

# La RSE en pratique

## LE BAROMÈTRE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE FRANCE POLOGNE



**//** L'enquête des pratiques RSE dans les sociétés adhérant à la CCIFP a été réalisée en mai 2018 pour la troisième fois. Son but est de suivre et d'évaluer les progrès dans la réalisation des actions s'inscrivant dans la stratégie de responsabilité sociétale des entreprises.

L'enquête de cette année, qui comportait plus de 30 questions, a été complétée par 63 entreprises. La plupart d'entre elles, 79%, sont des sociétés à capitaux français et plus de la moitié, 52%, sont de grosses entreprises employant plus de 250 salariés. Les personnes ayant répondu sont surtout les présidents, les hauts cadres dirigeants, ainsi que les personnes responsables de l'organisation des activités RSE dans la société.

Le rapport « La RSE en pratique - baromètre de la Chambre de Commerce et d'Industrie France Pologne » montre les actions RSE mises en œuvre dans les sociétés, les motivations pour déployer la stratégie RSE, les budgets consacrés à leur réalisation, le degré d'engagement du directoire dans l'organisation des actions, ainsi que les bénéficiaires des projets RSE et les domaines qu'ils couvrent.

Nous remercions très cordialement tous ceux qui ont participé à notre enquête et partagé leurs pratiques. Je vous invite cordialement à en prendre connaissance !

**MONIKA CONSTANT //** Directrice Générale de la CCIFP

### QUELS FACTEURS ONT LE PLUS GRAND IMPACT SUR LE DÉVELOPPEMENT DE LA RSE EN POLOGNE ?

	2018	2017
Partage de bonnes pratiques par les grandes entreprises étrangères ayant de l'expérience dans le domaine de la RSE	54%	59%
Diffusion d'informations sur la RSE et sur les bonnes pratiques par les organisations (conférences, formations, salons)	52%	44%
Attentes de la part du personnel / des fournisseurs / clients / collectivités locales	51%	59%
Diffusion d'informations sur la RSE et sur les bonnes pratiques par les médias (articles, émissions radio et TV)	49%	42%
Nécessité de s'adapter aux contraintes européennes, p.ex. de faire un reporting extra-financier	46%	33%
Disponibilité de fonds européens / autres	4%	14%

### QUELS FACTEURS FREINENT LE PLUS LE DÉVELOPPEMENT DE LA RSE EN POLOGNE ?

	2018	2017
Connaissance insuffisante de la RSE	56%	67%
Le budget de la société ne prévoit pas de fonds spéciaux dédiés à la RSE	48%	50%
Il n'y a pas de personnes / de service en charge de la RSE	37%	35%
La Direction / Le Directoire y sont défavorables, du fait de l'absence de résultats financiers mesurables	37%	35%
Pas d'implication et de compréhension de la part du personnel / des fournisseurs / clients / collectivités locales	33%	38%
La Direction / Le Directoire se montrent réticents envers l'efficacité des actions RSE	33%	24%
Régulations	5%	2%

## QUELLES SONT LES PRINCIPALES RAISONS POUR LESQUELLES LES ENTREPRISES DÉCIDENT DE METTRE EN PLACE DES ACTIONS RSE ?

	2018	2017
Pour renforcer l'image de l'organisation	67%	64%
Politique centralisée au niveau international pour l'ensemble du groupe	49%	45%
Besoin et conviction interne que l'entreprise doit être gérée conformément aux principes de la RSE	38%	42%
Pour gagner la confiance et l'implication des employés	35%	44%
Pour conquérir des clients et gagner leur confiance	32%	17%
Pression et/ou contraintes externes	22%	21%
Pour améliorer les relations avec la communauté locale	19%	23%
Pour prendre l'avantage sur les concurrents	16%	14%

Les résultats de l'enquête de la CCIFP cette année indiquent que, pour 84% des entreprises, le directoire et la direction sont impliqués dans la planification de la stratégie RSE.

C'est un recul par rapport à 2017 où 95% des personnes interrogées avaient déclaré une implication du directoire et de la direction.

Les déclarations des entreprises sur l'existence d'une stratégie RSE dans leur société, obtenues en 2017, sont comparables aux données de 2018, présentées dans le tableau à côté.

Chez 40% des sociétés ayant fait l'objet de l'enquête, il existe une stratégie RSE à long terme ; toutefois, 35% n'ont pas de stratégie RSE, les actions sont réalisées suivant les besoins et les possibilités des sociétés.

## QUEL EST LE NIVEAU DE CONNAISSANCE EN MATIÈRE DE RSE PARMI LES CONSOMMATEURS POLONAIS ?

résultats 2018

40%	Ils ne connaissent pas la notion de RSE et leurs critères de choix du produit / du service sont motivés par d'autres facteurs
37%	Ils ne connaissent pas la notion de RSE, mais ils remarquent les actions responsables des entreprises et font plus confiance à la société
17%	Ils savent ce que c'est la RSE, mais ils ont une approche sceptique à l'égard du phénomène
6%	Ils savent ce que c'est la RSE et cela constitue pour eux un facteur important lors du choix du produit / du service

## VOTRE SOCIÉTÉ DISPOSE-T-ELLE D'UNE STRATÉGIE RSE ?

résultats 2018

40%	Une stratégie RSE à long terme
35%	Il n'y a pas de stratégie RSE, les actions sont menées au cas par cas en réponse aux besoins et possibilités de l'entreprise
21%	Un plan des actions RSE à court terme (1-2 ans)
4%	Autre façon de création de la stratégie des activités RSE

## AU SEIN DE VOTRE ENTREPRISE, QUI EST RESPONSABLE DE LA MISE EN ŒUVRE DES ACTIONS RSE ?

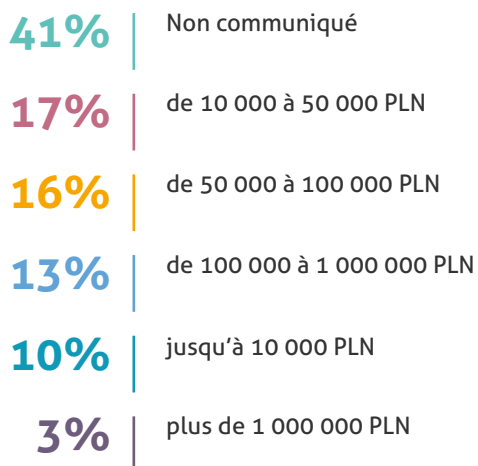
	2018	2017
Directoire / Direction	57%	58%
Département RH	32%	23%
Département Marketing	24%	23%
Département RP	17%	21%
Département RSE	16%	21%
Fondation d'entreprise	13%	14%
Un tel département n'existe pas	13%	8%
Groupe de travail	10%	18%

## COMMENT VOTRE SOCIÉTÉ FINANCE LES ACTIVITÉS RSE ?

	2018	2017
L'entreprise affecte un budget à part aux activités RSE	29%	26%
Les fonds sont attribués au cas par cas, en fonction des besoins	25%	27%
L'entreprise affecte un budget global à l'ensemble des activités marketing, RP et RSE	24%	33%
Il n'y a pas de budget	16%	8%
Autre façon de financement des activités RSE	6%	6%

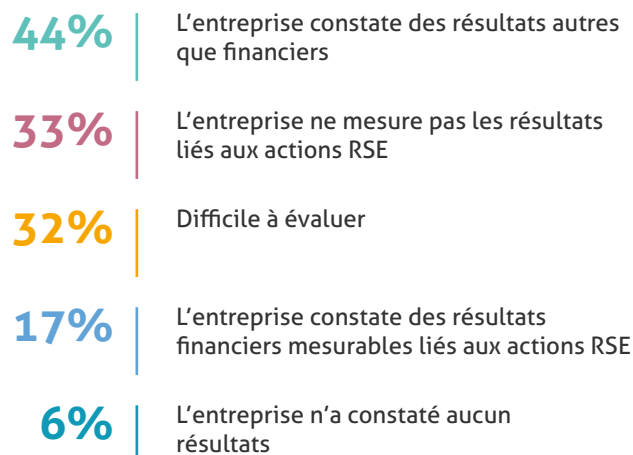
## QUEL EST LE BUDGET ANNUEL RSE DE VOTRE SOCIÉTÉ ?

résultats 2018



## EST-CE QUE VOTRE SOCIÉTÉ A RÉALISÉ DES PROFITS GRÂCE AUX ACTIONS RSE ?

résultats 2018



## EST-CE QUE VOTRE SOCIÉTÉ FAIT UN REPORTING SUR LES ACTIVITÉS RSE ET SI OUI, DE QUELLE MANIÈRE ?

	2018	2017
L'entreprise fait un reporting selon son propre standard interne, p.ex. élaboré au siège de l'entreprise	<b>30%</b>	33%
L'entreprise ne fait pas de reporting	<b>30%</b>	29%
L'entreprise ne fait pas de reporting, mais elle a l'intention de le faire prochainement	<b>14%</b>	11%
L'entreprise fait un reporting sans tenir compte d'un standard	<b>10%</b>	8%
L'entreprise fait un reporting selon des recommandations ne faisant pas l'objet d'une certification	<b>6%</b>	6%
L'entreprise fait un reporting RSE conformément à l'une des normes certifiées, en effectuant en plus un audit externe	<b>5%</b>	11%
L'entreprise fait un reporting RSE conformément à l'une des normes certifiées. Elle n'effectue pas d'audit	<b>5%</b>	3%

## COMMENT VOTRE SOCIÉTÉ COMMUNIQUE SES ACTIVITÉS RSE ?

	2018	2017
Intranet interne	<b>59%</b>	53%
Médias sociaux	<b>56%</b>	52%
Site Internet de l'entreprise	<b>54%</b>	68%
Réunions / conférences / salons	<b>46%</b>	45%
Newsletter	<b>46%</b>	36%
Magazine de l'entreprise	<b>35%</b>	33%
Médias traditionnels	<b>29%</b>	32%
Publication du Rapport RSE et sa distribution parmi les parties prenantes	<b>25%</b>	26%
Services en ligne	<b>22%</b>	27%
Nous ne communiquons pas	<b>17%</b>	8%

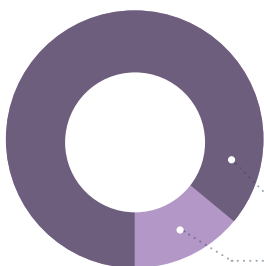
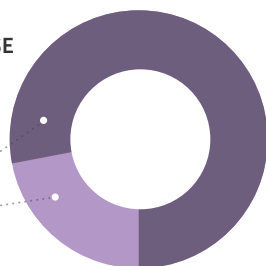
Plus de 80% des sociétés envisagent de continuer ou mettre en œuvre de nouvelles actions dirigées vers différents groupes de parties intéressées, avec 84% des personnes interrogées déclarant une implication du directoire dans la planification de la stratégie RSE : tels sont les résultats apportés par la dernière édition de l'enquête « La RSE en pratique - baromètre de la Chambre de Commerce et d'Industrie France Pologne ». C'est une très bonne nouvelle pour la RSE, indépendamment des variations dans les données spécifiques qui ne sont pas clairement à la hausse (il est possible que les intervalles de temps entre les différentes éditions soient un peu trop courts pour montrer des modifications durables dans les stratégies, surtout pour les grandes organisations). En résumant les résultats du Baromètre de cette année, on peut dire que non seulement le rôle de la RSE augmente dans l'organisation, mais que s'améliore également la compréhension du besoin de prendre en compte la diversité des perspectives des différents groupes de parties intéressées.

## CLIENTS

résultats 2018

VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE ACTUELLEMENT LES ACTIONS RSE POUR SES CLIENTS ?

**OUI** 78%  
**NON** 22%



VOTRE SOCIÉTÉ PRÉVOIT DE CONTINUER / RÉALISER LES ACTIONS RSE POUR SES CLIENTS ?

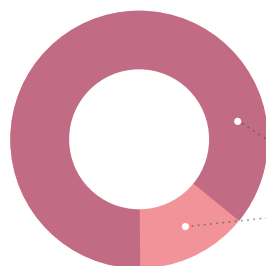
**OUI** 86%  
**NON** 14%

## EMPLOYÉS

résultats 2018

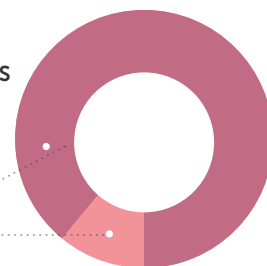
VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE ACTUELLEMENT LES ACTIONS RSE POUR SES EMPLOYÉS ?

**OUI** 86%  
**NON** 14%



VOTRE SOCIÉTÉ PRÉVOIT DE CONTINUER / RÉALISER LES ACTIONS RSE POUR SES EMPLOYÉS ?

**OUI** 89%  
**NON** 11%



QUELLES SONT LES ACTIONS QUE VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE POUR SES CLIENTS ?

	2018	2017
Communication avec les clients à l'aide de différents canaux	<b>73%</b>	80%
Transparence - fournir des informations exactes sur l'activité de l'entreprise	<b>57%</b>	71%
Implémentation de systèmes facilitant le service client	<b>55%</b>	56%
Études de satisfaction des clients	<b>51%</b>	69%
Organisation d'actions pour les clients	<b>45%</b>	59%
Des procédures simplifiées de réclamations / retours des produits	<b>33%</b>	34%
Adaptation de l'offre / point de vente aux différents groupes défavorisés	<b>20%</b>	15%

QUELLES SONT LES ACTIONS QUE VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE POUR SES EMPLOYÉS ?

	2018	2017
Des prestations sociales additionnelles pour les employés	<b>89%</b>	92%
Souci du développement du personnel	<b>85%</b>	85%
Mise en place d'outils de communication interne	<b>83%</b>	82%
Mise en place d'un code d'éthique et possibilité pour les employés de signaler les violations des principes de ce code	<b>76%</b>	77%
Étude de satisfaction des employés	<b>72%</b>	75%
Politique de diversité	<b>69%</b>	68%
Facilités permettant de concilier le travail et la vie personnelle	<b>52%</b>	53%
Volontariat du personnel	<b>43%</b>	53%

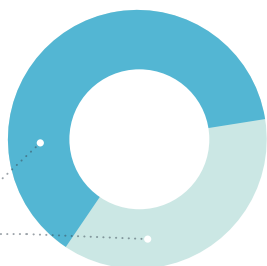
// La signification croissante que prend la responsabilité sociétale des entreprises est peut-être le plus clairement mise en évidence par l'un des motifs pour lesquels de plus en plus souvent les sociétés sont conduites à s'engager dans ce type d'actions : prendre l'avantage sur les concurrents. Quel meilleur argument que d'indiquer que la RSE « fonctionne » ? Comme il résulte du rapport, la responsabilité et le respect pour l'environnement reflétés dans les actions RSE gagnent en importance chaque année. Les sociétés remarquent que la responsabilité sociétale des entreprises est valorisée par les clients. Les enquêtes montrent un pourcentage croissant de personnes qui connaissent le concept de RSE et pour qui elle constitue un facteur essentiel dans le choix d'un produit ou d'un service. Il s'agit d'une direction très positive face aux défis immenses qui attendent aujourd'hui l'humanité.

## FOURNISSEURS / PARTENAIRES

résultats 2018

VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE ACTUELLEMENT LES ACTIONS RSE POUR SES FOURNISSEURS / PARTENAIRES EN AFFAIRES ?

**OUI** 63%  
**NON** 37%



VOTRE SOCIÉTÉ PRÉVOIT DE CONTINUER / RÉALISER LES ACTIONS RSE POUR SES FOURNISSEURS / PARTENAIRES EN AFFAIRES ?

**OUI** 68%  
**NON** 32%

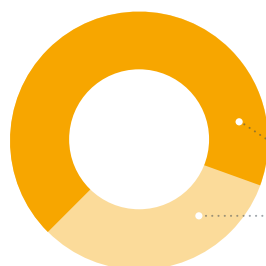


## COLLECTIVITÉS LOCALES

résultats 2018

VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE ACTUELLEMENT LES ACTIONS RSE POUR LES COLLECTIVITÉS LOCALES ?

**OUI** 68%  
**NON** 32%



VOTRE SOCIÉTÉ PRÉVOIT DE CONTINUER / RÉALISER LES ACTIONS RSE POUR SES EMPLOYÉS ?

**OUI** 63%  
**NON** 37%



QUELLES SONT LES ACTIONS QUE VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE POUR SES FOURNISSEURS / PARTENAIRES EN AFFAIRES ?

	2018	2017
Mise en œuvre de critères / codes éthiques de coopération	<b>78%</b>	79%
Communication à l'aide de différents canaux	<b>58%</b>	70%
Mise en œuvre du système d'évaluation / audit du bon respect des procédures de coopération	<b>45%</b>	30%
Animation d'actions éducatives / de formations destinées aux fournisseurs / partenaires en affaire	<b>40%</b>	38%

QUELLES SONT LES ACTIONS QUE VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE POUR LES COLLECTIVITÉS LOCALES ?

	2018	2017
Implication financière et matérielle pour les organisations, écoles, fondations	<b>88%</b>	76%
Actions en faveur de l'environnement	<b>81%</b>	84%
Animation de campagnes d'information et d'éducation	<b>63%</b>	76%
Implication dans le développement économique de la région	<b>63%</b>	69%
Animation du dialogue avec la collectivité pour connaître ses opinions et besoins	<b>28%</b>	33%

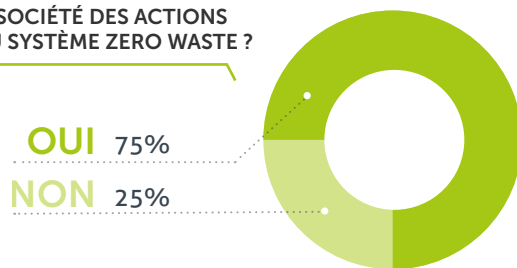
“ Dans un nombre toujours croissant de sociétés un système a été instauré qui facilite la gestion RSE, par exemple des postes spéciaux de manager RSE ont été créés. Ceci facilite sans nul doute pour le directoire la planification, l'exécution et le compte-rendu des actions de la société. Cette nouvelle profession exige une vaste expertise et des compétences. Il ne faut pas oublier que la réalisation des principes de la responsabilité sociale s'effectue dans de nombreux départements : RH, achats, ventes et service client, production, opérations ou relations avec les investisseurs.

“ Les actions caritatives sont encore la forme la plus répandue de soutien apporté aux communautés locales par les sociétés. Souvent, elles ne sont toutefois pas soutenues par une analyse préalable des besoins et se limitent à une action ponctuelle. Les résultats de notre enquête le confirment : seulement 28% des sociétés entretiennent un dialogue avec la communauté locale et développent avec elle des projets de soutien. La discussion avec les acteurs concernés devrait pourtant constituer le premier pas du développement d'une stratégie RSE réfléchie.

## ZERO WASTE

La CCIFP fait un pas de plus en direction du développement de la stratégie RSE. Le programme Zero Waste a été mis en œuvre, avec pour objectif d'améliorer la sensibilisation dans les domaines suivants : consommation de papier, d'eau, d'énergie, recyclage, gestion des déchets et optimisation de la chaîne d'approvisionnement. Notre but est que les sociétés adhérant à la CCIFP agissent également en conformité avec les principes Zero Waste. L'enquête de cette année a été élargie avec une question portant sur le Zero Waste.

METTEZ-VOUS EN ŒUVRE DANS VOTRE SOCIÉTÉ DES ACTIONS LIÉES AU SYSTÈME ZERO WASTE ?



SUR QUELS DOMAINES PORTENT LES ACTIONS ZERO WASTE DANS VOTRE SOCIÉTÉ ?



## CONSOMMATEURS

SENSIBILISATION DES CONSOMMATEURS ET LEURS ATTENTES DANS LE DOMAINE DES ACTIONS RSE EN POLOGNE est une enquête réalisée selon la méthode CAWI, sur un échantillon de 1013 personnes interrogées âgées de plus de 18 ans, menée par Havas Media en mai 2018. Les principaux résultats sont les suivants :

- > Les consommateurs attendent des sociétés qu'elles soient responsables socialement : **69%** estiment que les sociétés devraient combattre l'injustice sociale, **68%** attendent des marques qu'ils achètent qu'elles jouent un rôle plus important dans la résolution des problèmes sociaux, **65%** attendent un engagement dans le développement des communautés locales
- > **58%** des personnes interrogées évitent d'acheter les produits de sociétés qui ont un impact négatif sur la société ou l'environnement
- > **56%** des personnes interrogées prêtent attention à la manière dont les produits qu'elles achètent affectent la société et l'écologie
- > Les consommateurs sont conscients du fait qu'à travers leurs décisions d'achat ils peuvent réellement favoriser des changements dans le monde : **32%** d'entre eux sont de cet avis ; pour **30%**, ce rôle est rempli par les sociétés et pour **22%** par les gouvernements
- > **75%** des personnes interrogées sont d'accord avec le constat que les entreprises et les consommateurs devraient coopérer pour bâtir un monde meilleur
- > **74%** des personnes interrogées sont d'accord avec le constat que les entreprises et les gouvernements devraient coopérer pour bâtir un monde meilleur

PARTENAIRES DE L'ÉTUDE :



PARTENAIRES MÉDIA :

