



CCI FRANCE
POLOGNE

Francusko-Polska Izba Gospodarcza

5^{ème} ÉDITION DE L'ÉTUDE

La RSE en pratique

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

décembre 2020



//

L'année 2020 a été extrêmement difficile pour nous tous, tant sur le plan personnel que commercial et social. Cela nous a mobilisés de réaliser la cinquième édition de l'étude « la RSE en pratique - baromètre de la Chambre de Commerce et d'Industrie France Pologne ». L'enquête de cette année a été enrichie par quelques questions concernant l'impact de la pandémie de COVID19 sur les activités menées par les entreprises dans le domaine de la RSE. Nous avons voulu voir si, face à une crise si importante et inattendue, le monde des affaires avait pu se mobiliser pour lutter contre les conséquences de la pandémie. De même, comme les années précédentes, nous nous sommes également interrogés sur les raisons de l'implication des entreprises dans les activités de RSE, les avantages, les méthodes du reporting, l'organisation et le financement des projets, ou encore les domaines dans lesquels les entreprises sont les plus actives.

L'édition de cette année a réuni un nombre record de 75 entreprises, dont 38 % étaient des entreprises à capitaux français et 62 % étaient des sociétés polonaises. 49 % des répondants représentaient des PME et 51 % des entreprises employant plus de 250 personnes. Les résultats de l'enquête menée par HAVAS MEDIA GROUP sur un groupe représentatif de 1095 consommateurs font partie intégrante du rapport. Les participants ont répondu à des questions concernant le niveau de leurs connaissances en matière de RSE et leurs attentes vis-à-vis des entreprises dans ce domaine. En outre, cette enquête a été étendue à quelques questions sur les activités de RSE face à une pandémie.

Je tiens à remercier les entreprises qui ont participé à l'enquête, ainsi que tous les partenaires et partenaires médias de l'étude. Je suis convaincu que notre enquête annuelle ne montre pas seulement le niveau actuel de la RSE en Pologne, mais aide également d'autres entreprises à se développer de manière durable et responsable.

MARIUSZ KIELICH //

Responsable Communication et RP // CCI France Pologne

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

	2020	2019
Attentes de la part du personnel / des fournisseurs / clients / collectivités locales	67%	71%
Partage de bonnes pratiques par les grandes entreprises et les organisations	63%	66%
Diffusion d'informations sur la RSE et sur les bonnes pratiques par les médias	43%	54%
Nécessité de s'adapter aux contraintes européennes, p.ex. de faire un reporting extra-financier	41%	25%
Diffusion d'informations sur la RSE par les organisations	28%	46%
Introduction des lois facilitant le développement de la RSE	25%	-
Mise en oeuvre des projets RSE par le gouvernement ou l'administration locale	8%	-
Disponibilité de fonds européens / autres	7%	7%

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

	2020	2019
Le budget de la société ne prévoit pas de fonds spéciaux dédiés à la RSE	56%	63%
Connaissance insuffisante de la RSE	51%	64%
Pas d'implication et de compréhension de la part du personnel / des fournisseurs / clients / collectivités locales	45%	45%
La Direction / le Directoire se montrent réticents envers l'efficacité des actions RSE	44%	39%
Il n'y a pas de personnes / de service en charge de la RSE	41%	48%
la législation	16%	4%

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

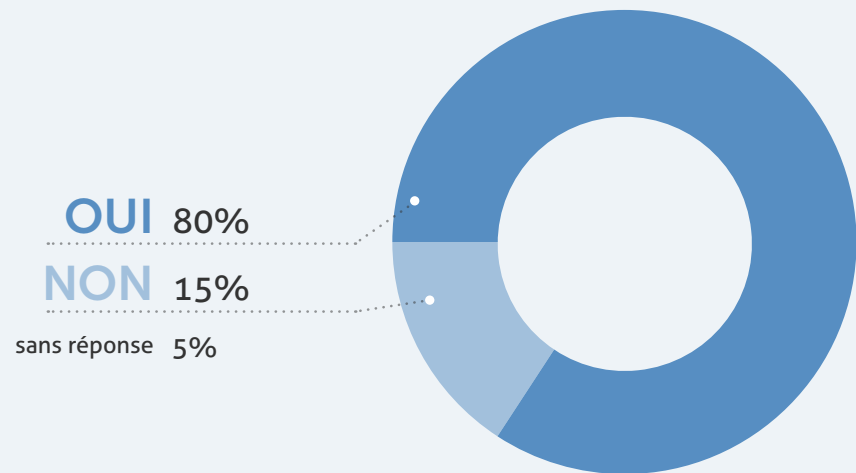
	2020	2019
Pour renforcer l'image de l'organisation	83%	79%
Politique centralisée au niveau international pour l'ensemble du groupe	49%	30%
Besoin de gérer l'entreprise de manière durable, dans le respect de l'environnement et de la société	48%	52%
Pour gagner la confiance et l'implication des clients	47%	32%
Pour gagner la confiance et l'implication des employés	37%	43%
Pression et/ou contraintes externes (clients / fournisseurs / etc.)	29%	16%
Pour prendre l'avantage sur les concurrents	21%	18%
Pour améliorer les relations avec la communauté locale	20%	20%

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

	2020	2019
Ils ne connaissent pas la notion de RSE, mais ils remarquent les actions responsables des entreprises et font plus confiance à la société	40%	34%
Ils savent ce qu'est la RSE mais cela n'est pas important pour eux lors du choix du produit / du service	32%	25%
Ils ne connaissent pas la notion de RSE et leurs critères de choix de produit / du service sont motivés par d'autres facteurs	21%	29%
Ils savent ce qu'est la RSE et cela constitue pour eux un facteur important lors du choix du produit / du service	7%	13%

EST-CE QUE LA DIRECTION / LE BUREAU DE L'ENTREPRISE EST IMPLIQUÉ DANS LA CREATION DE LA STRATEGIE RSE ?

résultats 2020



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

	2020	2019
Il existe une stratégie RSE à long terme	41%	36%
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	40%	46%
Il existe un plan des actions RSE à court terme (1-2 ans)	13%	16%

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

	2020	2019
Directoire / Direction	57%	46%
Département RP	27%	16%
Département RH	27%	20%
Département marketing	25%	18%
Un tel département n'existe pas	24%	20%
Département RSE	17%	30%
Fondation d'entreprise	13%	11%

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

	2020	2019
L'entreprise constate des résultats autres que financiers	44%	29%
Difficile à évaluer	41%	36%
L'entreprise ne mesure pas les résultats liés aux actions RSE	28%	39%
L'entreprise constate des résultats financiers mesurables liés aux actions RSE	4%	16%
L'entreprise n'a constaté aucun résultats	1%	4%

COMMENT VOTRE ENTREPRISE FINANCE-T-ELLE LES ACTIVITÉS RSE ?

	2020	2019
Les fonds sont attribués au cas par cas, en fonction des besoins	32%	34%
L'entreprise affecte un budget global à l'ensemble des activités marketing, RP et RSE	29%	11%
L'entreprise affecte un budget à part aux activités RSE	27%	27%
Il n'y a pas de budget	11%	21%
Autres	1%	5%

QUEL EST LE BUDGET ANNUEL RSE DE VOTRE SOCIÉTÉ ?

	2020	2019
Non communiqué	39%	41%
de 10 000 à 100 000 PLN	24%	29%
jusqu'à 10 000 PLN	16%	9%
de 100 000 à 1 000 000 PLN	12%	14%
plus de 1 000 000	9%	7%

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

	2020	2019
L'entreprise fait un reporting selon son propre standard, p.ex. élaboré au siège de l'entreprise	31%	25%
L'entreprise ne fait pas de reporting, elle n'en a pas besoin	27%	34%
L'entreprise ne fait pas de reporting, elle n'en a pas les moyens	13%	7%
L'entreprise fait un reporting RSE conformément à l'une des normes globales, en effectuant en plus un audit externe	13%	13%
L'entreprise fait un reporting RSE conformément à l'une des normes globales. Elle n'effectue pas d'audit	9%	7%
L'entreprise ne fait pas de reporting, mais elle a l'intention de le faire prochainement	5%	14%

COMMENT VOTRE SOCIÉTÉ COMMUNIQUE SES ACTIVITÉS RSE ?

	2020	2019
Site Internet de l'entreprise	71%	55%
Médias sociaux	65%	57%
Communication interne : intranet, magazine de l'entreprise, etc	60%	65%
Médias : presse, TV, radio, internet	49%	50%
Newsletter	37%	30%
Réunions / conférences / salons	37%	36%
Publication du Rapport RSE et sa distribution parmi les parties prenantes	21%	27%
Nous ne communiquons pas	16%	18%



Le développement durable demande aux entreprises de modifier de manière significative leurs activités environnementales, sociales et économiques. Ces changements doivent être mis en œuvre d'une manière axée sur les entreprises et le marché - correctement définis, planifiés et mesurables à chaque étape. Seuls 4 % des répondants de cette année indiquent que l'entreprise bénéficie de résultats financiers mesurables liés aux activités de RSE, tandis que 44 % enregistrent des bénéfices autres que financiers. Malheureusement, 28 % ne mesurent pas du tout les résultats liés aux activités de RSE.

L'Union européenne met en œuvre une nouvelle stratégie ambitieuse visant à transformer l'Union en une économie durable par le biais d'une action réglementaire. Cela entraîne, entre autres, de nouvelles obligations (directes et indirectes) pour les opérateurs économiques.

Cela se reflète également dans les résultats du Baromètre de la RSE de cette année. Parmi les facteurs qui influencent le développement de la RSE en Pologne, la réponse « La nécessité de s'adapter aux exigences européennes » est la plus importante, avec une augmentation de 25 % d'une année sur l'autre. Un répondant sur quatre mentionne également « l'introduction de solutions législatives facilitant le développement de la RSE ». D'autre part, malheureusement, les réglementations légales sont perçues par 16 % des répondants comme un facteur empêchant le développement de la RSE en Pologne.

**Paulina KOSZEWSKA //
Coordinatrice RSE // PwC**

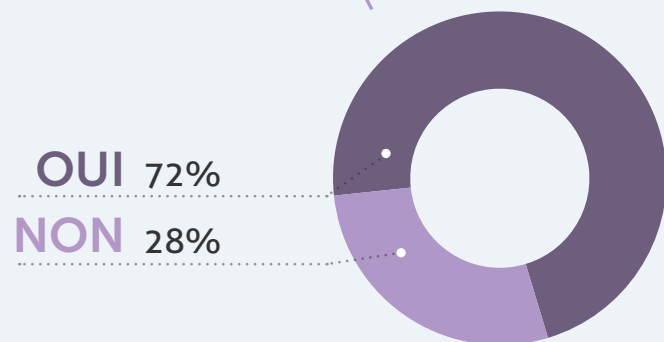


CLIENTS

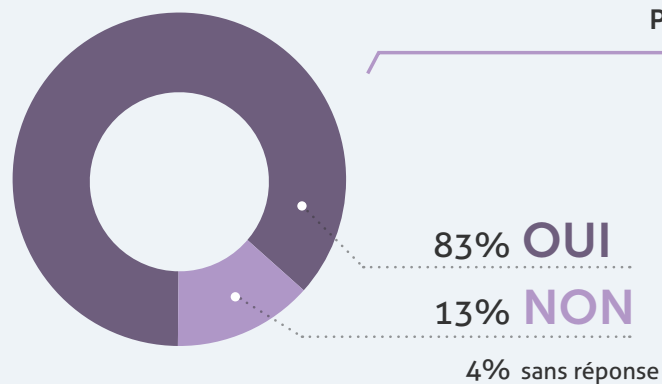
QUELLES SONT LES ACTIONS QUE VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE POUR SES CLIENTS ?

résultats 2020

VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE-T-ELLE ACTUELLEMENT DES ACTIONS RSE POUR SES CLIENTS ?



VOTRE SOCIÉTÉ PRÉVOIT-ELLE DE CONTINUER / RÉALISER DE NOUVELLES ACTIONS RSE POUR SES CLIENTS ?



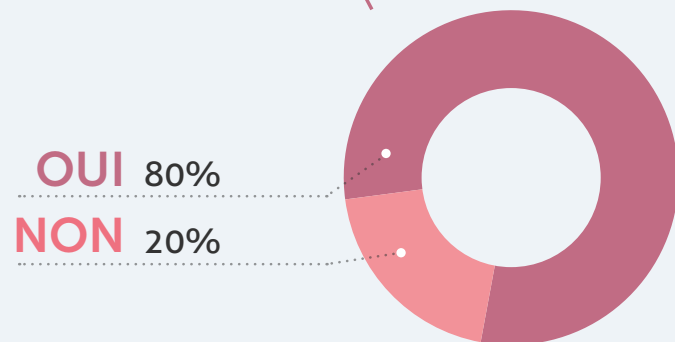
	2020	2019
Organiser des campagnes sociales, écologiques et éducatives pour les clients	80%	52%
Communication avec les clients à l'aide de différents canaux (internet, médias, réunions, évènements)	74%	74%
Transparence - fournir des informations exactes sur l'activité de l'entreprise	65%	77%
Études de satisfaction des clients	54%	35%
Implémentation de systèmes facilitant le service client	46%	48%
Des procédures simplifiées de réclamations / retours des produits	24%	23%
Adaptation de l'offre / point de vente aux différents groupes défavorisés (p.ex. personnes handicapées ou situation de précarité)	20%	19%

EMPLOYÉS

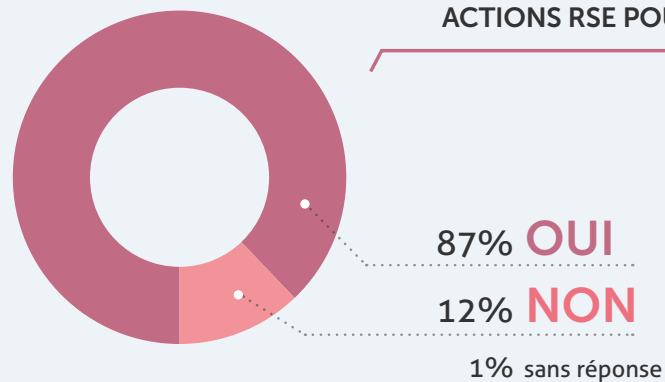
QUELLES SONT LES ACTIONS QUE VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE POUR SES EMPLOYÉS ?

résultats 2020

VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE-T-ELLE ACTUELLEMENT DES ACTIONS RSE POUR SES EMPLOYÉS ?



VOTRE SOCIÉTÉ PRÉVOIT-ELLE DE CONTINUER / RÉALISER DE NOUVELLES ACTIONS RSE POUR SES EMPLOYÉS ?



	2020	2019
Des prestations sociales additionnelles pour les employés	90%	87%
Souci du développement du personnel	88%	82%
Mise en place d'un code d'éthique et possibilité pour les employés de signaler les violations des principes de ce code	80%	71%
Mise en place d'outils de communication interne	77%	76%
Politique de diversité	72%	62%
Facilités permettant de concilier le travail et la vie personnelle	68%	67%
Étude de satisfaction des employés	62%	71%
Bénévolat du personnel	47%	49%



Les employés et les clients restent les principales parties prenantes de l'entreprise, ce qui est particulièrement visible pendant la pandémie, où la plupart des projets ont été réalisés pour les employés. Cependant, ces actions sont le plus souvent unilatérales, initiées par l'employeur. Le volontariat des employés, qui nécessite l'implication des membres de l'équipe, occupe toujours la dernière place parmi les activités menées. Cependant, nous nous réjouissons que presque une entreprise sur deux tente d'impliquer ses employés dans l'aide aux autres.

D'année en année, le domaine de la diversité se développe de plus en plus. Cela a un impact significatif sur les conditions de travail et, par conséquent, sur la rétention des talents dans l'entreprise.

**Mariusz KIELICH //
Responsable Communication et RP // CCI France Pologne**

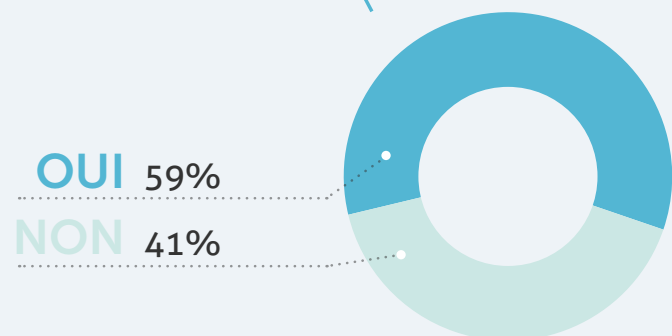


FOURNISSEURS / PARTENAIRES

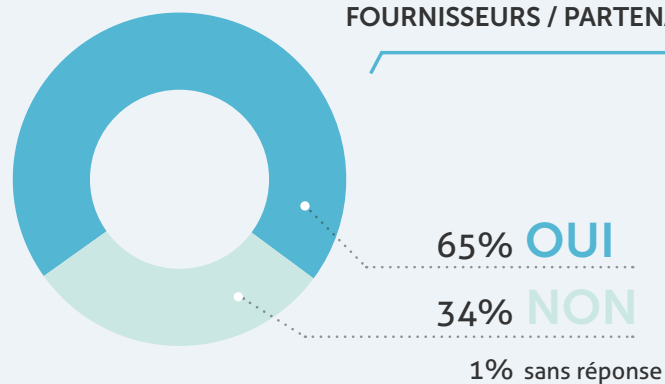
QUELLES SONT LES ACTIONS QUE VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE POUR SES FOURNISSEURS / PARTENAIRES EN AFFAIRES ?

résultats 2020

VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE-T-ELLE ACTUELLEMENT DES ACTIONS RSE POUR SES FOURNISSEURS / PARTENAIRES EN AFFAIRES ?



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



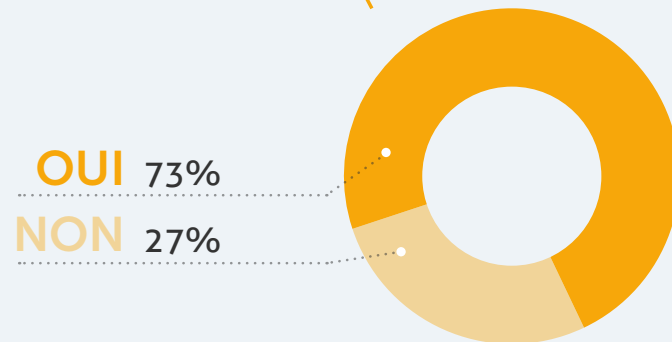
	2020	2019
Mise en œuvre de critères / codes éthiques de coopération	66%	88%
Maintenance de communication active avec les fournisseurs / partenaires (p.ex. rencontres individuelles, études de satisfaction, séances de dialogue)	61%	63%
Animation d'actions éducatives / de formations destinées aux fournisseurs / partenaires en affaire	48%	50%
Mise en oeuvre du système d'évaluation / audit du bon respect des procédures de coopération	41%	25%

COLLECTIVITÉS LOCALES ET ENVIRONNEMENT

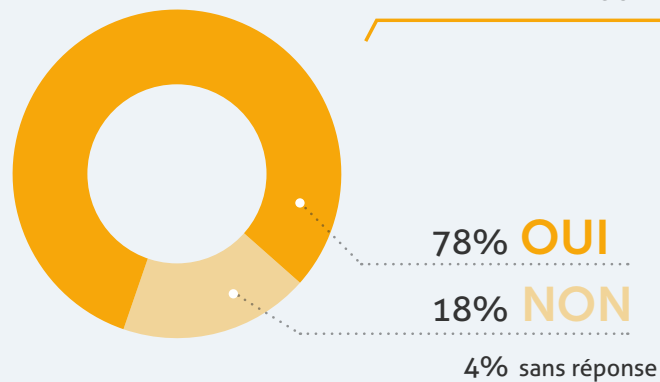
QUELLES SONT LES ACTIONS QUE VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE POUR LES COLLECTIVITÉS LOCALES ?

résultats 2020

VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE-T-ELLE ACTUELLEMENT DES ACTIONS RSE EN FAVEUR DES COLLECTIVITÉS LOCALES OU DE L'ENVIRONNEMENT ?



VOTRE SOCIÉTÉ PRÉVOIT-ELLE DE CONTINUER / RÉALISER DES ACTIONS RSE EN FAVEUR DES COLLECTIVITÉS LOCALES OU DE L'ENVIRONNEMENT ?



	2020	2019
Réduction de la consommation de matières premières	83%	82%
Implication financière et matérielle pour les organisations, écoles, fondations	70%	84%
Animation de campagnes d'information et d'éducation	68%	73%
Mise en oeuvre de mesures contre le changement climatique	62%	50%
Implication dans le développement économique de la région	57%	59%
Animation du dialogue avec la collectivité pour connaître ses opinions et besoins	30%	41%
Actions en faveur de la biodiversité	25%	25%



Un sujet qui suscite de plus en plus d'intérêt est l'environnement et l'impact climatique. 78 % des entreprises prévoient de mettre en œuvre des actions au profit de la collectivité et de l'écologie. Alors que nous constatons une diminution de l'attention portée à la communauté - le soutien aux organisations sociales est déclaré par 70 % (en 2019 - 84 %), 60 % des répondants prévoient des actions pour la protection du climat (contre 50 % en 2019). Il est évident que l'engagement social, bien que toujours populaire parmi les entreprises interrogées, perd de son importance, tandis que la responsabilité climatique en gagne. C'est le signe que les entreprises sont de plus en plus conscientes de leur rôle dans la lutte contre le changement climatique et la protection des ressources naturelles.

**Anna KOWALIK-MIZGALSKA //
Directeur RSE, Analyses et Evénements // Orange Polska**



CONSOUMMATEURS

Les résultats d'une étude menée en novembre 2020 par HAVAS MEDIA GROUP selon la méthode CAWI sur un groupe représentatif de 1095 adultes.

résultats 2020

AVEZ-VOUS DÉJÀ RENCONTRÉ LE CONCEPT DE RSE - LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES ?

OUI 15,9%

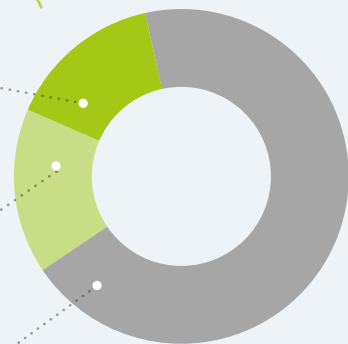
Oui, j'ai entendu parler de ce concept, mais je ne sais pas exactement en quoi consiste la RSE

OUI 15,1%

Je connais ce concept et je sais ce qu'est la responsabilité sociale des entreprises

NON 69%

Je n'ai jamais entendu parler de la RSE et je ne sais pas de quoi il s'agit



Par rapport aux éditions précédentes de l'enquête, un pourcentage beaucoup plus faible de répondants indique qu'ils sont attentifs à la manière dont les produits qu'ils achètent ont un impact sur la société et l'environnement (**37 % en 2020 et 53 % en 2019**).

› **Un répondant sur deux** attend des entreprises un engagement social - toutefois, ces attentes sont nettement moins élevées que les années précédentes (69 % en 2019, 68 % en 2018). Un pourcentage plus faible de consommateurs (**45 %**) se sent également responsable de rendre le monde meilleur (59 % en 2019).

QUI, SELON VOUS, AURA LA PLUS GRANDE INFLUENCE SUR LE CHANGEMENT DANS LE MONDE ?

LES GENS, RENFORCÉS PAR LES MÉDIAS SOCIAUX



GOUVERNEMENTS / HOMMES POLITIQUES



ENTREPRISES



LES GENS À TRAVERS CE QU'ILS CONSOMMENT



› Comme les années précédentes, seul **un répondant sur trois (29 %)** a déclaré que lors du choix d'un produit ou d'un service, seuls la qualité et le prix comptent, et non l'impact de la marque sur la société.

› **56 %** des répondants estiment que les entreprises sont éthiquement obligées d'agir sans nuire à l'environnement (73 % en 2019), et 43 % évitent d'acheter les produits des entreprises qui ont un impact négatif sur la société ou l'environnement (56 % en 2019).



Depuis le début de la pandémie COVID-19, nous avons observé divers changements dans le comportement et les habitudes des consommateurs. Ces changements ont également été présents dans l'édition de cette année de notre enquête auprès des consommateurs. Cette année - contrairement aux éditions précédentes de l'enquête - nous observons une augmentation de l'importance que les consommateurs attachent au rôle de l'État et du gouvernement. Cette année, les attentes à l'égard des marques et des entreprises sont visiblement plus faibles que les années précédentes. Toutefois, nous ne savons pas s'il s'agit d'un changement durable ou d'une réaction à une situation de crise difficile et, pour beaucoup, trop précoce pour une telle conclusion.

Anna OSTROWSKA //
Insight Specialist // Havas Media Poland

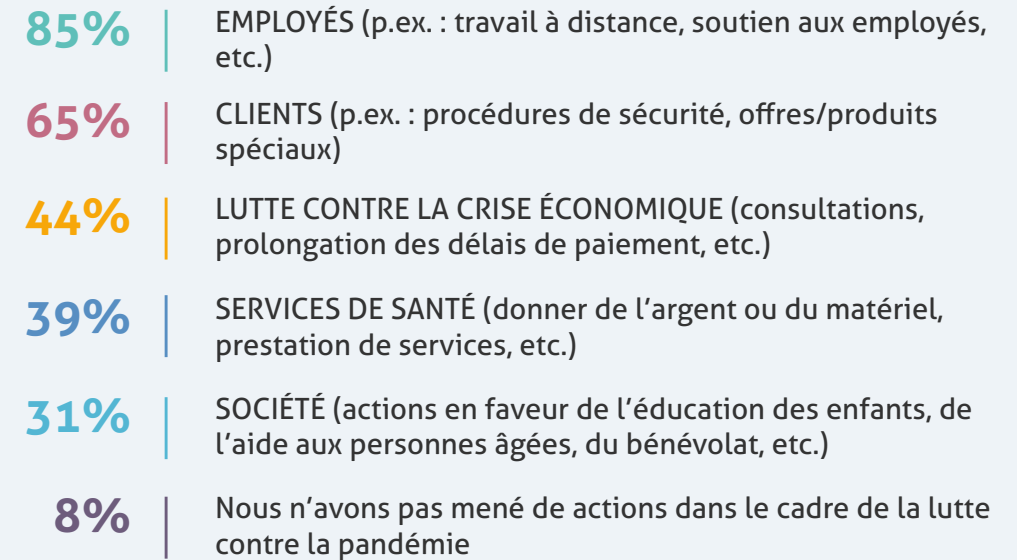


RSE ET COVID-19 - ENTREPRISES

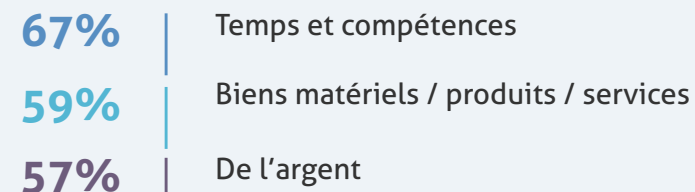
COMMENT LA PANDÉMIE A-T-ELLE AFFECTÉ LES ACTIVITÉS DE RSE MENÉES ET PREVUES EN 2020 ?



DANS QUELS DOMAINES VOUS ÊTES-VOUS ENGAGÉS DANS LA LUTTE CONTRE LA PANDÉMIE ?



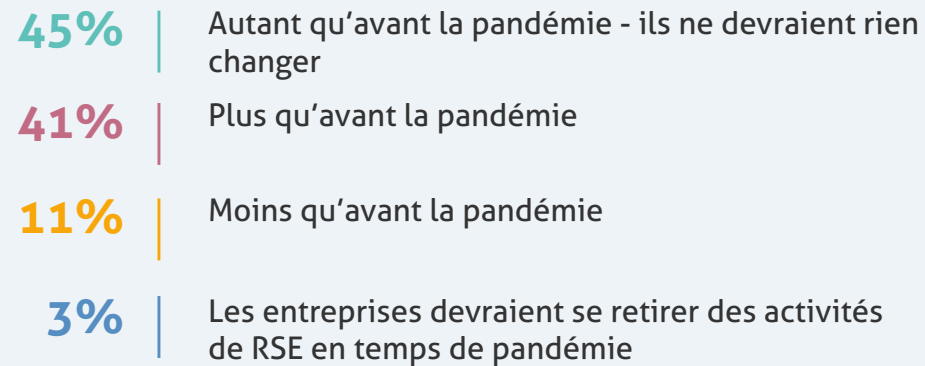
QUELLES RESSOURCES VOTRE ORGANISATION A-T-ELLE MOBILISÉES POUR LA LUTTE CONTRE LA PANDÉMIE ?



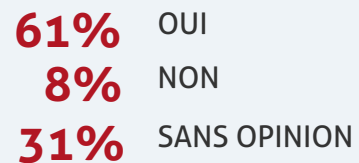
RSE ET COVID-19 - CONSOMMATEURS

Les résultats d'une étude menée en novembre 2020 par HAVAS MEDIA GROUP selon la méthode CAWI sur un groupe représentatif de 1095 adultes.

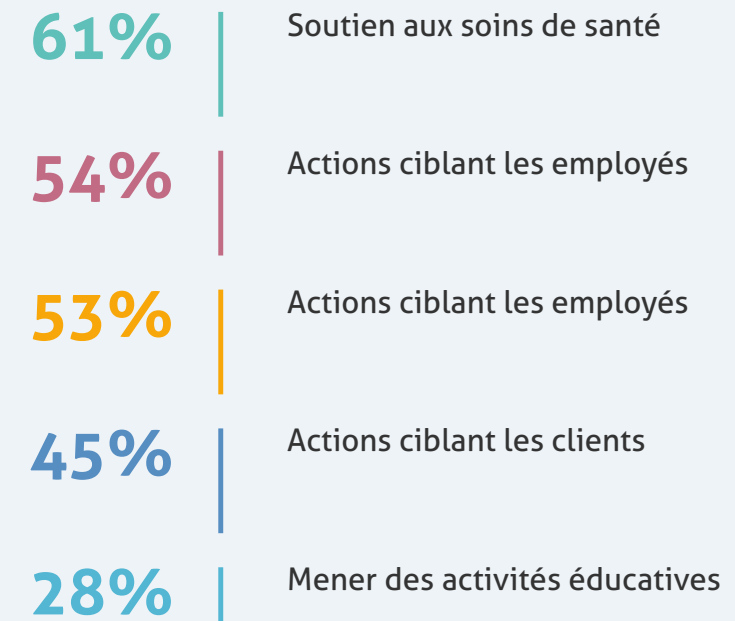
À VOTRE AVIS, À L'ÈRE DE LA PANDÉMIE, LES ENTREPRISES DEVRAIENT-ELLES MENER DES ACTIVITÉS DE RESPONSABILITÉ SOCIALE ? [% DES RÉPONDANTS QUI CONNAISSENT LE TERME RSE]



PENSEZ-VOUS QUE LES MARQUES/ENTREPRISES DEVRAIENT ÊTRE IMPLIQUÉES DANS LUTTE CONTRE LA PANDÉMIE ?



DANS QUELS DOMAINES LES ENTREPRISES QUI PRENNENT DES MESURES POUR LUTTER CONTRE LA PANDÉMIE DEVRAIENT-ELLES ÊTRE IMPLIQUÉES ?





La pandémie a changé notre vie privée et professionnelle, ainsi que nos plans de RSE. Nous avons constaté un engagement fort et massif en faveur des besoins les plus urgents actuellement, surtout en ce qui concerne le soutien aux soins de santé, d'où la suspension évidente de certains autres projets. Le souci de la sécurité des employés est constamment au cœur des préoccupations. Cela est important non seulement maintenant, mais aussi à l'avenir, dans le contexte de la préservation des emplois et des conditions de travail, en particulier le bien-être mental.

Marzena STRZELCZAK //
Présidente, Directrice générale // Forum du Business Responsable



PARTENAIRE :



PARTENAIRE MÉDIAS :



PARTENAIRE STRATÉGIQUES DE LA CCIFP :

