



La Communauté « Les entreprises s'engagent » dévoile les résultats de son Baromètre 2024 de l'engagement des entreprises

Communiqué de presse - Lundi 25 novembre 2024

La Communauté "Les entreprises s'engagent" dévoile aujourd'hui la deuxième édition de son Baromètre « Les entreprises s'engagent » de l'engagement des entreprises. Le Baromètre 2024 montre une croissance certaine de l'engagement des entreprises pour relever les défis de notre société. Les entreprises françaises ont une pleine conscience des enjeux à tenir et des responsabilités auxquelles elles sont rattachées, vis-à-vis de leurs collaborateurs et parties prenantes pour bâtir le socle d'une société plus inclusive, dans un monde plus durable.

Sept enseignements majeurs ressortent de cette édition.

1. Les entreprises, moteurs d'un nouvel engagement sociétal en France

82%. C'est le pourcentage d'entreprises qui ont d'ores et déjà mis en place des pratiques sociales et environnementales selon le Baromètre 2024. 34% d'entre elles disent même avoir bien progressé sur ces sujets, en hausse de 13 points comparé au Baromètre 2023. 5% seulement des entreprises déclarent n'avoir mis en place aucune action.

Les entreprises de 50 à 100 salariés se font remarquer : 95% d'entre elles disent avoir mis en place des pratiques sociales ou environnementales.

Ces données confirment que les entreprises sont de plus en plus au rendez-vous des attentes des Français, qui aspirent à une société plus durable.

2. Une motivation croissante des entreprises portée par un ancrage croissant dans la société : elles agissent par conviction plus que par contrainte !

84% des entreprises interrogées ont conscience qu'elles ont un rôle à jouer pour la cohésion de la société et pour favoriser le vivre ensemble. Si leur première raison de s'engager est « d'avoir un impact positif sur la société et l'environnement » pour 84% d'entre elles, devant « répondre aux contraintes légales » pour 73% d'entre elles, nous pouvons ainsi affirmer que les entreprises françaises n'agissent pas sous la contrainte, mais souhaitent s'inscrire plus durablement dans la société et les attentes qu'en ont les Français. Cette envie s'ancre particulièrement dans la nouvelle responsabilité sociale qu'attribue la société à la place de l'entreprise.

3. L'engagement devient un levier stratégique

L'engagement des entreprises est désormais un levier stratégique pour les dirigeants français. Pour 52% d'entre eux, leur engagement contribue à maintenir leur compétitivité sur leurs secteurs d'activités et pour 20% d'entre elles, dont 22% des PME, cela se traduit même par une amélioration de leurs performances commerciales.

La mise en avant de leurs engagements sociétaux est désormais une vitrine pour 57% des entreprises, renforçant leur attractivité auprès de nouveaux clients prospects, toujours plus attentifs aux pratiques de leurs fournisseurs, clients et parties prenantes.

Les collaborateurs sont particulièrement sensibles à ces enjeux. Pour 46% d'entre eux, la multiplication des engagements sociétaux de leur entreprise est une source de motivation supplémentaire.

4. Un appel aux pouvoirs publics : faciliter et simplifier l'engagement

Pour 7 dirigeants d'entreprises français sur 10 interrogés, l'Etat doit avoir un rôle de facilitateur, avant un rôle de financeur, pour leur permettre de répondre plus efficacement aux enjeux sociaux et environnementaux auxquels ils sont confrontés.

Cela passe par une simplification des dispositifs existants pour les rendre plus accessibles à toujours plus d'entreprises pour 85% d'entre elles et pour une meilleure information sur les façons d'agir et de s'engager pour 73%. Le soutien financier est un levier prioritaire pour 76% des entreprises.

Ces résultats confirment la pertinence de la Communauté « Les entreprises s'engagent », dont c'est le rôle d'aider les entreprises par la simplification et l'aide concrète à l'action.

5. L'exemplarité et l'effet d'entraînement des dirigeants d'entreprise sont déterminants

A l'instar de ce que la campagne de la Communauté « Les entreprises s'engagent » a mis en avant, 67% des chefs d'entreprise sont conscients que ce sont eux qui sont avant tout responsables de l'amélioration des pratiques sociales et environnementales au sein de l'entreprise. Ils savent qu'ils doivent prendre soin de leurs collaborateurs (58%), convaincre (50%) et montrer l'exemple (47%) sur ces sujets.

6. Les actions sur lesquelles les entreprises sont ou souhaitent s'engager sont à la fois sociales et environnementales

Les actions mises en place ou souhaitées par les entreprises qui recueillent plus de 80% d'accord, sont : égalité professionnelle entre les femmes et les hommes (89%), engagement en faveur de la jeunesse (88%), lutte contre les discriminations (87%), lutte contre le gaspillage énergétique (83%).

7. Enfin l'engagement des entreprises n'en est pas à son apogée : elles souhaitent, dans l'avenir, faire encore plus

79%. C'est le pourcentage d'entreprises d'accord avec le fait « qu'en France les entreprises devraient aller plus loin sur leurs engagements sociaux et environnementaux ». Ce pourcentage s'élève à 88% chez les PME de 50 à 100 salariés.

Le Baromètre 2024, réalisé avec BVA Xsight, a interrogé plus de 400 entreprises représentatives des entreprises françaises de 10 salariés et plus.

Il est à retrouver en intégralité [ici](#).

La Communauté “Les entreprises s'engagent”

Première coalition publique-privée dédiée à l'engagement des entreprises sur les enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux, la Communauté “Les entreprises s'engagent” regroupe plus de 95 000 entreprises autour de 10 axes prioritaires (jeunes, handicap, sobriété, seniors, quartiers

prioritaires, lutte contre la récidive, sport, lycées professionnels, achats inclusifs, réfugiés) et de 101 clubs départementaux.

Grâce à des solutions d'accompagnement pour les entreprises de toutes tailles, de tous secteurs et de tous les territoires de France, le groupement d'intérêt public accompagne les entreprises et dirigeants à agir et s'engager concrètement sur le territoire.

Contact presse :

Théa Favarel-Soulier : 06 61 82 85 32

communication@lesentreprises-sengagent.org