



**Enquête - La responsabilité sociale et  
environnementale des grands groupes  
vue par les Français**

**Février 2018**

## CONTEXTE DE L'ENQUÊTE

- Le thème de la responsabilité sociale et environnementale (RSE) des entreprises a pris ces dernières années une importance croissante dans les médias et sur les réseaux sociaux. Les grands groupes sont concernés au premier chef : il ne se passe pas de jour sans que l'un d'eux soit mis en cause pour une mauvaise pratique ou – plus rarement hélas – valorisé pour une bonne action.
- Au-delà du cercle des meneurs d'opinion, quel intérêt ce sujet suscite-t-il auprès des Français ?
- A quel degré le comportement des grandes entreprises en matière de RSE influence-t-il le regard que nous portons sur elles ?
- Quelles sont, parmi les mauvaises pratiques, celles qui révoltent le plus nos concitoyens ? Et parmi les bonnes pratiques, celles qui génèrent le plus d'enthousiasme ?
- A quelles sources d'information les Français se fient-ils pour se faire une opinion sur un grand groupe ?
- Dans quels cas de figure seraient-ils prêts à boycotter les produits ou services d'une multinationale ?...
- Denjean & Associés, société d'expertise comptable, de conseil et d'audit dédiée aux grandes et moyennes entreprises, a jugé intéressant de mener une enquête de fond sur ces questions.

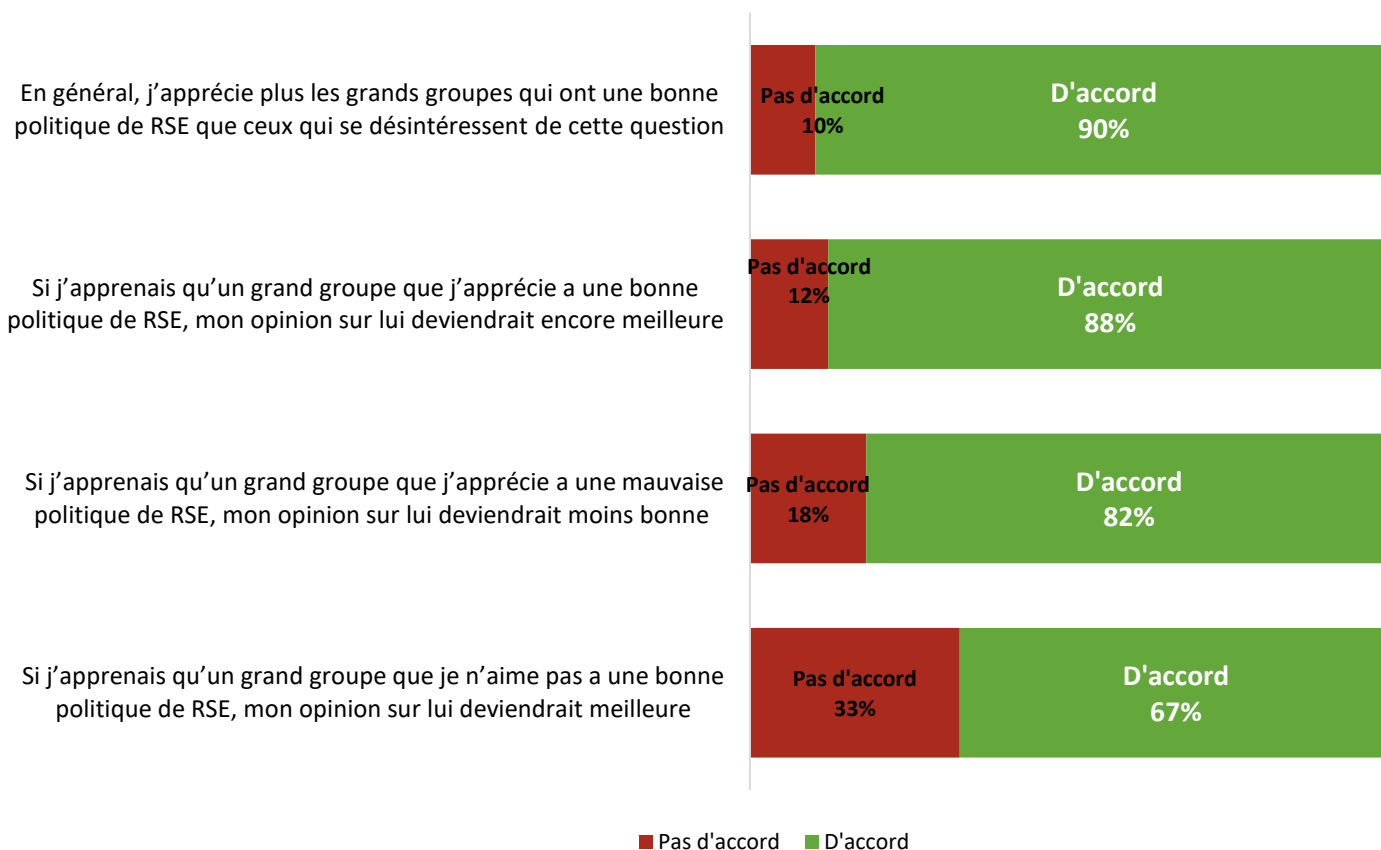
## MÉTHODOLOGIE

- Denjean & Associés a conçu le questionnaire, et confié la réalisation du sondage à l'institut GoudLink.
- Le questionnaire a été administré en ligne (CAWI), du 23 au 29 janvier 2018.
- 1 000 personnes constituant un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 à 75 ans ont répondu à l'intégralité des questions. Méthode des quotas : sexe, âge, profession de la personne interrogée, région et catégorie d'agglomération.
- A l'issue de l'enquête, Denjean & Associés a réalisé l'analyse des résultats.

# ANALYSE DES RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

- Une bonne ou une mauvaise politique de RSE constitue un critère important de différenciation des grands groupes dans l'opinion publique

## Q) Etes-vous d'accord ou non avec les phrases suivantes ?



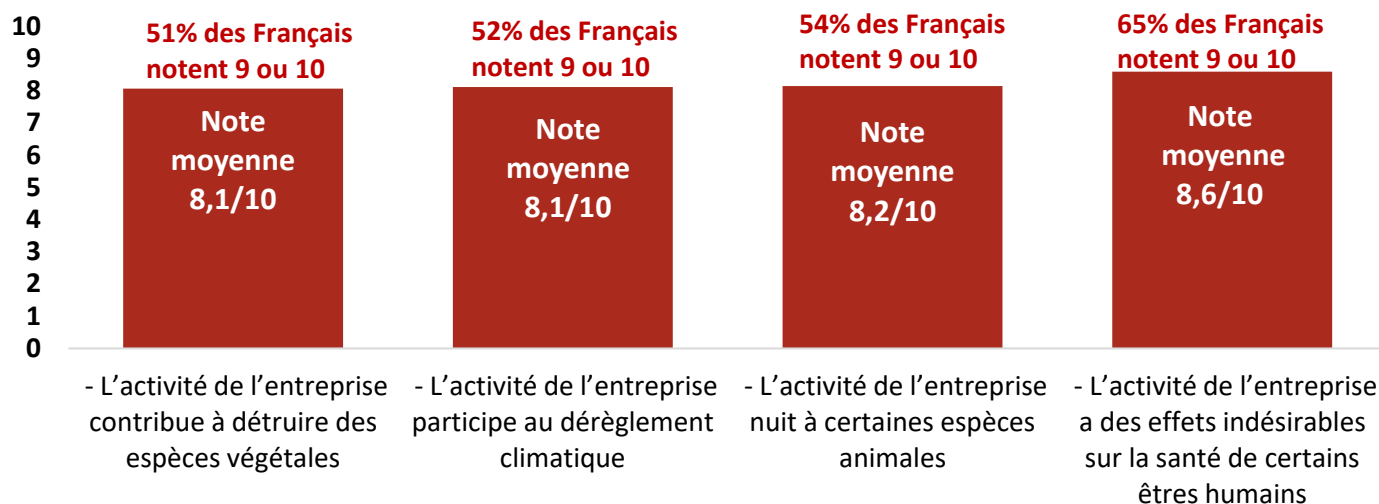
Premier enseignement de l'enquête : l'opinion des Français sur les grandes entreprises apparaît très fortement influencée par la politique de celles-ci en matière de responsabilité sociale et environnementale. En effet, 90% de nos compatriotes déclarent que d'une façon générale, ils apprécient plus les groupes qui ont une bonne politique de RSE que ceux qui se désintéressent de cette question !

Dans le détail, 88% de nos concitoyens sont d'accord pour affirmer : « Si j'apprenais qu'un grand groupe que j'apprécie a une bonne politique de RSE, mon opinion sur lui deviendrait encore meilleure ». Et pour 67% des Français, découvrir qu'un groupe qu'ils n'aiment pas mène une bonne politique de RSE redorerait son image.

L'effet RSE joue aussi dans l'autre sens : aux yeux de 82% de nos compatriotes, le fait d'apprendre qu'un groupe qu'ils apprécient mène une mauvaise politique de RSE ternirait l'opinion qu'ils ont de lui...

➤ **Les Français s'inquiètent des nuisances infligées par les entreprises à l'écosystème...**

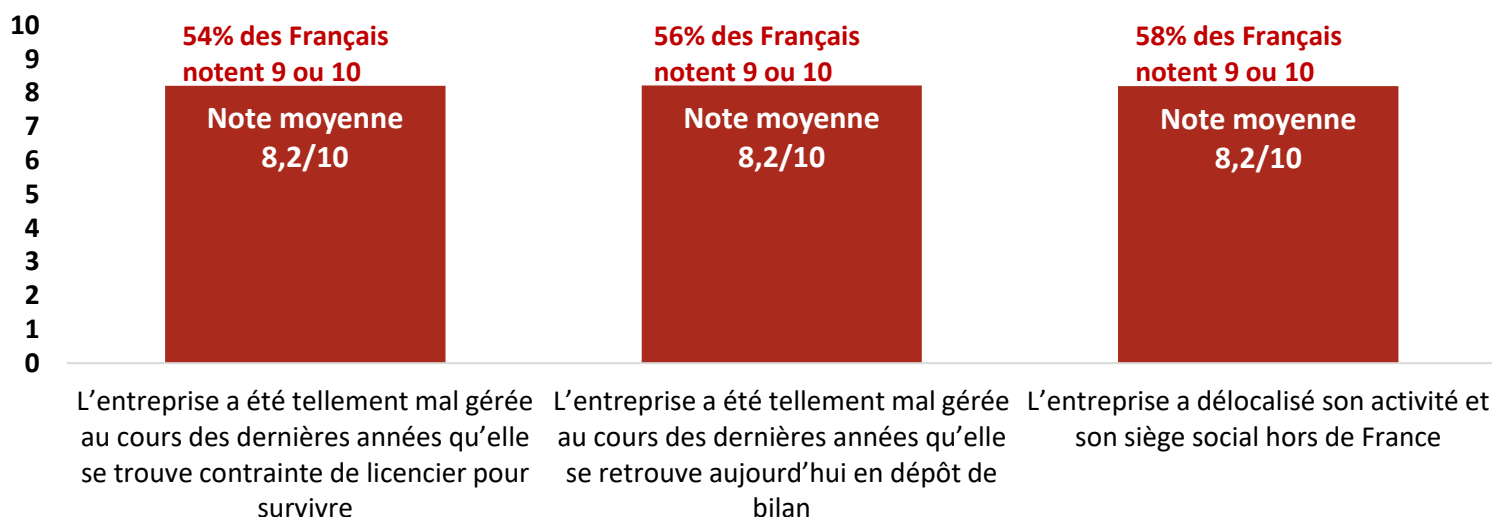
**Q) Voici une liste d'impacts négatifs possibles de l'activité d'une entreprise sur l'écosystème. Comment jugez-vous la gravité de ces impacts, sur une échelle de 0 à 10 ?**



Invités à noter sur une échelle de 0 à 10 la gravité des impacts qu'une entreprise peut avoir sur l'écosystème du fait de son activité, nos concitoyens octroient des notes moyennes supérieures à 8 sur 10 à toutes les formes d'agressions : pas seulement celles qui visent des êtres humains, mais aussi celles qui nuisent à des animaux, à des végétaux, ou au climat.

➤ **... et des effets dévastateurs de certaines politiques de gestion**

**(Q) La façon dont une grande entreprise est gérée peut avoir des impacts négatifs sur l'économie. Comment estimez-vous la gravité des impacts suivants, sur une échelle de 0 à 10 ?**

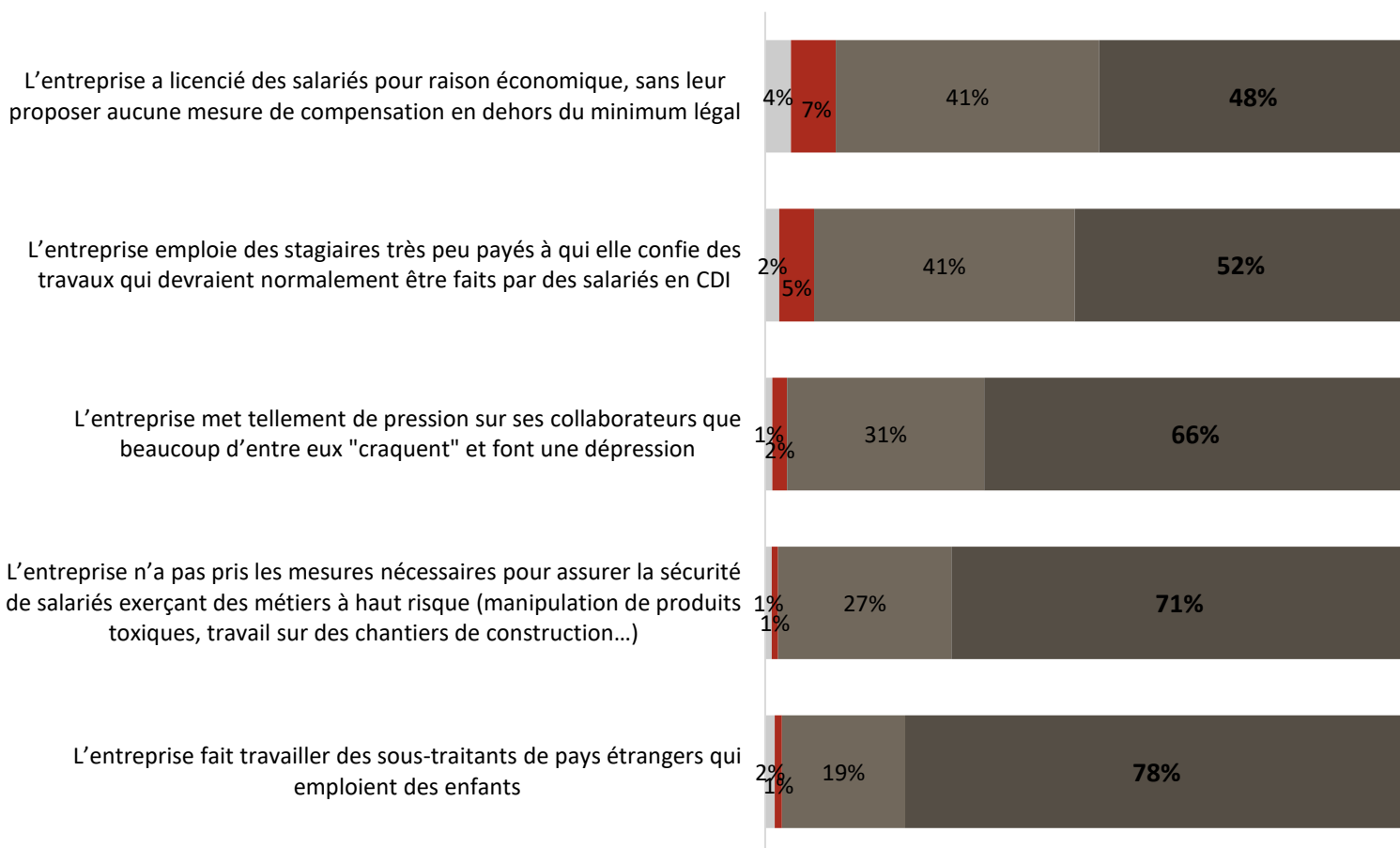


Les Français ne se montrent pas davantage prêts à pardonner les fautes de gestion des dirigeants de grands groupes, dont ils jugent les effets dramatiques. Se laisser tenter par les sirènes de la délocalisation est encore plus mal vu : 58% de nos concitoyens considèrent qu'une telle décision a des impacts gravissimes sur l'économie.

➤ **Nos concitoyens sont révoltés par les pratiques sociales barbares**

**Q) Comment réagiriez-vous en apprenant qu'une entreprise pratique les agissements suivants ?**

■ Je ne sais pas ■ Je serais assez indifférent ■ Je serais choqué ■ Je serais révolté



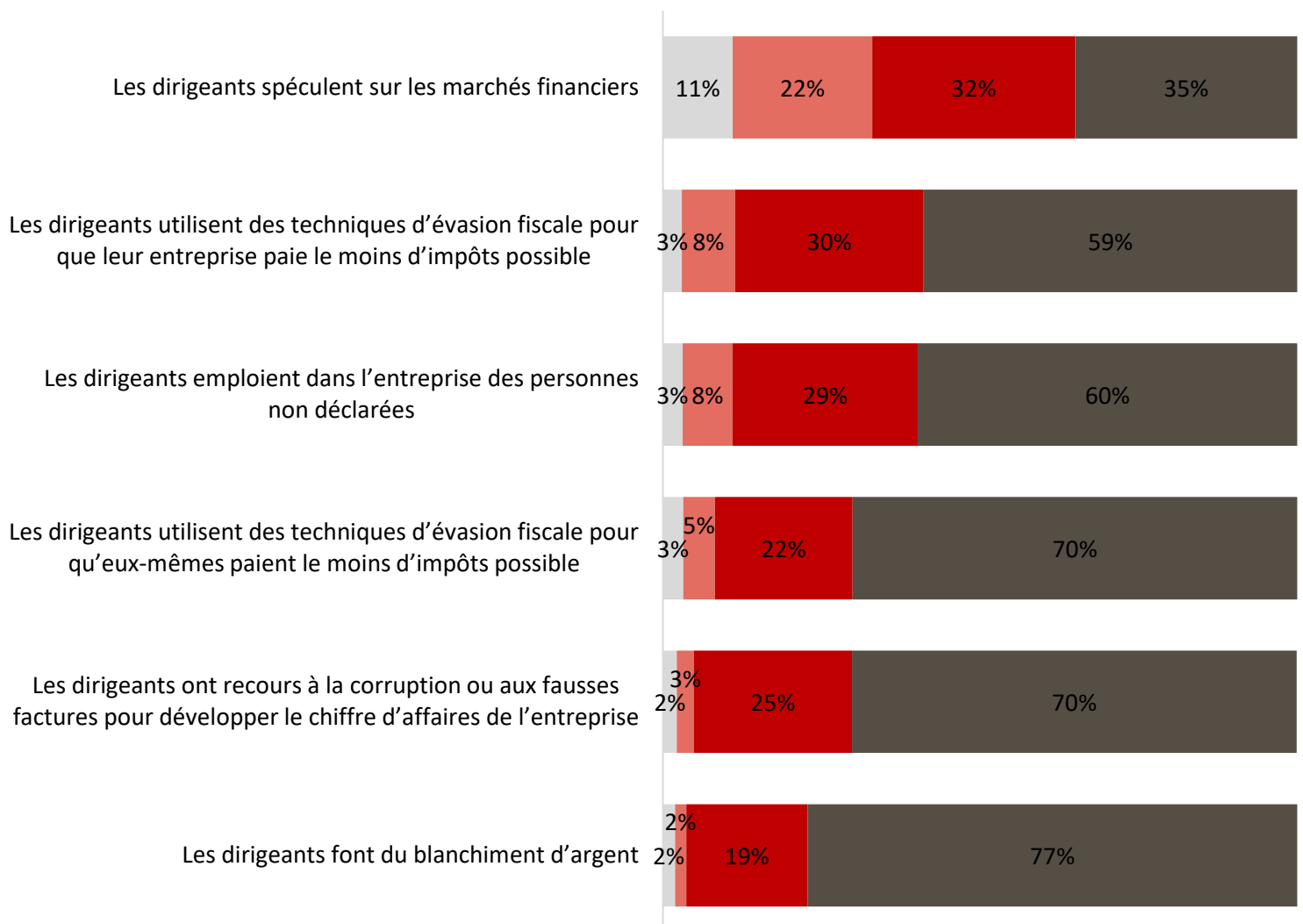
Procéder à des licenciements économiques sans rien proposer aux salariés concernés au-delà du minimum légal ; employer des stagiaires très peu payés et leur faire faire des travaux incombant normalement à des collaborateurs en CDI ; manager ses équipes par la pression, au risque de les mener au *burn out* ; mettre en danger des salariés exerçant des métiers à haut risque ; faire travailler des sous-traitants qui emploient des enfants... Tous ces agissements suscitent un rejet sans équivoque.

« Ce rejet est d'autant plus fort que les agissements en question apparaissent barbares aux yeux de nos concitoyens, souligne Thierry Denjean, président de Denjean & Associés. Dans ce domaine, la palme revient logiquement aux entreprises qui exploitent le travail des enfants par l'intermédiaire de sous-traitants ! ».

➤ **Les Français rejettent en bloc le blanchiment d'argent, la corruption, les fausses factures et toutes les techniques d'évasion fiscale**

**(Q) Comment réagiriez-vous en apprenant que les dirigeants d'une grande entreprise agissent comme suit ?**

■ Je ne sais pas   ■ Je serais assez indifférent   ■ Je serais choqué   ■ Je serais révolté

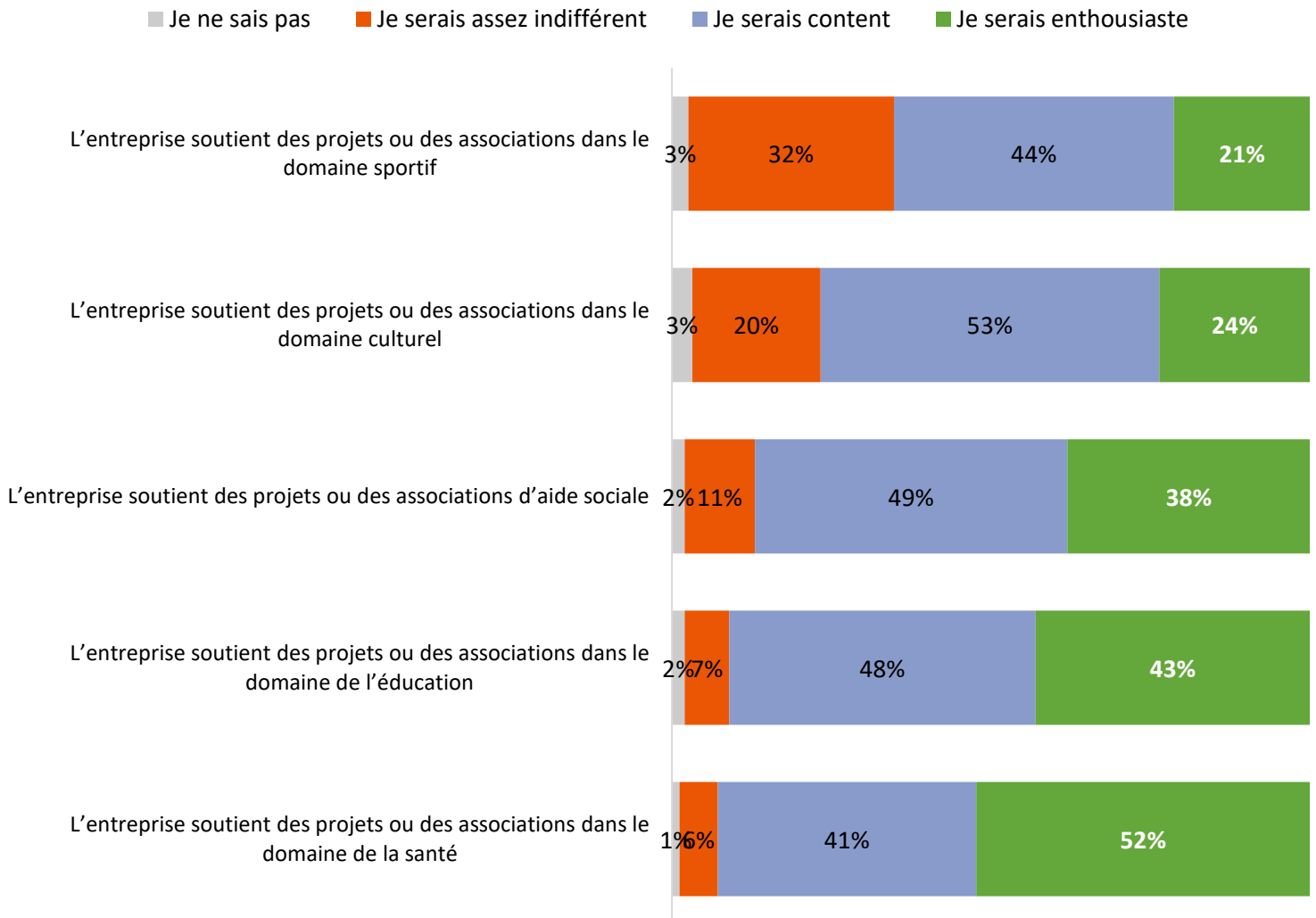


Que les dirigeants se le disent : les Français détestent les grands groupes qui fraudent ! Entendre parler d'évasion fiscale, de travail dissimulé, de corruption, de fausses factures ou de blanchiment d'argent donne à nos concitoyens des envies d'émeutes...

La spéculation sur les marchés financiers génère des réactions plus partagées : si 35% des Français se disent révoltés par cette pratique, 32% sont simplement choqués, et 33% indifférents ou indécis.

➤ Les Français se réjouissent des pratiques de mécénat des entreprises...

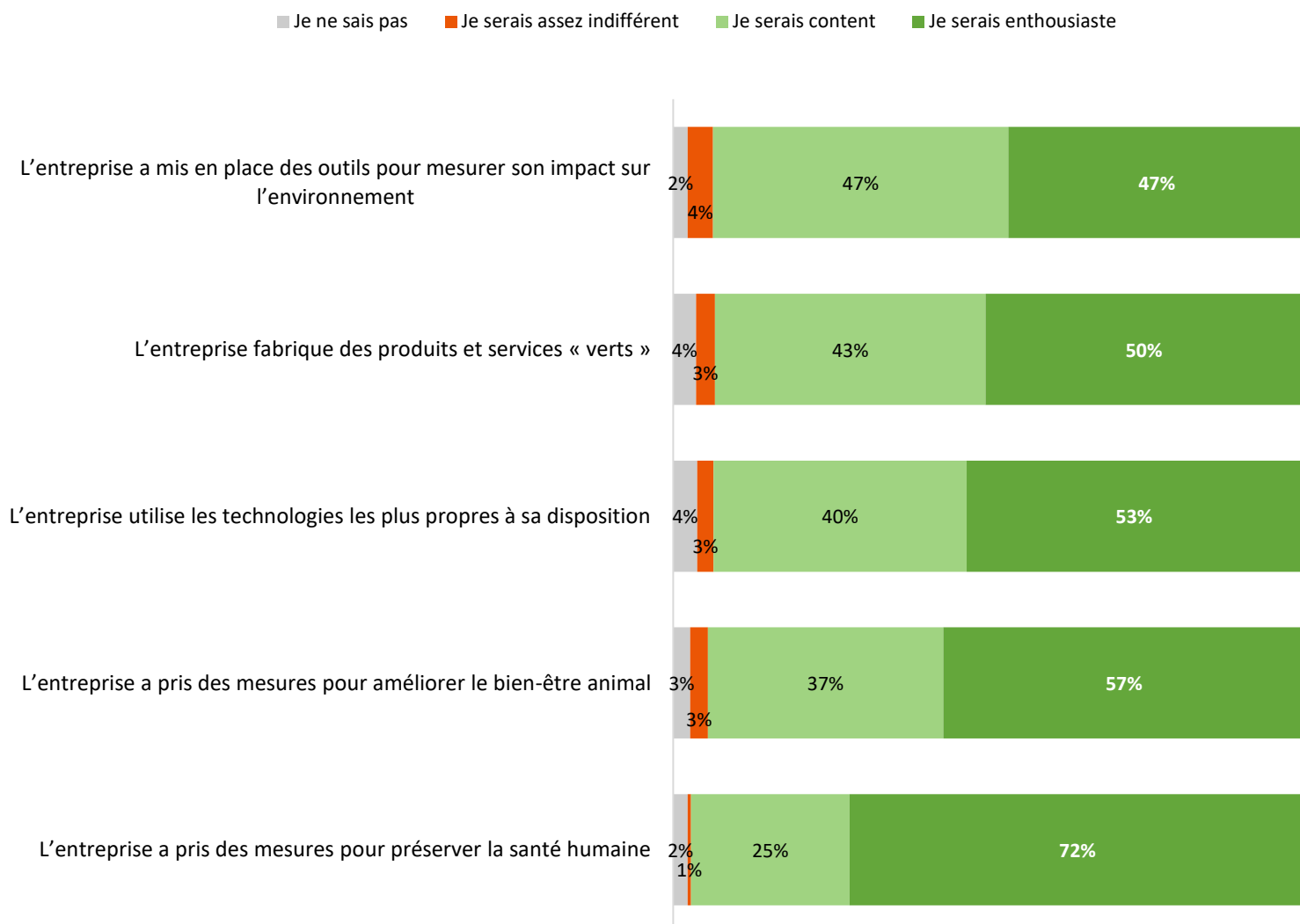
**Q) Comment réagiriez-vous en apprenant qu'une entreprise a mis en place les pratiques suivantes ?**



Les entreprises qui choisissent de mener des actions de mécénat ne se trompent pas. En effet, 65% à 93% des Français se disent « contents » ou « enthousiastes » face à ces pratiques. Parmi les différents types de mécénat, c'est le soutien à des projets ou associations dans le domaine de la santé qui suscite la plus forte adhésion, suivi par le soutien à des projets ou associations dans le domaine éducatif.

➤ ... Et s'enthousiasment pour les actions en faveur de la préservation de l'environnement

**Q) Comment réagiriez-vous en apprenant qu'une entreprise a mis en place les pratiques suivantes ?**



Avis aux dirigeants d'entreprises : toutes les pratiques que pourrez mettre en œuvre en faveur de la préservation de l'environnement sont assurées de recueillir l'adhésion de plus de 90% de nos compatriotes !

Vous songez à vous doter d'outils pour mesurer l'impact environnemental de votre activité ? 47% des Français seront contents de votre initiative, et 47% carrément enthousiastes.

Si vous envisagez de fabriquer des produits et services « verts », 43% de nos concitoyens en seront heureux, et 50% ravis.

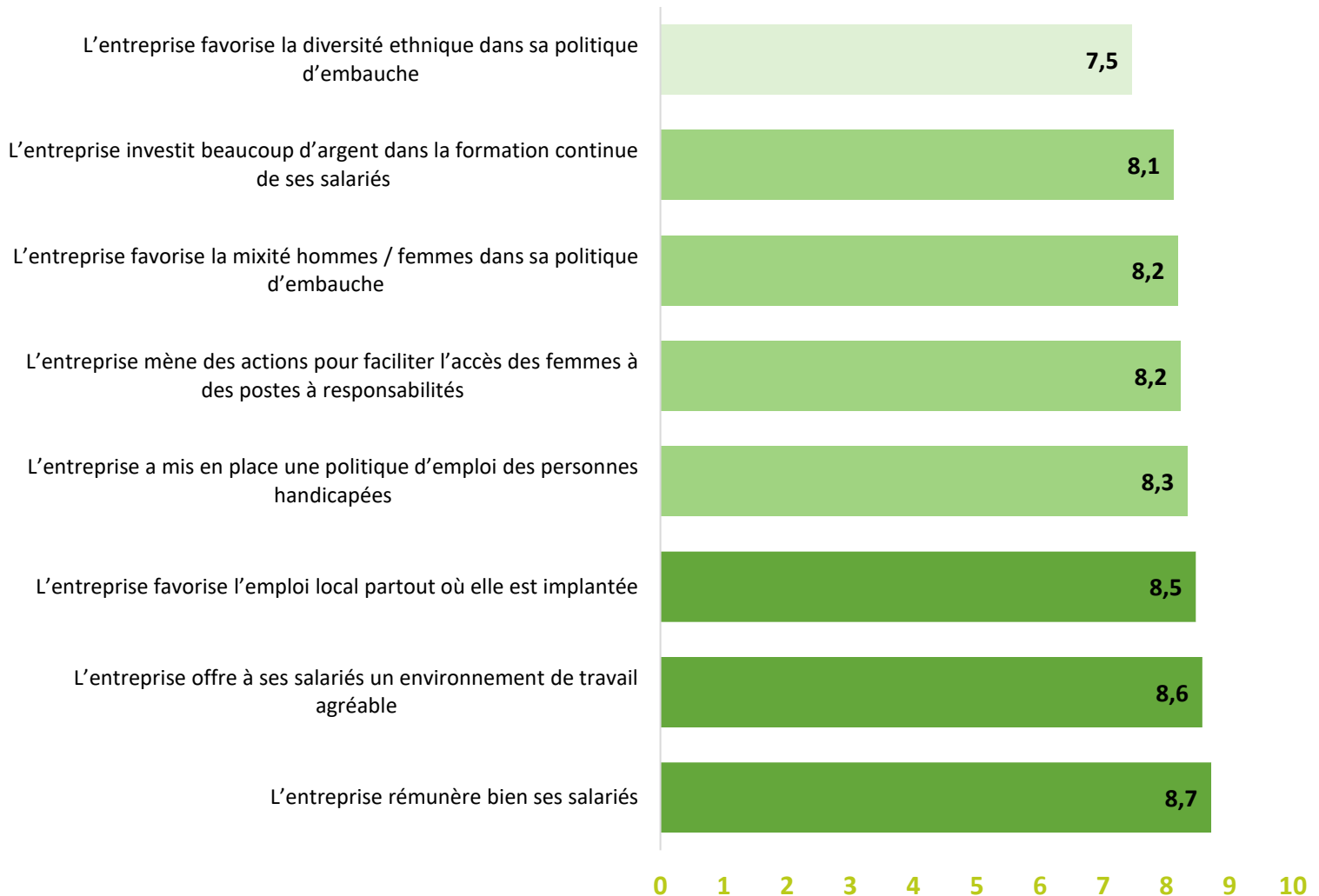
Vous comptez prendre des mesures pour améliorer le bien-être animal ? La réalisation de ce projet réjouira 37% de nos compatriotes, et en enchantera 57%...

Enfin, en agissant pour préserver la santé humaine, vous ferez 25% de satisfaits et 72% d'enthousiastes !



➤ Une politique sociale ouverte et généreuse est un atout clé pour l'image d'un grand groupe

**Q) Dans l'image que vous vous faites d'une grande entreprise, quelle importance accordez-vous aux comportements suivants en matière de gestion des ressources humaines, sur une échelle de 0 à 10 ?**

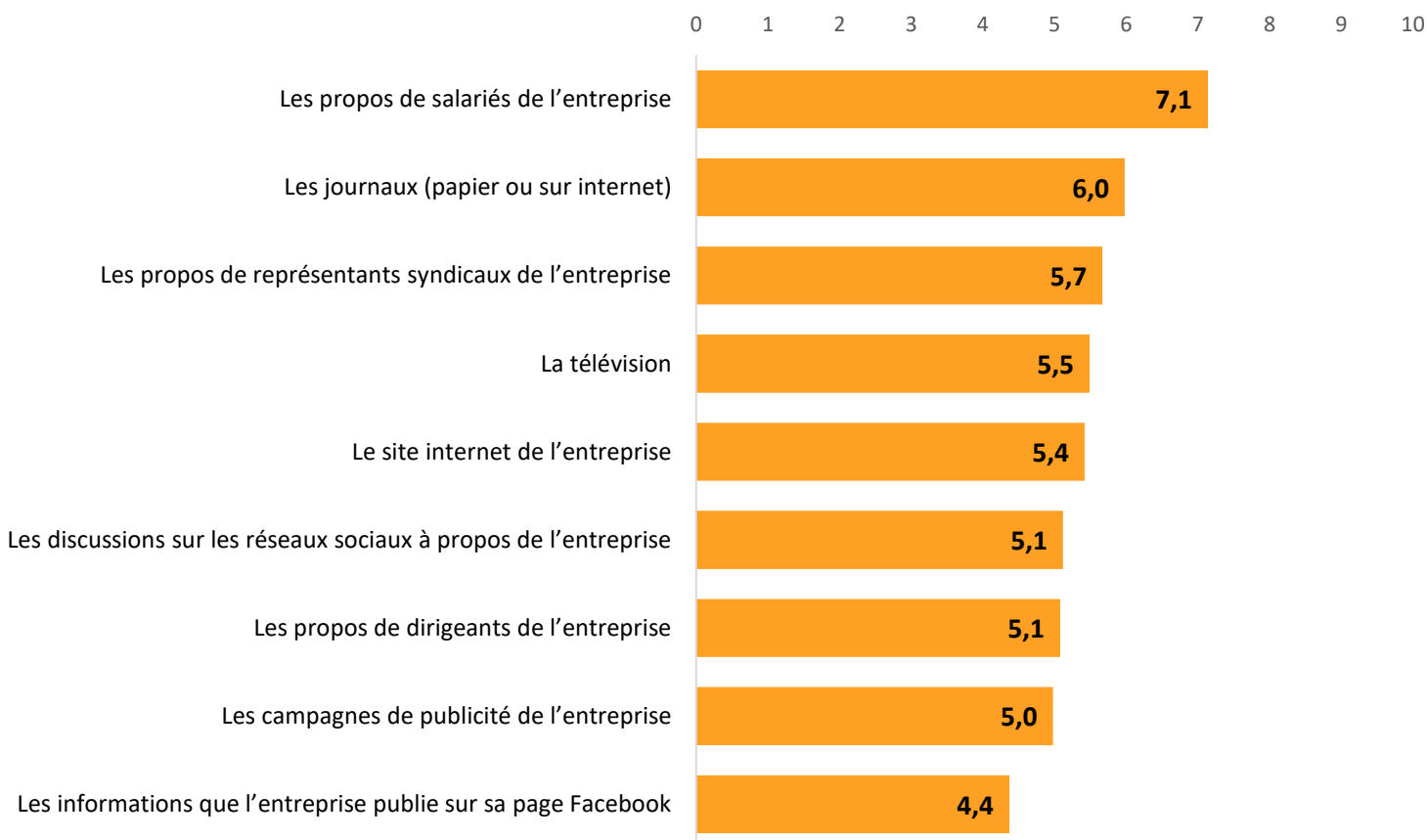


Invités à dire quelle importance ils accordent, dans l'image qu'ils se font d'une grande entreprise, à divers comportements relatifs à la gestion des ressources humaines, les Français délivrent là encore un message très clair. En effet, toutes les bonnes pratiques citées obtiennent des notes moyennes supérieures ou égales à 7,5 sur 10.

Les pratiques consistant à favoriser systématiquement l'emploi local, à offrir aux salariés un environnement de travail agréable et une bonne rémunération recueillent même des notes supérieures ou égales à 8,5... témoignant de l'importance particulière que leur accordent nos compatriotes.

➤ **Pour se faire une opinion sur une grande entreprise, les Français se fient en priorité aux propos des salariés de l'entreprise et aux articles de presse**

**(Q) Quelle confiance accordez-vous, sur une échelle de 0 à 10, aux sources d'informations suivantes pour vous faire une opinion sur une grande entreprise ?**



Invités à donner une note de confiance de 0 à 10 aux différentes sources d'informations qui peuvent leur permettre de se faire une opinion sur une grande entreprise, nos concitoyens placent en première position les salariés de l'entreprise. Ceux-ci obtiennent une bonne note de confiance, de 7,1 sur 10 en moyenne. Précisons que les jeunes Français de 18 à 24 ans se fient encore plus que les autres aux propos des salariés, à qui ils attribuent une note de confiance proche de 8 sur 10.

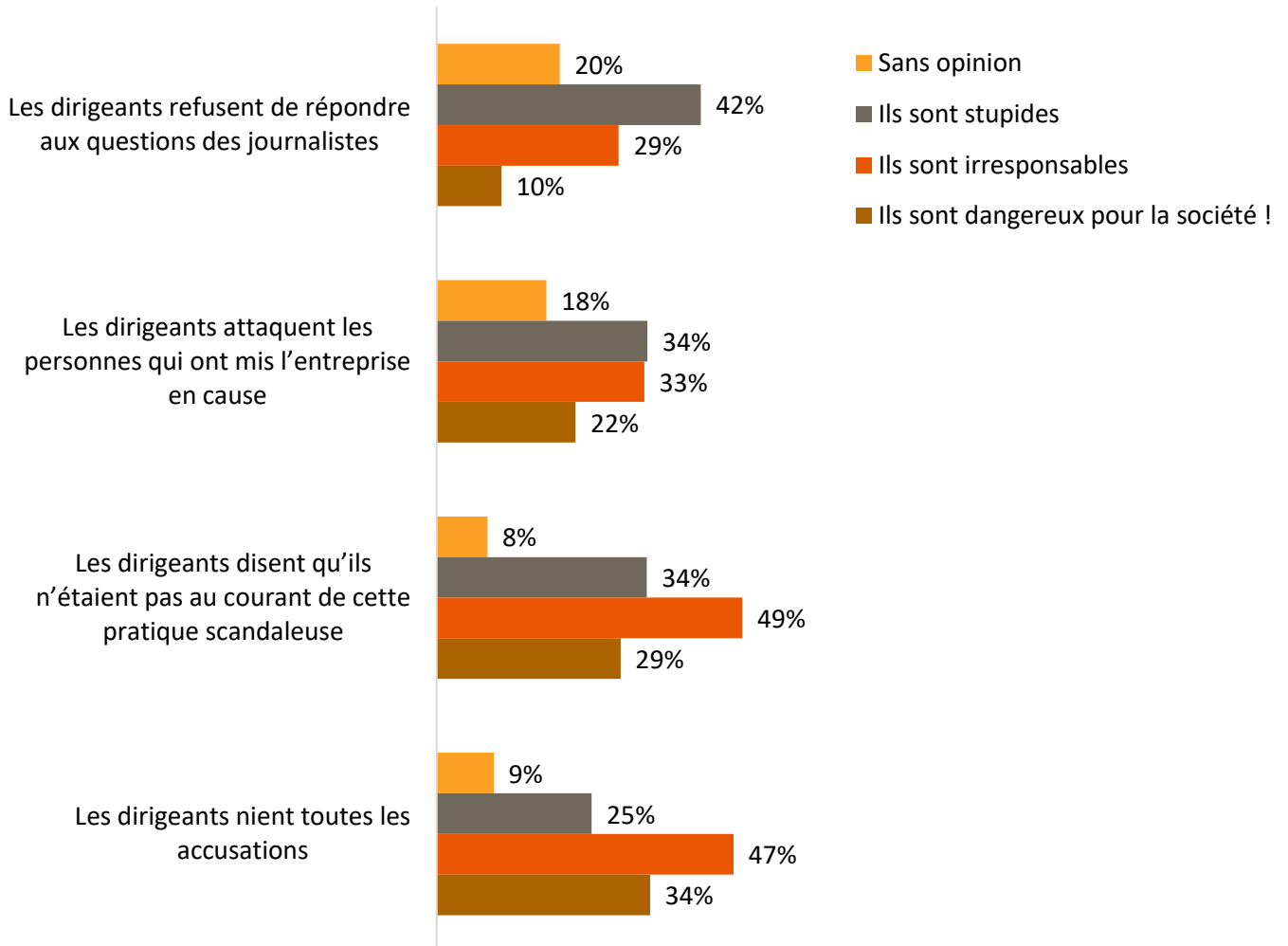
Deuxième source jugée la plus crédible : les journaux. Ces derniers n'obtiennent toutefois qu'une note moyenne de 6 sur 10, qui témoigne d'un prestige bien inférieur à celui dont ils bénéficiaient avant l'ère digitale. Il se peut que la médiocre qualité de nombreux journaux internet, conjuguée à la pratique consistant à ne pas vérifier les informations avant de les publier, ne soient pas étrangères à ce phénomène...

Les autres sources jouissent d'une crédibilité médiocre à faible. Avec une note moyenne de 4,4 sur 10, la page Facebook de l'entreprise arrive bonne dernière. Non seulement il ne se trouve que 20% des Français pour lui octroyer une note supérieure à 6 sur 10, mais 11% de nos compatriotes déclarent lui faire « zéro confiance » !

➤ **Aux yeux des Français, les dirigeants d'un grand groupe qui réagissent à une accusation grave par la contre-attaque, la fuite ou la dénégation sont stupides, irresponsables... voire dangereux pour la société**

**(Q) Prenons le cas où une grande entreprise est citée dans les médias ou les réseaux sociaux pour une pratique scandaleuse. Que pensez-vous des dirigeants de l'entreprise si, face à ces accusations, ils réagissent comme suit ?**

(Plusieurs réponses possibles)



Nous avons demandé aux Français ce qu'ils penseraient si une grande entreprise était publiquement mise en cause pour une pratique scandaleuse, et que ses dirigeants réagissaient par le silence, la contre-attaque, la fuite ou la dénégation. L'attitude consistant à s'emurer dans le silence, en refusant de répondre aux questions des journalistes, est considérée comme stupide par 42% de nos concitoyens, et irresponsable par 29%.

Des dirigeants qui attaquent en retour les personnes ayant mis l'entreprise en cause sont jugés stupides par 34% des Français, irresponsables par 33% de nos compatriotes, et « dangereux pour la société » par 22% de la population.

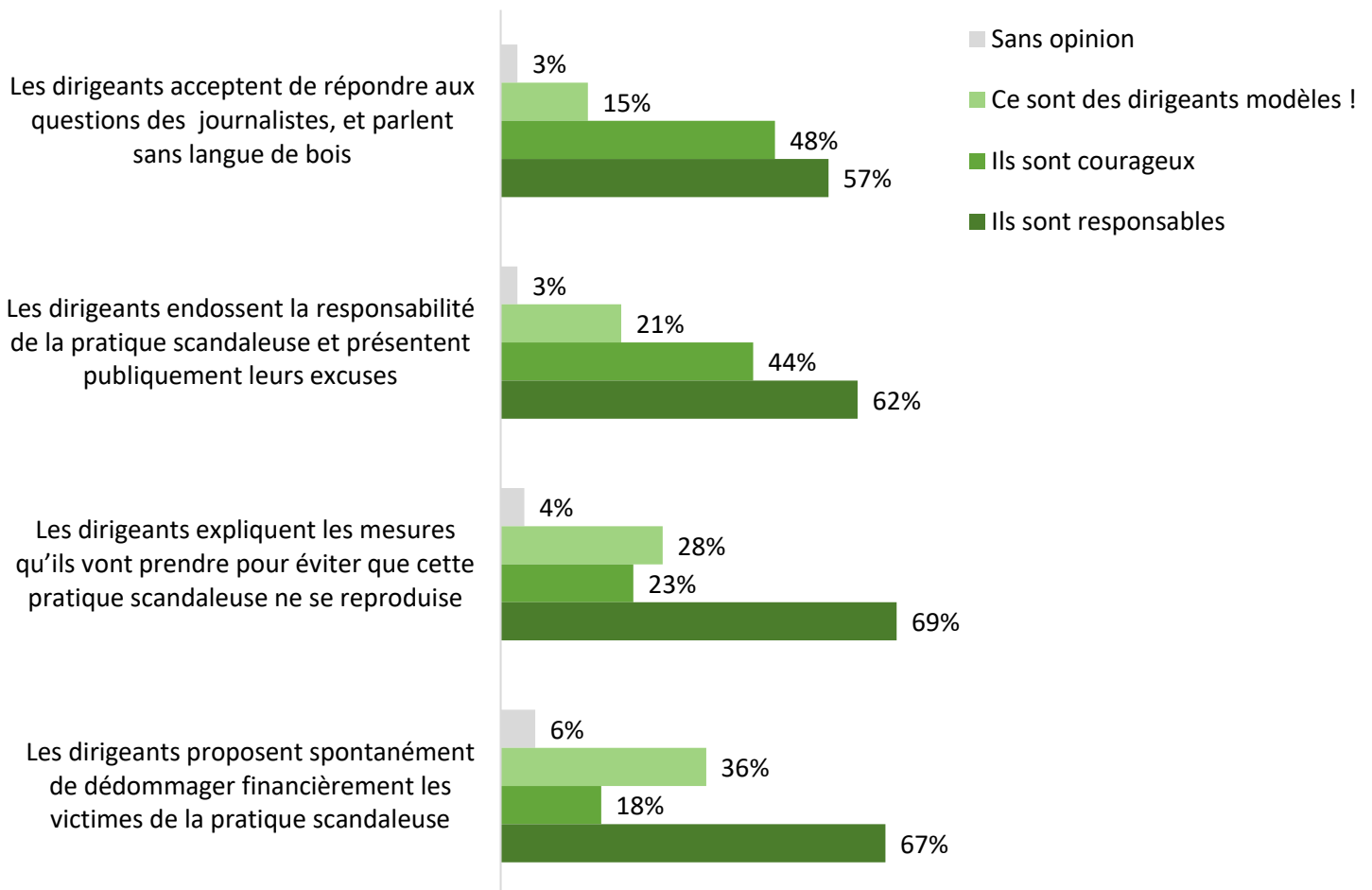
En affirmant qu'ils n'étaient pas au courant de la pratique scandaleuse, les dirigeants se montrent clairement irresponsables : c'est l'avis de 49% des Français. Mais ces managers manifestent aussi leur stupidité (pour 34% des Français) et apparaissent, aux yeux de 29% de nos compatriotes, comme dangereux pour la société...

La posture consistant à nier toutes les accusations est celle qui inquiète le plus nos concitoyens : non seulement 47% des Français la tiennent pour une marque d'irresponsabilité, mais 34% jugent qu'elle relève de la psychopathie !

➤ **Face à une accusation grave touchant un grand groupe, les Français attendent des dirigeants qu'ils parlent vrai, présentent leurs excuses et annoncent des mesures correctrices**

**(Q) Toujours dans le cas où une grande entreprise est citée dans les médias ou les réseaux sociaux pour une pratique scandaleuse, que pensez-vous des dirigeants de l'entreprise s'ils réagissent comme suit ?**

*(Plusieurs réponses possibles)*



Quelles réactions nos compatriotes attendent-ils des dirigeants d'un grand groupe qui vient d'être mis en cause pour une pratique scandaleuse ?

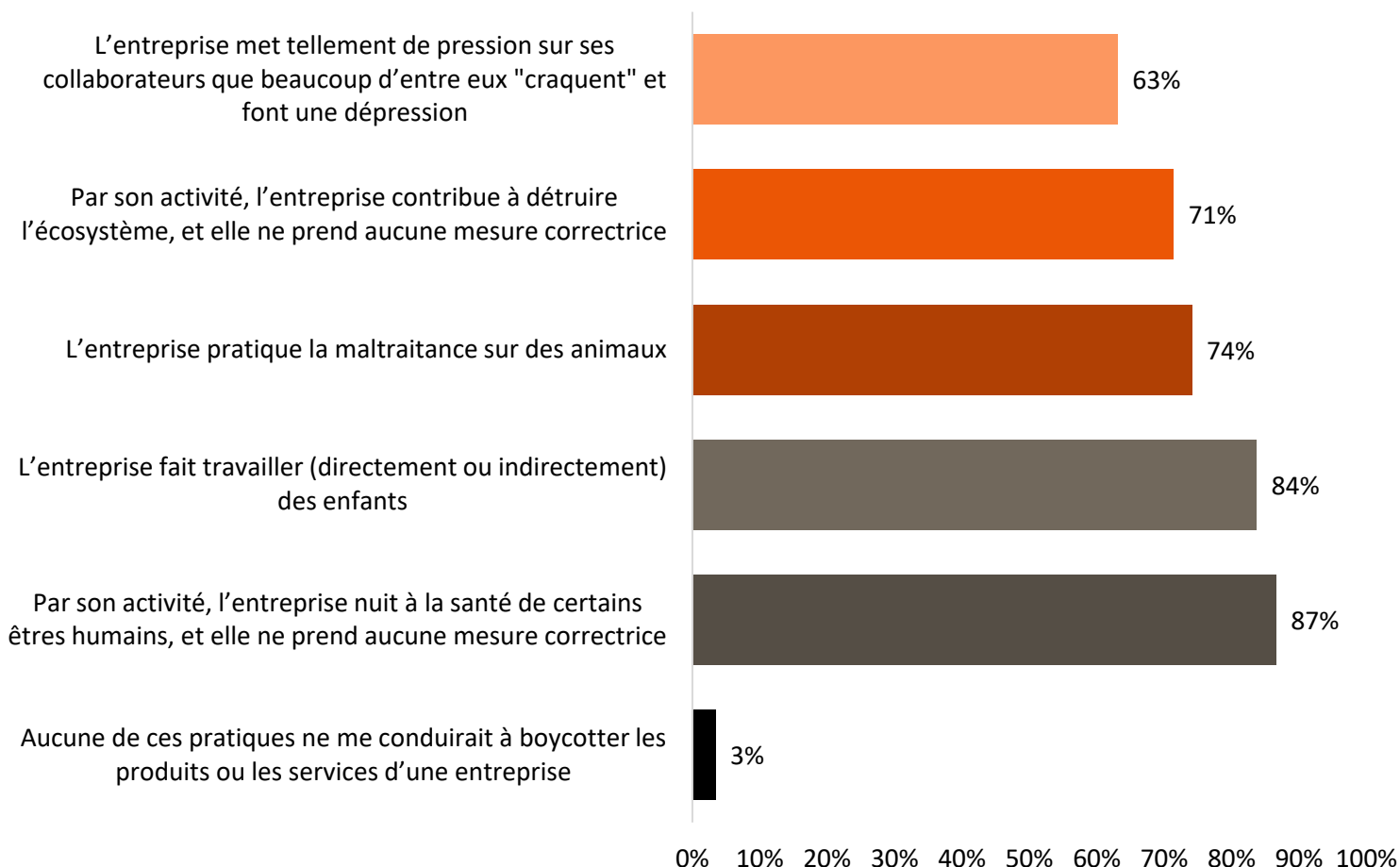
Pour les Français, un dirigeant « responsable » est quelqu'un qui accepte sur le champ de répondre aux journalistes sans langue de bois, endosse la responsabilité de la pratique scandaleuse, présente publiquement ses excuses, et explique les mesures correctrices qu'il va prendre.

Soulignons que pour près de 40% de nos compatriotes, un PDG de grand groupe qui propose spontanément de dédommager les personnes lésées ne se comporte pas seulement comme un dirigeant responsable, mais qu'il fait figure de modèle !

➤ **97% des Français se disent prêts à boycotter les produits ou services d'entreprises ayant des pratiques sociales ou environnementales destructrices**

**(Q) Parmi les cas de figure suivants, pourriez-vous cocher ceux qui pourraient vous conduire à boycotter les produits ou les services d'une entreprise ?**

*(Plusieurs réponses possibles)*



Pour finir, nous avons demandé à nos concitoyens si le fait d'apprendre qu'une entreprise bafouait sans vergogne l'un ou l'autre des principes de base de la RSE pourrait les conduire à boycotter les produits ou les services de cette entreprise. Leur verdict est sans appel : 97 % répondent oui...

« Notre enquête révèle que les Français, dans leur ensemble, attendent aujourd'hui des grands groupes qu'ils adoptent des pratiques sociales et environnementales responsables. Les grandes entreprises qui ne tiendraient pas compte de cette attente risquent de connaître de graves difficultés, aussi bien pour développer leur chiffre d'affaires que pour recruter de nouveaux talents ! », conclut Thierry Denjean.