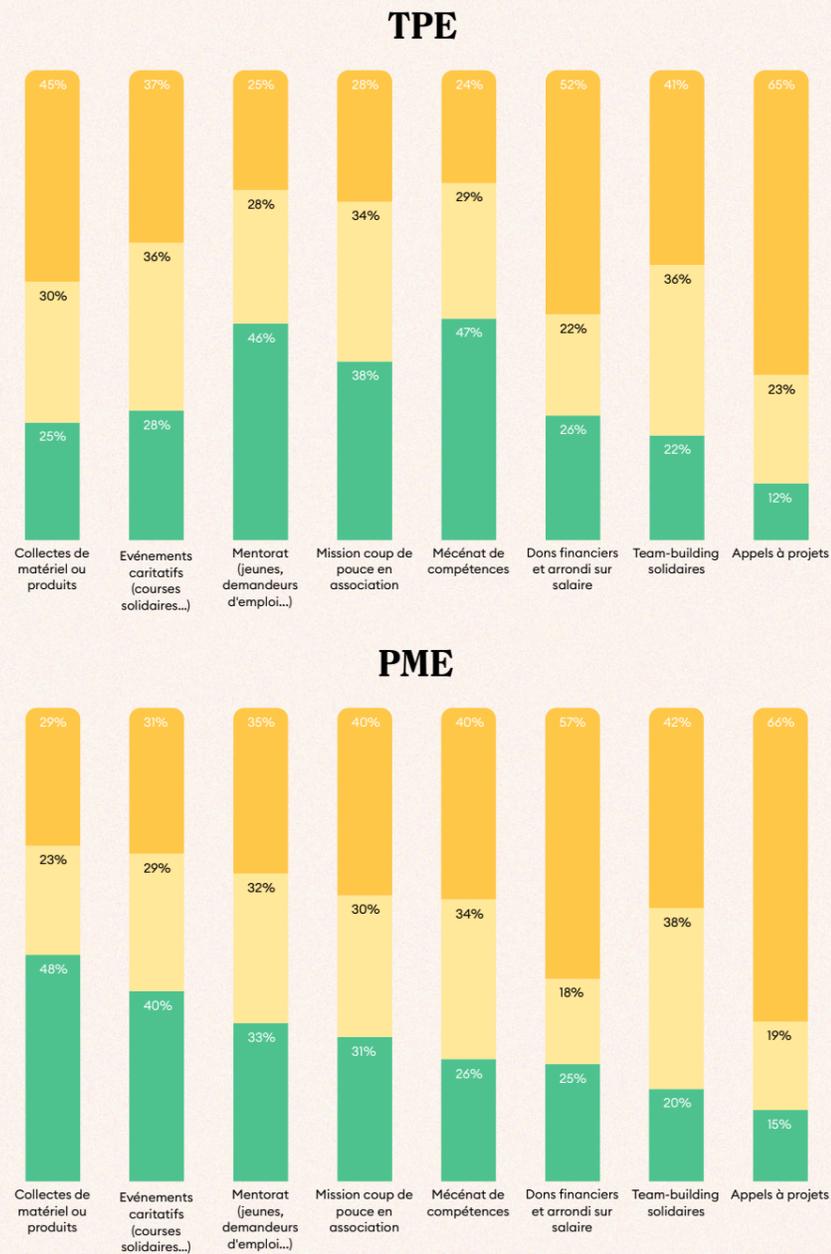
En 2021, 28% des entreprises interrogées avaient déjà organisé des team-building solidaires, et 29% souhaitaient s'y mettre ; **pourant, la proportion d'entreprises ayant déjà réalisé ce type d'action n'a pas évolué en 2022.**

➔ Il y a donc une envie importante des entreprises d'organiser des activités solidaires en équipe, mais pas encore de concrétisation. Cette année encore, c'est le type d'action qui porte le plus gros potentiel : 36% des entreprises répondantes réfléchissent à proposer des team-building solidaires à leurs salarié-es. A suivre donc pour 2023 !

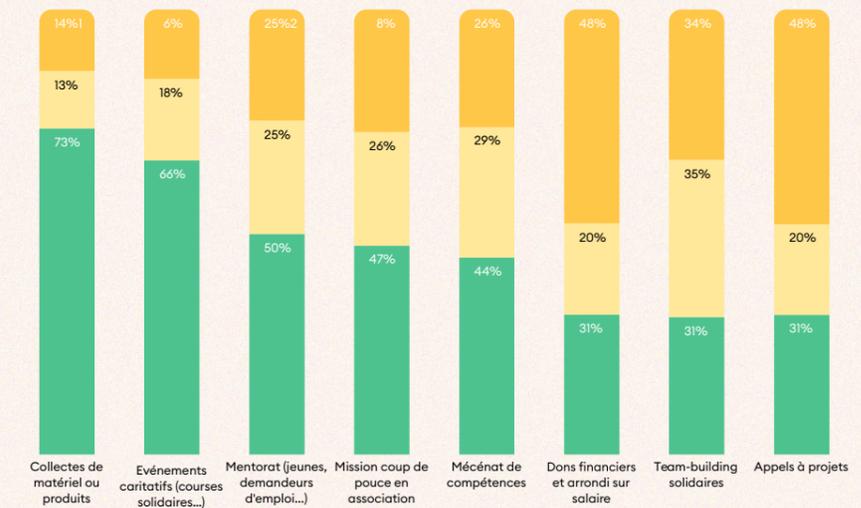
Des disparités dans les types d'actions solidaires privilégiés en fonction de la taille de l'entreprise

Types d'actions sociétales en fonction de la taille de l'entreprise

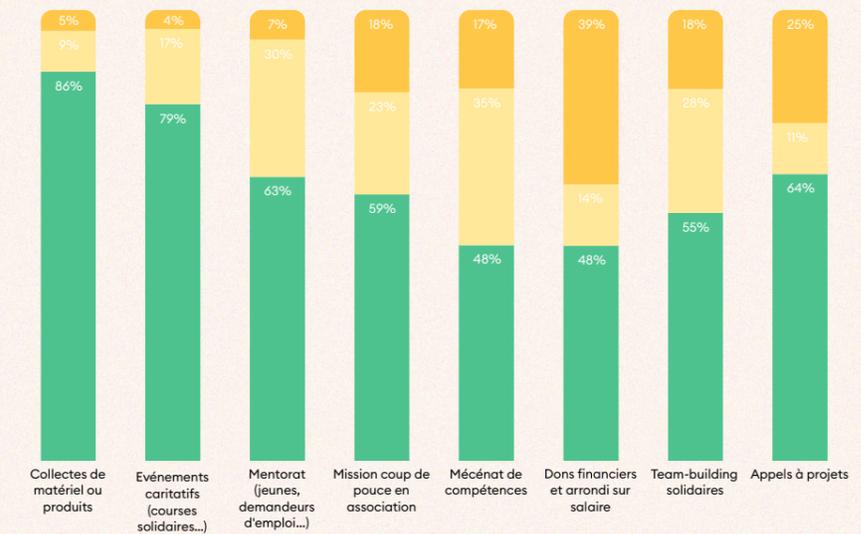
■ Ce n'est pas prévu ■ Nous réfléchissons à nous engager ■ Nous le faisons déjà



ETI



Grands groupes



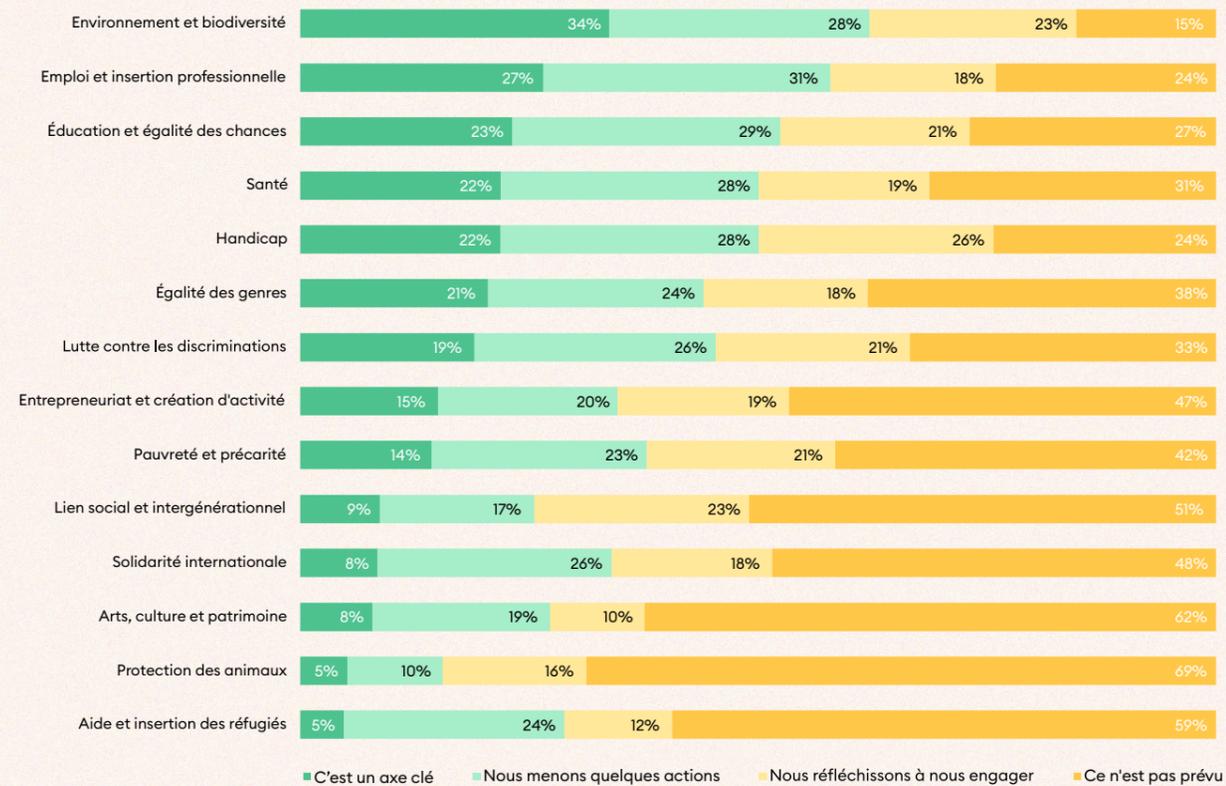
Les TPE sondées se détachent du schéma global en se tournant en majorité vers des actions de mentorat, de mécénat de compétences ou encore des missions coup de pouce auprès d'associations.

→ Cette préférence de la part des TPE interrogées peut s'expliquer par le fait que ces actions se passent directement sur le terrain auprès de bénéficiaires, avec donc une forte impression d'utilité ; mais ce sont également des actions parfois difficiles à mettre en place (contact de l'association, organisation...), ce qui ne semble pas freiner ces entreprises.

Du côté des grands groupes, on note un attrait important pour les appels à projets, beaucoup moins présent dans les entreprises de plus petite taille.

➤ L'environnement, cause la plus soutenue par les entreprises

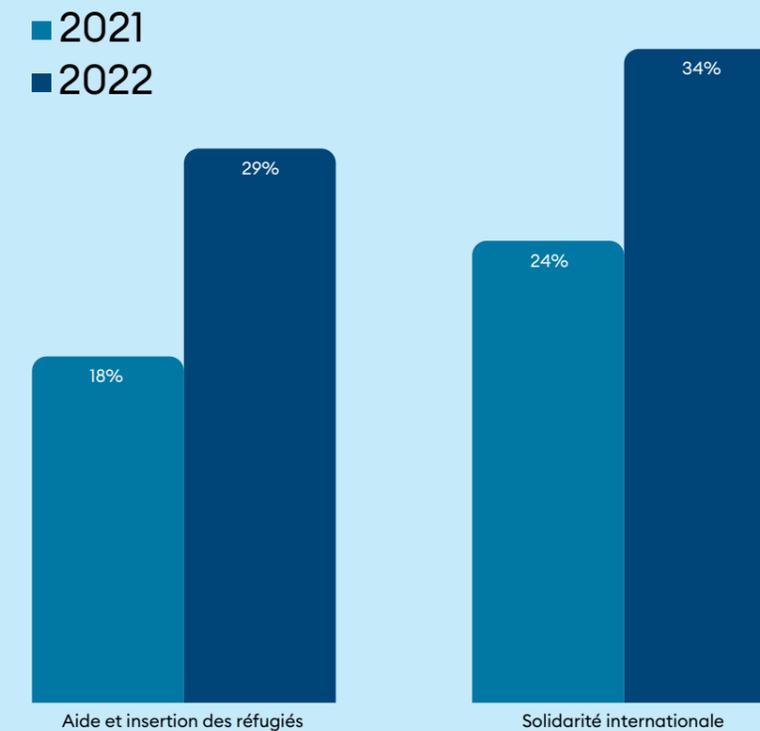
➔ Causes soutenues par les entreprises via leurs actions sociétales



C'est l'environnement qui est en tête des causes les plus soutenues par les actions solidaires et sociétales des entreprises !

- ✓ Une entreprise sur trois fait en effet de l'environnement un axe prioritaire de ses actions pour l'intérêt général.
- ✓ Plusieurs causes diverses, liées aux enjeux sociaux, se placent derrière l'environnement, comme l'emploi, l'éducation, la santé ou le handicap.
- ✓ Le handicap se place en tête des sujets avec les plus gros potentiels : 26% des entreprises interrogées souhaitent lancer des actions sur le sujet.

➤ Part d'entreprises qui agissent pour l'insertion des réfugié-es et la solidarité internationale - Comparaison 2021-2022



Deux thématiques ont été particulièrement plus soutenues par les entreprises en 2022 : la solidarité internationale (+10 points) et l'aide et l'insertion des réfugié-es (+11 points).

➔ Une nouvelle fois, le parallèle avec l'Ukraine est ici évident : ces thématiques ont été priorisées par de nombreuses entreprises qui ont souhaité soutenir le peuple ukrainien.

Les grandes fiertés RSE de l'année 2022

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

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 !

➤ Agir pour l'environnement

“Notre **poulailler**”

“**Créer un début** de conscience écologique dans la tête de certains salariés”

“**2% de notre chiffre d'affaires** reversé à de beaux projets carbone”

“La mise en places d'un **potager** pour les employés et bientôt la mise en place de ruches pour la biodiversité”

➤ S'engager pour la solidarité

“Mettre en place des actions de **solidarité** auprès des mères ukrainiennes”

“Apporter de la **joie** aux personnes malades dans les hôpitaux”

“Avoir mis à disposition une large part de notre terrain disponible à une association qui fait de la **permaculture pédagogique**.”

➤ S'engager pour l'égalité et inclusion

“Intégrer des **stagiaires** en difficultés scolaires”

“Notre **grille de salaire** qui est juste et équitable. Elle ne se base que sur les compétences et non sur l'origine des diplômes ou l'âge ou le genre !”

➤ Impliquer ses équipes, sa direction et ses parties prenantes

“Le **bien-être** de nos collaborateurs est notre plus grande fierté.”

“Etre devenu entreprise à mission en **mobilisant le top management**, initialement réfractaire, dans cette démarche !”

“Nous sommes encouragés par nos clients et nos collaborateurs d'aller encore plus loin... cela montre qu'on a pris le **bon chemin** et qu'on en est au début !”

“Nous avons créé une **communauté** de partages, conseils de bonnes pratiques entre hôteliers / restaurateurs”

➤ Transformer l'entreprise en profondeur

“Mettre la **RSE au cœur** de notre stratégie et la vivre au quotidien”

“Juste avoir réussi à **lancer** la démarche est un grand pas !”

“Insuffler l'idée que l'écologie et l'innovation sociale peuvent être un facteur de **création de valeur** et de performance économique.”

“J'ai la sensation d'être actrice dans ce que je pense être le plus grand challenge auquel on fait face ! C'est un challenge aussi paniquant que passionnant. **Je ne me vois plus faire autre chose qu'un métier qui aura du sens.**”

💡 Les conseils des répondant-es :

- ✔ “**Ne jamais lâcher lorsque l'on est convaincu sur un sujet.** Il faut énormément de ténacité et de persévérance dans les métiers de la RSE.”
- ✔ “**Laisser faire le collectif des employés** est souvent bien plus efficace”
- ✔ “**Ne pas hésiter à se lancer dans la RSE.** Les petites actions amèneront à de grandes actions. La règle des 4P : Plus Petit Pas Possible !”
- ✔ “**Il faut faire preuve de ténacité et de patience !**”

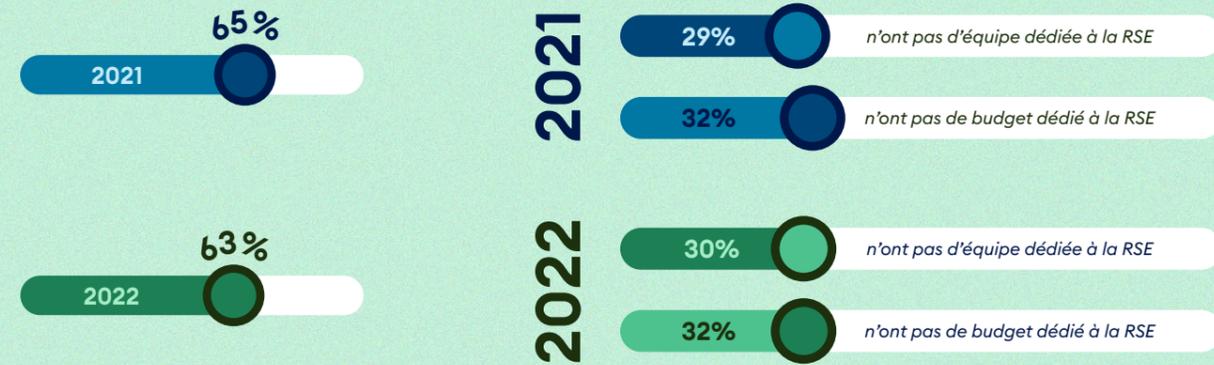
Conclusion

La RSE est bel et bien une préoccupation importante des entreprises. Et il y a eu de réelles avancées sur le sujet. Mais les entreprises ont-elles vraiment pris la mesure de l'urgence ? 2022 est-elle une année d'accélération ? Plusieurs points nous font en douter.

**Une prise de conscience,
mais pas (encore)
d'accélération**

Des avancées... Mais pas de vraie rupture face à l'urgence depuis 2021

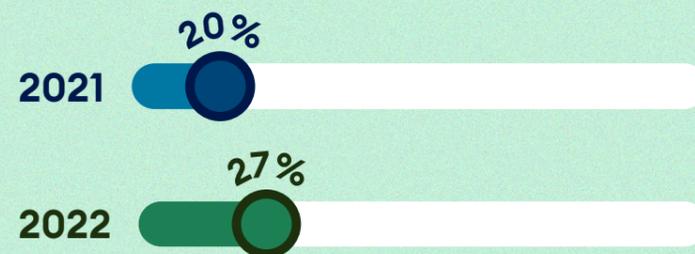
→ Pas de changements dans la structuration de la RSE



La proportion d'entreprises dont la RSE est rattachée au COMEX n'a pas évolué depuis 2022.

Il y a toujours près d'une entreprise sur trois qui n'a pas d'équipe et de budget dédiés à la RSE.

→ Environnement : une priorité qui semble stagner

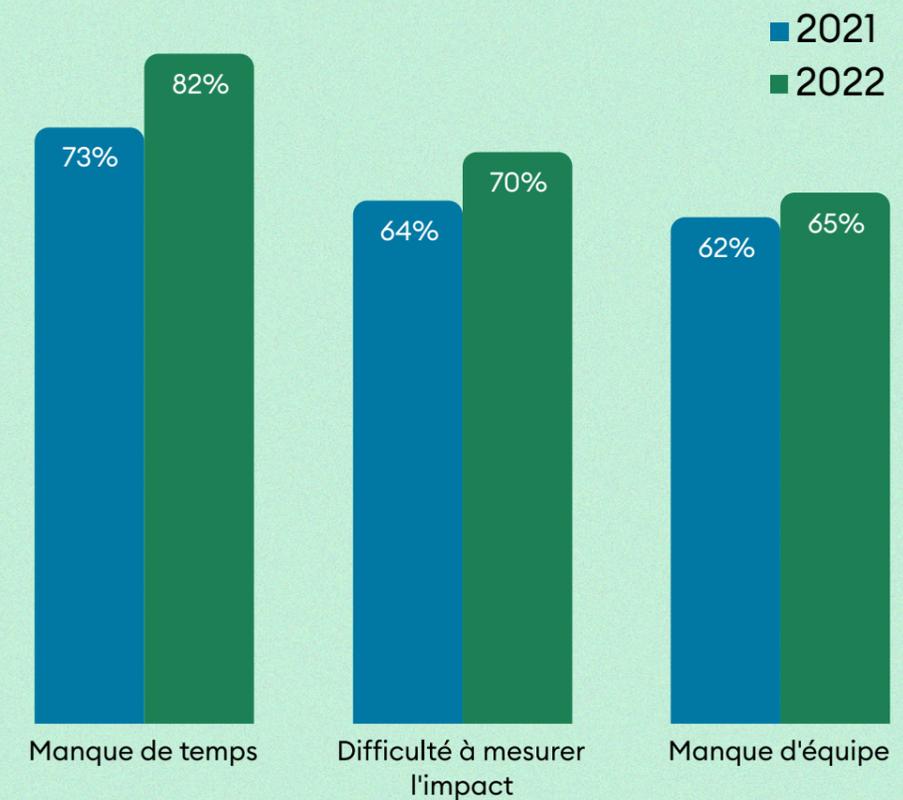


La part d'entreprises n'ayant pas prévu de mesurer leur empreinte carbone en 2021 est similaire à celle de 2022.



Le même constat peut être fait du côté des enjeux sociaux. Seules les politiques sociétales semblent avoir connu des avancées significatives en 2022.

→ Des freins au déploiement de la RSE de plus en plus importants pour les entreprises répondantes



- ✓ +9 points : c'est l'évolution de la part d'entreprises qui estiment que le manque de temps est un frein important face à l'accélération de leurs démarches RSE.
- ✓ 70% des entreprises ont des difficultés à mesurer l'impact de leurs actions RSE, contre 64% en 2021.

➤ Pour une accélération rapide et radicale de la transition sociale et environnementale des entreprises

→ 2022, l'entrée dans l'ère du "rien ne sera jamais comme avant"

C'est pendant cet enchaînement de mauvaises nouvelles - entre canicules, guerres et autres actualités anxiogènes - que nous avons traité et analysé les résultats de ce Baromètre. Pendant cet été 2022 qui nous a montré l'urgence et le criant besoin d'agir. L'été du "rien ne sera jamais comme avant".

En clôturant cette deuxième édition du Baromètre de la RSE, nous avons un souhait : que cette nouvelle ère ne soit pas seulement alimentée par les catastrophes sociales et environnementales, mais aussi par les moyens d'actions inédits et durables mis en place pour apporter une réponse à la hauteur des grands enjeux de société. **Le rôle des entreprises dans ce chantier n'est plus à prouver.**

→ On avance. Mais va-t-on assez vite et assez loin ?

Que ce soit à travers la sensibilisation des salarié·es, les actions sociales ou environnementales ou encore la mobilisation pour l'intérêt général, **la RSE est aujourd'hui une réelle préoccupation pour toutes les entreprises.** Elles agissent, tantôt par envie et conscience de l'urgence, tantôt par obligation (légale ou compétitive), en fonction de leur taille et de leurs moyens.

Cette édition du Baromètre nous le montre de façon certaine : **les entreprises se mobilisent autour des enjeux sociaux et environnementaux.** La dynamique est là : les actions se multiplient, les démarches se structurent et se diffusent dans toutes les sphères de l'entreprise.

Néanmoins, une question nous taraude : **est-ce que ces changements sont assez importants pour créer une vraie rupture ?** Est-ce que les entreprises, conscientes de l'urgence d'agir, vont accélérer leur transition, de sorte qu'elle soit davantage "faite" que "à faire" ?

Chaque année, la RSE est de plus en plus prégnante. Dans les entreprises les moins matures, le sujet émerge et de premières actions sont menées par des salarié·es motivé·es ; les dirigeant·es s'y intéressent ; de premières ressources sont mobilisées. Dans les entreprises plus avancées, la RSE se structure ; elle se répand dans plusieurs départements de l'entreprise ; elle suscite des changements stratégiques. Dans les entreprises les plus matures, le sujet

devient central pour un nombre croissant d'équipes ; la réussite ne se mesure plus seulement par la santé financière mais aussi par l'impact extra-financier ; de réels chantiers de transformation sont menés. Cette impulsion donne de l'élan. Elle emmène dans son souffle les entreprises qui n'agissent pas encore. Elle intéresse l'ensemble des parties prenantes, qui montent elles aussi à bord.

→ Pour une vraie transition durable et en profondeur, dès aujourd'hui

Le "à peu près" ne suffit plus. Les actions sociales et environnementales des entreprises doivent générer une réelle transformation. Les politiques RSE doivent être exhaustives, en n'oubliant aucune injustice, aucune externalité négative. Le changement doit être global, durable, et profond. Ce sont les modèles qu'il faut transformer, durablement. La RSE ne doit plus être vue comme une succession de missions individuelles à remplir, mais comme une démarche collective et constante d'amélioration perpétuelle. Et rapide.

→ Cette vision est ambitieuse et radicale, mais elle est surtout nécessaire pour faire face à l'urgence.

Pour suivre de près ces évolutions, une nouvelle édition de ce Baromètre verra le jour en 2023. Pour cette troisième édition, nous avons pour seul souhait d'y déceler une **vraie** accélération.

→ C'est pour cela que d'ici là, toute notre équipe de partenaires continuera à agir au quotidien pour accompagner les entreprises dans leur transition, et surtout, à les aider à aller plus loin, plus vite.

Mais nous n'avons pas seulement besoin de maintenir une vitesse de croisière. Nous devons accélérer. L'heure n'est plus à nous demander si les entreprises se transforment. Mais comment ? Et surtout : est-ce suffisant ? C'est la question qui doit sans cesse nous habiter : va-t-on assez vite et assez loin ?

Pourtant, cette 2e édition du Baromètre de la RSE nous le montre : en une année, on compte sur les doigts d'une main les grandes avancées.

→ Les entreprises s'engagent, mais accélèrent peu. 2022 n'est pas l'année de rupture de la RSE.

Il y a donc encore du chemin. La RSE a besoin de plus de ressources, plus d'ambition, plus de structuration, plus d'outils, plus d'implication, plus de collaboration. Plus de solutions efficaces. Et surtout, tout cela plus vite.

→ Plus question de "reporter à l'année prochaine", c'est dès maintenant qu'il faut agir.

➤ 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 Lab France est la branche française de l'ONG internationale B Lab, dont la vocation est de créer des standards communs, des politiques, des outils et des programmes qui font basculer le comportement, la culture et la structure de l'économie actuelle.



Carenews, média des acteurs de l'engagement, décrypte les engagements des organisations qui font de l'impact environnemental et sociétal une priorité. Quotidiennement, lisez les actualités d'une rédaction indépendante et des contributeurs !



Convaincus que les Directeurs Développement Durable et RSE jouent un rôle déterminant dans la transformation de nos organisations et in fine de notre société, le C3D réunit, depuis 2007, l'ensemble des Directeur·ices / Responsables Développement Durable et RSE d'entreprises et organisations privées et publiques en un réseau unique qui compte aujourd'hui plus de 200 membres.



Data For Good est une association créée en 2014 qui rassemble une communauté de 3200+ volontaires tech (Data, Dev, Designers) souhaitant mettre leurs compétences à profit d'associations et d'ONG et de s'engager pour l'intérêt général.



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.



Maddyness est le média incontournable de l'entrepreneuriat français et de l'économie nouvelle génération. Inspiration, actualités, enquêtes mais aussi fiches pratiques et outils, Maddyness s'adresse autant aux entrepreneur·ses qu'aux acteur·ices de la finance, des nouvelles technologies et de l'innovation.



moka.care déstigmatise la santé mentale en entreprise en proposant pour les collaborateurs : des sessions individuelles avec des psychologues, coachs ou thérapeutes et une application digitale de selfcare, et pour les équipes RH : un soutien continu (évaluation de l'impact, formations).



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

➤ Les partenaires derrière ce Baromètre de la RSE



Vendredi, c'est la startup sociale à l'origine du projet du Baromètre de la RSE. Mais c'est aussi le partenaire de la transition sociale et environnementale des entreprises ! Notre mission, c'est d'aider les entreprises à agir en mobilisant leurs salariés autour des actions qui font la différence grâce à notre plateforme d'engagement.



250 000
heures d'impact

300
entreprises

2 000
associations
bénéficiaires

Derrière ce Baromètre

La solution de référence des entreprises engagées



Une plateforme

Pour faire connaître sa démarche et mobiliser tous ses salariés en quelques clics

Des experts en RSE

Pour accompagner la transformation à chaque étape et quelle que soit sa maturité



Les meilleurs contenus



Pour que tout le monde s'informe et agisse sur les enjeux sociaux et environnementaux prioritaires

Vendredi ce sont 3 piliers pour une transition réussie :

1

Sensibilisation

Des temps forts et des parcours thématiques pour aider les entreprises à sensibiliser leurs salariés sur les enjeux clés

2

Soutien aux associations

Des missions en association, des team building solidaires, des dons et des collectes pour permettre aux entreprises d'avoir un impact au delà de leurs murs

3

Stratégie RSE

Des outils de pilotage, de reporting pour engager les collaborateurs dans le déploiement des stratégies RSE

+300 entreprises accélèrent leur transition sociale et environnementale :

