

L'ENGAGEMENT SOCIAL ET SOCIÉTAL AU CŒUR DE L'ENTREPRISE

***PREMIERS RÉSULTATS DU BAROMÈTRE FACE
DE L'ENGAGEMENT SOCIAL ET SOCIÉTAL
DES ENTREPRISES SUR LES TERRITOIRES***

FONDATION AGIR CONTRE L'EXCLUSION

AVRIL 2010

SOMMAIRE

Synthèse : Un premier baromètre pour appréhender l'engagement social et sociétal des entreprises sur les territoires.....	3
Pourquoi mesurer l'engagement social et sociétal des entreprises sur les territoires ?	5
L'engagement social et sociétal, outil de développement, de performance et de pérennité.....	6
L'emploi, une priorité d'action	7
Un plébiscite pour la diversité.....	8
De nouveaux thèmes d'engagement	9
FACE, un rôle structurant auprès des entreprises.....	10

ANNEXE

Lexique.....	11
Questionnaire complet	12
Le comité scientifique	18
Le comité de pilotage	19
Sociovision/Cofremca	20

La Fondation Agir contre l'Exclusion

Une nouvelle politique pour la Fondation Agir contre l'Exclusion	21
5 grands domaines d'intervention :	
L'Entreprise, l'Emploi, l'Ecole, les Particuliers, les Territoires.....	22
Le doublement du réseau en trois ans et l'ouverture à l'international.....	23
Un renforcement de l'innovation sociale en réponse aux préoccupations des entreprises.....	25

CONTACT PRESSE

Charline Corbel – Agence Virasana

Port : 06-71-62-07-06 e-mail : charline.corbel@virasana.fr

*Possibilité d'interview de Sociovision, du comité de pilotage et des dirigeants de la
Fondation Agir contre l'Exclusion*

Un premier baromètre pour appréhender l'engagement social et sociétal des entreprises sur les territoires

des dirigeants fortement engagés dans un souci de performance globale avec de nouvelles préoccupations

Pour la première fois en France, les conceptions et les pratiques de terrain des entreprises (PME et grands groupes), en matière d'engagement, sont appréhendées et mesurées dans le temps.

Des entreprises convaincues de leur engagement

90% des personnes ayant répondu au premier questionnaire du Baromètre FACE ESSET déclarent que leur entreprise a des convictions fortes en matière d'engagement sur la RSE.

C'est au plus haut niveau que les questions d'engagement social et sociétal des entreprises sont décidées, bien souvent par la direction de l'entreprise, qui coordonne les actions sociales et sociétales.

Signe fort de cette montée en puissance de la politique d'engagement social et sociétal des entreprises, ces dernières s'estiment « volontaires » dans leur démarche. Elles se positionnent plus sur le terrain des pratiques concrètes que sur une recherche d'innovation.

La crise n'a pas freiné la bonne volonté et les pratiques d'entreprise puisqu'elle n'a globalement rien changé à leur engagement pour 7 entreprises sur 10 (11% d'entre-elles ayant même renforcé ou accéléré leur engagement).

La principale limite de l'engagement des dirigeants est souvent le manque de temps (68%), avant d'autres contraintes (manque de moyens financiers, résistances internes...).

L'engagement social comme vecteur de performance globale, en interne et en externe

Fortes de leurs convictions, les entreprises déclarent, pour 83% d'entre-elles, que leur engagement social et sociétal contribue favorablement à la performance globale.

Les pratiques d'engagement sont aussi un levier qui permet de contribuer à l'image externe, à l'intégration dans l'environnement local, au développement durable, au climat interne et à la cohésion sociale.

L'emploi, l'école et l'entreprise, au premier plan de toutes les attentions

L'emploi demeure la préoccupation numéro 1 des entreprises à 88%. Suivent les actions des entreprises vers l'école (en direction de scolaires, étudiants, stagiaires et apprentis), et les actions en interne (à l'attention des collaborateurs : sensibilisation, formation...). Les répondants se déclarent à 97% fiers de travailler dans une entreprise qui lutte (ou lutterait) contre les discriminations. Autant estiment que la diversité dans l'entreprise est une vraie force.

De nouveaux thèmes de préoccupations apparaissent dans les entreprises

Les dirigeants considèrent que beaucoup de progrès en matière d'engagement social et sociétal peut encore être réalisé sur le plan local (90%). Ils déclarent également que l'emploi des seniors (83%), l'égalité professionnelle hommes/femmes (84%) et les risques psychosociaux (72%) sont des sujets importants.

Ces trois sujets étant considérés comme « difficiles » pour près de la moitié des entreprises, celles-ci estiment que FACE pourrait être « utile » dans l'accompagnement sur ces questions.

Les nouveaux objets qui préoccupent les entreprises sont l'intégration des jeunes dans l'entreprise (Génération Y), la sauvegarde de l'emploi local, les travailleurs pauvres, les emplois verts, la sécurisation des parcours professionnels et les « décrocheurs » de l'école...

La Fondation Agir Contre l'Exclusion, catalyseur de l'engagement social et sociétal des entreprises

A travers cette étude, FACE apparaît comme un partenaire structurant (principal partenaire pour 90% d'entre-elles) de l'action des entreprises : les autres partenariats (acteurs de l'emploi, ONG, collectivités...) apparaissant alors comme plus « secondaires ».

La Fondation aide les entreprises à formaliser leur engagement au fil du temps, en dynamisant l'échange des idées et des pratiques d'engagement social. Les clubs FACE, partout en France, sont ainsi considérés comme permettant, avant tout, aux professionnels de se rencontrer sur un territoire donné. Outil de veille, la participation à la vie d'un club d'entreprises locales permet de transformer les idées en actions concrètes plus facilement et plus rapidement.

Méthodologie

Un partenariat avec Sociovision

Les analyses et prévisions ont été réalisées en collaboration avec la société d'études Sociovision (Cofremca), sur la base d'une enquête barométrique menée sur le terrain en février 2010 (interrogation de 540 entreprises issues d'un échantillon de 3 518 entreprises membres des Clubs FACE implantés dans 39 bassins d'emploi en France, du 15 février au 12 mars 2010).

Un comité de pilotage est en charge de la veille sur l'évolution des besoins et des pratiques, de l'organisation générale des consultations (rythme, objet...), de l'articulation à la Fondation et aux Clubs. Il est constitué du délégué général et de la directrice de FACE, d'un administrateur référent de FACE, des Présidents et des directeurs des clubs FACE.

Des référents scientifiques garantissent la démarche, la méthodologie de traitement des données recueillies et la diffusion des résultats. Il réunit des experts (chercheurs et consultants).

Certaines questions sont récurrentes et systématiques (postures et pratiques des entreprises face aux questions liées à la diversité, à la lutte contre l'exclusion, à l'alternance...), afin de pouvoir dresser des tendances et faire émerger de nouvelles pratiques.

D'autres questions sont liées à l'actualité sociale (voir questionnaire première vague en annexe).

Pourquoi mesurer l'Engagement Social et Sociétal des Entreprises sur les Territoires ?

Au-delà de leur fonction économique, les entreprises affirment aujourd'hui leur fonction sociale. Cette préoccupation s'inscrit dans le cadre de leur RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises), terme défini par la Commission Européenne comme « l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes ».

Fort de la mobilisation de 3 500 dirigeants en France, FACE souhaite valoriser l'engagement social des entreprises sur les territoires et sa concrétisation dans l'action.

Grâce au « Baromètre FACE de l'Engagement Social et Sociétal des entreprises sur les Territoires », les conceptions et les pratiques des entreprises sont appréhendées pour la première fois en France. Le Baromètre FACE ESSET traduit la réalité de l'engagement social et sociétal des grandes comme des petites entreprises.

Un outil de référence sur l'engagement social des entreprises.

Ce Baromètre FACE ESSET se **veut un outil de référence** sur l'engagement social des entreprises de toutes tailles, secteurs et régions d'implantation dans le cadre d'une démarche centrée sur l'action.

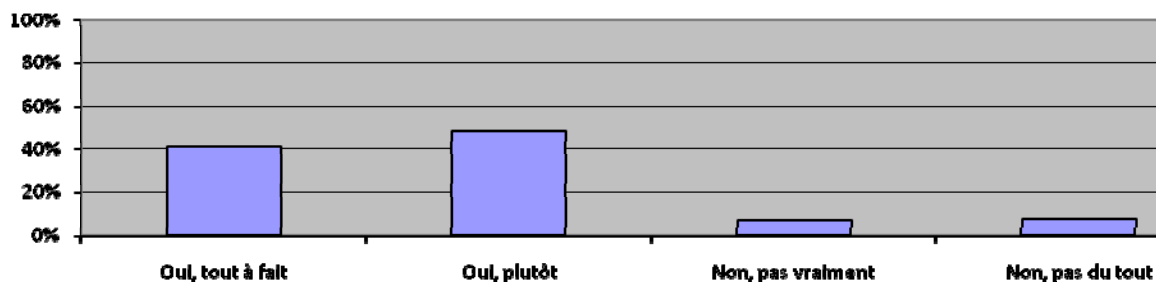
Grâce à cette plateforme d'observation, la réalité des conceptions et des pratiques réelles des dirigeants d'entreprises de toutes tailles sont mesurées, pour la première fois.

Cet outil permet d'appréhender sur le plan social et sociétal :

- les conceptions des dirigeants,
- les pratiques des entreprises,
- leur regard sur l'actualité,
- les perspectives d'évolution envisagées,
- la contribution de FACE.

L'engagement social et sociétal, un levier stratégique de développement durable de l'entreprise

90% des personnes ayant répondu déclarent que leur entreprise a des convictions fortes en matière d'engagement.



- **Mon entreprise a des convictions fortes en matière d'engagement social**

1. La Direction Générale est le moteur de l'engagement social et sociétal de l'entreprise :

A 79%, c'est la direction de l'entreprise qui coordonne principalement la réflexion et les actions en matière d'engagement social et sociétal.

Loin devant la Direction des Ressources Humaines (36%), une personne dédiée à ces questions (19%), la Direction du Développement Durable (16%), la Direction de la communication (8%) ou la Direction du marketing (6%).

Cette prise de conscience au plus haut niveau traduit une **nouvelle vision de l'engagement social et sociétal** qui dépasse les simples enjeux de cohésion sociale, de management interne, de recrutement et de développement durable, pour devenir un élément de performance globale pour 83% des entreprises.

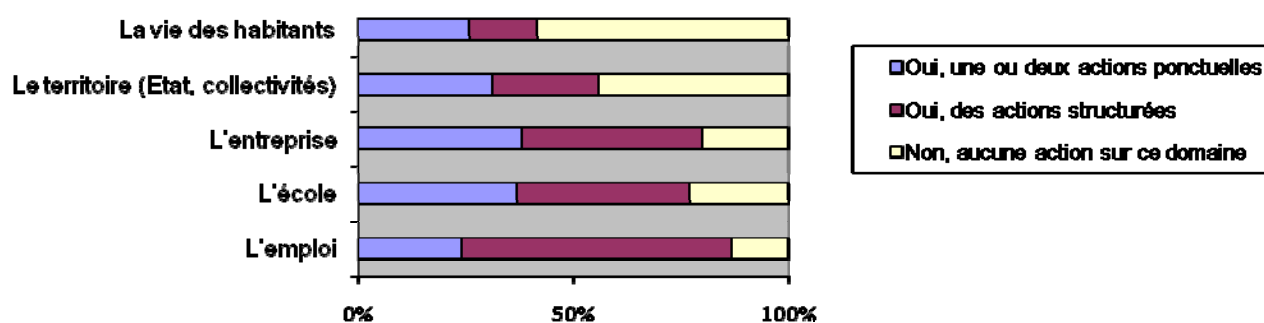
2. Des bénéfices tant en interne qu'en externe pour l'entreprise

Les pratiques d'engagement sont un levier de performance, qui permet de construire des relations pérennes avec son environnement et d'accompagner le développement commercial de son entreprise. Mais elles sont aussi vectrices d'un meilleur climat interne, de cohésion sociale et renforcent l'attractivité de l'entreprise en matière de recrutement et de fidélisation des salariés.

Ces actions s'inscrivent dans une stratégie de développement durable et semblent résister à la crise. En effet, seulement 20% des entreprises déclarent avoir remis en question leur engagement à cause de difficultés liées à la crise.

L'emploi, une priorité d'actions

Les entreprises sont **massivement engagées sur le champ de l'insertion par l'emploi**. Elles sont 88% à avoir développé des actions sur le thème de l'école (76%) et au sein de leur propre entreprise (76%). Elles agissent moins en faveur des institutions de leur territoire (50%) et de la vie des habitants (36%).



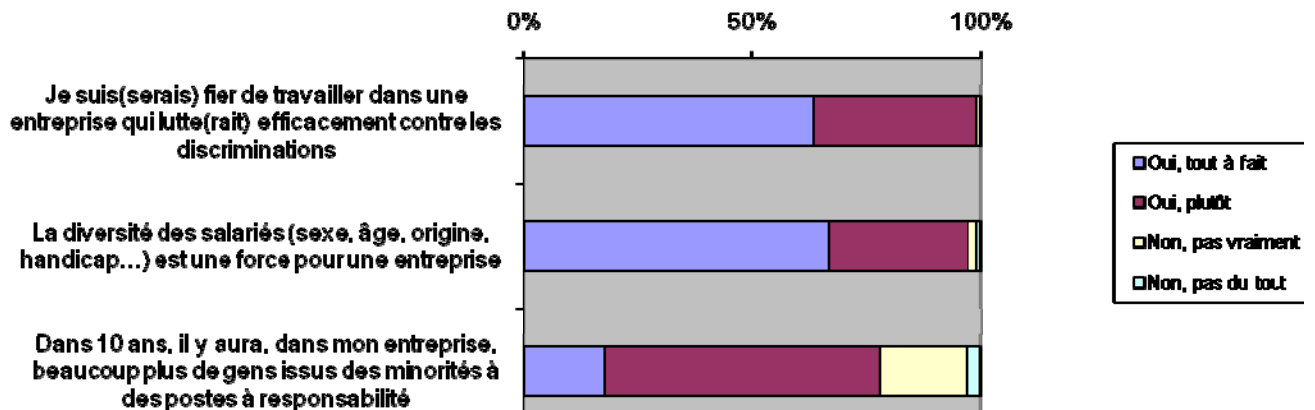
▪ **Aujourd'hui, dans votre entreprise, êtes vous engagés dans le ou les domaines suivants ?**

L'engagement sur les territoires est un enjeu fédérateur

Les entreprises déclarent à **90% avoir encore beaucoup de progrès à réaliser sur l'engagement social de leur entreprise dans leur région**. Elles sont conscientes de la nécessité de fédérer des actions communes avec d'autres entreprises et de dépasser certains clivages qui peuvent exister avec les collectivités locales. Même dans les grandes entreprises l'engagement « local » est très important (40% considérant que leur engagement correspond plutôt à des choix locaux respectant le cadre général du groupe). Les PME-PMI et les établissements locaux de grands groupes partagent finalement souvent les mêmes priorités sociales et sociétales.

Un plébiscite pour la diversité

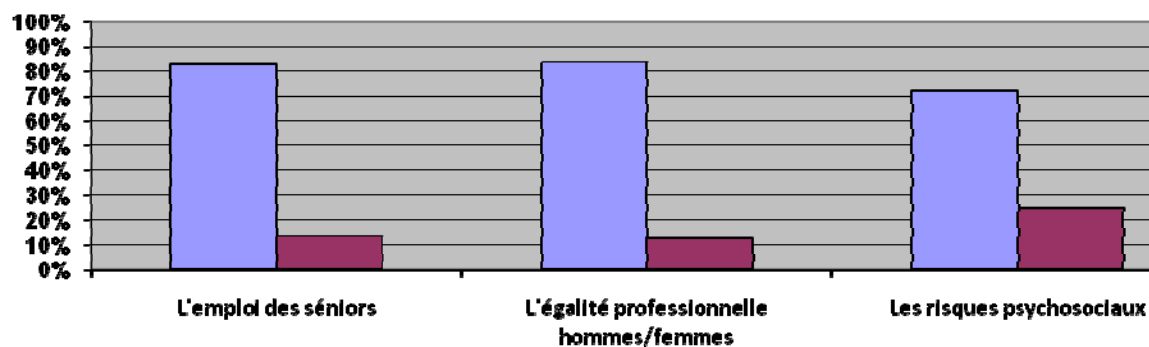
La totalité des entreprises souhaitent que leur entreprise lutte activement contre les discriminations, considérant la diversité comme une force. Ainsi, ¾ des répondants considèrent que dans 10 ans, il y aura beaucoup plus de gens issus des minorités à des postes à responsabilité.



- Pour chacune des propositions suivantes, dites si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord du tout

De nouveaux thèmes d'engagement

Les répondants estiment qu'il est important pour leur entreprise de s'engager sur l'égalité professionnelle hommes/femmes (84%), avant l'emploi des séniors (83%) ou les risques psychosociaux (72%), qui répondent à des exigences légales.



- Pour chacun de ces thèmes, diriez-vous qu'il est important pour votre entreprise de s'engager sur ce thème ?

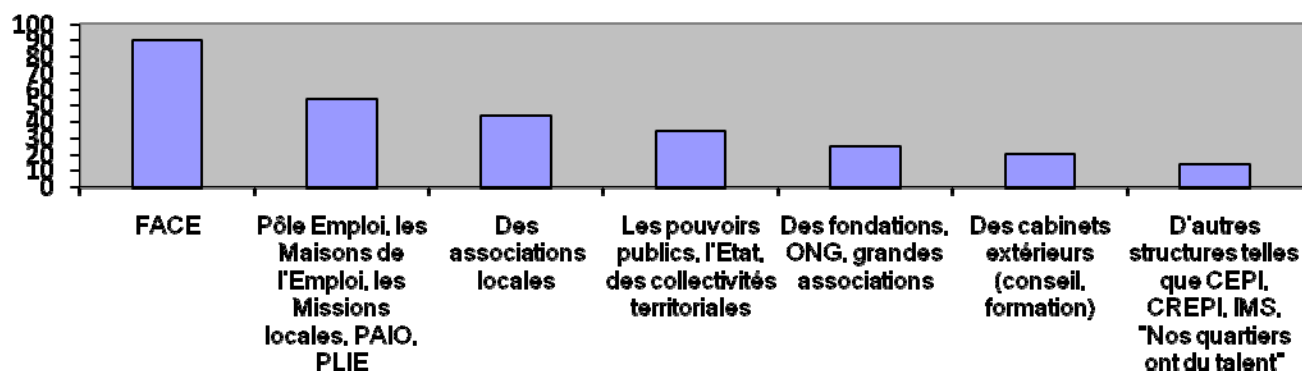
Au-delà de ces trois thèmes, on voit poindre quelques autres préoccupations émergentes :

- L'intégration de la génération Y (les jeunes) dans l'entreprise (54%)
- La sauvegarde de l'emploi local (48%)
- Le développement des nouveaux métiers verts (38%)
- Les travailleurs pauvres (38%)
- La sécurisation des parcours professionnels (38%)
- Les « décrocheurs » à l'école (37%)

FACE, un rôle structurant auprès des entreprises

FACE apparaît comme le premier partenaire des entreprises.

Au delà des questions permettant d'évaluer l'évolution de la vision des dirigeants et des pratiques sociales et sociétales des entreprises, le Baromètre FACE ESSET permet d'évaluer l'implication des entreprises dans les clubs FACE et l'apport de ces derniers.



Parmi les acteurs suivants, qui sont les partenaires de votre entreprise en matière d'engagement social et sociétal ?

Au travers des résultats de cette première vague du Baromètre FACE ESSET, on comprend le rôle structurant de FACE auprès des entreprises et le rôle que la Fondation va pouvoir jouer à l'avenir sur les thèmes émergents du Baromètre FACE ESSET.

En effet, pour 36% des entreprises, l'engagement est difficile à mettre en oeuvre, principalement par manque de temps, surtout quand l'entreprise débute dans son engagement ou qu'elle n'a que peu de liens avec le club FACE local.

Pour les entreprises, le club FACE est d'abord un lieu pour

- partager des idées et des pratiques autour de l'engagement social (83%)
- rencontrer d'autres acteurs engagés sur le territoire (82%)

.... qui aide à faire passer de la réflexion à l'action

Fortes de ces rencontres, les entreprises enrichissent leur connaissance sur les questions sociales, et mettent en oeuvre plus facilement des actions sur le terrain, souvent inspirées par de beaux exemples de réussite grâce aux actions menées par FACE ou par d'autres entreprises accompagnées par FACE.

FACE, pour construire un nouvel état d'esprit

Comparé à la moyenne des salariés* français, les entreprises engagées auprès d'un club FACE tendent à exprimer une vision plus optimiste de la diversité. En effet, quand les répondants sont 74% à déclarer qu'il y aura, dans 10 ans, beaucoup plus de gens issus de l'immigration à des postes à responsabilité dans leur entreprise. Seuls 53% des salariés non engagés auprès de FACE le déclarent.

Lexique

PAIO

Le **PAIO** est une **Permanence d'Accueil, d'Information et d'Orientation**. Tout comme la mission locale d'insertion, la PAIO s'adresse en premier lieu aux jeunes de 16 à 25 ans qui sont éloignés du système scolaire ou qui rencontrent des difficultés dans leur scolarité.

PLIE

Les **PLIE** sont **des services d'accompagnement à l'emploi**. Ils ont pour objectif l'accueil et l'accompagnement personnalisé de longue durée des demandeurs d'emploi, en difficulté d'insertion, afin de les aider à trouver un emploi durable

C'est un programme partenarial qui associe la Ville, mais aussi la Communauté Urbaine, la Région, l'Etat et l'Union Européenne. Il existe un réseau national de près de 180 PLIE.

CEPI

Un **CEPI** est un **Club des Entreprises Pour l'Insertion**.

Il a pour objet d'apporter à travers les entreprises au sens large (petites, moyennes, grandes), dans les services, commerce et industrie, sa contribution aux problèmes que constitue l'exclusion en général.

CREPI

Un **CREPI** est un **Club Régional d'Entreprises pour l'Insertion**

IMS

Créée en 1986, **IMS-Entreprendre pour la Cité** fédère un réseau de 200 entreprises. Sa vocation est de les aider à intégrer, dans leur politique de responsabilité sociale, des démarches d'engagement sociétal innovantes, répondant à la fois à leurs enjeux de développement et aux attentes de la société.

Questionnaire complet du Baromètre FACE ESSET

Fiche signalétique

« Pour commencer, voici quelques questions sur votre entreprise... »

QA. Depuis combien de temps votre entreprise est-elle engagée avec FACE ?

- Moins de 3 ans
- Entre 3 et 10 ans
- Plus de 10 ans

QB. Pouvez-vous nous indiquer le club FACE auquel votre entreprise est rattachée ?

QC. Votre entreprise comprend elle plusieurs établissements, sites, entités ?

- Oui
- Non

(Filtre : Si QC=1)

QD. Vous-même travaillez-vous ?

- Au niveau du groupe
- Au niveau d'un établissement, site, entité

(Filtre : Si QD=2)

**QE. Combien y a-t-il de salariés dans votre entreprise (ensemble des établissements) ?
Et dans votre établissement/site/entité ?**

Entreprise (ensemble des établissements)	Etablissement/site/en tité
---	-------------------------------

- Moins de 5 salariés
- De 5 à 19 salariés
- De 20 à 49 salariés
- De 50 à 199 salariés
- De 200 à 999 salariés
- 1000 salariés et plus

(Filtre : Si QC=2 OU QD=1)

QF. Combien y a-t-il de salariés dans votre entreprise ou Groupe?

- Moins de 5 salariés
- De 5 à 19 salariés
- De 20 à 49 salariés
- De 50 à 199 salariés
- De 200 à 999 salariés
- 1000 salariés et plus

A TOUS
QG. Dans quel département se situe votre entreprise (ou votre établissement/site/entité) ?

/__/_/ (code à deux chiffres)

QH. Quel est le secteur d'activité de votre entreprise ?

Industrie
Bâtiments, travaux publics
Commerce, distribution
Services aux entreprises
Services à la personne
Transports, logistique
Energie, environnement
Télécoms, communication
Administration, service public
Indépendant, Professions libérales
Autre

QI. Votre entreprise a-t-elle des activités à l'international ?

(Plusieurs réponses possibles)

Oui, dans les pays hors Union européenne
Oui, dans les pays au sein de l'Union européenne
Non

QJ. Votre entreprise exerce-t-elle une mission de délégation de service public, ou compte-t-elle, parmi ses clients important réguliers, l'Etat ou des collectivités territoriales ?

Oui
Non

Les conceptions et les pratiques de l'entreprise

On entend par « engagement social et sociétal » toutes les actions d'implication interne et externe qu'une entreprise peut mener sur son territoire en dehors de ses activités strictement économiques.

Q1. Aujourd'hui dans votre entreprise, êtes-vous engagé dans le ou les domaines suivants (pas nécessairement avec FACE) ?

Non, aucune action sur ce domaine
Oui, une ou deux actions ponctuelles
Oui, des actions structurées

- 1) **L'emploi (personnes sans emploi)** : ex. techniques de recherche d'emploi, CV, entretien ; insertion professionnelle des jeunes diplômés ; accompagnement des personnes éloignées de l'emploi ; développement de l'alternance...
- 2) **L'école (scolaires, étudiants, stagiaires, apprentis)** : ex. découverte de l'entreprise ; orientation des lycéens ; information sur les métiers ; formation des enseignants...
- 3) **La vie des habitants (consommateurs, usagers, citoyens)** : ex. médiation sociale, sensibilisation à la gestion de l'énergie ou du budget familial ; débat citoyen sur des thèmes liés à l'entreprise ; animation des quartiers...
- 4) **L'entreprise (Direction RH, managers, collaborateurs)** : ex. prévention des discriminations ; management de la diversité ou de l'engagement social et sociétal ; formation aux clauses d'insertion ; échanges de pratiques sur l'innovation sociale...
- 5) **Le développement local (territoires)** : ex. entreprises d'insertion et GEIQ ; aide à la création d'entreprises ; appui aux institutions territoriales ; développement des ZFU...

Q2. Au sein de votre entreprise ou de votre établissement/site/entité, qui coordonne principalement la réflexion et les actions en matière d'engagement social et sociétal ?

(Plusieurs réponses possibles)

- La Direction de l'entreprise, générale, régionale, de site
- La Direction/Service/personne en charge des Ressources Humaines ou du personnel
- La Direction/Service/personne en charge de la Communication
- La Direction/Service/personne en charge du Marketing ou du Commercial
- La Direction/Service/personne en charge du Développement Durable, le service dédié au mécénat, une fondation
- Une (ou des) personne(s) dédiée(s)

Q3. Et au sein de votre entreprise ou de votre établissement/site/entité, qui est mobilisé par les enjeux et les actions d'engagement social et sociétal ?

- Vous uniquement
- Quelques collaborateurs
- Les dirigeants
- Les managers dans leur ensemble
- Les salariés dans leur ensemble

(Filtre :

QD=2)

Q4. Diriez-vous que l'engagement social et sociétal de votre entreprise correspond :

- Plutôt à la déclinaison de la politique du Groupe auquel vous appartenez
- Plutôt à des choix locaux respectant le cadre général de votre Groupe

A TOUS

Q5. A propos d'engagement social et sociétal, diriez-vous que votre entreprise :

- Débute
- A progressé sur certaines actions concrètes
- A structuré son engagement en politiques ou lignes d'actions

Q6. A propos de l'engagement social et sociétal de votre entreprise, de laquelle des positions suivantes diriez-vous que votre entreprise est la plus proche ?

- Mon entreprise est plutôt **en pointe** en termes d'innovation
OU
- Mon entreprise **s'appuie** sur des bonnes pratiques existantes

- Mon entreprise est **volontaire**
OU
- Mon entreprise agit sous la **contrainte** de son environnement externe

Par rapport aux autres entreprises de son secteur...

- Mon entreprise **se différencie** en affirmant ses spécificités
OU
- Mon entreprise **s'aligne** sur le comportement des entreprises de son secteur

Q7. De manière générale, avez-vous le sentiment que l'engagement social et sociétal de votre entreprise contribue favorablement à :

- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, pas vraiment
- Non, pas du tout

- 1) La performance globale de l'entreprise
- 2) L'image externe de l'entreprise
- 3) L'intégration de l'entreprise dans son environnement local
- 4) L'attractivité et la fidélisation des salariés
- 5) Le climat interne et la cohésion sociale dans l'entreprise
- 6) Le développement commercial et la satisfaction des clients
- 7) La professionnalisation des RH et l'amélioration des pratiques de management
- 8) Le bénéfice de certains avantages sociaux et fiscaux
- 9) La prévention des risques juridiques
- 10) Le respect de certaines normes (qualité, ISO, AFNOR...)
- 11) Le Développement Durable

Q8. Au global, diriez-vous que la mise en œuvre de l'engagement social et sociétal de votre entreprise est très facile, plutôt facile, plutôt difficile ou très difficile ?

- Très facile
- Plutôt facile
- Plutôt difficile
- Très difficile

Q9. Quelles sont les difficultés ou facteurs d'échec que vous rencontrez dans la mise en œuvre de l'engagement social et sociétal de votre entreprise ?

(Plusieurs réponses possibles)

- Le manque de soutien de la Direction
- Les résistances internes, le manque d'adhésion des collaborateurs
- Le manque de relais chez les managers
- Les insuffisances des partenariats mis en place
- Les contraintes liées à la législation
- Le manque de moyens financiers
- Le manque de temps
- Autre : préciser

Q10. Parmi les acteurs suivants, qui sont les partenaires de votre entreprise en matière d'engagement social et sociétal ?

(Plusieurs réponses possibles)

- FACE
- D'autres structures telles que CEPI, CREPI, IMS, « Nos quartiers ont du talent »...
- Des fondations, ONG, grandes associations
- Des associations locales
- Les pouvoirs publics, l'Etat, des collectivités territoriales
- Pôle Emploi, les Maisons de l'emploi, les Missions locales, PAIO, PLIE
- Des cabinets extérieurs (conseil, formation)
- Autre : préciser

FACE

Q11. A propos du partenariat de votre entreprise avec FACE...

A). Ce partenariat vous a-t-il permis de :

Oui
Non

- 1) Rencontrer d'autres professionnels engagés sur votre territoire
- 2) Partager des idées et des pratiques autour de l'engagement social
- 3) Mettre en œuvre des actions au niveau de votre entreprise
- 4) Agir collectivement avec d'autres entreprises et les acteurs locaux
- 5) Contribuer aux politiques territoriales et au développement local
- 6) Valoriser l'image de votre entreprise en externe
- 7) Développer votre réseau professionnel
- 8) Participer au développement de votre entreprise
- 9) Donner du sens aux projets de votre entreprise
- 10) Enrichir la veille et l'information sur les questions sociales

(Si oui)

B). En êtes vous plutôt satisfait ou plutôt pas satisfait

(MEME LISTE)

Q12. De laquelle des positions suivantes vous sentez-vous le plus proche ?

Mon entreprise est très engagée dans le Club FACE

Mon entreprise participe ponctuellement à certaines actions du Club FACE

Il y a actuellement peu de liens entre mon entreprise et le Club FACE

Q13. Pour chacune des propositions suivantes, dites si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord du tout

Tout à fait d'accord

Plutôt d'accord

Plutôt pas d'accord

Pas d'accord du tout

(RANDOM SUR LES ITEMS)

- 1) Mon entreprise a des convictions fortes en matière d'engagement social
- 2) J'ai le sentiment qu'il y a une vraie mobilisation des entreprises en matière d'engagement social sur notre territoire
- 3) Je connais de beaux exemples de réussite grâce aux actions menées avec FACE
- 4) On a encore beaucoup de progrès à faire sur l'engagement social des entreprises dans la région
- 5) Les enjeux d'engagement social nous ont permis de dépasser les clivages entre entreprises et collectivités
- 6) Les enjeux d'engagement social ont permis de fédérer l'action d'entreprises sur le territoire
- 7) La diversité des salariés (sexe, âge, origine, handicap...) est une force pour une entreprise
- 8) Dans 10 ans, il y aura, dans mon entreprise, beaucoup plus de gens issus des minorités à des postes à responsabilité
- 9) Je suis (serais) fier de travailler dans une entreprise qui lutte(ra)it efficacement contre les discriminations

Questions d'actualité

Pour finir, quelques questions d'actualité :

Q14. Quel est ou a été l'impact de la crise économique actuelle sur l'engagement social de votre entreprise ?

La crise a renforcé ou accéléré l'engagement social de votre entreprise

La crise a amoindri ou freiné l'engagement social de votre entreprise

Cela n'a globalement rien changé en termes d'engagement

Q15. La législation impose désormais aux entreprises d'agir sur les thèmes suivants : l'emploi des seniors, l'égalité professionnelle hommes/femmes, les risques psychosociaux.

Pour chacun de ces thèmes, diriez-vous que :

4. Il est important pour votre entreprise de s'engager sur ce thème : oui / non
5. C'est plutôt facile / plutôt difficile à mettre en œuvre dans votre entreprise
6. FACE peut vous être utile : oui / non

- L'emploi des seniors
- L'égalité professionnelle hommes/femmes
- Les risques psychosociaux

Q16. Pour finir, voici un certain nombre de sujets émergents.

Cochez les thèmes qui vous intéressent

(Plusieurs réponses possibles)

- La fracture numérique
- La Génération Y et l'intégration des jeunes dans l'entreprise
- Les transports domicile/travail
- L'accès au logement des salariés
- L'homophobie en entreprise
- La gestion sociale de la « sortie de crise »
- Les « décrocheurs » de l'école
- La sauvegarde de l'emploi local
- Les statistiques ethniques
- L'attractivité des filières et métiers scientifiques et techniques
- Les clauses d'insertion sociale dans les marchés publics
- La diffusion de la culture technologique et professionnelle
- La diversité religieuse en entreprise
- La sécurisation des parcours professionnels
- L'engagement des entreprises dans des actions humanitaires
- Les travailleurs pauvres
- Le développement de nouveaux métiers verts
- Le CV anonyme
- Le mécénat de compétences

Q17. Quelles sont toutes les autres opportunités ou pistes d'engagement social et sociétal que vous voyez pour votre entreprise à l'avenir ?

(Question ouverte)

Les référents scientifiques

François Beaujolin

François Beaujolin (HEC, Sciences Po, DEA de gestion) a exercé des responsabilités dans différentes structures confrontées à des changements organisationnels importants. Professeur associé en gestion à l'Université Paris-XII, il est également consultant de la société GESTE. Il travaille depuis 30 ans sur les diverses facettes du travail peu qualifié, l'insertion des jeunes, la prévention des discriminations dans les situations de travail, l'intégration sociale et culturelle, les conséquences sociales des reconversions industrielles. François Beaujolin est l'auteur de plusieurs rapports et de 3 ouvrages majeurs : *Vouloir l'industrie*, (1983), *La gestion des compétences* (1999) et *Vers une organisation apprenante* (2001).

Didier Chimento

Titulaire du Master Management de la RSE de l'Université Paris XII Val-de-Marne, Didier Chimento est consultant pour le cabinet GESTE et participe quotidiennement à l'évaluation des politiques publiques. Didier Chimento a notamment été en charge de la Mission Handicap au sein du groupe Manpower et participe à la mise en œuvre de l'Agenda 21 sur la RSE auprès des collectivités publiques.

La coordination des réunions de travail des conseillers scientifiques est assurée par **Anissa Djabi**, Chargée d'Etudes et de Recherche pour la Fondation FACE et Doctorante en sciences de gestion sur les questions d'égalité de traitement et de lutte contre les discriminations.

Les conseillers scientifiques, en charge de l'élaboration du Baromètre FACE ESSET, sont des experts et chercheurs spécialisés dans les domaines de la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE), de l'emploi et de l'économie.

Ils ont une fonction consultative. Leurs missions consistent à :

- émettre des avis sur toute question scientifique et méthodologique en lien avec le projet ;
- sur consultation, jouer un rôle de conseil dans l'évaluation du projet ;
- mettre à disposition de FACE des informations scientifiques et méthodologiques pertinentes ;
- soutenir la mise en œuvre du projet et plus généralement de la politique de FACE ;
- tenir informée FACE des développements en matière de recherche sur l'engagement social et sociétal des entreprises ;
- contribuer au développement de la recherche au sein de FACE ;
- consolider le positionnement de FACE dans les réseaux scientifiques ;
- renforcer les liens entre l'entreprise et le monde de la recherche.

Le comité de pilotage

Vincent Baholet	Délégué Général de la Fondation FACE
Anne Gallot	Directrice de la Fondation FACE
Philippe Aziz	Trésorier de la Fondation FACE Directeur des activités sociales, AG2R France
Patrick Bonnet	Délégué du Président Gérard Mestrallet pour FACE Président du Club FACE Paris Directeur du développement social et des solidarités, GDF Suez
Thibault Gachon	Président du Club FACE Gard Directeur de publication, Gard Eco
Isabelle Eches	Présidente du Club FACE Grand Toulouse Responsable formation et management, France Télécom Orange
Patrice Le Ber	Directeur du Club FACE Rennes
Florence Wijsbroek	Directrice Club FACE Somme

Le comité de pilotage est coordonné par Anissa Djabi, Chargée d'Etudes et de Recherche pour la Fondation FACE et Doctorante en sciences de gestion sur les questions d'égalité de traitement et de lutte contre les discriminations.

Le comité de pilotage a une fonction de décision. Ses missions portent sur le projet d'élaboration du Baromètre FACE ESSET, elles consistent à :

- assurer la coordination et le suivi du projet ;
- participer aux réunions de travail portant sur la dimension technique du projet ;
- mener une réflexion sur le contenu et les modalités de mise en œuvre du Baromètre FACE ESSET ;
- consulter les conseillers scientifiques et recueillir les avis des experts ;
- valider/invalider les propositions des conseillers scientifiques ;
- proposer aux conseillers scientifiques des orientations et/ou mesures correctives dans la cadre du projet ;
- mettre à disposition des conseillers scientifiques les informations relatives au projet et aux activités de FACE ;
- soutenir la mise en œuvre du projet et plus généralement de la politique de FACE ;
- tenir informés les conseillers scientifiques des développements des activités de FACE portant sur l'engagement social et sociétal des entreprises ;
- consolider le positionnement de FACE dans les réseaux économiques ;
- renforcer les liens entre l'entreprise et le monde de la recherche.

Sociovision - Cofremca

Expert dans la compréhension et l'anticipation des changements de la société, Sociovision conseille ses clients dans la conduite stratégique de leur propre changement.

Elle bénéficie d'un double et unique capital. D'une part, de la mine d'or que représente son Observatoire de la société française qui existe depuis plus de trente ans. D'autre part et surtout, d'une équipe de sociologues qui apportent l'expérience qu'ils ont accumulée en conseillant leurs clients.

En savoir plus : <http://www.sociovision.com>

Une nouvelle politique pour la Fondation Agir contre l'Exclusion

FACE a été créée en 1993 à l'initiative de 13 entreprises nationales : **AXA, Casino, Club Med, LCL, Danone, Darty, Fimalac, GDF Suez, Euro RSCG, Pechiney, RATP, Renault, Sodexo.** Elle a été reconnue **d'Utilité Publique** par décret du 18 février 1994.

Sa vocation est la lutte **contre toutes les formes d'exclusion et de discrimination** : professionnelle, sociale, citoyenne, scolaire, numérique, de logement, de santé...

FACE vise à développer l'engagement social et sociétal des entreprises sur les territoires en favorisant l'inclusion sociale.

Aujourd'hui, elle désire réaffirmer son identité de Fondation d'utilité publique créée « par et pour » les entreprises contre l'exclusion.

FACE - 5 grands domaines d'intervention : l'Entreprise, l'Emploi, l'Ecole, les Particuliers, les Territoires

FACE a décidé en 2010 de centrer son action, autour de 5 champs d'intervention prioritaires dans la lutte contre l'exclusion et les discriminations.

Ces actions sont mises en œuvre en répondant à un double questionnement : quelle est la plus value apportée par la mobilisation des entreprises par rapport à l'intervention d'autres opérateurs et quels sont les besoins prioritaires des entreprises afin de renforcer leur engagement social et sociétal auprès des publics en difficulté.

Ces 5 champs sont guidés par une volonté de pérennité.

Ces différentes opérations sont regroupées en 5 grands domaines d'intervention :

- **L'Ecole** : découverte de l'entreprise, connaissance des métiers, bourse de stages, orientation « technique », promotion de l'alternance, accès aux grandes écoles, accueil en entreprises des professeurs...

- **L'Emploi** : simulation d'entretien, mobilisation par le sport, parcours qualifiant sur des métiers en tension, accès aux métiers « masculins », chantiers d'insertion, formation des opérateurs de l'emploi...

- **Les Particuliers** : médiation avec la clientèle, éducation au budget, aides aux démarches administratives, micro crédit social, appui aux parents dans l'orientation des enfants, soutien à l'animation des quartiers...

- **Les Territoires** : plans territoriaux de lutte contre les discriminations, animation de ZFU, création de GEIQ, soutien à la création d'entreprises, création d'entreprises d'insertion, gouvernance territoriale ...

- **L'Entreprise** : formation de « tuteurs », action égalité de traitement, politique senior, mobilisation Handicap, accompagnement aux labels (égalité professionnelle, diversité), partage de pratiques...

FACE cible son action au regard des besoins exprimés par les entreprises pour renforcer leur engagement en le structurant par un partenariat durable. Elle priorise ses interventions en fonction de la « plus value » apportée par la mobilisation des entreprises dans ses 5 domaines d'activités.

Un doublement du réseau en 3 ans et une ouverture à l'international

Un maillage territorial renforcé au service des entreprises et des territoires

Aujourd'hui FACE compte 39 Clubs d'entreprises sur le territoire national (64 implantations). Ces Clubs réunissent près de 3 500 dirigeants (PDG, Directeurs d'établissements, DRH...).

La Fondation prévoit de doubler son réseau dans les 3 prochaines années avec la création d'une trentaine de nouveaux Clubs FACE locaux.



Un fort ancrage territorial en lien avec les collectivités locales

L'action de FACE est soutenue par l'Union Européenne, l'Etat, les collectivités, l'ACSE, Alliance Ville Emploi, la HALDE, la Charte de la diversité, des organisations professionnelles... Chaque création de Club intervient à la demande et avec l'appui d'une collectivité partenaire.

Dès l'origine, FACE a développé ses missions dans le cadre de « Clubs d'entreprises » locaux réunissant à la fois des établissements de grands groupes, des PME/PMI et des petites entreprises. Ceci permet aux entreprises d'intervenir sur leur environnement territorial (au travers des services de proximité apportés par FACE).

Les Clubs FACE développent leurs activités en lien avec les opérateurs locaux : Missions locales, PLIE, Maisons de quartiers, établissements scolaires... Ils affirment ainsi une conception de l'action, à la fois globale et locale.

Un dimensionnement du réseau en réponse aux besoins des territoires

La crise invite les entreprises à renforcer leur action auprès des publics en difficulté. FACE doit favoriser et faciliter l'engagement des dirigeants dans cette mobilisation solidaire.

Une ouverture à l'international

Afin de répondre à différentes sollicitations, **le réseau FACE va se développer sur le plan international**. Ceci permettra d'enrichir ses pratiques nationales (innovations repérées à l'étranger) et de valoriser la dimension sociale de la mondialisation.

Un renforcement de l'innovation sociale en réponse aux préoccupations des entreprises

La Fondation et ses Clubs sont de plus en plus sollicités sur les nouvelles problématiques des petites et grandes entreprises : génération Y, seniors, égalité Hommes et Femmes, risques psycho sociaux, emploi local, décrochage scolaire, citoyenneté...

La mobilisation des entreprises doit être repensée en fonction des nouvelles questions sociales : travailleurs pauvres, éloignement domicile/travail, fracture numérique, surendettement, protection sociale, équilibres territoriaux, diversité religieuse...

FACE doit contribuer à l'innovation sociale et sociétale en réponse à ces différents défis.

Cette dynamique doit s'appuyer sur une démarche de « recherche-action » et de capitalisation des meilleures pratiques.

Depuis sa création, FACE a notamment :

- réalisé **30 000 accompagnements vers l'emploi** de personnes en difficulté ;
- accueilli **22 000 personnes** dans des dispositifs d'insertion professionnelle ;
- offert plus **400 000 prestations de médiation sociale** ;
- accompagné **plus de 20 000 scolaires** ;
- formés **15 000 collaborateurs d'entreprise.**

Pour en savoir plus : www.fondationface.org