

Face aux crises, les Français comptent sur l'entreprise

Baromètre de la relation des Français à l'Entreprise

Édition 2023

Une enquête **ELABE** pour l'Institut de l'Entreprise

Préface de **Paul Allibert**
Directeur général de l'Institut de l'Entreprise

À propos de l'Institut de l'Entreprise

Depuis 1975, l'Institut de l'Entreprise travaille à valoriser le rôle et la place de l'Entreprise dans notre société. Son ambition est de contribuer à rapprocher les Français de l'Entreprise. Les dirigeants d'entreprise s'y réunissent pour penser l'Entreprise de demain et partager leurs meilleures pratiques, en lien avec des académiques, des experts et des citoyens. Association à but non lucratif, l'Institut de l'Entreprise rassemble plus d'une centaine d'entreprises, essentiellement de dimension multinationale, mais toutes fortement implantées en France, et est indépendant de tout mandat syndical ou politique. **L'Institut de l'Entreprise est gouverné par un Conseil d'Orientation composé de chefs d'entreprise.**

Président

Pierre-André de Chalendar, Président de Saint-Gobain

Vice-président

Christian Schmidt de La Brélie, Directeur général de KLESIA

Trésorier

Laurent Marquet de Vasselot, Directeur général de CMS Francis Lefebvre

Conseil d'orientation

Godefroy de Bentzmann

Co-fondateur et président de Devoteam

Philippe Besse

Directeur général Eurowest de Dassault Systèmes

Jean-Marc Borello

Fondateur et président du directoire du Groupe SOS

Philippe Carli

Président du Groupe EBRA

Cathy Collart Geiger

Présidente-directrice générale du Groupe Picard Surgelés

Audrey Derveloy

Présidente de Sanofi France

Jean-Pierre Farandou

Président-directeur général du Groupe SNCF

Béatrice Kosowski

Présidente d'IBM France

Olivier Lenel

Président du directoire de Mazars en France

Marie-Christine Lombard

Présidente du directoire de GEODIS

Patrice Morot

Président de PwC France et Maghreb

Hervé Navellou

Président de L'Oréal France

Beñat Ortega

Directeur général de Gecina

Stéphane Pallez

Présidente-directrice générale du Groupe FDJ

Caroline Parot

Administratrice indépendante

Jean-Luc Placet

Administrateur indépendant

Dominique Restino

Président de la CCI Paris Ile-de-France

Jacques Richier

Président d'Allianz France

Augustin de Romanet

Président-directeur général du Groupe ADP

Jean-Jacques Salaün

Directeur général d'Inditex France

Estelle Sauvat

Directrice générale du Groupe Alpha

Présidents d'honneur

Antoine Frérot

Président de Veolia

Xavier Huillard

Président-directeur général de Vinci

Michel Pébereau

Président d'honneur de BNP Paribas

Directeur général

Paul Allibert

Directeur général de l'Institut de l'Entreprise

Pour en savoir plus : www.institut-entreprise.fr

Sommaire

Préface par Paul Allibert	4
En résumé	6
Synthèse	8
1. Les Français ont globalement une bonne image de l'entreprise. Mais après une forte progression mesurée pendant la crise sanitaire, elle retrouve des niveaux pré-Covid	10
2. Crise écologique, partage de la valeur et bien-être au travail : parce que l'entreprise conserve aux yeux de l'opinion la capacité à « faire », de fortes attentes pèsent sur elle pour améliorer les choses dans la société	16
3. RSE et raison d'être sont mal connues des Français et teintées d'un soupçon d'insincérité	35
Résultats complets de l'enquête ELABE	40
Partie 1 Les Français ont globalement une bonne image de l'entreprise, mais après une forte progression pendant la crise sanitaire, retour à des niveaux pré-Covid	42
Partie 2 Crise écologique, partage de la valeur et bien-être au travail : de fortes attentes pèsent sur les entreprises pour améliorer les choses dans la société	48
Partie 3 Un rapprochement de l'école et des entreprises est plébiscité par les Français qui y voient de nombreux bénéfices pour les élèves	59
Partie 4 « RSE » et « raison d'être » sont des notions mal connues du grand public et teintées d'un soupçon d'insincérité	62
Remerciements	65

Préface

Liens sociaux, organisation de l'économie, tendances politiques, réalités démographiques, culture dominante : la société française est engagée dans une recomposition historique, rapide, irréversible, dont l'ensemble des paramètres et de leurs conséquences ne sont pas encore tous perçus.

Dans cette vaste reconfiguration, les entreprises sont à la fois confrontées à la nécessité de s'adapter, et actrices d'une transformation qui se déploie au gré d'un chaos de crises successives. Depuis le passage au troisième millénaire, les crises géopolitiques et économiques se succèdent, mettant à l'épreuve la résilience des entreprises, mais également la confiance que leur portent nos concitoyens.

C'est pourquoi le comportement des entreprises dans la crise du Covid a été particulièrement apprécié par les Français. Dès le premier confinement, en 2020, les entreprises se sont mobilisées avec détermination, méthode et efficacité, au service de leurs parties prenantes : salariés, fournisseurs, actionnaires, clients, territoires et communautés associées – comme les étudiants par exemple.

Le présent baromètre, réalisé avec ELABE, dont l'Institut de l'Entreprise est fier de présenter aujourd'hui la troisième édition, reflète ces évolutions, tout en innovant sur la méthode, puisqu'elle ajoute aux éléments quantitatifs les analyses d'un échantillon de dirigeants d'entreprise.

En 2018, lors de sa première édition, nous avons analysé une situation historiquement marquée par la méfiance, mais également par les attentes à l'égard des entreprises et de ce qu'elles pouvaient faire pour les Français. Fin 2020, le fait majeur qui ressortait était le renforcement d'un lien de confiance avec les entreprises, du fait de leur gestion partageuse, aidante et pragmatique de la crise du Covid.

Aujourd'hui, notre baromètre montre que la société française est rentrée dans une nouvelle phase de perte de confiance globale, mais dans laquelle l'entreprise est davantage perçue du côté des solutions que des problèmes. En effet, il est frappant de voir que, là où tous les acteurs institutionnels, et spécialement les politiques et les syndicats, perdent du terrain dans la confiance des Français, l'entreprise recule beaucoup moins.

Ceci permet d'interpréter l'intensité des attentes que reflète l'étude, en particulier dans les domaines du partage de la valeur économique produite par l'entreprise, de l'amélioration de la qualité de vie au travail, et des solutions aux défis environnementaux. Ces attentes ne sont pas liées d'abord à une défiance, mais à la conviction générale, développée durant la crise du Covid, que l'entreprise est désormais, en France, l'échelon organisationnel le plus efficace pour agir, changer les choses et améliorer les destins individuels et collectif.

L'entreprise n'a plus à faire la preuve de son utilité. Elle est désormais attendue sur le changement d'échelle de son impact. Pour autant, comme le rappellent les dirigeants d'entreprise interrogés, l'entreprise n'a pas vocation à prendre en charge l'ensemble des enjeux d'intérêt général ; son action ne peut se concevoir que comme complémentaire à celle de la puissance publique.

L'attachement des dirigeants à améliorer l'impact des entreprises en matière sociale et environnementale témoigne d'un renforcement très clair du sens qu'ils donnent à leur responsabilité.

Ceci confirme les tendances qu'illustrent d'autres études de l'Institut de l'Entreprise, telle que *L'Entreprise Full RSE*⁽¹⁾, à savoir que les ambitions et objectifs de la responsabilité sociale et environnementale des entreprises sont authentiquement sortis du domaine de la communication, pour entrer dans le domaine stratégique et opérationnel de l'action entrepreneuriale.

Le baromètre de la relation des Français à l'entreprise est maintenant un outil incontournable, installé dans le débat public comme une étude de référence. Créé avec la volonté de faciliter l'animation du dialogue entre les Français et l'entreprise, il alimente désormais avec régularité notre feuille de route, et nous espérons qu'il pourra inspirer également les actions de tous ceux qui œuvrent en faveur de l'amélioration de notre système économique.

Paul Allibert
Directeur général de l'Institut de l'Entreprise

(1) *L'Entreprise Full-RSE. De la prospective à la pratique, la vision des professionnels*, étude de place coordonnée par l'Institut de l'Entreprise, avec PwC France et Maghreb et la FNEGE, 2022.

En résumé

Les Français ont une bonne image des entreprises

70% DES FRANÇAIS



ont une **bonne image** des entreprises

Ce chiffre est stable par rapport à sa première mesure en novembre 2017, mais signale que la parenthèse liée au Covid, pendant laquelle l'action des entreprises avait été plébiscitée (78% de bonne image), est désormais refermée.

L'entreprise est structurante dans la vie des Français

67% DES FRANÇAIS
(75% des salariés)



considèrent que **l'entreprise a une place structurante dans leur vie**

Et ce, dans un contexte de profond bouleversement du rapport au travail et à l'heure d'un développement rapide du télétravail.

Les entreprises n'échappent pas à un pessimisme généralisé des Français

44% DES FRANÇAIS



citent **la méfiance** comme 1^{re} caractéristique de leur état d'esprit envers les entreprises

29% citent la confiance

Dans un contexte de multiplication et d'enchaînement des crises, les entreprises n'échappent pas à un pessimisme généralisé des Français.

Les Français doutent de la capacité des acteurs à changer les choses dans la société

L'ENTREPRISE (-5pts depuis 2020) est la **moins impactée par ce doute** en comparaison des autres acteurs et institutions politiques



- Le maire de ma commune (-11 pts),
- Le président de Région (-11 pts),
- L'Union européenne (-11 pts),
- Le président de la République (-9 pts)

L'entreprise sur le podium des acteurs ayant le pouvoir d'améliorer les choses dans le monde actuel

58% DES FRANÇAIS



voient **l'entreprise comme le 3^e acteur** qui a le plus le pouvoir d'améliorer le monde dans lequel on vit

Après les **citoyens eux-mêmes (67%)** et les **soignants (63%)** mais loin devant les institutions politiques et les syndicats.

Les attentes des Français vis-à-vis des entreprises

51% DES FRANÇAIS



comptent avant tout **sur les TPE/PME** pour améliorer le monde dans lequel on vit

C'est l'attente à l'égard des **grandes entreprises qui progresse le plus fortement (27%, +8 points)**.

Les attentes des Français à l'égard des entreprises pour améliorer les choses dans la société sont nombreuses. 3 thématiques apparaissent prioritaires dans le contexte actuel

1



Le partage de la valeur

Les entreprises sont le 2^e acteur sur lequel les Français comptent le plus pour améliorer leur pouvoir d'achat, après l'État

2



Le bien-être au travail

Assurer la sécurité/santé des salariés doit être la priorité des entreprises selon les Français

3



La crise écologique

Pour 67% des Français, **la protection de l'environnement** doit faire partie des priorités des entreprises

Le bien-être au travail

75%

DES SALARIÉS



estiment que **leur qualité de vie au travail** est « bonne » dont **33%** « très bonne »

Il est notable que les entreprises sont déjà jugées à la hauteur.

Le rapprochement de l'école et de l'entreprise

55%

DES FRANÇAIS



jugent **le rapprochement de l'école et de l'entreprise** nécessaire

La connaissance de la RSE

61%

DES FRANÇAIS

estiment **connaître la notion de RSE**



Mais seulement 20% savent précisément de quoi il s'agit

La raison d'être, une notion méconnue

59%

DES FRANÇAIS

n'en ont **jamais entendu parler**



Seuls 12% des Français savent précisément de quoi il s'agit

Source : enquête ELABE/Institut de l'Entreprise, novembre 2022

Synthèse

Méthodologie des entretiens qualitatifs

11 entretiens individuels, d'une durée d'une heure, ont été menés du 1^{er} décembre 2022 au 5 janvier 2023.

Dirigeants d'entreprise interrogés

Godefroy de Bentzmann

Co-fondateur et Président de Devoteam

Jean-Marc Borello

Fondateur et Président du directoire du Groupe SOS

Estelle Brachlianoff

Directrice générale de Veolia

Philippe Carli

Président du Groupe EBRA

Olivier Lenel

Directeur général et Président du directoire de Mazars France

Enrique Martinez

Directeur général du Groupe Fnac Darty

Sébastien Petithuguenin

Directeur général de Paprec Group

Augustin de Romanet

Président-directeur général du Groupe ADP

Jean-Jacques Salaün

Directeur général d'Inditex France

Thomas Saunier

Directeur général de Malakoff Humanis

Estelle Sauvat

Directrice générale du Groupe Alpha

Les entretiens ont été organisés autour de 3 grands axes

- Le rôle des entreprises et de leurs dirigeants dans la société
- Les attentes des Français à l'égard des entreprises
- Le rapprochement des Français et de l'entreprise

1 Les Français ont globalement une bonne image de l'entreprise. Mais après une forte progression mesurée pendant la crise sanitaire, elle retrouve des niveaux pré-covid.

L'entreprise bénéficie d'une bonne image. Mais la parenthèse de sa forte progression pendant la crise Covid semble s'être refermée.

- 70% des Français ont une bonne image des entreprises. La proportion est la même (70%) chez les salariés.
 - Ce chiffre est en forte baisse (-8 pts) par rapport à août 2020, quand les entreprises avaient été plébiscitées pour leurs actions face à une crise sanitaire inédite.
 - Toutefois, ce chiffre est relativement stable (-1 pt) depuis sa première mesure en novembre 2017.
- La bonne image de l'entreprise qu'ont les cadres continue de s'accroître (81%, +6 pts /août 20) tandis qu'elle baisse au sein des professions intermédiaires (68%, -10 /août 20) et des employés/ouvriers (66%, -10 /août 20). Il est tout de même notable que plus de deux tiers des professions intermédiaires et des employés/ouvriers conservent une bonne image de l'entreprise.
- L'entreprise n'échappe pas à la perte de confiance généralisée des Français, confrontés depuis plus de deux ans d'une part à un enchaînement ininterrompu de crises, notamment en matière d'inflation, et d'autre part à la remise en cause du rapport au travail.
 - **La méfiance** (44% ; +8/août 20, +3/nov. 17) redevient la première caractéristique de l'état d'esprit des Français à l'égard des entreprises.
 - **La confiance** (29%) recule par rapport à août 2020 (-11 pts) mais aussi par rapport à novembre 2017 (-5 points).
 - Dans cet empiement de crises qui impacte la société dans son ensemble, ce sont surtout **la lassitude** (25% ; +8/août 20, +6/nov. 17), et plus encore **l'indifférence** (25% ; +8/août 20, +8/nov. 17), qui sont en forte progression par rapport à 2017 et 2020.



Ces résultats font écho à ce qui est mesuré dans la population française de manière plus générale. Un sondage ELABE pour BFM TV, daté du 24 novembre 2022, montrait que la lassitude était le premier trait caractéristique de l'état d'esprit des Français (45%, soit une hausse de 4 points en un an). La confiance, elle, chutait de 4 points en un an (29%).

- **L'attachement** (19% ; -5/août 20, -5/nov. 17) et **l'enthousiasme** (14% ; -4/août 20, -8/nov. 17) en pâtissent, et connaissent une baisse importante.

Le regard des dirigeants d'entreprise

Globalement, les dirigeants que nous avons interrogés estiment que le taux de bonne image des entreprises est satisfaisant dans le contexte actuel de multiplication des crises.



La bonne image de l'entreprise, je crois qu'il faut s'en féliciter. Effectivement, on est quand même dans un pays assez marqué par le scepticisme ambiant ; donc à chaque fois qu'on a des bonnes nouvelles, il faut les prendre comme elles viennent.



Il y a un fond plus général de Français qui ne font pas confiance en l'avenir.

S'ils regrettent que la hausse considérable mesurée pendant la pandémie n'ait pas perduré, beaucoup des dirigeants ne sont pas étonnés de ce retour à une situation pré-Covid tant cette période était inédite, que ce soit par l'ampleur des actions positives des entreprises que par la visibilité dont elles ont bénéficié.



On voit que l'effet Covid est passé et que l'action des entreprises n'a pas été mémorisée.



Je pense que pendant la période du Covid, il y a eu une prise de conscience collective, tout le monde a compris que la société était en difficulté. Il y a eu beaucoup de communication positive, de générosité et tout le monde était très sensible à cela.



Il y a une reconnaissance d'une éthique des affaires qui, au moment du Covid, a été beaucoup plus mise en valeur que dans d'autres périodes. Il y a eu beaucoup de gestes emblématiques comme la réduction des salaires volontaires des dirigeants par exemple.



La situation du Covid était exceptionnelle. Au moment du Covid, les Français étaient très près de leur entreprise qui a un peu joué un rôle de nounou, qui fournissait des masques, qui permettait le télétravail.



Pendant le Covid, il y a eu des décisions très fortes qui ont été prises.



La perte de confiance à l'égard des entreprises est en partie liée, selon des dirigeants, à un pessimisme (conjoncturel ou structurel) français. Mais elle est, pour la plupart d'entre eux, surtout le fruit d'une méconnaissance qui nourrit la méfiance.



On pense que le sujet majeur que l'on a aujourd'hui en France, c'est un sujet de confiance.



Une entreprise qui ne sait pas où elle habite et qui ne sait pas d'où elle vient, je pense que cela vient aussi de ça la défiance.



Pour se faire confiance, il faut se connaître.



Il y a tellement de monde qui raconte des contre-vérités, il y a tellement de croyance et de méconnaissance [...] et donc finalement il y a un enjeu d'explication.



Je pense que c'est un effort à maintenir d'aller à la rencontre des Français, d'expliquer les choses.

Aussi, tous les dirigeants rencontrés plaident pour que soit améliorée la connaissance de l'entreprise et du fonctionnement du monde économique. Ils insistent également sur la nécessité pour les dirigeants et leurs entreprises d'aller au contact des Français, d'échanger avec eux et de faire preuve de transparence.



On a un enjeu d'explication.



Je pense que c'est un effort à maintenir d'aller à la rencontre des Français, d'expliquer les choses. C'est un effort à faire d'aller à la rencontre pour embarquer.



On voit clairement, dans beaucoup de domaine d'ailleurs, qu'il y a un vrai bénéfice d'image accordé à la proximité [...]. On voit bien que les Français sont proches de leur entreprise. Plus ils la connaissent dans ses méandres et ses recoins, plus ils connaissent le dirigeant ou l'équipe dirigeante et ils le voient aborder la vie d'entreprise, les enjeux et difficultés, les succès, plus elle est appréciée.



Le travail du rapprochement des entreprises et des Français mérite d'être mené. Il passera par l'éducation à la réalité de ce qu'est la vie économique (...) et par le fait que les chefs d'entreprise se mobilisent pour l'éducation économique des Français qui est très insuffisante.

En plus d'en avoir une bonne image, les Français considèrent que l'entreprise a une place structurante dans leur vie.

- L'entreprise est un espace de vie important pour 67% des Français, et 75% des salariés.
 - L'entreprise se situe derrière l'école (83% ; 79% des salariés) et les lieux de loisirs, culture ou sport (75% ; 77% des salariés).
 - Mais elle devance nettement la mairie (46%), le local associatif (34%) et le lieu de culte (22%).

Le regard des dirigeants d'entreprise

Pour certains dirigeants, dans un contexte de bouleversement majeur de la société et d'enchaînements de crises, l'entreprise représente un « pôle de stabilité », une « valeur refuge ». Elle apparaît également comme l'un des derniers lieux capables de créer du collectif.



L'entreprise, c'est un peu une forme de valeur refuge.



C'est significatif du fait qu'il y a un certain recul de l'État.



Dans un monde en crise, face au délitement du cadre institutionnel, l'entreprise, finalement c'est une forme de structure stable.



L'entreprise, c'est une communauté de destin pendant les années où vous y travaillez et souvent après, d'ailleurs.



Aujourd'hui, l'entreprise représente une forme de cadre qui est assez sécurisant.



L'entreprise est le terreau d'un partage de savoirs et de connaissances qui produisent de la valeur au profit d'un ensemble d'individus pour qu'ils s'épanouissent ensemble. Elle est la continuité de l'école, de l'enseignement supérieur, elle est le lieu où l'on doit pouvoir trouver un espace de réalisation. Cette réalisation est plus collective que jamais.



L'entreprise est devenue aussi une zone qui protège. Elle préserve les gens, c'est un rempart contre les événements extérieurs, ce qui a pu être observé pendant la période du Covid, car les décisions se prennent dans un environnement à échelle humaine. C'est difficile de percevoir les changements d'un environnement à l'échelle d'un territoire trop grand, régional ou national, alors qu'à l'échelle de l'entreprise, c'est perceptible, c'est possible et mesurable.



La société a du mal à donner du sens, donc on attend que son job vienne répondre à ce que la société ne fournit pas, et en l'occurrence une forme de projet collectif et de sens.

Si elle est globalement bonne, l'image des entreprises est hétérogène : le regard que les Français portent sur elles varie fortement selon leur taille.

- Les TPE/PME (86%, -7/août 20) conservent une meilleure image que les ETI (62%, -14/août 20) et surtout que les grandes entreprises (37%, -11/août 20).
 - C'est chez les salariés que l'image des grandes entreprises se dégrade le plus : elle baisse de 16 points depuis août 2020, et de 14 points depuis nov. 2017.
 - Les 15-24 ans (53% mauvaise image, 46% bonne image) et les salariés du secteur de l'industrie et des BTP (54% mauvaise, 46% bonne) se montrent moins sévères à l'égard des grandes entreprises.
- Une hétérogénéité qui se retrouve dans l'image des dirigeants d'entreprise. Les dirigeants des TPE/PME (78%, -10 pts) disposent toujours d'une image nettement meilleure que les dirigeants des grandes entreprises (24%, -11 pts).
 - Les salariés sont seulement 21% à avoir une bonne image des dirigeants des grandes entreprises. Et, à l'inverse, ils sont 77% à avoir une image favorable des dirigeants des TPE/PME.

Le regard des dirigeants d'entreprise

Cette différence de perception induite par la taille de l'entreprise ne surprend aucun des dirigeants interrogés. Tous sont conscients des stéréotypes négatifs que charrient encore largement les grandes entreprises et leurs dirigeants dans l'opinion publique. La perception négative quant aux dirigeants des grandes entreprises émanerait principalement, selon les personnes interrogées, de l'incompréhension (parfois légitime) de leur niveau de rémunération, comme nous l'évoquerons plus bas. Pour autant, les dirigeants d'entreprise ne se résignent pas à cet état de fait. D'où l'importance évoquée plus haut du travail d'information sur la réalité des grandes entreprises qui doit être mené.



Les grandes entreprises en France sont très mal vues. Elles sont perçues comme des bêtes à profits, qui sont un peu sans foi ni loi.



Les Français ont une vision différente de l'entreprise selon sa taille : elle est bienveillante quand il s'agit des ETI/PME et elle est très caricaturale pour les grands groupes vus comme forcément inhumains, recherchant le profit, licenciant des individus au motif que la rentabilité n'est pas celle que l'actionnaire attend.



La méfiance qu'inspirent les grandes entreprises et leurs dirigeants est d'autant plus vive qu'elle contraste avec la valorisation dont bénéficient les TPE/PME dans l'opinion publique.



Je pense qu'à l'inverse, il y a une reconnaissance des PME et ETI, en raison de la proximité qu'elles inspirent.



Oui, il y a beaucoup plus de compassion pour quelqu'un qui a une petite PME que tout le monde connaît, qui explique qu'il a des difficultés pour payer ses charges, etc.



Le petit patron que je connais, qui bosse 90h/semaine, qui se défonce à la tâche, et qui souvent ne gagne pas beaucoup plus que ceux qui travaillent pour lui : c'est souvent une forme de héros pour les gens.

② Crise écologique, partage de la valeur et bien-être au travail : parce que l'entreprise conserve aux yeux de l'opinion la capacité à « faire », de fortes attentes pèsent sur elle pour améliorer les choses dans la société.

Les Français comptent sur l'entreprise, et de plus en plus sur les grandes entreprises, pour améliorer les choses dans la société.

- Aux yeux des Français, l'entreprise est le 3^e acteur qui a le plus le pouvoir d'améliorer le monde dans lequel on vit (58%, -5/août 20). Les moins de 25 ans (70%) et les cadres (63%) en sont les plus convaincus.
 - Elle n'est devancée que par les citoyens eux-mêmes (67%, -9/août 20) et les soignants (63%, -18/août 20).
 - Elle devance en revanche « le maire de ma commune » (56%, -11/août 20) et les associations (56%, -7/août 20), et de manière plus nette encore le président de la République (51%, -9/août 20), le président de Région (50%, -11/août 20), l'Union européenne (49%, -11/août 2020), les enseignants (47%, -11/août 20), les organisations internationales (47%, -12/août 20), « le député de votre circonscription » (44%, -8/août 20), les syndicats (39%, -6/août 20) et les partis politiques (33%, -8/août 20).
- Si les Français comptent avant tout sur les TPE/PME (51%, =), l'attente à l'égard des grandes entreprises progresse le plus fortement (27%, +8 pts).

Dans le contexte actuel de multiplication et d'enchaînement des crises, toutes les institutions sans exception reculent quant au pouvoir que leur reconnaissent les Français pour améliorer le monde dans lequel on vit. Toutefois, l'entreprise est l'acteur qui est le moins impacté par ce recul généralisé.

- Les entreprises enregistrent une baisse de 5 points depuis la vague d'août 2020, soit légèrement mieux que les syndicats (-6 pts) et les associations (-7 pts).
- Plusieurs autres institutions connaissent même un recul supérieur : « le maire de ma commune » (-11 pts), le président de Région (-11 pts), l'Union européenne (-11 pts) le président de la République (-9 pts).
- Les acteurs qui reculent le plus sont les soignants (-18 pts), qui avaient enregistré un score extrêmement élevé en pleine crise Covid, les représentants des communautés religieuses (-14 pts) et les organisations internationales (-12 pts).

Le regard des dirigeants d'entreprise

Pour les dirigeants rencontrés, c'est en raison de sa capacité à agir avec rapidité et impact, et de son image de dernier « pôle de responsabilité », que l'entreprise est considérée par les Français comme un acteur qui peut changer les choses. C'est notamment ce qui explique que l'attente à l'égard des grandes entreprises progresse le plus fortement.



Cet acteur de la cité qu'est l'entreprise a effectivement beaucoup de capacités d'action, beaucoup de capacités à aller chercher de l'impact.



L'entreprise a la capacité d'investir et de mettre en œuvre des moyens pour gérer ces transformations de la société.



Il y a beaucoup d'attentes de la part des Français parce qu'ils voient que l'entreprise peut agir, elle peut agir de façon beaucoup plus agile, beaucoup plus adaptée dans le bon timing même si tout n'est pas facile bien évidemment, que l'État qui est un grand acteur mais qui est quand même dans des process qui ne sont pas toujours d'une agilité absolue.



L'entreprise, c'est un des seuls endroits où vous avez des gens qui sont responsables, qui considèrent qu'un compte de résultats doit être équilibré (...). L'entreprise c'est vraiment un pôle de responsabilité, car elle sait qu'elle est mortelle, contrairement à l'État.



Il faut organiser un système pour arriver à ce que ces services se rendent dans un cadre qui puisse démultiplier les forces.





S'ils se félicitent que l'entreprise soit à ce point considérée comme capable d'améliorer les choses dans la société par les Français, les dirigeants interrogés sont interpellés, voire inquiets, de l'affaiblissement de la confiance dans les autres structures collectives et dans l'État. Car pour tous, ce ne peut être que collectivement, de manière organisée et avec un État qui donne le cap, que nous pourrions relever les défis qui se présentent à nous.



Ce qui me surprend dans ce sondage, c'est qu'on puisse imaginer que les citoyens tout seuls puissent être ceux qui vont changer le monde. C'est-à-dire [qu']il y a une telle défiance dans toute forme d'organisation collective qu'on peut se dire que je vais seul arriver à faire mieux que n'importe quoi d'organisé. Parce que même les associations, je ne parle même pas du pouvoir politique là, sont très basses. Ça me heurte foncièrement. Ce qui ne veut pas dire pour autant que les citoyens n'ont pas leur part, mais c'est nier toute forme d'organisation.



Le rôle de l'État, il est clairement indispensable.



Ce qui m'inquiète n'a pas de rapport avec l'entreprise. Ce qui m'inquiète le plus en réalité c'est la perte de confiance dans le politique.



En toute sincérité, si j'étais un homme politique, ces résultats me feraient peur. Pour moi la logique serait qu'en numéro 1 des facteurs pour améliorer les choses, ce soit la politique. Ce résultat tend à montrer que les Français ont moins confiance dans leurs Hommes politiques.





Les dirigeants ne peuvent également que déplorer et partager le sentiment de perte de confiance dans les syndicats, dont témoignent les résultats de cette enquête.



Le problème que l'on a en France, c'est que l'on a des syndicats qui ne sont pas du tout représentatifs mais très bloquants.



Dans les parties prenantes, les syndicats sont les grands absents de ces changements dans l'entreprise. Ils doivent se questionner sur leurs représentants, leurs profils.



On a le sentiment d'une société balkanisée dans laquelle il n'y a pas un projet fort qui est porté, mais des syndicats de transformation de lutte pour des intérêts catégoriels, ultra localisés qui représentent quelques centaines parfois quelques milliers de personnes qui ont un pouvoir de blocage sur l'économie.



On peut se poser la question du poids des syndicats dans les entreprises, de leur rôle, du rôle des représentants qui sont présents.



Je pense qu'il faut un syndicalisme fort, des représentants de syndicats qui soient bien installés.

Les attentes des Français à l'égard des entreprises sont nombreuses (cf. pages 51-52), mais trois thématiques apparaissent prioritaires : le partage de la valeur, le bien-être au travail et la crise écologique.

Le regard des dirigeants d'entreprise

Confrontés aux attentes exprimées par les Français à l'égard des entreprises, les dirigeants rencontrés rappellent tous que le rôle premier d'une entreprise est de « *créer la valeur (...) et créer une offre de produits ou de services* » qui répondent à des besoins identifiés par la société.



L'idée c'est que pour répartir les richesses, il faut en créer. C'est même ça qui est plus compliqué. C'est plus compliqué de la créer que de la répartir me semble-t-il. Il faut avoir cette création de valeur et cette exigence de qualité, d'autant plus si des gens acceptent de payer pour bénéficier de nos services.



Les entreprises sont des regroupements de femmes et d'hommes en vue de fournir des biens ou des services qui répondent à des besoins identifiés de la société.



Toute entreprise, qu'elle soit capitaliste ou non, a vocation à créer de la valeur ajoutée.





Une fois ce rappel fondamental établi, ils convergent tous sur le fait que l'entreprise joue aujourd'hui un rôle sociétal majeur. Ce rôle, il s'est accru, ou tout du moins est-il plus visible, depuis la crise de 2008.



La raison d'être de l'entreprise, ce n'est pas faire de l'argent. L'argent, c'est le fioul dans le moteur : c'est indispensable mais ça ne donne pas la direction.



Les entreprises prennent conscience qu'elles ne peuvent pas uniquement se consacrer à créer de la valeur pour leurs actionnaires, le cas échéant pour leurs salariés et développer des produits, mais qu'elles ont un rôle sociétal.



On ne peut pas tout simplement s'asseoir sur un certain nombre d'attentes sociétales que ce soit la diversité, l'impact écologique, le sens que l'on donne aux salariés de l'entreprise.



On s'était dit après la crise de 2008, on ne peut pas repartir comme ça, il faut changer quelque chose (...). Un certain nombre d'entre nous se sont dit que l'on ne pouvait pas continuer dans un système où tout est tourné sur le profit de l'entreprise, sur les dividendes que l'on va verser.



Jusque dans les années 2000, on pensait que seul comptait l'actionnaire. Aujourd'hui, on mesure l'importance du capital humain, une prise de conscience renforcée par les nouvelles aspirations des salariés et les enjeux de recrutement. On mesure également la nécessité fondamentale de replacer le client au cœur des problématiques, et enfin la nécessité de prendre en compte l'intérêt général.



L'entreprise a un devoir finalement : relever les défis sociétaux que l'on connaît.





Aujourd'hui, les dirigeants que nous avons rencontrés affirment que l'entreprise est à la recherche d'un nécessaire équilibre entre toutes ses parties prenantes, entre performance et intérêt général. Pour eux, il en va de la survie-même de l'entreprise. C'est dans la recherche de cet équilibre qu'une entreprise peut être utile et peut garantir sa pérennité.



L'entreprise qui va bien doit construire cet équilibre entre sa performance et l'intérêt général qui bénéficie à tous : à ses salariés, à ses filières d'approvisionnement, aux territoires dans lesquels elle est implantée.



Dans la durée, il faut s'inscrire dans un système de valeur qui doit dépasser la création de la richesse tout court.



Cet équilibre entre la génération de profit et le soin apporté à l'intérêt général est nécessaire pour construire quelque chose de durable.



J'ai tendance à penser qu'il y a une vraie différence entre les entreprises qui pensent long terme qui ont plus d'utilité dans la société que celles qui sont focalisées sur le court terme.



La pérennité de l'entreprise commande que ses intérêts particuliers soient gérés pour servir les intérêts de ses quatre parties prenantes que sont les actionnaires, les clients, les fournisseurs et les territoires environnants.



Une entreprise qui est repliée sur elle-même pour moi ne peut pas durer.





Ce rôle étendu, citoyen ou sociétal, de l'entreprise est également, aux yeux des dirigeants, un élément indispensable d'attractivité et d'engagement de leurs collaborateurs. Et ce d'autant plus dans un contexte de tension en matière de recrutement. Si les jeunes sont plus concernés par cette « exigence », elle transcende les clivages générationnels et sociaux.



Dire que les gens ne veulent plus s'engager est faux. En revanche ceux-ci sont devenus beaucoup plus exigeants pour s'engager.



Les jeunes ne se projettent pas à travailler dans une entreprise dont l'impact global sociétal serait négatif.



Dans le passé, les gens suivaient une carrière, si possible dans une bonne entreprise, en essayant de progresser et l'utilité de ce qu'ils y faisaient était très peu questionnée. Aujourd'hui, si vous n'assurez pas la cohérence entre les valeurs affichées et la réalité de l'entreprise, personne ne se donnera corps et âme.



Les jeunes sont de plus en plus exigeants et ils veulent des preuves de l'engagement sociétal de l'entreprise.



C'est une vraie revendication des salariés. Il faut que l'entreprise dans laquelle ils travaillent donne du sens.



Il y a encore beaucoup de travail, beaucoup de postes qui sont encore à pourvoir donc il y a encore une tension sur le marché du travail (...) Aujourd'hui, un des critères de choix ce sont les valeurs de l'entreprise, ses comportements, sa réputation, évidemment ses conditions de travail.





S'ils se félicitent qu'on attende beaucoup des entreprises, les dirigeants alertent sur le fait qu'on ne peut pour autant pas tout faire reposer sur elles. Certains s'inquiètent des tentations actuelles qui seraient de confier aux entreprises ce qui ne devrait relever que de l'État ou de la société dans son ensemble.



Les Français en veulent encore plus. Ils ont vu les entreprises dans ce rôle de protection pendant le Covid. Ils ont trouvé ça super et ils en veulent encore et moi cela me paraît tout à fait légitime.



En dehors du cadre de travail, ce n'est pas aux entreprises de protéger la santé des salariés. Je ne crois pas que ce soit une bonne chose de gérer à la place de l'État.



Les entreprises peuvent prendre en charge un certain nombre d'éléments qui sont en fin de compte peu ou pas bien portés par la société.



Il y a aujourd'hui une tentation assez forte des États de faire reposer sur l'entreprise des missions d'intérêt général. Et il y a aussi une tentation de certains entrepreneurs de croire que l'intérêt général peut leur être confié. On ne peut pas dire que l'entreprise a en charge le bien commun. Le bien commun est quelque chose qui par définition repose sur une pluralité de parties prenantes. (...) Si l'entreprise peut poursuivre le bien commun, elle ne peut pas être en charge de la définition du bien commun.



Je pense qu'il ne faut pas tout attendre de l'entreprise.



Là où j'ai un problème, c'est quand on demande à l'entreprise d'assurer des missions qui relèvent de l'État.



On fait porter à l'entreprise des responsabilités et des enjeux qui dépassent leur seul champ. Les entreprises peuvent y voir un intérêt, mais il y a des limites. C'est le patron qui doit décider, il sait s'il s'engage sur un bon ou un mauvais chemin.



Les politiques publiques ont petit à petit déversé sur l'employeur beaucoup de responsabilités. Certains employeurs disent STOP. Ils finissent par n'avoir que des responsabilités et celles-là parfois deviennent trop lourdes à porter, notamment pour les TPE-PME.

- Dans un contexte de crise inflationniste, les Français attendent des entreprises un meilleur partage de la valeur pour protéger leur pouvoir d'achat.
 - Derrière l'État (52%), les entreprises (32%) sont le 2^e acteur sur lequel les Français comptent le plus pour améliorer leur pouvoir d'achat. Une tendance assez logiquement plus forte encore pour les salariés (34%)
 - Parmi les actions que peuvent mettre en place les entreprises pour améliorer les choses dans la société, les Français citent de manière prioritaire : créer des emplois (72%), contenir la hausse des prix (68%) et partager plus équitablement les profits (67%, +9).
 - S'ils devaient changer d'entreprise, les deux critères les plus importants pour les Français, qu'ils soient CSP+ ou CSP-, seraient le bon niveau de rémunération (63%, dont 68% des salariés, 68% des CSP- et 66% des CSP+), nettement devant le bien-être des salariés (49% ; dont 48% des CSP+ et 52% des CSP-). Il est intéressant de noter que les CSP+ (36%) choisiraient davantage que les CSP- (27%) une entreprise qui procure du sens, un sentiment d'utilité.

Le regard des dirigeants d'entreprise

Dans le contexte inflationniste actuel, la plupart des dirigeants estime que toutes les entreprises « font ce qu'elles peuvent ».



À la rentrée, on a augmenté les salaires pour la deuxième fois depuis le printemps. (...) J'en discutais avec des collègues chefs d'entreprise, je dirais que 80% d'entre eux si ce n'est pas 90% ont fait la même chose. (...) C'est-à-dire : je donne ce que je peux.

Pour les dirigeants interrogés, beaucoup de mécanismes de partage de la valeur pertinents existent déjà. L'enjeu, selon eux, est davantage de les simplifier, voire de les harmoniser au niveau européen, que d'en inventer de nouveaux.



Je pense qu'il faut surtout simplifier les mécanismes qui existent parce qu'il en existe déjà beaucoup.



Il y a sans doute des dispositifs à simplifier, à rendre plus accessibles à des entreprises de taille plus modeste, qui sont perdues. C'est un peu la complexité de notre système social.



Il faudrait faciliter l'actionnariat salarié dans les PME, en retenant des dispositifs extrêmement simples de valorisation des actions.



Le fait est qu'il y a un sujet de simplification législative. Et pour des sociétés internationales, il y a un sujet énorme : (...) il est presque impossible d'avoir un programme d'entreprise qui s'applique dans toute l'Europe car chaque pays a des spécificités.

Plutôt qu'un dividende salarié, certains dirigeants plaident pour une généralisation de l'actionnariat-salarié qui leur apparaît constituer une réponse plus pertinente à l'enjeu du partage de la valeur. Ils estiment que cela permettrait également de répondre au débat actuel de fond qui est biaisé par une asymétrie trop souvent oubliée : celle entre des salariés rémunérés chaque mois contre un travail et des actionnaires qui prennent des risques.



Le partage de la valeur, c'est combien je donne à mes actionnaires en rémunération, combien je donne à mes salariés en rémunération. Ce partage-là n'est pas évident parce que les situations ne sont pas symétriques. Les salariés sont payés pour travailler, ils sont payés tous les mois. Les profits qui sont payés aux actionnaires viennent récompenser le risque et la création de valeur. Ils interviennent une fois qu'on a payé tout le reste et donc, de ce point de vue-là, les mettre au même plan est particulièrement injuste.



Je n'ai jamais compris qu'on conçoive une entreprise dans laquelle les salariés ne sont pas actionnaires. (...) Si les apporteurs de capitaux prennent une part léonine des profits, au détriment de la pérennité de l'entreprise, le fait que les salariés soient actionnaires fera qu'ils pourront être partie-prenante de ce débat.



On a quand même un vrai sujet dans les entreprises cotées avec probablement une association insuffisante des salariés au capital. (...) Alors oui, pourquoi pas verser un dividende à des salariés mais en les associant à l'actionnariat de l'entreprise.



Je suis très attaché à l'alignement des horizons et intérêts. Je pense que l'actionnariat salarié est extrêmement important.



C'est plus important de se battre pour l'actionnariat salarié que d'aller chercher des nouvelles notions dont personne ne connaît bien les contours, qui confondent les mots, comme le dividende salarié.





Des dirigeants établissent une distinction entre le partage de la valeur et le partage du résultat.



La confusion est souvent faite entre partage de la valeur et résultat, car il n'existe pas de définition claire sur le périmètre à retenir pour évaluer « la valeur ». Intègre-t-elle les primes de performance ? S'agit-il d'évaluer ce partage sur le seul périmètre du résultat net ? Changer le cadre permettrait aux salariés de mieux percevoir comment la valeur se partage en prenant en compte tous les supports qui stimulent la performance collective.



L'entreprise doit partager et rémunérer à la juste valeur. Partager le résultat, c'est là aussi quelque chose qui est, pour moi, sa responsabilité et son intérêt. Je ne dis pas d'une façon égalitaire, mais je dis évidemment, il faut que les gens qui contribuent se sentent identifiés comme ayant particulièrement contribué, avec un retour financier bien sûr mais qui va aussi forcément porter sur un plus large panel de moyens, comme ses responsabilités, sa formation, son rôle, exposition en interne comme en externe, etc. — quelque fois au-delà de leur salaire.

Autre composante du débat sur le partage de la valeur, la rémunération des dirigeants d'entreprise fait l'objet d'appréciations différentes parmi ceux que nous avons rencontrés dans le cadre de cette étude. Pour tous, il est clair que ces controverses contribuent à ternir l'image des entreprises. Mais c'est à juste titre pour certains, qui ont reconnu partager la stupéfaction des Français quant au niveau de rémunération de certains chefs de très grosses entreprises, où la notion de risque n'est en plus pas la même que pour l'entrepreneur qui a créé sa propre structure. D'autres, en revanche, estiment que la rémunération des dirigeants relève de stéréotypes profondément ancrés dans l'opinion publique, de critiques injustes et infondées.



Un entrepreneur qui va créer de la valeur puisqu'il a démarré de 0 et qui va faire fortune, ça ne me choque pas.



On se retrouve avec des situations qui peuvent être assez choquantes et qui contribuent à détériorer l'image de l'entreprise.



Il y a dans les grandes entreprises une symbolique de la rémunération abusive qui nuit à leur image.





J'ai l'impression que les grandes entreprises sont tellement installées que cette prise de risque n'existe plus. C'est ce qui rend les rémunérations de certains dirigeants d'entreprise particulièrement choquantes.



Cette histoire de partage de la richesse, je pense que les dirigeants doivent l'entendre. Ils doivent entendre que l'on doit aller dans un monde plus équitable ou du moins qu'il y ait une cohérence dans le partage de richesse. Aucun salarié ne discute le fait qu'un chef d'entreprise gagne très bien sa vie. Entre la gagner très bien, la gagner démesurément bien, il y a peut-être des nuances.



Quelqu'un gagne très bien sa vie quand il est parti de zéro qu'il a vraiment créé de la valeur, qu'il a créé de l'emploi, de l'activité, il me semble que c'est socialement compréhensible, même dans un pays comme la France qui est très amoureux de l'égalité. Quand il y a des gens qui prennent beaucoup d'argent alors qu'on a l'impression que la prise de risque n'existe pas, ça peut faire partie des choses qui créent des tensions.



Il y a un sujet en France autour des salaires des grands patrons. C'est une espèce de mythe. (...) On a l'impression qu'il n'y a qu'en France que le sujet est poussé à ce niveau-là.

- Le bien-être au travail est également une attente forte des Français à l'égard des entreprises, qui sont jugées à la hauteur en ce sens.
 - Assurer la sécurité/santé des salariés doit être la priorité (75%, 73% des salariés) n°1 des entreprises selon les Français, qui attendent aussi qu'elles améliorent leurs conditions de travail (71%, 72% des salariés). Les CSP- sont 75% à le penser, plus que toutes les autres catégories.
 - D'ailleurs, s'ils étaient dirigeants d'entreprise, les priorités des Français seraient le bien-être de leurs salariés (78%, et 83% des salariés), devant la satisfaction des clients (65%, 67% des salariés), le juste partage des profits (64%, 62% des salariés), la rentabilité de leur entreprise (56%, 59% des salariés) et l'exemplarité à l'égard de l'environnement (39%, 35% des salariés).
 - 75% des salariés estiment que leur qualité de vie au travail est bonne (notes 6 à 10/10) - dont 33% très bonne (notes 8 à 10/10) - 14% moyenne (5/10) et 11% pas bonne (0 à 4/10).
 - Pour améliorer leur qualité de vie au travail, les salariés souhaitent un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle (40% plus de flexibilité sur les horaires, 37% meilleur équilibre), un lieu de travail plus confortable, accueillant, convivial (35%) et un management plus à l'écoute (35%).

Le regard des dirigeants d'entreprise

Les dirigeants, comme les Français, sont globalement favorables à une plus grande flexibilité de l'organisation du travail pour un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle des salariés. Tous s'accordent à dire que la crise sanitaire du Covid a été un véritable accélérateur en matière de nouvelles organisations et de qualité de vie au travail.



On voit sur ce sujet qu'après le Covid il y a eu pas mal d'accords de qualité de vie au travail qui ont été signés.



Les jeunes se projettent sur un meilleur équilibre entre vie sociale, vie familiale et vie d'entreprise.



Nos collaborateurs les plus jeunes (...) sont très attachés à l'équilibre vie pro/vie perso.



Ce sur quoi on est en train de réfléchir (...), c'est essayer de mieux prendre en compte les besoins des salariés en fonction de leur tranche de vie. On s'aperçoit que les besoins sont différents d'une période de vie à une autre.



Nous sommes dans un changement du rapport au travail où la part de la qualité de vie a pris un espace important. Elle se combine à la volonté d'autonomie, et à la volonté de choisir les lieux, les espaces. Mais à force de tout combiner, le lieu physique de l'entreprise se mélange au lieu physique de la maison ; la qualité de vie devient une qualité interdépendante de la vie professionnelle.



Vous ne pouvez pas faire travailler la même personne tous les week-ends de l'année parce que, même si vous travaillez dans un commerce et que le week-end c'est important, c'est à vous comme employeur de trouver un équilibre entre les contraintes de votre business et les intérêts de vos collaborateurs.



Je pense à un autre sujet, c'est comment on arrive aujourd'hui à ne plus penser l'entreprise qu'aux bornes de son périmètre de CDI. (...) Il y a des envies sans doute de moindre exclusivité par rapport à son employeur et après tout pourquoi pas.



Si un salarié va dans une entreprise et qu'il n'y a pas d'accord de télétravail, il n'ira pas. Il estimera que même s'il n'en aura pas l'utilité, il aurait quelque chose en moins. Il y a quelques années, personne ne parlait de télétravail.



Néanmoins, chez les dirigeants de certains secteurs, émerge l'inquiétude que ces formes d'organisation plus flexibles contribuent à renforcer la fracture entre les salariés du siège et du terrain, ou plus généralement entre « cols bleus et cols blancs ».



Il peut y avoir des distorsions entre salariés, des personnes qui peuvent avoir une qualité de vie qui s'améliore énormément et d'autres qui n'ont pas le choix. On regarde ça de manière très attentive.



À l'annonce du confinement, on a pris une décision tout de suite avec l'objectif de ne pas créer une entreprise des cols bleus et une entreprise des cols blancs. [...] Et donc on ne va pas fermer le siège pendant qu'on demande à certains collaborateurs de continuer à aller sur le terrain.

- Enfin, pour améliorer le monde dans lequel on vit, les Français attendent des entreprises qu'elles s'engagent plus encore dans la lutte contre la crise écologique.
 - Pour 67% des Français (et 65% des salariés), la protection de l'environnement doit faire partie des priorités des entreprises pour améliorer les choses dans la société. Cette conviction est homogène parmi la population, elle transcende les clivages générationnels et socio-économiques (67% 15-24 ans, 71% 65 ans et plus, 64% CSP+, 64% CSP-...).
 - Ils sont 59% (dont 62% des salariés) à estimer que les entreprises ne sont pas à la hauteur de la crise écologique, contrairement aux associations (59% à la hauteur), aux citoyens (55%) ou aux collectivités locales (54%). Mais c'est un jugement moins sévère que l'État (68% pas à la hauteur) ou les partis politiques (83%).

Le regard des dirigeants d'entreprise

Pour les dirigeants, comme pour les Français, les entreprises ont clairement un rôle à jouer pour lutter contre la crise écologique. Elles n'ont d'ailleurs pas le choix, car c'est aussi leur intérêt en tant qu'acteur de cette société et elles y sont poussées par leurs parties prenantes.



La transformation écologique a besoin des entreprises pour être activée. Les entreprises ne sont pas du côté seulement du problème, les entreprises sont du côté de la solution. Y compris au sujet du réchauffement climatique et de la crise écologique.



Une entreprise qui ne s'occupe pas du sujet sera quand même touchée par le fait que l'environnement écologique se dégrade, cela aura un impact sur son marché, son développement, etc. Donc elle y trouve un intérêt. Elle n'est pas responsable de tout, mais elle est responsable de s'engager dans des actions qui minimiseront son propre impact ou, mieux, des actions qui permettront de combattre plus largement la crise écologique.



Les entreprises sont sommées par leurs salariés ainsi que par leurs parties prenantes de prendre en compte la dimension environnementale.

Pour les dirigeants interrogés, les entreprises en font déjà beaucoup en ce sens, en cherchant à concilier la création d'un modèle économique viable et la protection de l'environnement.



Un très grand nombre de banques (...) ont par exemple réduit de manière considérable leur financement des énergies fossiles.



Toutes les industries ne sont pas comparables en matière d'impact sur l'environnement ou sur la biodiversité, mais je peux vous dire que les grands groupes sont très à la manœuvre, et que les ETI y vont aussi.



Pour aller plus loin encore, les entreprises ont besoin d'un cadre législatif clair, lisible et incitatif. Mais les avis des dirigeants rencontrés divergent davantage sur la rigidité de ce cadre, et donc sur le niveau d'intervention et de coercition qui doit être celui de l'État.



La complexité juridique en France fait que l'on ne va pas assez vite sur les sujets : perte d'innovation, perte de « time to market » et difficulté de faire des essais.



Il manque aujourd'hui un rôle de planificateur de la part de l'État et des instances dirigeantes européennes, avec une vision pluriannuelle, pour fixer un cadre commun d'exigence.



L'écologie de solutions (...) les entreprises en sont un élément moteur et elles ne peuvent pas le faire seules. Elles ont besoin d'un cadre législatif et d'un cadre d'ambition collective, ce sont deux sujets différents. Un cadre législatif pour interdire des choses ou mettre des taxes (...) car on n'a jamais vu un pollueur dépolluer sans y être obligé ou sans que cela soit plus cher.



Il faut légiférer pour contraindre à aller vite et il doit y avoir une pénalité pour celles [les entreprises] qui n'agissent pas.



L'économie de marché est propice à l'innovation et à la création. Mais la compétition crée aussi un frein. Si le cadre est aujourd'hui moins prescriptif et plus incitatif pour accompagner le changement, il manque un bout des règles du jeu et les outils pour atteindre le bon rythme pour conduire les changements.



L'État trace la voie. (...) Aller plus loin ça voudrait dire que l'État fait lui-même. Or, il n'en est pas capable. Aller moins loin ça voudrait dire que l'État s'en remet aux forces du marché, ce qui n'est pas non plus possible.



Les dirigeants et les entreprises ont un rôle, c'est de s'assurer que les décisions qui sont prises par le politique ont bien l'impact souhaité. Dans ce monde de sobriété et de transformation écologique, on manque d'études d'impact.





Il ressort également des entretiens menés que le défi environnemental, aussi majeur et urgent qu'il soit, ne doit pas cannibaliser ou occulter la question sociale.



Il faut se méfier des discours un peu trop radicaux parce que vous le savez bien, il y a le défi environnemental et les enjeux sociaux.



Prenons le temps, faisons les choses sérieusement. Ne privilégions pas un sujet parce qu'il est particulièrement visible au moment où on le privilégie.



Je suis frappé que tout le monde soit en train de traduire ESG ou RSE par juste le E. (...) Bien sûr, tant mieux. Il était temps. Mais pas au détriment du reste, et je trouve qu'on a une tendance en ce moment à déséquilibrer totalement. On dit « les parties prenantes » et on pense tout de suite réchauffement climatique (...) Or, il y a encore des pauvres en France, on voit bien qu'il y a un sujet de pouvoir d'achat, d'inflation...

Le rapprochement entre l'école et les entreprises est plébiscité par l'opinion.

- 84% des Français estiment que l'école ne prépare pas suffisamment les élèves au monde professionnel. Les salariés partagent cette conviction dans les mêmes proportions (83%) que la population en général.
- 55% jugent ce rapprochement nécessaire, 37% envisageable ; seulement 5% risqué et 2% inacceptable.
 - Il est jugé particulièrement nécessaire par les parents d'enfants scolarisés en collège/lycée (62%) et par les 65 ans et plus (64%).
 - Les salariés ne sont que 51% à le juger nécessaire. Ils le considèrent davantage comme « envisageable ».

Le regard des dirigeants d'entreprise

Les dirigeants partagent le constat des Français sur le fait que l'école ne prépare pas suffisamment les élèves au monde professionnel.



Faire faire des études aux enfants pour le simple fait de faire des études si derrière ils ne trouvent pas de boulot, ça n'a pas de sens.



On nous a tous expliqué pendant longtemps qu'en gros l'école [...] devait développer l'esprit critique. L'esprit critique, une réussite absolue. On a réussi à développer l'esprit critique le plus aigu de la planète à mon avis. Le problème c'est qu'on critique des trucs qu'on ne connaît pas. C'est-à-dire que tu peux faire toute ta scolarité jusqu'aux portes d'une business school sans jamais rencontrer un patron.

Le développement de l'apprentissage et de l'alternance sont souvent cités comme la preuve des bénéfices de ce rapprochement entre l'Éducation nationale et l'entreprise.



Il y a quelque chose qu'a très bien réussi le gouvernement, ça a été la promotion de l'alternance qui a probablement participé à créer de l'attachement aux entreprises.



L'apprentissage, l'alternance et tous ces mécanismes ce sont des merveilles et d'ailleurs, ça explose.

③ RSE et raison d'être sont mal connues des Français et teintées d'un soupçon d'insincérité.

Majoritaire, la connaissance de la RSE est pourtant fragile.

- 20% seulement des Français savent précisément ce dont il s'agit, 41% en ont entendu parler mais ne savent pas précisément ce que c'est, 38% n'en ont jamais entendu parler.
 - Les 15-24 ans (27%) et les CSP+ (25%) sont ceux qui savent précisément ce dont il s'agit.
- Les salariés ne connaissent pas mieux cette notion que l'ensemble des Français (41% des salariés n'en ont jamais entendu parler contre 38% des Français en général).
 - Toutefois, les salariés des grandes entreprises sont 35% à savoir précisément ce que recouvre cette notion.

La notion de « raison d'être » n'est pas connue par une majorité de Français.

- 12% en ont entendu parler et savent précisément ce dont il s'agit, 27% en ont entendu parler mais ne savent pas exactement ce que c'est, 59% n'en ont jamais entendu parler.
 - Les 15-24 ans (18%) et les 25-34 ans (17%) sont sensiblement plus nombreux à savoir ce dont il s'agit.
- Les salariés ne connaissent pas mieux cette notion que l'ensemble des Français (64% des salariés n'en ont jamais entendu parler contre 59% des Français en général).

Les entreprises qui adoptent une politique RSE et se dotent d'une raison d'être doivent encore convaincre de leur sincérité.

- Parmi les Français qui en ont entendu parler, 51% estiment que les démarches RSE des entreprises ne sont pas sincères, contre 48% qui pensent qu'elles le sont.
 - Les 15-24 ans (62%) et les 25-34 ans (58%) sont davantage convaincus de la sincérité des démarches RSE des entreprises.
 - Les salariés (52% pensent qu'elles ne sont pas sincères) ne sont pas plus convaincus de la sincérité des entreprises qui adoptent des démarches que la population dans son ensemble.
- Les efforts d'information sont encore plus importants en ce qui concerne la raison d'être : parmi les Français qui en ont entendu parler, 63% estiment que les entreprises qui expriment leur raison d'être le font par opportunisme, et 36% pensent que cette démarche est sincère.
 - Là aussi, les 15-24 ans (42%) et les 25-34 ans (46%) sont davantage convaincus que les entreprises qui se dotent d'une raison d'être le font par sincérité, dans une volonté d'être plus utiles à la société.
 - Les salariés ne sont pas plus convaincus de la sincérité des entreprises qui adoptent une raison d'être : 63% pensent qu'elles le font par opportunisme.

Le regard des dirigeants d'entreprise

Les dirigeants d'entreprise sont en parfait accord avec les Français sur le fait que RSE comme raison d'être ne sont pas suffisantes en elles-mêmes pour convaincre de la sincérité des entreprises. Pour beaucoup d'entre eux, c'est d'abord et surtout par les actes que les entreprises prouveront leur sincérité à agir pour la société. D'autant que quelques mauvaises pratiques, peu nombreuses mais très visibles, jettent l'opprobre sur la volonté d'action sincère de la majorité des entreprises.



Les actes sont plus importants que les mots.



Ce qui est important c'est plutôt d'agir.



La raison d'être plante un décor, mais elle ne fait pas de l'action.



Il y a des entreprises qui ne manipulent pas la RSE dans toutes les phrases, et qui font plein de trucs super.



Ce ne sont pas les beaux discours mais les preuves qui comptent.



Malheureusement en matière de RSE ou d'entreprise à mission, certains affichent un engagement de façade, ils font du mal à tous les autres, à tous ceux qui ont une démarche systémique et sincère.



Le syndrome de RSE-washing, je le comprends très bien parce qu'il y a des entreprises qui font semblant et il y en a d'autres qui sont authentiques.



Le bon moyen d'exprimer son utilité, c'est de démontrer que par ses pratiques quotidiennes on a été utile. Le 4-pages encadrées chromées sur papier glacé de RSE ça été pour certains sérieux, pour d'autres bullshit purement et simplement.

D'autant plus que les « mots » de la RSE et de la raison d'être sont pour beaucoup considérés comme jargonnant et peu concrets pour une grande partie de la population.



C'est un peu du jargon. (...) C'est un truc de technocrate en fait.



Je vais avoir du mal à utiliser un vocabulaire très très RSE, raison d'être et autres, parce que je le trouve souvent abstrait moi-même.



Les consultants recrutés pour formaliser la raison d'être d'une entreprise ont menacé de démissionner de leur mission parce qu'ils trouvaient que je souhaitais une formulation trop simple. (...) Peu importe, moi je voulais une rédaction limpide qui puisse être appropriée par tous nos salariés, quel que soit leur niveau hiérarchique.

Tous les dirigeants rencontrés s'accordent sur la nécessité pour les entreprises de développer un discours de preuves, avec des engagements mesurés et mesurables.



En face de cette raison d'être, on a défini des engagements, autant que possible mesurables.



À partir du moment où l'on prend des engagements, notamment dans le cadre de la raison d'être, c'est important de le concrétiser par des actes, d'en mesurer l'impact et de le faire savoir.



Ce concept d'entreprise RSE généralisée doit être lisible, il faut qu'on puisse l'expliquer, qu'il soit centré autour de quelques indicateurs structurants.



Pour beaucoup d'entreprises, quand vous regardez leur raison d'être, vous vous dites qu'il y a beaucoup d'engagements qui sont pris. La question c'est de savoir s'ils sont suivis dans la durée. Il n'est pas nécessaire de se donner des raisons d'être pour avoir des engagements et les respecter.



Il ne faut pas trop s'embarrasser de vocabulaires compliqués. Et par contre, donner des exemples. Je suis toujours très fan de l'exemple pour arriver à convaincre.



Mais pour cela, tous les dirigeants appellent à la création et au partage d'outils de reporting clairs, à l'échelle européenne, et certifiés par des tiers de confiance crédibles.



Il y a un sujet de reporting extra-financier qui est difficile à prendre puisque chaque secteur d'activité, chaque société doit être regardé dans son contexte c'est-à-dire qu'il faudrait avoir un reporting par société ...



Le business de la notation extra financière est totalement américain. Ce sont les Américains qui sont en train d'imposer leurs standards, d'imposer les sociétés qui vont tous nous noter.



Le syndrome de RSE-washing, je le comprends très bien parce qu'il y a des entreprises qui font semblant et il y en a d'autres qui sont authentiques. Comment on arrive à distinguer les deux ? Je pense que cocher des cases ne sera jamais complètement la réponse, il faut arriver à avoir des tiers de confiance qui prennent le temps. De confiance, donc ils ne s'achètent pas.



Sur les outils reporting RSE, il y a énormément à faire.

Pour autant, la RSE ne doit ni se résumer à un cadre réglementaire strict qui s'impose aux entreprises, ni à une série de « cases à cocher » uniforme. Il convient, selon beaucoup de dirigeants interrogés, de laisser la liberté à chaque entreprise de définir sa politique d'engagements sociétaux, en fonction de ses métiers, de ses réalités.



Je ne crois pas que c'est en contraignant les entreprises que l'on arrive à les rendre plus solidaires à la fois de la société française et des salariés qu'elle emploie.



Les investisseurs sont dans une forme de bien-pensance en se disant « il faut que je coche ma case environnementale ». (...) L'ennemi de la RSE, c'est les cases à cocher pour moi.



Ce qui me gêne dans le terme RSE, c'est « responsabilité », il renvoie à une obligation minimale imposée, « responsabilité pénale », « responsabilité du dirigeant », etc. On pourrait plutôt parler d'engagements sociétaux de l'entreprise.



Chaque entreprise, selon sa taille, son secteur, sa santé financière et sa capitalisation, a une problématique qui lui est propre.





On a des entreprises qui ont des réalités très différentes. (...) L'empreinte sociale ou sociétale d'une société, elle est très différente en fonction des métiers.



La RSE est un élément de différenciation de l'entreprise, c'est pour ça qu'on ne peut pas la codifier. Il ne faut pas l'utiliser pour mettre en coupe réglée l'entreprise, ça lui ferait perdre sa capacité de créativité.

L'idée que pour être crédible et efficace, la RSE doit être systémique est partagée par une majorité de dirigeants interrogés. En revanche, certains s'inquiètent de la complexité à mesurer et piloter l'adoption d'une stratégie RSE généralisée dans l'entreprise.



Il faut une démarche sincère et systématique.



Une entreprise ne peut pas être performante si ses salariés ne sont pas épanouis, si ses salariés ne sont pas associés aux résultats de l'entreprise, si l'entreprise n'est pas bien intégrée dans ses territoires et ne pollue pas, etc.



Afin de piloter la transformation des entreprises, nous avons besoin de faire des choix pour gérer l'énergie collective. Ainsi, ce qui me paraît compliqué dans la RSE généralisée, c'est le fait qu'il y a tellement de dimension que cela devient difficile de piloter une transformation. Je pense qu'on se doit de cadrer certains axes prioritaires intégrés à la stratégie de l'entreprise.

Résultats complets de l'enquête

ELABE

Méthodologie de l'enquête



Les Français

1320 interviews



Les salariés

768 interviews



Échantillon représentatif

Des Français de 15 ans et +

Représentativité assurée par la **méthode des quotas** appliquée aux variables de sexe, âge, catégorie socio-professionnelle, catégorie d'agglomération et région de résidence.

Des salariés français

Représentativité assurée par la **méthode des quotas** appliquée aux variables de sexe, âge, catégorie socio-professionnelle, nature de l'employeur, secteur d'activité et taille d'entreprise en suivi.



Interrogation par Internet

Vague 3 : 18 novembre au 24 novembre 2022

Vague 2 : 18 juillet au 4 août 2020 et du 25 au 26 août 2020

Vague 1 : 10 au 13 novembre 2017



22 questions

Durée médiane de **11 min**



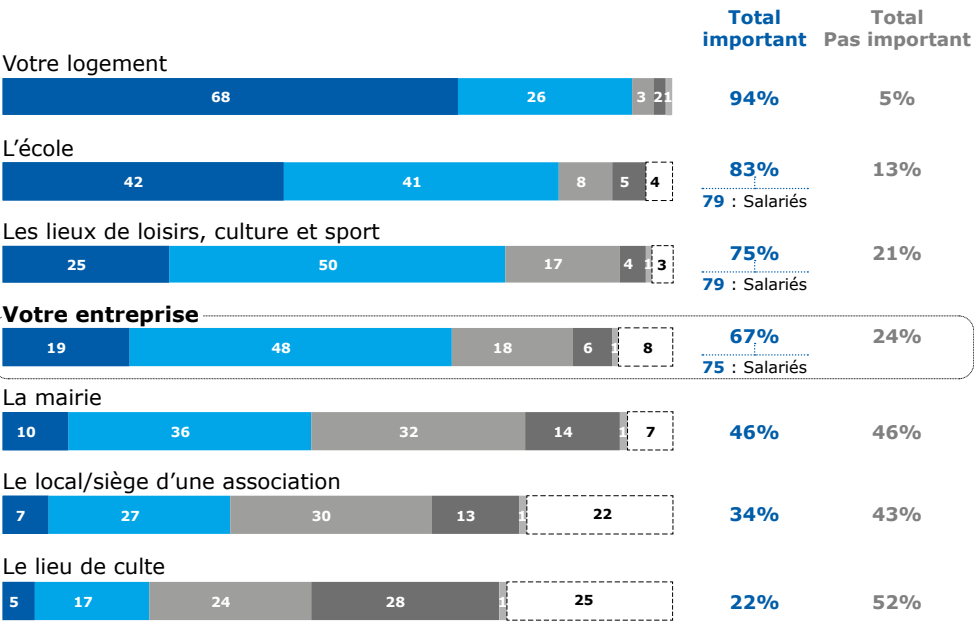
Les évolutions significatives par rapport à la 2^e vague de cette enquête sont indiquées à l'aide des symboles suivants :  

Lorsqu'aucune évolution n'est signalée, cela signifie que les résultats sont stables ou que l'évolution est trop faible pour être statistiquement significative.



Les Français ont globalement une bonne image de l'entreprise mais après une forte progression pendant la crise sanitaire, retour à des niveaux pré-Covid

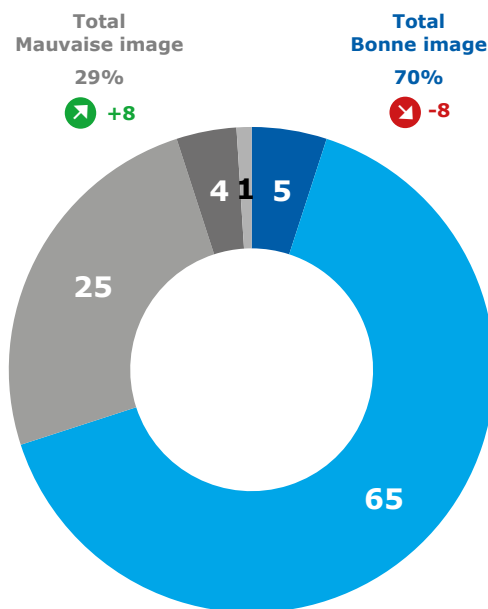
L'entreprise a une place structurante dans la vie des Français et encore plus dans celle des salariés



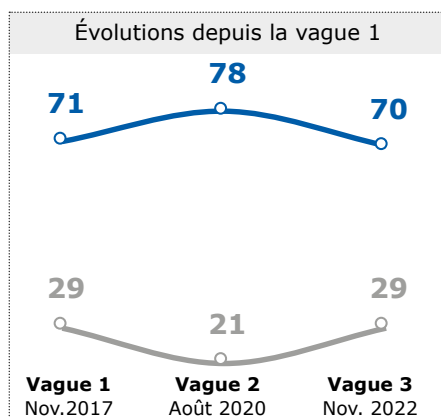
- Légende**
- Très important
 - Assez important
 - Pas vraiment important
 - Pas important du tout
 - Sans opinion
 - Non concerné

Base : Ensemble des Français (1320)
Voici des lieux, des institutions, des espaces de vie en commun que vous fréquentez ou que vous avez pu fréquenter au cours de votre vie. Pour chacun d'eux, indiquez s'il occupe ou a occupé une place importante dans votre vie.

Les Français ont globalement une bonne image des entreprises mais la parenthèse de sa forte progression pendant la crise Covid semble s'être refermée

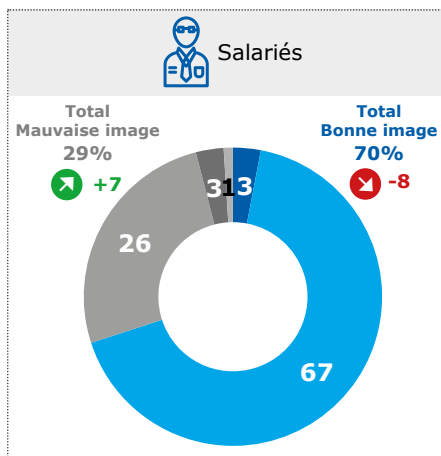


81 : Cadres ⬆️ +6
68 : Professions intermédiaires ⬇️ -10
66 : Employés/ouvriers ⬇️ -10



Légende

- Très bonne image
- Assez bonne image
- Assez mauvaise image
- Très mauvaise image
- Sans opinion



Base : Ensemble des Français (1320)

D'une manière générale, avez-vous une bonne ou une mauvaise image des entreprises ?

Conséquence de cette parenthèse fermée : la méfiance redevient devant la confiance le mot qui caractérise le plus l'état d'esprit des Français à leur égard

Méfiance



Confiance



Indifférence



Lassitude



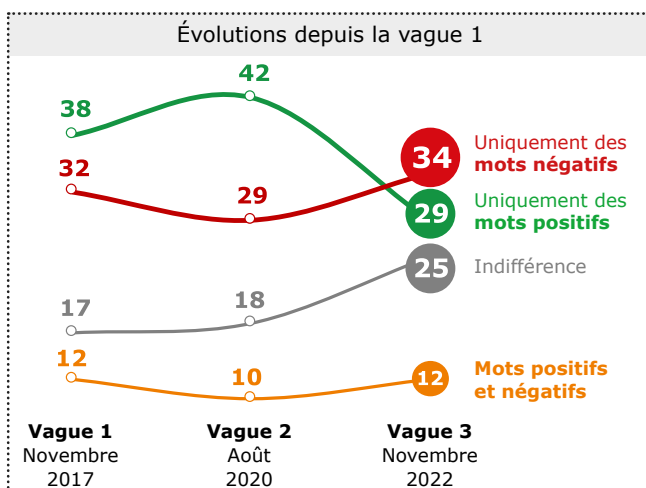
Attachement



Enthousiasme



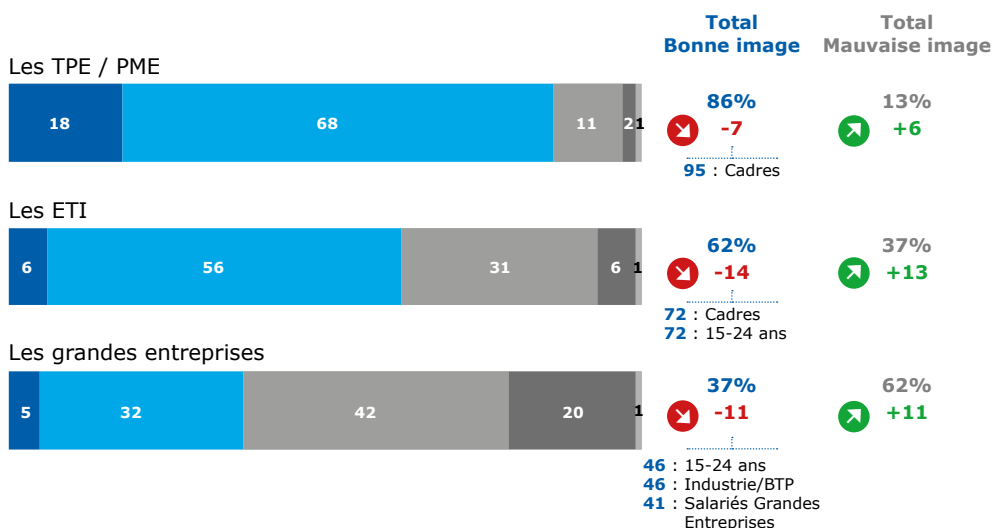
Colère



Base : Ensemble des Français (1320)

Quels sont les deux mots parmi la liste suivante qui caractérisent le mieux votre état d'esprit vis-à-vis des entreprises dans leur ensemble ? 2 réponses possibles

Si elle est globalement bonne, l'image des entreprises est toutefois hétérogène : elle varie fortement selon leur taille



Légende

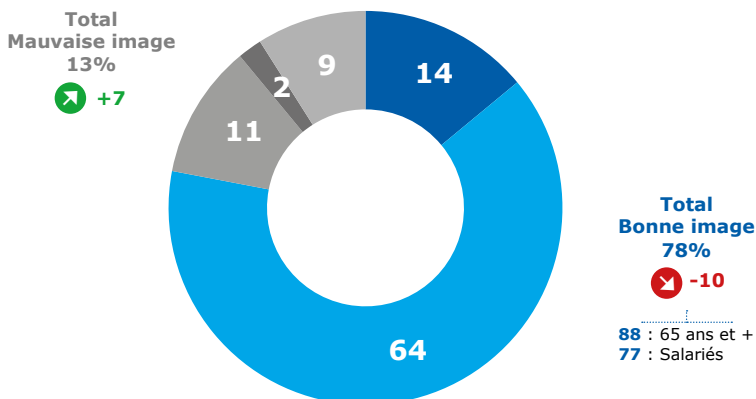
- Très bonne image
- Assez bonne image
- Assez mauvaise image
- Très mauvaise image
- Sans opinion

Base : Ensemble des Français (1320)

Avez-vous une bonne ou une mauvaise image des types d'entreprises suivants ?

Une hétérogénéité que l'on retrouve dans l'image des dirigeants : les dirigeants des TPE/PME disposent d'une image nettement meilleure que ceux des grandes entreprises

TPE/PME



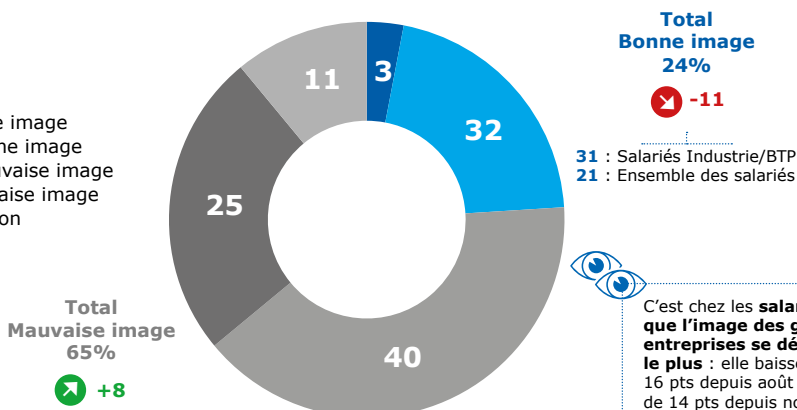
Base : Ensemble des Français (1320)

Quelle image avez-vous des dirigeants de Très Petites Entreprises (TPE) et Petites et Moyennes Entreprises (PME) ?

GRANDES ENTREPRISES

Légende

- Très bonne image
- Assez bonne image
- Assez mauvaise image
- Très mauvaise image
- Sans opinion

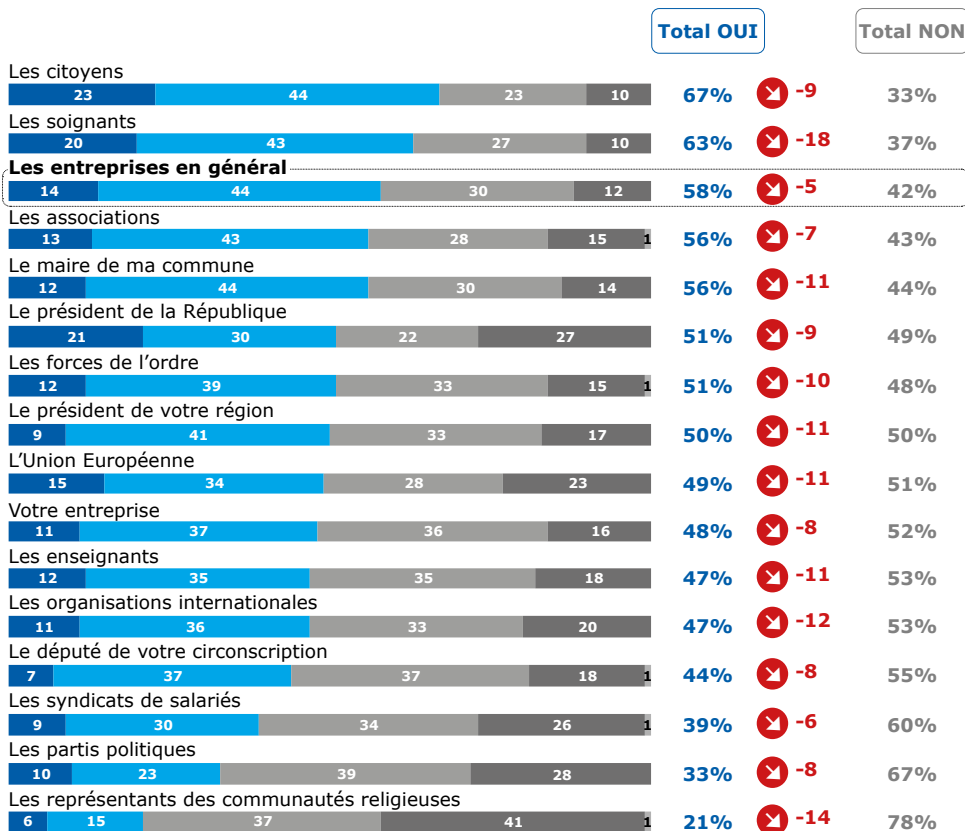


Base : Ensemble des Français (1320)

Quelle image avez-vous des dirigeants des grandes entreprises ?

**Crise écologique,
partage de la valeur
et bien-être au travail :
de fortes attentes pèsent
sur les entreprises pour
améliorer les choses
dans la société**

Dans un contexte de crises, le sentiment que les institutions peuvent améliorer la société recule fortement. Les Français comptent toujours sur les entreprises, qui sont l'acteur le moins impacté par ce recul généralisé



Légende

- Oui tout à fait
- Oui plutôt
- Non pas vraiment
- Non pas du tout
- Sans opinion



Les moins de 25 ans (70%) et les cadres (66%) sont particulièrement nombreux à considérer que **les entreprises en général** ont le pouvoir d'améliorer le monde dans lequel on vit.

Base : Ensemble des Français (1002) – Terrain d'enquête réalisé les 22 et 23 novembre 2022
Selon vous, chacun des acteurs suivants a-t-il le pouvoir d'améliorer le monde dans lequel on vit ?

Si les Français comptent surtout sur les TPE/ PME, c'est à l'égard des grandes entreprises que leur attente progresse le plus fortement

Les TPE / PME



Les grandes entreprises

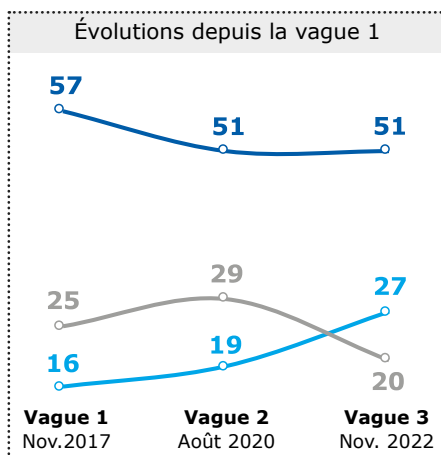


Les ETI



Légende

- Très grande attente
- Assez bonne attente
- Assez mauvaise attente

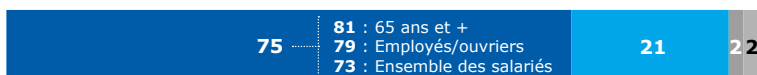


Base : Ensemble des Français (1320)

Quel est le type d'entreprise sur lequel vous comptez le plus pour améliorer les choses dans la société ?

Pour améliorer concrètement les choses dans la société, les Français dressent une feuille de route aux entreprises : santé, emploi, conditions de travail, pouvoir d'achat et environnement

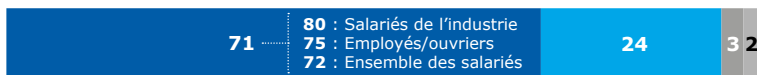
Assurer la **sécurité** et la **santé** des **salariés** sur leur **lieu de travail**



Créer des emplois*



Améliorer les **conditions de travail** de leurs salariés*



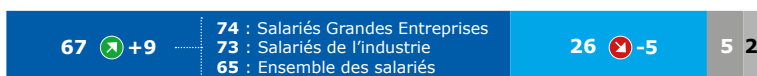
Contenir la hausse des prix (inflation)*



Protéger l'environnement (eau, climat, biodiversité...)*



Partager plus **équitablement les profits** entre les **dirigeants**, les **salariés** et les **actionnaires**



Légende

- Prioritaire
- Importante mais pas prioritaire
- Secondaire
- Sans opinion

Base : Ensemble des Français (1320)

Pour chacune des actions suivantes que les entreprises pourraient mettre en œuvre ou renforcer pour améliorer les choses dans la société, diriez-vous qu'elle est prioritaire, importante mais pas prioritaire ou secondaire ? (*) Nouveaux items 2022

En comparaison, la création de richesse, l'inclusion (insertion des jeunes, diversité, égalité) et la considération des parties prenantes (territoires, fournisseurs) sont des sujets importants mais moins prioritaires

Réduire leur consommation d'énergie*



Former les salariés à de nouvelles compétences et aux compétences de demain



Favoriser l'insertion des jeunes dans l'entreprise



Favoriser la diversité et l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes dans l'entreprise*



Améliorer la compétitivité de l'économie française*



Relocaliser certaines activités stratégiques



Favoriser l'insertion professionnelle des personnes les plus vulnérables



Accorder une place plus importante à leurs salariés et à leurs clients dans leurs instances de gouvernance (conseil d'administration ou de surveillance)



Prendre mieux en compte les intérêts des territoires



Créer des richesses*



Mettre en place des relations équitables et durables avec leurs fournisseurs



Créer du lien social*



Prendre le relais de l'Etat pour les missions qu'il n'est plus en mesure d'assurer



Légende

- Prioritaire
- Importante mais pas prioritaire
- Secondaire
- Sans opinion

Base : Ensemble des Français (1320)

Pour chacune des actions suivantes que les entreprises pourraient mettre en œuvre ou renforcer pour améliorer les choses dans la société, diriez-vous qu'elle est prioritaire, importante mais pas prioritaire ou secondaire ? (*) Nouveaux items 2022

Derrière l'État, les entreprises sont le 2^e acteur sur lequel les Français comptent le plus pour améliorer leur pouvoir d'achat

L'État



Les entreprises



52 : Salariés des grandes entreprises
44 : Salariés de l'industrie et BTP
40 : Cadres
34 : Ensemble des salariés

Les citoyens directement



Les collectivités locales



L'Union européenne



Les syndicats



Les partis politiques



Les associations / ONG



Sans opinion



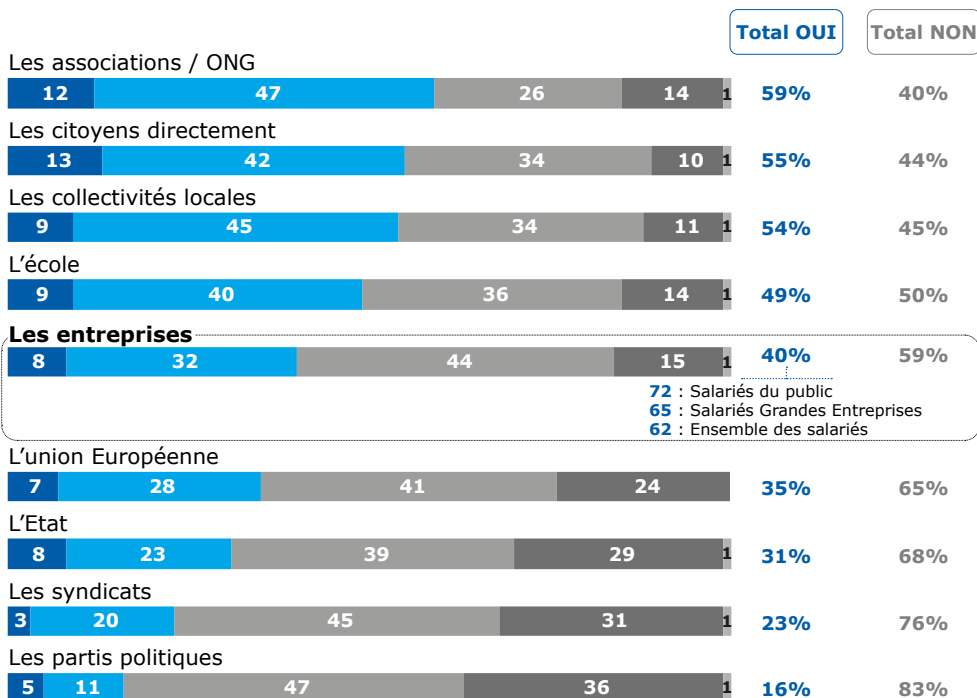
Légende

- Le plus
- Sans opinion

Base : Ensemble des Français (1320)

Dans un contexte d'inflation (augmentation des prix), sur qui comptez-vous le plus pour améliorer votre pouvoir d'achat ?

Les entreprises ne sont pas jugées à la hauteur de la crise écologique



Légende

- Oui tout à fait
- Oui plutôt
- Non pas vraiment
- Non pas du tout
- Sans opinion

Base : Ensemble des Français (1320)

De manière générale, face à la crise écologique, diriez-vous que chacun des acteurs suivants est à la hauteur ?

S'ils étaient dirigeant d'entreprise, les priorités des Français seraient le bien-être de leurs salariés, la réussite de leur entreprise (satisfaction client, rentabilité), le juste partage des profits et l'exemplarité à l'égard de l'environnement

Le **bien-être** de vos **salariés**

26

78

85 : 50-64 ans
83 : Salariés

La **satisfaction** de vos clients

15

65

73 : Cadres
67 : Ensemble des salariés

Un **juste partage des profits** avec vos salariés

18

64

62 : Ensemble des salariés

La **rentabilité** de votre entreprise

19

56

65 : Salariés de l'industrie
59 : Ensemble des salariés

L'**exemplarité** à l'égard de l'**environnement**

10

39

50 : 15-24 ans
35 : Ensemble des salariés

La **qualité** de la **relation avec vos fournisseurs**

2

22

La **qualité de vie des quartiers, villes et territoires**
dans lesquels votre **entreprise est implantée**

3

17

La **prise en compte des citoyens** dans leur **ensemble**

3

15

Les **échanges** avec les **écoliers / étudiants**

2

12

18 15-24 ans

La **rémunération** de vos **investisseurs / actionnaires**

2

8

Légende

- Cité en 1^{er}
- Cité en 2^e, 3^e et 4^e
- Total des citations

Base : Ensemble des Français (1320)

Si vous étiez dirigeant d'entreprise, quelles seraient vos priorités ? – 4 réponses possibles

Et s'ils devaient chercher un poste, les Français choisiraient avant tout une entreprise qui propose un bon niveau de rémunération, se préoccupe du bien-être des salariés et leur procure du sens et un sentiment d'utilité

Propose un bon **niveau de rémunération**

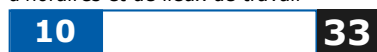


78 : Ouvriers
77 : Salariés grandes entreprises
75 : Salariés de l'industrie
68 : Salariés en général

Se préoccupe du **bien-être de ses salariés**

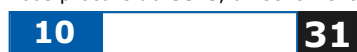


Offre de la **souplesse** en termes d'**organisation**, d'horaires et de lieux de travail



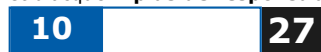
40 : Salariés secteur des services
39 : Salariés grandes entreprises
39 : Parents

Vous procure **du sens**, un sentiment d'**utilité**

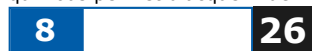


36 Cadres/Professions intermédiaires

Vous permet **d'évoluer** dans sa **hiérarchie** et d'acquérir **plus de responsabilités**



Vous forme à de **nouvelles compétences**, qui vous permet d'acquérir de **nouvelles connaissances**



32 Chômeurs

Vous offre des perspectives **de carrière de long terme**



Légende

■ Cité en 1^{er}
□ Cité en 2^e, 3^e et 4^e
■ Total des citations

Vous offre **plus d'indépendance**



30 Indépendants

Vous **permet** de faire **plusieurs métiers** et **activités durant votre carrière**



Rien de tout cela, je ne travaillerais pas pour une (autre) entreprise

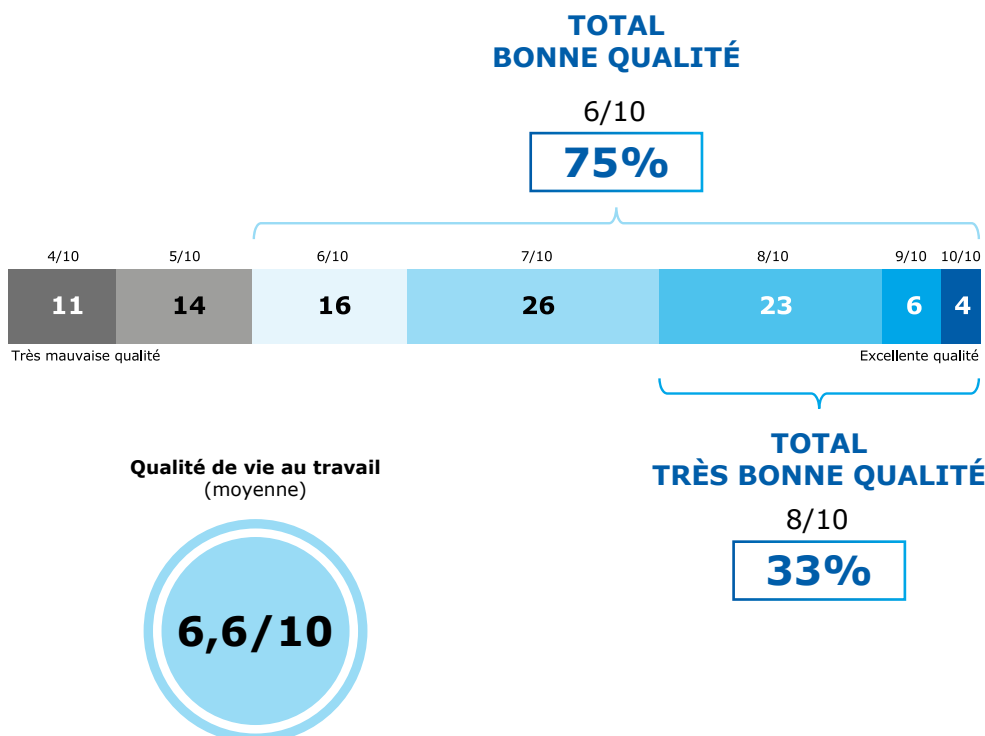


Base : Ensemble des Français (1320)

Si vous deviez changer d'entreprise/recommencer votre carrière/travailler pour une entreprise, vous choisiriez une entreprise qui... ? – 4 réponses possibles

3 salariés sur 4 estiment que leur qualité de vie au travail est bonne, mais il s'agit d'une évaluation fragile : « seul » 1 sur 3 la juge très bonne

% des répondants ayant attribué une note de



Base : Ensemble des Français (1320)

Sur une échelle de 0 à 10, comment évaluez-vous votre qualité de vie au travail ? 10 signifie que votre qualité de vie au travail est excellente, 0 qu'elle est très mauvaise. Les notes intermédiaires vous permettent de nuancer votre jugement – 4 réponses possibles

Pour améliorer leur qualité de vie au travail, les salariés aspirent à un meilleur équilibre vie pro/vie perso, un management plus à l'écoute et un lieu de travail plus convivial

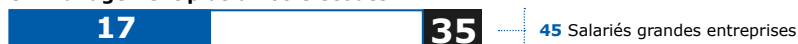
Plus de flexibilité pour adapter vos horaires de travail à votre vie privée



Un **meilleur équilibre** entre votre vie professionnelle et votre vie personnelle



Un **management plus à votre écoute**



Un **lieu de travail plus confortable**, accueillant, convivial



Plus de **moments conviviaux**



Plus de **flexibilité dans le choix de votre lieu de travail** :

au bureau, télétravail depuis ou hors de chez vous, espaces de travail partagés, etc.



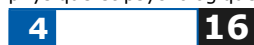
L'accès à des **services de sport au travail**



Plus d'autonomie



L'accès à des **services de suivi et d'amélioration de votre santé** physique et psychologique



Autres



Rien de tout cela

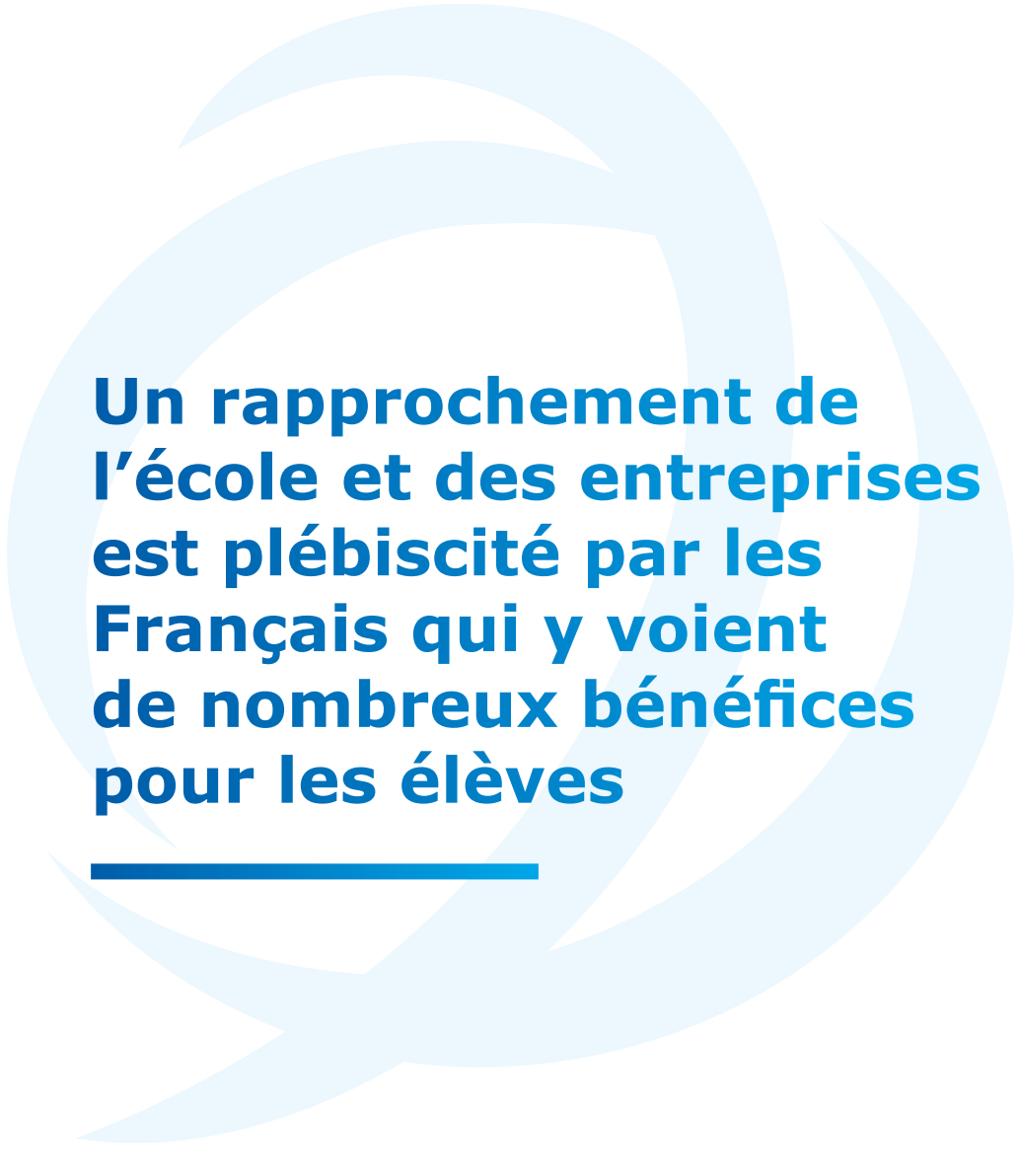


Légende

- Cité en 1^{er}
- Cité en 2^e, 3^e et 4^e
- Total des citations

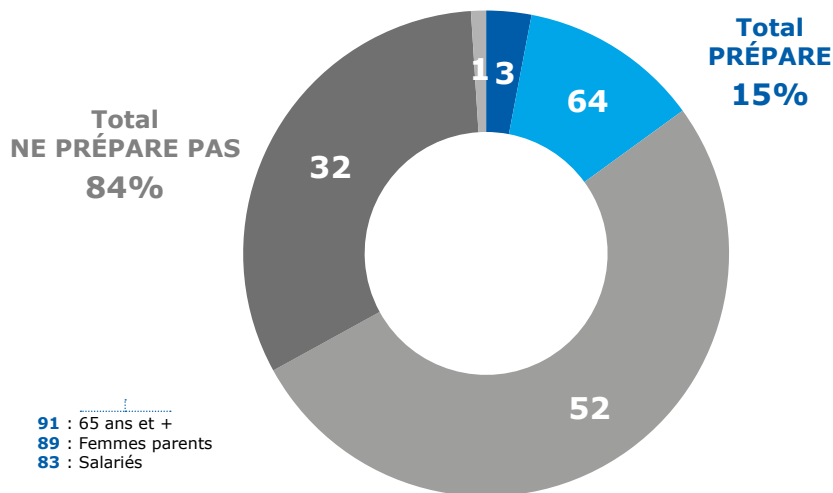
Base : Ensemble des Français (1320)

Qu'est-ce qui pourrait améliorer votre qualité de vie au travail ? – 4 réponses possibles



**Un rapprochement de
l'école et des entreprises
est plébiscité par les
Français qui y voient
de nombreux bénéfices
pour les élèves**

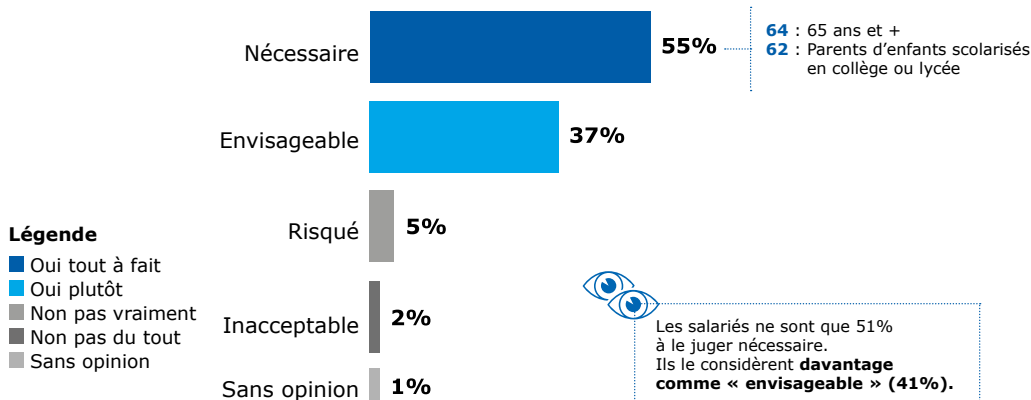
Le rapprochement entre l'école et les entreprises est plébiscité par l'opinion



Base : Ensemble des Français (1320)

Selon vous, est-ce que l'école (primaire, collège, lycée) prépare suffisamment les élèves au monde professionnel ?

Un rapprochement de l'école et des entreprises est ...



Base : Ensemble des Français (1320)

Selon vous, un rapprochement de l'école et des entreprises est... ?

Les Français voient de nombreux bénéfices pour les élèves d'un tel rapprochement : apprendre le fonctionnement du monde du travail et de l'entreprise, gagner en maturité et faciliter l'orientation

78% évoquent au **moins une idée**
1,3 idées par répondant en moyenne
22% évoquent **aucune idée**

BÉNÉFICES POUR LES ÉLÈVES

63 : Parents d'enfants scolarisés en lycée

Apprendre le fonctionnement du monde du travail

☐ **24**

Meilleure orientation, mieux choisir un métier, une carrière

☐ **16**

Meilleure connaissance des réalités de la vie d'adulte

☐ **15**

Acquérir de l'expérience, des compétences, un métier

☐ **8**

Apprendre le fonctionnement du monde de l'entreprise

☐ **8**

Développement personnel des élèves (motivation, confiance)

☐ **6**

Insertion sur le marché du travail plus facile

☐ **4**

Bénéfices pour l'entreprise (attractivité, ouverture)

☐ **7**

Meilleure compréhension mutuelle entreprise/école

☐ **3**

Permet de développer l'apprentissage, l'alternance et les stages

☐ **3**

Avis négatif

☐ **1**

Cela serait bénéfique (sans autre précision)

☐ **4**

Autres

☐ **4**

Ne se prononce pas

☐ **22**



Verbatim illustratifs de personnes interviewées

Se rendre mieux compte de ce qu'est le monde du travail, métiers, contraintes et bénéfice, horaires, organigramme, hiérarchie etc.

Avoir une meilleure connaissance du milieu du travail.

Cela permettrait aux élèves de se rendre compte de ce qu'est le monde du travail.

Aide les élèves à trouver un métier qui leur plaît et ne pas choisir un métier sur papier qui ne leur plaira pas une fois diplômé. Plus tôt les élèves peuvent tester des métiers, plus tôt ils peuvent valider leur orientation.

De savoir vraiment dans quel monde vivent les adultes et les préparer à ce monde.

Une meilleure préparation au monde adulte.

Apprendre aux élèves des compétences pratiques.

Avoir une idée de ce qui se fait dans l'entreprise.

Apprendre ce qu'est le respect des autres et connaître le travail en commun.

Base : Ensemble des Français (1320)

Quels seraient selon vous les bénéfices, pour les élèves, les entreprises ou la société dans son ensemble, d'un rapprochement des mondes de l'école et de l'entreprise ? – Question ouverte (aucun item de réponse suggéré)



**« RSE » et « raison
d'être » sont des notions
mal connues du grand
public et teintées d'un
soupçon d'insincérité**

RSE : une connaissance fragile et des démarches qui doivent encore convaincre de leur sincérité

Oui j'en ai entendu parler
ET je sais de quoi il s'agit

20%

38 : Cadres
35 : Salariés grandes entreprises
27 : 15-24 ans
25 : Cadres/prof. intermédiaires

Oui j'en ai entendu parler
MAIS je ne sais pas
exactement de quoi il s'agit

41%

Je n'en ai
jamais entendu parler

38%

50 : Salariés TPE
48 : 35-49 ans
47 : Employés/ouvriers
46 : Salariés du public
41 : Ensemble des salariés

Sans opinion

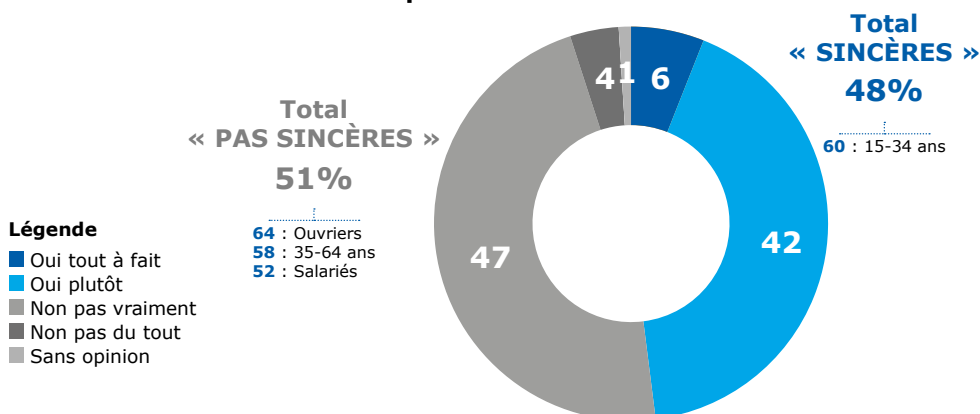
1%

Base : Ensemble des Français (1320)

Connaissez-vous la notion de « Responsabilité sociale et environnementale des entreprises » (RSE) ?

PARMI LES FRANÇAIS QUI EN ONT ENTENDU PARLER (61%)

Les démarches RSE des entreprises sont...



Base : Français qui ont entendu parler de la RSE (832)

Selon vous, est-ce que les démarches RSE des entreprises sont sincères ?

Raison d'être : une notion mal connue teintée d'un soupçon d'insincérité

**Oui j'en ai entendu parler
ET je sais de quoi il s'agit**

12%

20 : Cadres
17 : 15-34 ans

**Oui j'en ai entendu parler
MAIS je ne sais pas
exactement de quoi il s'agit**

27%

**Je n'en ai
jamais entendu parler**

59%

71 : Salariés TPE
67 : 35-49 ans
64 : Ensemble des salariés

Sans opinion

2%

Base : Ensemble des Français (1320)

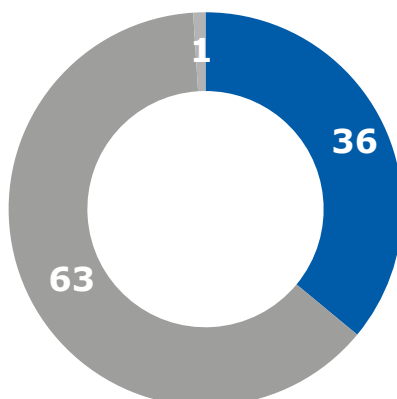
Connaissez-vous la notion de « Raison d'être » des entreprises ?

PARMI LES FRANÇAIS QUI EN ONT ENTENDU PARLER (39%)

Les entreprises expriment leur raison d'être le font...

**Par opportunisme,
pour en tirer
un bénéfice
pour leur image**

73 : Cadres
72 : Salariés grandes entreprises
69 : 35-64 ans
63 : Ensemble des salariés



**Par sincérité,
dans une volonté
d'être plus utiles
à la société**

44 : 15-34 ans

Légende

- Oui tout à fait
- Oui plutôt
- Non pas vraiment
- Non pas du tout
- Sans opinion

Base : Français qui ont entendu parler de la « Raison d'être » (523)

Selon vous, pour quelle raison les entreprises expriment leur Raison d'être ?

Remerciements

Les dirigeants interrogés pour leur disponibilité, la richesse et la franchise des échanges

- **Godefroy de Bentzmann**, *Co-fondateur et Président de Devoteam*
- **Jean-Marc Borello**, *Fondateur et Président du directoire du Groupe SOS*
- **Estelle Brachlianoff**, *Directrice générale de Veolia*
- **Philippe Carli**, *Président du Groupe EBRA*
- **Olivier Lenel**, *Directeur général et Président du directoire de Mazars France*
- **Enrique Martinez**, *Directeur général du Groupe Fnac Darty*
- **Sébastien Petithuguenin**, *Directeur général de Paprec Group*
- **Augustin de Romanet**, *Président-directeur général du Groupe ADP*
- **Jean-Jacques Salaün**, *Directeur général d'Inditex France*
- **Thomas Saunier**, *Directeur général de Malakoff Humanis*
- **Estelle Sauvat**, *Directrice générale du Groupe Alpha*

L'équipe de l'Institut de l'Entreprise pour son apport sur l'ensemble du programme et plus particulièrement

- **Hortense Chadapaux**, *Directrice des Programmes*
- **Marie-Charlotte Dichamp**, *Directrice du Développement et de la Valorisation*
- **Nathalie Garroux**, *Responsable de Programmes*

pour la coordination du projet et du présent ouvrage.

À propos d'ELABE

ELABE est un cabinet d'études et de conseil créé en juin 2015 par Bernard Sananès et fondé sur une approche nouvelle : l'hybridation de trois métiers complémentaires, les Études, le Conseil et le Planning stratégique. Le rapprochement de ces trois métiers et le décloisonnement de leurs expertises permet à ELABE de proposer non seulement des études plus stratégiques et plus décisionnelles, mais surtout un conseil en stratégie de communication objectivé par l'analyse des opinions. Fort de ses synergies, ELABE a pour ambition d'accompagner ses clients dans la mise en mouvement de leurs idées, l'appropriation de leurs actions et l'accompagnement de leurs transformations.

Cette étude a été réalisée en partenariat avec **Malakoff Humanis** et **Veolia**





@institut-de-l'entreprise



inst_entreprise



institutdelentreprise

29 rue de Lisbonne
75008 Paris
+33 1 53 23 05 40
www.institut-entreprise.fr