

ÉTUDE RSE : LES PME ONT ENCORE DU CHEMIN À FAIRE SUR L'ENVIRONNEMENT

Goodwill-management, cabinet de conseil en performance économique responsable, filiale du groupe Baker Tilly STREGO, en partenariat avec l'Agence LUCIE et la MAIF, publie à l'occasion du salon Produrable une étude sur la maturité des PME en matière de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE).

330 entreprises ont répondu à l'enquête réalisée en juillet 2021 sur 24 thématiques en lien avec l'ISO 26 000 dont la gouvernance, les droits des personnes, les relations et conditions de travail, l'environnement, les relations d'affaires, les intérêts des consommateurs et le développement local. Trois profils d'entreprise ont été ainsi identifiés : les collaboratives, les locales et les organisées.

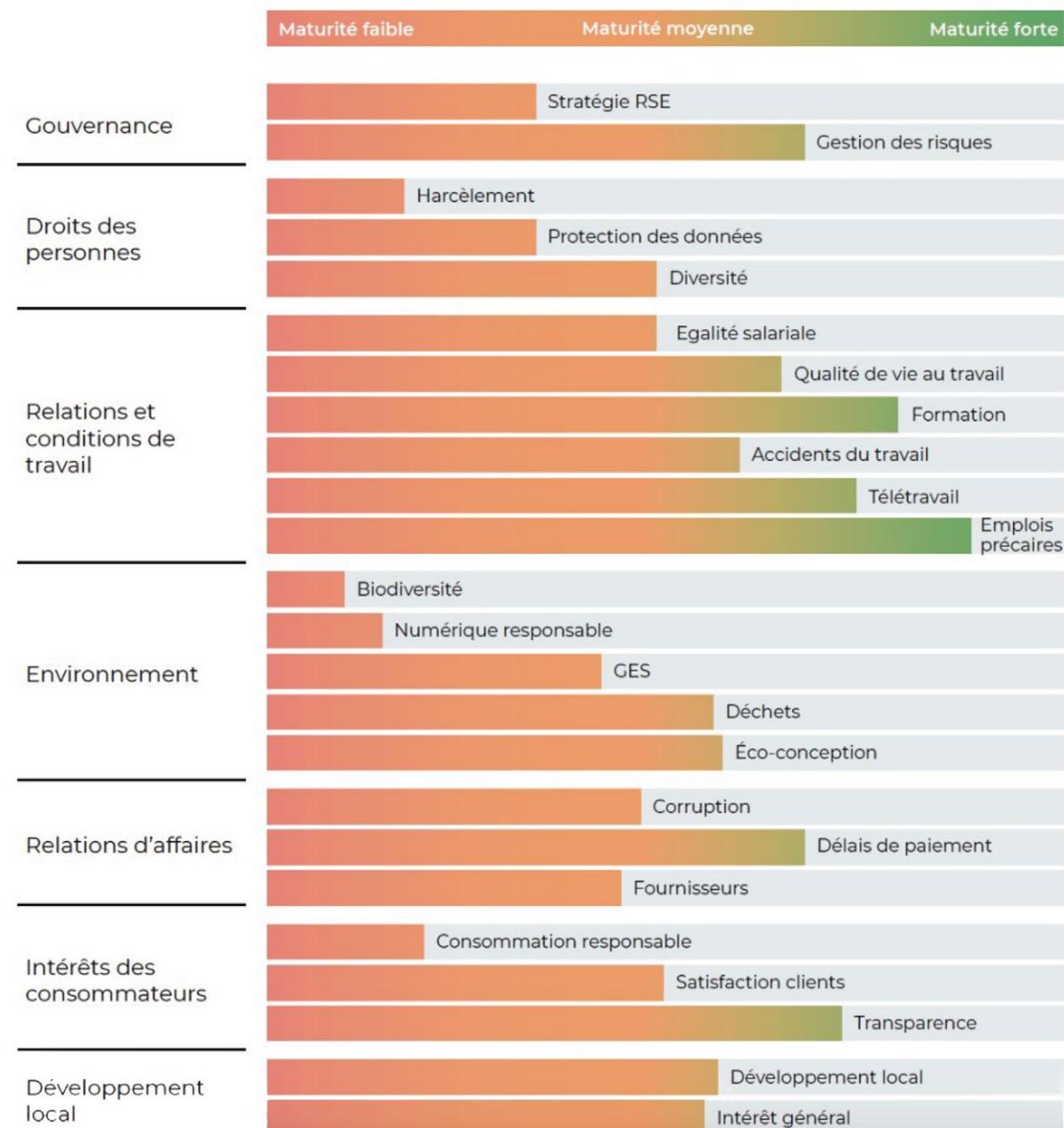
Expression émergente il y a 10 ans, la RSE est entrée dans les pratiques des ETI et GE, devenant un enjeu de performance globale sur le long terme, un levier de durabilité. Il en va de la pérennité même de l'entreprise. En 2019, la loi PACTE est venue renforcer la RSE. Désormais, le Code Civil précise que les entreprises doivent prendre en considération les enjeux environnementaux et sociaux dans la gestion de leurs activités. À l'inverse, les PME se retrouvent parfois démunies face à ces sujets. Qu'en est-il des structures de moins de 250 salariés ? Comment la RSE est-elle perçue et quelles en sont les applications ? Représentant plus de 99 % du nombre total des entreprises françaises (4 millions de PME) et employant près de 50 % des salariés*, les PME sont un maillon essentiel pour faire progresser la transition sociale et environnementale du pays.

Priorité aux enjeux sociaux dans les PME françaises

La notation moyenne des 330 répondants s'élève à 10/20 : sans surprise, les entreprises ayant participé à l'enquête sont déjà sensibles au sujet de la RSE. Elles ont déjà mis en oeuvre un certain nombre d'actions, mais il leur reste encore du chemin à parcourir avant de pouvoir se considérer comme exemplaires.



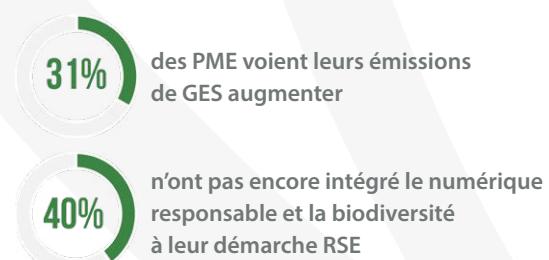
*Source : INSEE. Les entreprises en France, ed. 2019.



Les résultats de l'étude démontrent que pour les **trois quarts des entreprises interrogées, les efforts en matière de RSE se concentrent principalement sur les enjeux sociaux** avec les relations et conditions de travail en tête (11,6/20). **Les problématiques environnementales sont en retrait :** si l'environnement est la thématique qui cristallise le plus d'attentes de la part de la société (avec notamment des sujets émergents comme la biodiversité et le numérique responsable), cela ne se traduit pas encore par des engagements forts et ambitieux des PME (8,8/20).

Parmi les enjeux environnementaux les moins traités, l'on retiendra :

- la lutte contre le **réchauffement climatique**
- La préservation de la **biodiversité**
- La réduction de **l'impact du numérique**



L'étude a permis d'identifier trois groupes distincts de PME sur la question de la RSE : les collaboratives, les locales et les organisées.

① L'ENTREPRISE COLLABORATIVE

Représentant 31 % des entreprises interrogées, les collaboratives sont des organisations pour lesquelles le **lien social** est primordial. Ces entreprises travaillent de concert avec **d'autres acteurs engagés** afin de maximiser leur impact. Ainsi, elles se démarquent par leurs bonnes performances sur l'ensemble des enjeux RSE qui touchent le plus aux **relations avec les parties prenantes**, aussi bien en interne avec leurs collaborateurs qu'en externe avec l'ensemble de leurs partenaires. Évoluant principalement dans le secteur **tertiaire**, ces PME ont du mal à identifier leurs impacts sur les enjeux **environnementaux**.

Pour l'entreprise collaborative, il s'agit à l'avenir de **réduire ses impacts sur l'environnement** et de se doter d'une **stratégie RSE globale**, formalisée et partagée.

② L'ENTREPRISE LOCALE

Représentant 36 % des PME interrogées, les locales sont des entreprises ancrées sur leur **territoire** et souvent reconnues pour leur savoir-faire et leur expertise. Habituellement, la RSE a été amenée et portée par les **dirigeants** de ces structures, soucieux du bien-être de leurs collaborateurs et du respect de leur territoire d'implantation. Ces structures font donc de la **RSE depuis longtemps mais sans la nommer** comme telle, et cherchent aujourd'hui à s'inspirer d'acteurs ou de démarches similaires pour avoir une **vision à 360 degrés**

et mieux cerner leurs priorités. Toutefois, tout comme l'entreprise collaborative, l'entreprise locale n'a pas véritablement intégré les enjeux environnementaux et formalisé une **stratégie RSE globale** et partagée.

Les locales ont pour enjeux d'ancrer leur stratégie RSE afin qu'elle ne repose pas seulement sur les bonnes volontés en interne. De plus, elles doivent s'interroger sur les liens avec leurs stratégies et leurs métiers afin de maximiser leur impact.

③ L'ENTREPRISE ORGANISÉE

Pour l'entreprise organisée, qui regroupe 33 % des répondants, la RSE rime avec **environnement** : réduction des émissions de GES (gaz à effet de serre), gestion des déchets, éco-conception des produits et des services sont les priorités. Il s'agit principalement de **TPE ou de jeunes PME qui maîtrisent parfaitement leurs processus internes**. Elles sont majoritairement certifiées et/ou labellisées sur les sujets de la **qualité**, de **l'environnement** ou de la sécurité.

Ces entreprises ont préalablement mesuré leurs impacts et mis en place de nombreux indicateurs pour avancer de manière efficace et planifiée. Elles sont moins matures sur les enjeux liés aux **droits des personnes** et aux relations et conditions de travail (prévention harcèlement, diversité...)

L'enjeu pour ces PME est donc de diffuser leur culture de **l'excellence** et de la qualité sur des thématiques plus **sociales et sociétales**.

Pour les entreprises organisées, il leur revient d'étendre le champ de leur culture de l'excellence sur des thématiques plus sociales et sociétales.

330 entreprises ont répondu à l'enquête réalisée en juillet 2021 par Goodwill-management en partenariat avec l'Agence LUCIE et la MAIF. Répartition :

- 37 % : entreprises de moins de 10 salariés
- 37 % : entreprises de 10 à 49 salariés
- 26 % : entreprises de 50 à 249 salariés

24 questions à choix multiples (4 choix possibles) couvrant les 7 grandes thématiques de l'ISO 26 000 :

- Gouvernance
- Droits des personnes
- Relations et conditions de travail
- Environnement
- Relations d'affaires
- Intérêts des consommateurs
- Développement local

Les résultats de cette étude reposent sur l'évaluation déclarative des répondants et comportent donc certains biais.

À Propos :

Goodwill-management

Conseil en performance économique responsable, filiale de Baker Tilly STREGO, Goodwill-management accompagne depuis 2003 les organisations vers des modèles plus soutenables, du grand groupe à la PME de tous secteurs, en passant par des organisations de l'ESS. Goodwill-management aide les organisations à créer de la valeur autrement en déployant des stratégies de responsabilité sociétale, bas carbone, d'économie circulaire ou encore low-tech. Convaincu que l'on ne peut pas améliorer ce que l'on ne mesure pas, Goodwill-management mesure autrement les impacts économiques, sociaux et environnementaux des organisations, notamment à travers la triple empreinte, l'empreinte socio-économique ou encore le capital immatériel.

www.goodwill-management.com

Agence LUCIE

Créé en 2007, le Label LUCIE 26000 récompense l'engagement d'une organisation en matière de responsabilité sociétale selon les lignes directrices de la norme ISO 26000. L'Agence LUCIE développe également différentes solutions pour permettre à toutes les organisations de devenir plus engagées et responsables à travers des labels thématiques tels qu'ENVOL, le label Numérique Responsable ou encore Biodiversity Progress. La Communauté LUCIE rassemble aujourd'hui plus de 850 structures qui partagent les mêmes valeurs et la même volonté : rendre ce monde plus juste et plus respectueux des hommes et des territoires. Notre mission : donner aux organisations les moyens de devenir des acteurs ayant un impact positif.

www.agence-lucie.com

Contact presse

Agence B Side – Mathilde Taurinya | 07 63 26 53 95 | m.taurinya@agencebside.fr