

“opinionway pour **FACE**

Les salariés et les engagements concrets des entreprises en matière de RSE

Novembre 2023



ESOMAR²³
Corporate





La méthodologie





La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1000 salariés**, représentatif de la population française des salariés du secteur privé d'entreprises de 1 salarié et plus, âgés de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de secteur d'activité et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 11 au 12 octobre 2023**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour Fondation Face »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil de l'échantillon



“ Le profil de l'échantillon

Population française salariée dans des entreprises du secteur privé de 1 salarié et plus.

Source : INSEE*



*Sexe	%
Hommes	57%
Femmes	43%



*Age	%
Moins de 35 ans	34%
35 à 49 ans	41%
50 ans et plus	25%



*Région	%
Ile-de-France	22%
Nord-ouest	23%
Nord-est	22%
Sud-ouest	10%
Sud-est	23%



*Catégorie socio-professionnelle	%
CSP+	46%
Cadres et professions libérales	18%
Professions intermédiaires	28%
CSP-	54%
Employés	32%
Ouvriers	22%



*Secteur d'activité	%
Industrie/Agriculture/BTP	32%
Tertiaire	68%



Taille d'entreprise	%
TPE (Moins de 10 salariés)	12%
PME (10 à 249 salariés)	45%
ETI (250 à 4999 salariés)	28%
Grand Groupe (5000 salariés et plus)	13%
Ne sait pas	2%



Les résultats





01

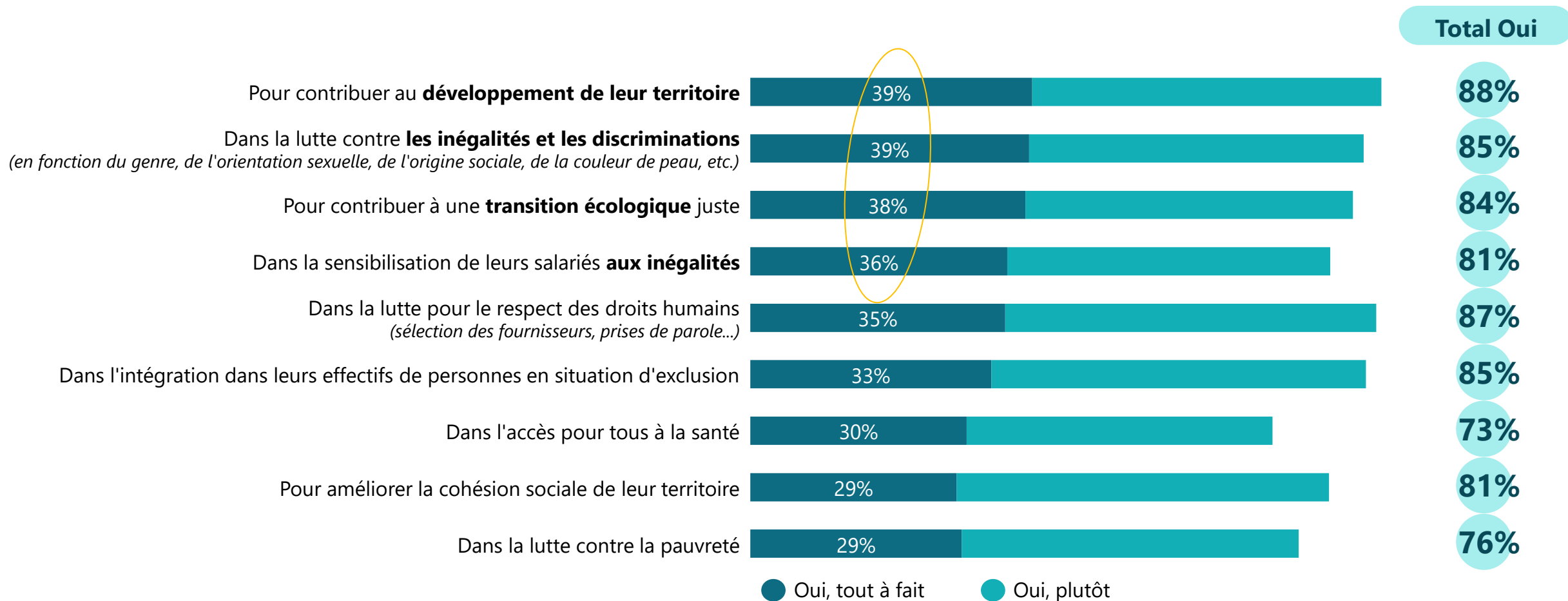
L'engagement des entreprises



Le rôle des entreprises



Q. Selon vous, les entreprises ont-elles ou non un rôle à jouer.. ?





Le rôle des entreprises



Q. Selon vous, les entreprises ont-elles ou non un rôle à jouer... ?

	% Oui	Sexe		Âge			Statut	
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35 à 49 ans	50 ans et plus	CSP +	CSP -
Pour contribuer au développement de leur territoire	88%	89%	87%	82%	89%	93%	90%	86%
Dans la lutte contre les inégalités et les discriminations	85%	84%	87%	86%	85%	86%	85%	85%
Pour contribuer à une transition écologique juste	84%	84%	83%	78%	84%	91%	84%	83%
Dans la sensibilisation de leurs salariés aux inégalités	81%	79%	82%	80%	79%	84%	81%	80%
Dans la lutte pour le respect des droits humains	87%	86%	88%	86%	87%	89%	87%	87%
Dans l'intégration dans leurs effectifs de personnes en situation d'exclusion	85%	86%	86%	85%	85%	89%	83%	87%
Dans l'accès pour tous à la santé	73%	72%	73%	74%	71%	74%	72%	73%
Pour améliorer la cohésion sociale de leur territoire	81%	80%	81%	78%	81%	84%	83%	79%
Dans la lutte contre la pauvreté	76%	76%	76%	75%	76%	78%	75%	77%



Le rôle des entreprises



Q. Selon vous, les entreprises ont-elles ou non un rôle à jouer... ?

	% Oui	Secteur d'entreprise		Taille d'entreprise				Travaille dans une entreprise engagée*	
		Industrie/ Agriculture/ BTP	Tertiaire	TPE	PME	ETI	Grand groupe	Oui	Non
Pour contribuer au développement de leur territoire	88%	92%	86%	87%	87%	87%	93%	92%	79%
Dans la lutte contre les inégalités et les discriminations	85%	86%	85%	84%	84%	86%	88%	89%	76%
Pour contribuer à une transition écologique juste	84%	87%	83%	86%	83%	82%	90%	90%	72%
Dans la sensibilisation de leurs salariés aux inégalités	81%	80%	81%	80%	79%	82%	88%	87%	66%
Dans la lutte pour le respect des droits humains	87%	89%	86%	87%	88%	85%	91%	92%	77%
Dans l'intégration dans leurs effectifs de personnes en situation d'exclusion	85%	87%	85%	82%	88%	82%	89%	90%	76%
Dans l'accès pour tous à la santé	73%	73%	72%	68%	73%	72%	75%	80%	59%
Pour améliorer la cohésion sociale de leur territoire	81%	82%	80%	78%	80%	80%	87%	87%	66%
Dans la lutte contre la pauvreté	76%	80%	75%	78%	76%	76%	80%	81%	66%

*S'implique pour des causes environnementales et/ou sociales.



02

L'engagement de **son** entreprise

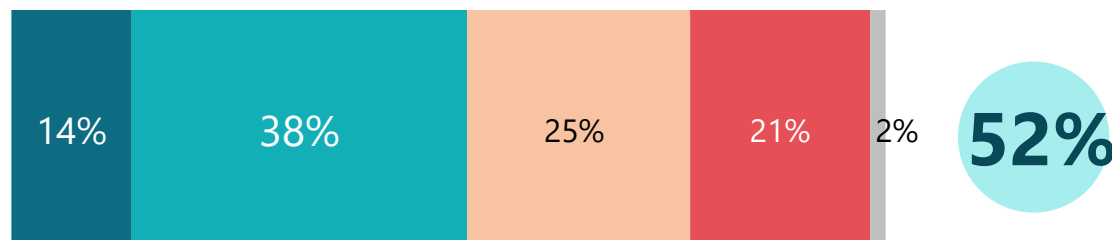
“ La communication de l'entreprise sur sa politique RSE



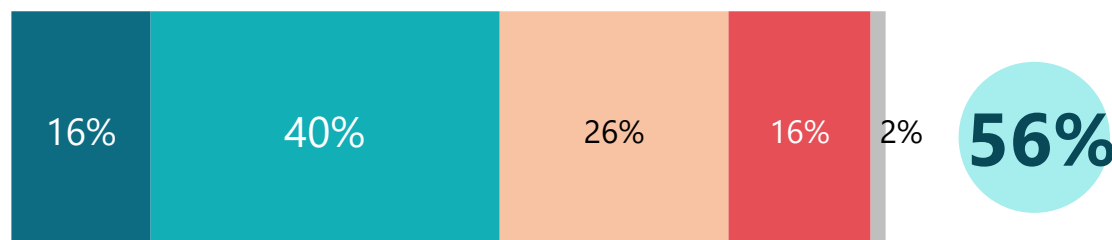
Q. Et concernant votre entreprise, diriez-vous que... ?

Total Oui

Vous **connaissez la politique RSE**
(Responsabilité sociale et environnementale) de votre entreprise



L'engagement de votre entreprise pour des **causes sociales et environnementales** relève plus de la communication (pinkwashing, greenwashing, socialwashing*...) que d'une vraie volonté d'apporter un changement positif à la société



● Oui, tout à fait ● Oui, plutôt ● Non, plutôt pas ● Non, pas du tout ● NSP

*Le pinkwashing, socialwashing et greenwashing sont des méthodes de marketing consistant à communiquer auprès du public en utilisant l'inclusion ou l'écologie de manière trompeuse pour améliorer son image.

“ La communication de l’entreprise sur sa politique RSE



Q. Et concernant votre entreprise, diriez-vous que... ?

	% Oui	Sexe		Âge			Statut	
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35 à 49 ans	50 ans et plus	CSP +	CSP -
Vous connaissez la politique RSE (Responsabilité sociale et environnementale) de votre entreprise	52%	54%	50%	55%	49%	52%	58%	47%
L'engagement de votre entreprise pour des causes sociales et environnementales relève plus de la communication (<i>pinkwashing, greenwashing, socialwashing*...</i>) que d'une vraie volonté d'apporter un changement positif à la société	56%	59%	52%	58%	58%	50%	58%	54%

“ La communication de l’entreprise sur sa politique RSE



Q. Et concernant votre entreprise, diriez-vous que... ?

	% Oui	Secteur d'entreprise		Taille d'entreprise				Travaille dans une entreprise engagée*	
		Industrie/ Agriculture/ BTP	Tertiaire	TPE	PME	ETI	Grand groupe	Oui	Non
Vous connaissez la politique RSE (Responsabilité sociale et environnementale) de votre entreprise	52%	57%	50%	39%	53%	53%	64%	68%	20%
L'engagement de votre entreprise pour des causes sociales et environnementales relève plus de la communication (<i>pinkwashing, greenwashing, socialwashing*...</i>) que d'une vraie volonté d'apporter un changement positif à la société	56%	56%	56%	41%	56%	56%	67%	63%	41%

*S'implique pour des causes environnementales et/ou sociales.



L'engagement actuel et souhaité de son entreprise



Q. Et concernant votre entreprise, diriez-vous que... ?

Votre entreprise s'implique pour...

...Des causes **environnementales**

15%

...Des causes **sociales**

14%

Total Oui

56%

54%

Vous aimeriez que votre employeur s'engage davantage pour...

...Des causes **environnementales**

25%

...Des causes **sociales**

23%

71%

68%

● Oui, tout à fait

● Oui, plutôt



L'engagement actuel et souhaité de son entreprise



Q. Et concernant votre entreprise, diriez-vous que... ?

	% Oui	Sexe		Âge			Statut	
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35 à 49 ans	50 ans et plus	CSP +	CSP -
Votre entreprise s'implique pour des causes environnementales	56%	56%	55%	61%	51%	56%	57%	54%
Votre entreprise s'implique pour des causes sociales	54%	53%	56%	59%	51%	53%	58%	51%
Vous aimeriez que votre employeur s'engage davantage pour des causes environnementales	71%	72%	70%	72%	68%	77%	69%	73%
Vous aimeriez que votre employeur s'engage davantage pour des causes sociales	68%	66%	69%	70%	64%	69%	64%	70%



L'engagement actuel et souhaité de son entreprise



Q. Et concernant votre entreprise, diriez-vous que... ?

	% Oui	Secteur d'entreprise		Taille d'entreprise				Travaille dans une entreprise engagée*	
		Industrie/ Agriculture/ BTP	Tertiaire	TPE	PME	ETI	Grand groupe	Oui	Non
Votre entreprise s'implique pour des causes environnementales	56%	61%	53%	48%	53%	61%	65%	83%	-
Votre entreprise s'implique pour des causes sociales	54%	53%	54%	44%	54%	56%	60%	81%	-
Vous aimeriez que votre employeur s'engage davantage pour des causes environnementales	71%	73%	70%	66%	75%	67%	71%	78%	58%
Vous aimeriez que votre employeur s'engage davantage pour des causes sociales	68%	65%	68%	58%	73%	62%	69%	73%	56%

**S'implique pour des causes environnementales et/ou sociales.*

“ L’impact des entreprises engagées sur leurs salariés



Q. Et concernant votre entreprise, diriez-vous que... ?

Question présentée sur la base des salariés déclarant que leur entreprise s'implique pour des causes sociales et environnementales, soit 67% de l'échantillon

% Oui

Vous êtes fier du niveau d'engagement de votre entreprise
pour des causes sociales et environnementales

76%

L'engagement de votre employeur pour des causes sociales et
environnementales **renforce votre motivation** pour accomplir
quotidiennement votre travail

72%

L'engagement de votre employeur pour
des causes sociales et environnementales vous permet de
trouver davantage de sens à votre travail

71%

Votre entreprise vous permet, en tant que salarié, de vous
engager pour des causes sociales et environnementales

69%

Votre entreprise valorise les salariés qui s'impliquent
dans les causes sociales et environnementales qu'elle porte

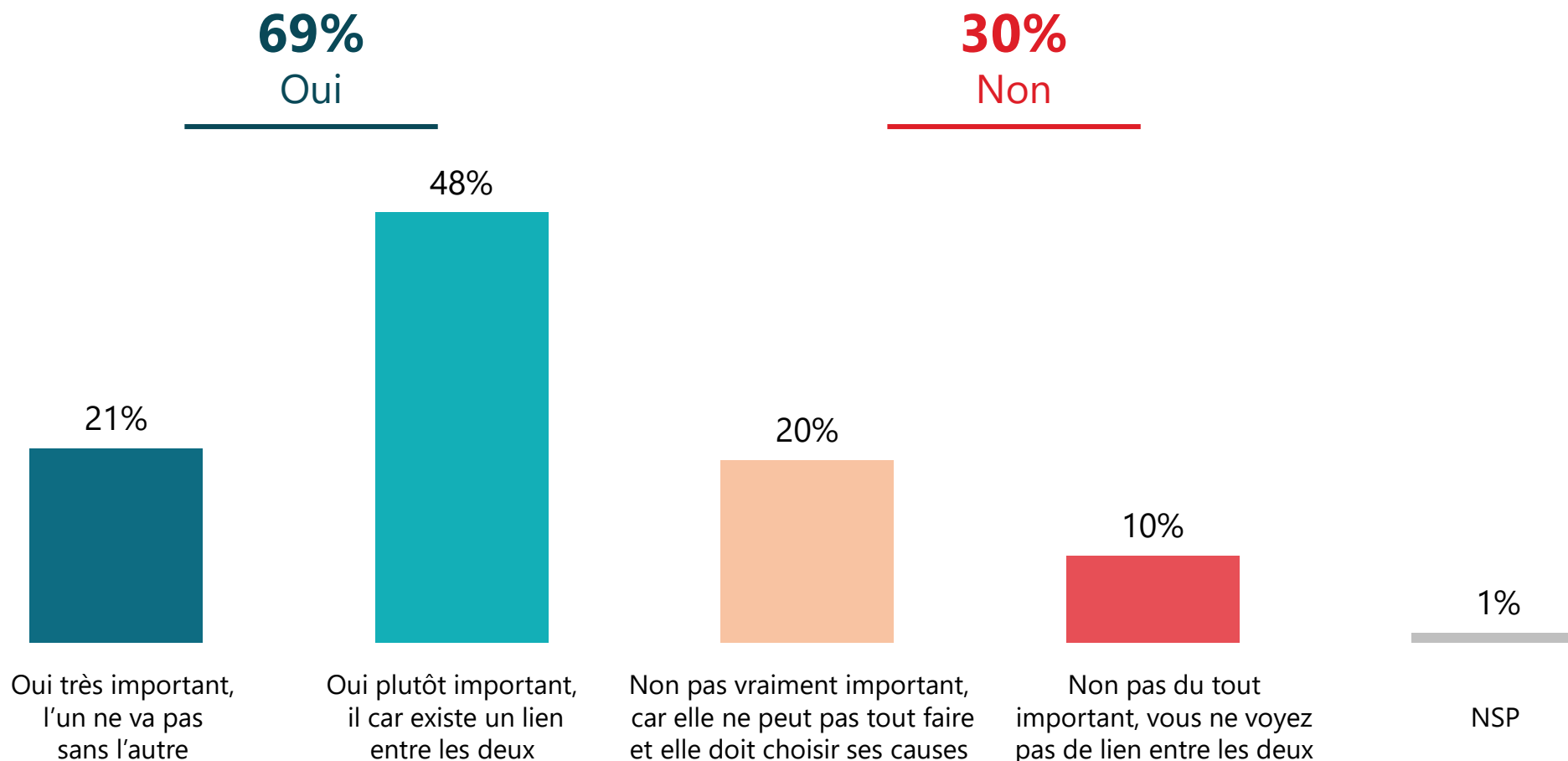
64%



L'importance pour les entreprises de mener des actions conjuguant responsabilité sociale et environnementale



Q. Selon vous, est-il important ou non que votre entreprise mène des actions conjuguant responsabilité sociale et responsabilité environnementale ?



L'importance pour les entreprises de mener des actions conjuguant responsabilité sociale et environnementale



Q. Selon vous, est-il important ou non que votre entreprise mène des actions conjuguant responsabilité sociale et responsabilité environnementale ?

		Sexe		Âge			Statut	
	% Total	Homme	Femme	Moins de 35 ans	35 à 49 ans	50 ans et plus	CSP +	CSP -
Sous-total Oui	69%	67%	72%	70%	69%	68%	70%	68%
...Oui très important, l'un ne va pas sans l'autre	21%	19%	25%	21%	20%	25%	20%	23%
...Oui plutôt important, il car existe un lien entre les deux	48%	48%	47%	49%	49%	43%	50%	45%
Sous-total Non	30%	32%	26%	29%	30%	30%	29%	31%
...Non pas vraiment important, car elle ne peut pas tout faire et elle doit choisir ses causes	20%	22%	17%	21%	19%	21%	21%	20%
...Non pas du tout important, vous ne voyez pas de lien entre les deux	10%	10%	9%	8%	11%	9%	8%	11%



L'importance pour les entreprises de mener des actions conjuguant responsabilité sociale et environnementale



Q. Selon vous, est-il important ou non que votre entreprise mène des actions conjuguant responsabilité sociale et responsabilité environnementale ?

	% Total	Secteur d'entreprise		Taille d'entreprise				Travaille dans une entreprise engagée*	
		Industrie/ Agriculture/ BTP	Tertiaire	TPE	PME	ETI	Grand groupe	Oui	Non
Sous-total Oui	69%	67%	70%	66%	68%	71%	73%	75%	58%
...Oui très important, l'un ne va pas sans l'autre	21%	18%	23%	17%	21%	23%	26%	23%	20%
...Oui plutôt important, il car existe un lien entre les deux	48%	49%	47%	49%	47%	48%	47%	52%	38%
Sous-total Non	30%	32%	29%	33%	31%	28%	27%	24%	41%
...Non pas vraiment important, car elle ne peut pas tout faire et elle doit choisir ses causes	20%	20%	20%	19%	21%	20%	19%	18%	24%
...Non pas du tout important, vous ne voyez pas de lien entre les deux	10%	12%	9%	14%	10%	8%	8%	6%	17%

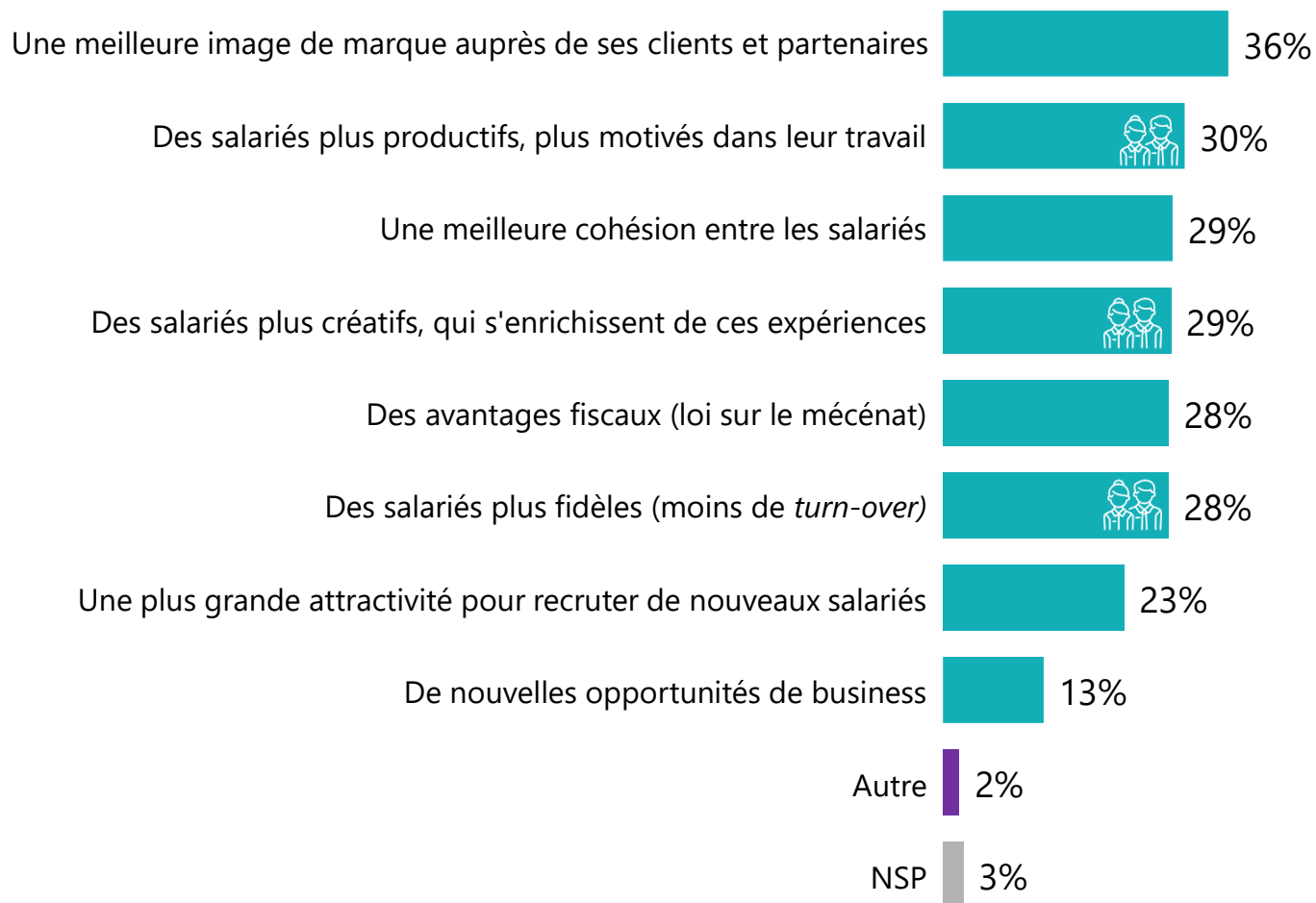
*S'implique pour des causes environnementales et/ou sociales.

“ Les avantages de permettre à ses salariés de s’engager



Q. Selon vous, si votre entreprise permettait à ses salariés de s’engager au sein d’une structure aidant des publics vulnérables, quels avantages pourrait-elle en retirer ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



 **62%**
Au moins un impact
sur les compétences
et la motivation des
salariés

“ Les avantages de permettre à ses salariés de s’engager



Q. Selon vous, si votre entreprise permettait à ses salariés de s’engager au sein d’une structure aidant des publics vulnérables, quels avantages pourrait-elle en retirer ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Âge			Statut	
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35 à 49 ans	50 ans et plus	CSP +	CSP -
 Sous-total Un impact sur les compétences et la motivation des salariés	62%	61%	63%	66%	57%	64%	60%	64%
Une meilleure image de marque auprès de ses clients et partenaires	36%	37%	35%	32%	36%	40%	40%	32%
 Des salariés plus productifs, plus motivés dans leur travail	30%	29%	32%	38%	26%	28%	29%	31%
Une meilleure cohésion entre les salariés	29%	28%	30%	30%	26%	32%	29%	29%
 Des salariés plus créatifs, qui s’enrichissent de ces expériences	29%	26%	32%	26%	27%	35%	28%	29%
Des avantages fiscaux (loi sur le mécénat)	28%	28%	29%	22%	31%	31%	30%	27%
 Des salariés plus fidèles (moins de <i>turn-over</i>)	28%	28%	29%	28%	25%	33%	27%	29%
Une plus grande attractivité pour recruter de nouveaux salariés	23%	25%	20%	21%	23%	24%	24%	21%
De nouvelles opportunités de business	13%	12%	14%	13%	15%	8%	11%	14%
Autre	2%	2%	2%	2%	2%	3%	2%	2%

“ Les avantages de permettre à ses salariés de s’engager



Q. Selon vous, si votre entreprise permettait à ses salariés de s’engager au sein d’une structure aidant des publics vulnérables, quels avantages pourrait-elle en retirer ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	% Total	Secteur d’entreprise		Taille d’entreprise				Travaille dans une entreprise engagée*	
		Industrie/ Agriculture/ BTP	Tertiaire	TPE	PME	ETI	Grand groupe	Oui	Non
 Sous-total Un impact sur les compétences et la motivation des salariés	62%	61%	62%	64%	63%	60%	61%	67%	53%
Une meilleure image de marque auprès de ses clients et partenaires	36%	36%	36%	28%	34%	36%	47%	38%	32%
 Des salariés plus productifs, plus motivés dans leur travail	30%	28%	31%	33%	31%	29%	29%	32%	26%
Une meilleure cohésion entre les salariés	29%	30%	28%	27%	29%	27%	33%	28%	30%
 Des salariés plus créatifs, qui s’enrichissent de ces expériences	29%	28%	29%	23%	31%	27%	28%	32%	23%
Des avantages fiscaux (loi sur le mécénat)	28%	28%	28%	26%	28%	31%	24%	26%	33%
 Des salariés plus fidèles (moins de turn-over)	28%	27%	29%	26%	28%	29%	33%	31%	24%
Une plus grande attractivité pour recruter de nouveaux salariés	23%	23%	22%	10%	23%	29%	22%	25%	19%
De nouvelles opportunités de business	13%	13%	12%	12%	13%	14%	9%	15%	8%
Autre	2%	3%	2%	2%	2%	2%	2%	1%	4%



03

L'engagement des salariés



Le souhait de disposer de temps pour travailler au sein d'une structure aidant des publics vulnérables



Q. Aimeriez-vous que votre entreprise vous donne la possibilité, une demi-journée ou une journée par semaine, de travailler au sein d'une structure aidant des publics vulnérables (*jeunes en décrochage scolaire, milieu carcéral, femmes ayant vécu des violences conjugales, etc.*) ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

76%

des salariés aimeraient que leur entreprise leur permette, une demi-journée ou une journée par semaine, de travailler au sein d'une structure aidant des publics vulnérables

- 28% Pour vous sentir utile
- 25% Pour aider des personnes vulnérables
- 22% Pour transmettre vos compétences et savoir-faire
- 22% Pour avoir un impact positif sur la société
- 19% Pour développer de nouvelles compétences
- 19% Pour découvrir un nouvel univers de travail
- 18% Pour guider des jeunes dans leurs choix de vie
- 17% Pour développer au sein de votre structure une culture d'entreprise plus ouverte sur les enjeux sociaux et sociétaux
- 8% Pour vous éloigner de votre entreprise actuelle



Le souhait de disposer de temps pour travailler au sein d'une structure aidant des publics vulnérables



Q. Aimeriez-vous que votre entreprise vous donne la possibilité, une demi-journée ou une journée par semaine, de travailler au sein d'une structure aidant des publics vulnérables (jeunes en décrochage scolaire, milieu carcéral, femmes ayant vécu des violences conjugales, etc.) ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Âge			Statut	
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35 à 49 ans	50 ans et plus	CSP +	CSP -
Sous-Total Oui	76%	74%	79%	82%	74%	72%	77%	75%
Oui, pour vous sentir utile	28%	25%	31%	25%	28%	29%	26%	29%
Oui, pour aider des personnes vulnérables	25%	21%	29%	24%	24%	28%	27%	23%
Oui, pour transmettre vos compétences et savoir-faire	22%	25%	19%	22%	21%	25%	24%	21%
Oui, pour avoir un impact positif sur la société	22%	20%	25%	19%	26%	19%	25%	19%
Oui, pour développer de nouvelles compétences	19%	19%	20%	22%	18%	18%	18%	20%
Oui, pour découvrir un nouvel univers de travail	19%	18%	19%	17%	20%	19%	19%	19%
Oui, pour guider des jeunes dans leurs choix de vie	18%	17%	18%	19%	16%	18%	19%	16%
Oui, pour développer au sein de votre structure une culture d'entreprise plus ouverte sur les enjeux sociaux et sociétaux	17%	18%	16%	22%	15%	14%	17%	17%
Oui, pour vous éloigner de votre entreprise actuelle	8%	8%	7%	8%	7%	7%	7%	9%
Non	23%	26%	20%	17%	26%	28%	22%	24%



Le souhait de disposer de temps pour travailler au sein d'une structure aidant des publics vulnérables



Q. Aimeriez-vous que votre entreprise vous donne la possibilité, une demi-journée ou une journée par semaine, de travailler au sein d'une structure aidant des publics vulnérables (jeunes en décrochage scolaire, milieu carcéral, femmes ayant vécu des violences conjugales, etc.) ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	% Total	Secteur d'entreprise		Taille d'entreprise				Travaille dans une entreprise engagée*	
		Industrie/ Agriculture/ BTP	Tertiaire	TPE	PME	ETI	Grand groupe	Oui	Non
Sous-Total Oui	76%	72%	78%	69%	78%	77%	74%	80%	68%
Oui, pour vous sentir utile	28%	25%	29%	24%	30%	24%	29%	27%	28%
Oui, pour aider des personnes vulnérables	25%	26%	24%	26%	24%	24%	25%	26%	23%
Oui, pour transmettre vos compétences et savoir-faire	22%	24%	21%	18%	23%	22%	25%	23%	20%
Oui, pour avoir un impact positif sur la société	22%	18%	24%	23%	22%	22%	23%	20%	26%
Oui, pour développer de nouvelles compétences	19%	20%	19%	15%	18%	22%	18%	20%	17%
Oui, pour découvrir un nouvel univers de travail	19%	19%	19%	16%	17%	23%	18%	20%	16%
Oui, pour guider des jeunes dans leurs choix de vie	18%	18%	18%	13%	19%	15%	22%	20%	14%
Oui, pour développer au sein de votre structure une culture d'entreprise plus ouverte sur les enjeux sociaux et sociétaux	17%	15%	18%	7%	19%	18%	17%	19%	13%
Oui, pour vous éloigner de votre entreprise actuelle	8%	7%	8%	4%	8%	8%	7%	8%	7%
Non	23%	27%	21%	30%	21%	22%	26%	19%	30%

*S'implique pour des causes environnementales et/ou sociales.



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“*opinion*way

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Vos contacts

Eléonore Quarré

Directrice conseil – Pôle opinion
equarre@opinion-way.com

Lisa Corbineau

Cheffe de projets – Pôle opinion
lcorbineau@opinion-way.com

Pierre-Emmanuel Bieth

Chargé d'études – Pôle opinion
pebieth@opinion-way.com