

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 20 février 2023

Face aux crises, les Français comptent sur l'entreprise

Baromètre 2023 de l'Institut de l'Entreprise sur la relation des Français à l'entreprise.

L'Institut de l'Entreprise publie la 3^{ème} édition de son Baromètre sur la relation des Français à l'entreprise, réalisé avec le cabinet d'études et de conseil ELABE et en partenariat avec Malakoff Humanis et Veolia.

Dans un contexte d'enchaînement des crises et de changement profond du rapport au travail, la 3^{ème} vague du Baromètre de l'Institut de l'Entreprise sur la relation des Français à l'entreprise révèle la place structurante que ces dernières occupent dans la vie de nos concitoyens. Les entreprises, et de plus en plus les grandes entreprises, sont sur le podium des acteurs sur lesquels les Français comptent le plus pour améliorer les choses dans la société.

Enrichie pour la première fois d'un volet qualitatif, mené auprès de 11 dirigeants de grandes entreprises, cette étude témoigne d'une grande convergence de perception entre les dirigeants d'entreprise et les Français de manière générale quant au rôle et aux attentes qui pèsent sur l'entreprise.

Pour la première fois, cette étude quantitative - menée auprès d'un échantillon de 1 320 Français dont 769 salariés - a été complétée d'un volet qualitatif donnant la parole à 11 dirigeants de grandes entreprises issus de secteurs et de modèles économiques diversifiés :

- **Jean-Marc Borello** (Président du Directoire du Groupe SOS),
- **Godefroy de Bentzmann** (Co-fondateur et Président de Devoteam),
- **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).

Contact

Marie-Charlotte Dichamp

Directrice du développement

marie-charlotte.dichamp@idep.net

+33 6 13 13 25 30

Il ressort de ces entretiens avec des dirigeants d'entreprise une grande compréhension, voire convergence, avec les perceptions des Français quant au rôle prêté aux entreprises et à leur utilité pour la société.

« Parce que les entreprises ont été à la hauteur pendant la pandémie de Covid, le niveau d'exigence des Français à leur égard s'est élevé. Cette étude nous rappelle que la confiance des Français ne s'acquiert pas une bonne fois pour toute si rapidement. Elle doit se bâtir sur le temps long, s'entretenir dans la durée. Elle connaîtra inévitablement des soubresauts. Mais si nous continuons inlassablement à prouver l'utilité de nos entreprises, avec optimisme, détermination et sincérité, nous y parviendrons. »

Antoine Frérot, Président d'honneur de l'Institut de l'Entreprise

« La méthode de l'Institut de l'Entreprise pour rapprocher les Français de l'Entreprise, c'est le dialogue. Celui-ci est plus indispensable que jamais dans un climat de méfiance à l'égard de tous les corps traditionnels. Or, il n'est pas de dialogue de confiance sans une écoute sincère. Avec ce baromètre, l'Institut de l'Entreprise bénéficie d'un formidable outil de compréhension des attentes que les Français adressent aux entreprises. Cette compréhension très fine irrigue nos programmes, nourrit nos réflexions, stimule notre motivation à continuer d'œuvrer pour que nos entreprises soient toujours aux rendez-vous des attentes sociétales. Celles-ci sont nombreuses, cette étude nous le montre encore clairement. Trois enjeux dominent les préoccupations des Français : le partage de la valeur, le rapport au travail et la crise écologique. »

Pierre-André de Chalendar, Président de l'Institut de l'Entreprise

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

La 3^{ème} vague de cette étude s'inscrit dans un contexte radicalement différent des deux premières : en 2017, tous les signaux économiques étaient au vert, tandis qu'en 2020 les difficultés d'une crise sanitaire majeure avaient ravivé un fort élan de solidarité dans le pays, auquel les entreprises avaient largement pris part. En 2022, nous avons interrogé des Français faisant état d'une lassitude croissante et d'une confiance en berne en raison des multiples crises - sanitaire, climatique, géopolitique, énergétique, inflationniste - auxquelles ils sont confrontés. Les entreprises n'échappent pas au pessimisme généralisé des Français. La méfiance (44%) redevient la première caractéristique de l'état d'esprit des Français à l'égard des entreprises, devant la confiance (29%, -11 pts) qui prévalait en 2020.

Malgré ce contexte, cette enquête révèle que **l'entreprise continue globalement de bénéficier d'une bonne image auprès des Français (70%)**. Stable par rapport à sa 1^{ère} mesure en 2017, ce chiffre témoigne en revanche de la fermeture de la parenthèse liée au Covid (78% de bonne image).

En plus d'en avoir une bonne image, **67% des Français (et 75% des salariés) considèrent que l'entreprise a une place structurante dans leur vie**. Et ce, à l'heure d'un profond bouleversement du rapport au travail.

Contact

Marie-Charlotte Dichamp

Directrice du développement

marie-charlotte.dichamp@idep.net

+33 6 13 13 25 30

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.

Compte tenu du contexte évoqué précédemment, tous les acteurs mesurés dans cette étude, sans exception, reculent quant au pouvoir que leur reconnaissent les Français pour améliorer le monde dans lequel on vit. **L'entreprise (-5 points) est l'acteur qui est le moins impacté par ce recul.** Les institutions politiques (le maire de ma commune, -11 points ; le président de Région, -11 points ; l'Union européenne, -11 points ; le président de la République, -9 points) et les organisations internationales (-12 points) sont nettement plus concernées par ce recul.

Aussi, les Français placent **l'entreprise (58%) comme le 3ème acteur qui a le plus le pouvoir d'améliorer le monde dans lequel on vit.** Elle n'est devancée que par les citoyens eux-mêmes (67%) et les soignants (63%).

S'ils se félicitent de la confiance accordée par les Français à l'Entreprise pour améliorer les choses dans la société, **les dirigeants interrogés sont interpellés, voire inquiets, de l'affaiblissement des autres structures collectives, au premier rang desquelles l'État et les syndicats. Car pour eux, ce ne peut être que collectivement, de manière organisée et avec un État qui donne le cap, que nous réussirons à relever les défis qui se présentent à nous.**

Les attentes des Français à l'égard des entreprises sont nombreuses, mais trois thématiques apparaissent prioritaires :

- **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 2ème acteur sur lequel les Français comptent le plus pour améliorer leur pouvoir d'achat.
- **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.** S'ils étaient dirigeants d'entreprise, la priorité n°1 des Français serait le bien-être de leurs salariés (78%).
- **Enfin, 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.

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

Parce qu'une large majorité (84%) des Français estiment que l'École ne prépare pas suffisamment les élèves au monde professionnel, ils sont 55% (et 62% des

Contact

Marie-Charlotte Dichamp

Directrice du développement

marie-charlotte.dichamp@idep.net

+33 6 13 13 25 30

parents d'enfants scolarisés) à juger nécessaire le rapprochement de l'Entreprise et de l'École. 37% le qualifie d'envisageable.

Les notions de « RSE » et de « Raison d'être » sont mal connues des Français et teintées d'un soupçon d'insincérité.

Si la connaissance de la RSE est majoritaire (61%) chez les Français, elle demeure fragile car seulement 20% d'entre eux savent précisément de quoi il s'agit. À l'inverse, 38% n'en ont jamais entendu parler. La notion de raison d'être, qui a fait l'objet de nombreux débats depuis une dizaine d'années, est encore moins bien appréhendée par les Français, puisque seuls 12% savent la définir précisément.

En outre, ni les politiques RSE ni l'adoption d'une raison d'être n'ont encore globalement convaincu les Français de la sincérité des entreprises qui s'en dotent. 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. Et 63% des Français considèrent que les entreprises qui expriment leur raison d'être le font par opportunisme, et 36% pensent que cette démarche est sincère.

Loin de s'en alarmer, les dirigeants d'entreprise sont en phase avec l'opinion des Français sur ce point. Pour eux, c'est d'abord et surtout par les actes que les entreprises prouveront leur sincérité à agir pour la société. D'autant plus que les « mots » de la RSE et de la raison d'être sont pour beaucoup d'entre eux considérés comme jargonnant et peu concrets. Aussi, **tous les dirigeants rencontrés s'accordent sur la nécessité pour les entreprises de développer un dialogue de confiance et un discours de preuves, nourris par des engagements mesurés et mesurables.**

*[Les résultats complets de cette étude sont disponibles ici :
<https://www.institut-entreprise.fr/publications/face-aux-crisis-les-francais-comptent-sur-lentreprise>]*

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'entreprises 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.

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

Contact

Marie-Charlotte Dichamp
Directrice du développement
marie-charlotte.dichamp@idep.net
+33 6 13 13 25 30