



---

**REPÈRE CONFIANCE  
ÉPISODE 2 : COMMENT LES  
FRANÇAIS PERÇOIVENT-ILS LES  
INITIATIVES DES ENTREPRISES ?**

4 DÉCEMBRE 2018

Dans l'épisode précédent de notre série Repère Confiance, vous avez pu découvrir ce que les Français attendaient de l'entreprise. Ce mois-ci, nous vous proposons de revenir sur la manière dont ils perçoivent la diversité des engagements pris par les entreprises.

**Revenons d'abord sur la feuille de route des Français pour l'entreprise (\*) : former les salariés aux compétences de demain (72%), puis partager plus équitablement les profits entre les dirigeants les salariés et les actionnaires (67%), favoriser l'insertion des jeunes dans l'entreprise (65%) et assurer l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes (61%), et enfin offrir/laisser une place plus importante à leurs salariés et à leurs clients dans leurs instances de gouvernance (55%) Conscientes de la diversité des attentes et de l'étendu du rôle que les citoyens leurs prêtent, les entreprises ont développé de nombreuses actions dans des champs divers et variés. Cette diversité s'est notamment illustrée dans les initiatives présentées aux participants de nos ateliers citoyens.**

A l'occasion de nos ateliers citoyens, plus de 50 initiatives concernant des domaines aussi variés que la gouvernance, la formation et les parcours professionnels, l'association des salariés aux résultats de l'entreprise, le management et l'organisation du travail, ou encore l'engagement social et environnemental ont été soumises aux Français. Ces ateliers ont permis de démontrer que tous ces domaines sont déjà bien investis par les entreprises adhérentes de l'Institut de l'Entreprise. Ils ont également contribué à apporter la preuve que les entreprises ont pris conscience de leur impact sociétal.

*« Ça me rassure de savoir que ça bouge dans le monde de l'entreprise et ces dimensions sociales sont prises en compte »*

Liliane, 62 ans, Valence

Toutes les initiatives présentées constituent une illustration tangible de l'engagement des entreprises pour la Société et participent au renforcement de la confiance entre les Français et l'entreprise. La présentation de ces initiatives a également permis de faire tomber certains stéréotypes et idées reçues sur des entreprises qui ne seraient intéressées que par leur seul profit, au détriment de l'intérêt général, mais aussi de rassurer les citoyens sur la capacité d'innovation et la créativité des entreprises.

*« Il est dommage que ce genre d'initiative ne soit pas plus fréquente, on apprend à connaître le monde de l'entreprise au-delà du cliché »*

Louis, 27 ans, Paris

*« Cela donne l'impression que ce n'est pas figé alors même qu'ont dit que les entreprises françaises manquent de compétitivité (...) en tout cas elles ne manquent pas d'idée »*

*Sabrina, 43 ans, Nantes*

Plongez dans les ateliers citoyens avec cette vidéo qui montre l'étonnement et la surprise des Français face à la diversité et à la richesse des initiatives des entreprises.



Comme on le découvre sur cette vidéo, les Français sont sensibles aux différentes initiatives mises en œuvre par les entreprises. La question de l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle, avec notamment une adaptation du rythme de travail proposée aux salariés retient particulièrement l'attention des participants, à l'image de Stéphanie qui reconnaît qu'une telle initiative permet d'éviter « *d'avoir le corps au travail et la tête ailleurs* ».

A l'issue de nos ateliers, les participants ont été amenés à distinguer une initiative mise en place en la matière par le cabinet PwC. Fruit de longs mois de réflexion, cette initiative propose aux collaborateurs de bénéficier du télétravail grâce à des investissements techniques importants, du « flexitime », c'est-à-dire la possibilité d'aménager son temps de travail, du « familycare », qui propose des services de garde d'enfants, du soutien dans l'accompagnement des proches malades, la possibilité de s'habiller comme le déroulé de la journée de travail du collaborateur le nécessite. Retrouvez une présentation de l'initiative [le site de l'Institut de l'Entreprise](#). Toutes les initiatives s'inscrivant dans cette dynamique et proposant de retrouver une forme de bien-être au travail ou donnant les moyens de s'épanouir personnellement ont été saluées par les participants. Plus globalement, en s'adaptant aux contraintes de vie de ses collaborateurs, l'entreprise (re)devient un lieu d'exercice de la citoyenneté où chaque collaborateur a la possibilité de trouver son équilibre.

*« On a vu tellement de boîtes qui se comportaient mal avec les salariés, on entend tellement de choses sur le harcèlement, le mal-être en entreprise que ça fait du bien » Jacques, 54 ans, Valence*



La solidarité entre collègues, quel que soient les postes occupés est particulièrement plébiscitée par les participants, comme Bastien. Preuve à l'appui, une initiative présentée durant les ateliers permettant d'accompagner les collaborateurs atteints d'un cancer, grâce à différentes mesures telles que le don de RTT entre salariés, la signature d'accord sur les aidants familiaux, le maintien de la rémunération, l'absence de jour de carence et plus généralement la libération de la parole et la meilleure information des collaborateurs sur le sujet dans l'entreprise a été désignée « Coup de cœur ». Pour l'entreprise qui l'a développée, le laboratoire Roche, adhérent de l'Institut de l'entreprise, cette initiative s'est imposée d'elle-même « *On est parti du constat que l'entreprise produisait des médicaments contre le cancer, il paraissait nécessaire d'être en cohérence avec ce qui était communiqué à l'extérieur et par conséquent de prendre soin de nos collaborateurs, lorsque-eux étaient touchés* ». Retrouvez plus d'informations sur cette initiative [sur le site](#) de l'Institut de l'Entreprise.



Autre domaine marquant pour les citoyens présents, le respect de l'environnement par les entreprises, qui ont développé de nombreuses initiatives à cet effet. « *C'est un*

*premier pas vers la protection de notre planète* », comme le remarque l'une des participantes dans la vidéo, avant d'ajouter « *c'est ce qu'on devrait faire tous avec nos propres déchets* ». Au-delà de la portée globale de ces initiatives, elles coïncident avec une quête individuelle de sens des citoyens. Elles représentent des sources d'inspiration qui leur permettent de se projeter individuellement à l'échelle de leur quotidien. A ce titre, le troisième « coup de cœur » de ce jury citoyen a été décerné à l'initiative Carrefour, qui utilise les invendus des hypermarchés pour produire du biométhane, servant à alimenter en énergie les camions de livraison en ville. Toutes les informations relatives aux initiatives présentées lors des ateliers citoyens sont disponibles [sur le site](#) de l'Institut de l'Entreprise.

De façon générale, les initiatives présentées sont positivement reçues par les jeunes et les moins diplômés des Français interrogés alors même qu'ils semblent afficher un désengagement et une démotivation plus grande à l'égard du monde du travail et en particulier vis-à-vis de l'entreprise.

*« Moi en tant qu'étudiant, je me disais, jamais je ne bosserai en entreprise... on rêve plus d'autre chose, ou de fonder sa boîte, là, ça fait un peu réfléchir »*

Lisa, 19 ans, Paris

*« Pour moi, le monde de l'entreprise est devenu un peu moins impitoyable... c'est moins la jungle »*

Nassim, 34 ans, Nantes

Discuter et débattre des initiatives a provoqué des réactions très positives chez les participants à ces ateliers. Cela a même contribué à faire naître chez certains une fierté, liée notamment au fait que des entreprises françaises ou implantées dans le pays soient capables de mettre la création et l'innovation également au service de la société.

*« On n'a souvent que les grosses boîtes américaines en tête, les jeunes rêvent de travailler chez google parce qu'ils mettent en avant leurs engagements.... En voyant ça on se dit que les boîtes françaises n'ont pas à rougir »*

Jordan, 31 ans, Paris



*« On a trop longtemps oublié que bien sûr  
on bosse pour le salaire mais c'est bien  
quand même de pouvoir être fier de son  
entreprise »*

*Mohamed, 49 ans, Valence*

*« On ne dit pas assez ce qui se fait de bien,  
quand les entreprises sont sur le devant de  
la scène c'est pour leurs manquements pas  
pour leurs engagements »*

*Noémie, 23 ans, Nantes*

**\*71%.** C'est le pourcentage de Français qui déclaraient en janvier dernier avoir une bonne image de l'entreprise dans l'étude « A quoi servent les entreprises ? » réalisée par Elabe pour l'Institut de l'Entreprise en début d'année. Pourtant, 42% d'entre eux reconnaissent simultanément éprouver de la méfiance à son égard. Face à ce constat, l'Institut de l'Entreprise a décidé de partir à la rencontre des Français. C'est dans cette dynamique qu'il a réuni 120 citoyens dans trois villes françaises (Paris, Nantes et Valence) afin de leur présenter une sélection de 51 initiatives développées par ses entreprises adhérentes, dans des domaines aussi variés que la gouvernance, la formation et les parcours professionnels, l'association des salariés aux résultats de l'entreprise, le management et l'organisation du travail ou encore l'engagement social et environnemental. Chaque mois, nous vous proposons de revenir sur un enseignement marquant de ces ateliers. Cet article est le second d'une série de 4 épisodes de la saison 1 du dispositif. Ce mois-ci, nous restituons la parole des Français pour faire part de leur surprise face à la diversité des initiatives déployées par les entreprises.