

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENGAGEMENT SOCIAL ET SOCIÉTAL DES ENTREPRISES SUR LES TERRITOIRES : LES RESULTATS DU BAROMETRE FACE 2013

**Malgré la crise, plus de 80 % des petites et grandes entreprises
maintiennent voire renforcent leur mobilisation locale en matière de RSE.**

A la demande de FACE, Sociovision a réalisé en 2010 une première enquête sur les **conceptions, les pratiques et les attentes** des acteurs économiques de son Réseau **en matière d'Engagement Social et Sociétal sur les Territoires**.

En 2013, le **Baromètre FACE** est toujours la **seule étude** en France offrant une photographie de cette dynamique de **4 700 entreprises responsables**.

Cette seconde vague, réalisée par Sociovision permet d'appréhender les **évolutions de la RSE**, sur un plan local.

Les 519 entreprises répondantes sont **représentatives**, non seulement des **acteurs économiques** réunis au sein de FACE, mais également de la **structure de l'emploi en France**, dans sa **diversité** territoriale, sectorielle et de taille d'entreprises.

DES ENTREPRISES MOBILISEES MALGRE LA CRISE

80 % de maintien ou de croissance de la RSE : Le Baromètre 2013 montre que 2/3 des entreprises maintiennent leur engagement social et sociétal malgré la crise. Une entreprise sur 6 accentue même ses démarches de RSE.

Par rapport à 2010, ceci signifie que la part des entreprises ayant augmenté leur mobilisation passe de 11 à 16%, alors que celle des entreprises contraintes de réduire leur engagement a baissé de 16 à 11%.

Contrairement à l'opinion souvent répandue, c'est la démonstration d'une véritable « responsabilité sociale » des dirigeants. La Fondation ne réunissait d'ailleurs que 2 400 entreprises en 2008 alors qu'elle en compte aujourd'hui 4 700 sur le territoire national.

Un grand mouvement d'entreprises pour l'emploi des jeunes : 92% des dirigeants d'entreprises estiment que leur priorité doit être de se mobiliser pour l'emploi des jeunes.

Ils sont plus des 2/3 (68%) à considérer qu' « un grand mouvement social des entreprises » va s'affirmer.

Comme le dit Gérard Mestrallet, Président de FACE et PDG de GDF SUEZ, « *les entreprises renforcent leur place dans la société et contribuent au mieux vivre ensemble* ».

Professionnalisation des PME et des Grandes Entreprises : L'engagement social et sociétal des 4 700 entreprises de FACE se structure progressivement avec désormais la moitié des entreprises déclarant avoir une politique de RSE. Par rapport à 2010, ce taux augmente de 8 % et concerne désormais ¼, des entreprises de moins de 1 000 salariés.

40% des entreprises indiquent encore avoir progressé sur des actions concrètes.

Aujourd'hui, seul 10% des entreprises déclarent « *débuter* » en termes d'engagement social et sociétal.

Ainsi que l'explique Vincent Baholet, Délégué Général de FACE, « *cette professionnalisation témoigne d'une véritable intégration de la RSE dans la performance globale des entreprises* ».

DES ACTIONS CONCRETES DANS TOUS LES DOMAINES

Diversification et approche intégrée : Le management de la RSE et de la diversité (86%), l'égalité des chances dans l'éducation (85%), l'accès à l'emploi pour tous (84%) constituent les 3 domaines de mobilisation prioritaires pour les entreprises.

Par rapport à 2010, l'emploi reste donc une préoccupation essentielle mais est en légère régression (87%). Ce sont les actions de RSE à destination des collaborateurs (+10%), les opérations en faveur de l'éducation (+8%) et les projets d'appui aux structures locales (+8%) qui augmentent le plus fortement.

Comme le montre FACE, l'engagement social des entreprises est ainsi très « multidimensionnel ». Il concerne tant les salariés que les scolaires, les sans emploi, les consommateurs ou les acteurs locaux, dans le cadre d'une approche intégrée de la RSE.

Des réponses aux multiples attentes locales : La réalité des pratiques de RSE des petites et grandes entreprises concerne prioritairement : la non-discrimination et l'égalité de traitement (91%), l'ancrage territorial et les liens aux parties prenantes locales (84%), les relations entreprises / écoles (81%), les politiques et pratiques d'alternance (78%), le sourcing et le recrutement (74%) ainsi que les achats responsables (72%).

Dans le domaine de l'éducation, l'alternance en entreprise (83%), l'appui à l'orientation scolaire (73%) et l'appréhension du monde de l'entreprise (68%) sont les principaux champs d'action.

S'agissant de l'emploi, la facilitation de l'accès à l'emploi et la formation (94%), la découverte du monde professionnel (89%) et l'accompagnement des publics prioritaires (79%) sont les principaux objets de mobilisation pour les entreprises.

En termes de soutien au développement local, c'est la participation aux initiatives des acteurs institutionnels (85%) et le soutien aux réseaux associatifs territoriaux (78%) qui constituent les principales formes d'engagement social et sociétal des entreprises.

Concernant la vie des habitants, le soutien aux personnes en situation de précarité est une préoccupation croissante (62%), l'accès aux nouvelles technologies (55%), la maîtrise des énergies (55%), l'accompagnement à la mobilité (54%), le renforcement de la citoyenneté et du lien social (54%) sont les axes les plus investis par les entreprises.

DES PLUS-VALUES POUR TOUTES LES PARTIES PRENANTES

Un impact interne et externe : Le Baromètre FACE 2013 souligne que l'engagement social et sociétal des entreprises a d'abord un impact sur l'image externe (90%) et l'intégration à l'environnement local (89%).

On constate ensuite que la RSE favorise le climat interne (83%) et l'épanouissement des collaborateurs (83%), cette contribution au bien-être au travail s'accroissant même par rapport à 2010 (+ 8%).

Cette dynamique sociale et sociétale est en outre considérée comme un levier d'amélioration de la performance globale et des pratiques de management (80%).

Un engagement complexe : On constate enfin des préoccupations croissantes s'agissant, par exemple, de la satisfaction des clients (de 60 à 75%) ou du respect des normes (de 57 à 70%).

Pour 1/3 des entreprises, la mise en œuvre de leur engagement social reste difficile, ce qui souligne l'importance du rôle de FACE pour les accompagner localement.

Cette répartition n'a globalement pas évolué depuis 2010. Les pratiques de chaque entreprise s'améliorent pourtant, mais de nouvelles préoccupations en matière de RSE doivent concomitamment être prises en considération.

FACE ACCOMPAGNE DANS LA PROXIMITE

Un partenariat essentiel : Comme en 2010, FACE reste le principal partenaire des entreprises sur les territoires, ce qui montre la nécessité d'un accompagnement de proximité.

On constate, toutefois, un renforcement des liens entre les entreprises et leurs parties prenantes locales, tout particulièrement avec les Services Publics de l'Emploi (65%, soit +11%), les associations (56%, soit +12%) et les pouvoirs publics (56%, soit +22%).

Face à la multiplication des parties prenantes des entreprises, il semble ainsi nécessaire que les PME comme les établissements locaux des grands groupes puissent s'appuyer sur « un référent » local comme FACE qui facilite les intermédiations.

Petites et grandes entreprises mobilisées : L'engagement des entreprises au sein de FACE reste toujours aussi fort, avec près de 8 entreprises sur 10 très engagées (28%) ou participant à certaines actions (50%).

Le Baromètre montre que 28% des entreprises « très engagées » dans les structures FACE, les 2/3 sont des PME et donc 1/3 des grandes entreprises. Ceci souligne que les entreprises de FACE sont très représentatives du tissu économique français et que les attentes locales des petites comme des grandes entreprises en matière de RSE convergent.

Un engagement durable : Les entreprises sont « fidèles » à FACE avec plus de la moitié (55%) des PME, ETI et grandes entreprises du Réseau qui sont engagées depuis plus de 3 ans.

Par rapport à 2010, la part des entreprises engagées avec FACE depuis plus de 10 ans est également passée de 10 à 15 %.

L'engagement social et sociétal sur les territoires témoigne ainsi d'une forme de développement durable local de l'Entreprise.

Une motivation partagée : Ce Baromètre 2013 souligne combien la principale motivation des entreprises engagées au sein de FACE est d'échanger entre professionnels (81% pour « partager », 76% pour « rencontrer ») et d'agir collectivement sur son territoire (70% au lieu de 52 % en 2010).

Le partenariat avec FACE contribue aussi à l'identité et aux valeurs de l'entreprise (66%) de chaque entreprise, ainsi qu'au renforcement de la marque employeur et de l'image (61%). Les résultats montrent encore combien il importe pour les dirigeants de participer aux politiques territoriales et au développement local (60% pour seulement 48% en 2010).

Comme le dit Gérard Mestrallet, « la RSE s'inscrit dans des dynamiques collectives et se territorialise ». Cette tendance est de plus en plus systématiquement constatée dans les structures FACE locales.

DE NOUVEAUX OBJETS POUR DES INNOVATIONS SOCIALES

Des préoccupations émergentes : La santé au travail (54%) et les risques psychosociaux (47%) apparaissent comme des problématiques prioritaires.

L'égalité femme / homme constitue aussi un sujet majeur (51%).

Les dirigeants enquêtés se font aussi écho de thèmes comme les seniors (46%) et l'intergénérationnel (35%). Enfin l'emploi local est une préoccupation croissante (de 43 à 48% depuis 2010), la mobilité domicile-travail passant également de 27 à 34%.

Concomitamment, la génération Y (de 54 à 18%), l'accès au logement des salariés (de 34 à 19%) ou le décrochage scolaire (de 34 à 17%) constituent des objets sur lesquels les acteurs de l'entreprise paraissent moins se mobiliser.

DES ENGAGEMENTS SOCIAUX FORTS AU SEIN DES ENTREPRISES DE FACE

Comme le montre l'Observatoire Sociovision, les français considèrent que la formation continue (84%), l'entretien et la préservation de la santé (79%), l'égalité professionnelle femmes / hommes (70%), la protection sociale (69%) ou l'accès des jeunes à l'emploi (62%) doivent être pris en charge par les entreprises.

Sur ces objets sociaux et sociétaux, les entreprises impliquées dans le cadre de FACE marquent un niveau d'engagement sur la RSE particulièrement élevé par rapport à l'opinion publique. C'est ainsi que 94% des partenaires de FACE estiment que l'égalité professionnelle femmes / hommes doit être prise en charge par les entreprises (contre 70% pour la moyenne des français observée par Sociovision), 89% contre 72% pour l'entretien et la préservation de la santé des salariés, 87% contre 54% pour la protection de l'environnement, 85% contre 62% pour l'accès des jeunes à l'emploi, 49% contre 28 % pour l'éducation et la formation des jeunes, 26% contre 17% pour l'aide aux personnes les plus démunies.

Alors qu'environ 1/3 des français a longtemps considéré (2000 à 2010) que les entreprises devraient se concentrer uniquement sur leur rôle économique et d'employeur, les autres pensent que les entreprises devraient se préoccuper plus de l'effet de leurs actions sur l'environnement, sur l'harmonie sociale et sur l'épanouissement de leur personnel.

Pour autant, en 2013, les dirigeants d'entreprise FACE ne sont toujours que 27% à soutenir cette conception très « économique », 70% d'entre eux s'inscrivant dans une approche plus « sociale ».

De la même manière, il est considéré comme indispensable que les entreprises investissent temps et argent en faveur de l'égalité des chances entre les hommes et les femmes pour 91% des entreprises FACE (81% dans l'opinion publique), 89% pour l'emploi des seniors contre 66%, 87% pour l'accès des jeunes à l'emploi contre 81%, 76% pour l'accès à l'emploi pour les personnes qui en sont éloignées contre 70%, 75% pour le développement local des territoires contre 52%...

Dans le cadre de ces démarches de proximité, le Groupe La Poste a renforcé son partenariat avec FACE. Il développe des formes d'engagements très concrètes sur le plan social et sociétal : accompagnement des clients vulnérables, parrainage vers l'emploi, renforcement de la diversité...

La Plateforme nationale RSE qui vient d'être installée par le Premier Ministre souligne encore cette dynamique d'engagement social et sociétal des entreprises sur les territoires, à l'instar de FACE.

Contact Presse : Claude Lisbonis / CLC - T. +33 01 42 02 17 40 / 06 20 67 18 66

La Fondation Agir Contre l'Exclusion, créée en 1994, est Reconnue d'Utilité Publique. Elle agit au travers d'un Réseau de 61 associations locales et sur 350 sites d'actions, en France et à l'international. Ce grand mouvement social mobilise 4 700 entreprises pour prévenir et lutter contre toutes les formes d'exclusion, de discrimination et de pauvreté, dans le cadre de la RSE.

En lien avec les pouvoirs publics et les acteurs territoriaux, FACE accompagne chaque année 90 000 bénéficiaires, dans ses cinq domaines d'action : dans l'Entreprise, pour l'Emploi, à l'École, au Quotidien et avec les Acteurs des territoires.

www.fondationface.org