

Warszawa, 9.06.2016 r.

Une entreprise française sur cinq a un budget annuel RSE de plus de 100 mille PLN

La protection de l'environnement, des opérations en faveur de la population locale, un code éthique ou des soins adressés au personnel pour assurer un développement professionnel et personnel des salariés : telles sont les actions RSE les plus populaires engagées par les sociétés membres de la Chambre de Commerce et d'Industrie France-Pologne (CCIFP). Tels sont aussi les résultats de l'étude « La RSE en pratique - le baromètre de la CCIFP » réalisée pour évaluer le niveau de prise de conscience et l'échelle des actions RSE dans les entreprises françaises en Pologne.

La conclusion la plus importante qui ressort de cette étude est qu'il faut assurer une éducation permanente aux clients et au personnel des entreprises, étant donné que la notion de RSE n'est pas connue à plus de 70% des Polonais, et que seulement 2 clients sur 10 prennent en compte si l'entreprise fonctionne selon les règles de la RSE¹. Parmi les facteurs qui ont la plus forte influence sur le développement de la RSE en Pologne les entreprises citent : la diffusion d'informations sur la RSE par les organisations et les médias (74% des réponses) et le partage de bonnes pratiques par les grandes entreprises étrangères (62%). En revanche, parmi les facteurs qui freinent le plus souvent le développement de la RSE, à part la connaissance insuffisante du sujet (62%), il faut énumérer : l'absence de budget (41%), et l'absence d'implication et de compréhension suffisantes de la part du personnel (41%) et de la direction (37%).

Les salariés sont l'une des parties prenantes les plus importantes de l'entreprise. Leur manque d'engagement et de compréhension (42 %) est l'un des défis majeurs auxquels sont confrontés les personnes chargées de la RSE. Ce qui est un signe positif, c'est que les entreprises souhaitent développer systématiquement des actions dans le domaine de l'engagement social et du volontariat. Cela est particulièrement important du point de vue de la jeune génération (les Millenials), pour lesquels l'équilibre travail-vie privée et le « sens du travail » sont souvent un facteur clé lors du choix de l'employeur, dit Małgorzata Marek, CR Manager, Poland & CEE chez PwC et Présidente du comité RSE dans la Chambre de Commerce et d'Industrie France-Pologne.

Quelles sont les principales raisons pour lesquelles les entreprises décident de mettre en œuvre des actions RSE ?

Selon l'enquête réalisée par la CCIFP, le renforcement de l'image positive continue à constituer un élément important incitant à mettre en œuvre des instruments de gestion responsable (l'opinion partagée par 75% des interviewés partagent ce point de vue). Cela m'inquiète un peu. On peut cependant espérer que la réflexion sur la gestion de l'image nous rapprochera de la gestion de la réputation, et donc de l'identité de l'entreprise, dit Konrad Ciesiotkiewicz, Directeur communication corporatif et RSE chez Orange Polska et vice-président du Comité RSE de la CCIFP. Dans 45 % des cas, la politique centralisée du groupe peut être une bonne motivation pour mettre en œuvre des activités RSE. Cela permet aux entreprises d'avoir accès à des solutions intéressantes

¹ Les données issues de l'étude qualitative menée par Havas Media Group au mois de mai 2016.



qui ont fait leurs preuves à l'étranger. Seulement 22% des entreprises ont un besoin interne et la conviction que la mise en œuvre des actions RSE a du sens.

Le personnel et les communautés locales : les plus grands bénéficiaires de la RSE

La plupart des actions RSE sont adressées au personnel et aux communautés locales. Il s'agit notamment d'un souci du développement du personnel (offre en matière de formations, d'éducation), ainsi que des prestations sociales additionnelles (82% et 77% des réponses). Nombreuses entreprises réalisent ces actions dans le cadre de la politique RH et de la gestion des ressources humaines, sans les identifier en conséquence comme des actions RSE. Le volontariat salarial est assez peu populaire (34%), tout comme des mesures permettant de concilier le travail et la vie personnelle (45% des réponses). Néanmoins, ce sont ces domaines qui connaîtront un développement le plus intensif l'année prochaine. 72% des entreprises déclarent qu'elles mettent en place des actions pour protéger l'environnement. Il s'agit d'actions très variées, allant du tri de déchets et de la mise en place de programmes réduisant la consommation d'énergie jusqu'à l'optimisation de la chaîne d'approvisionnement ou à la réduction d'émissions de CO2 dans de gros établissements de production. Dans le domaine du soutien pour les communautés locales, 60% des entreprises déclarent une implication dans le développement économique de la région se traduisant par une embauche de collaborateurs locaux, une coopération avec des fournisseurs et des entreprises locales. Les sociétés se concentrent souvent sur des activités philanthropiques, c'est-à-dire sur le soutien financier aux fondations ou institutions locales. Cette aide n'est pas vraiment une activité RSE, néanmoins elle joue un rôle éducatif important, surtout pour les petites sociétés qui commencent à s'engager dans les actions locales pour passer ensuite aux formes de coopération plus avancées. Des conclusions intéressantes découlent de l'analyse portant sur la coopération avec les fournisseurs et les partenaires en affaires. 72% des entreprises ont décidé de mettre en place des procédures de coopération avec leurs fournisseurs et partenaires en affaires et 40% ont mis en place un code éthique. Les résultats sont pourtant moins positifs s'il s'agit de respecter ces procédures. Seulement 30% des entreprises effectuent un audit pour les fournisseurs, et 28% organisent des formations et des actions éducatives adressées aux partenaires en affaires pour les familiariser avec les règles de coopération. Cependant, les entreprises déclarent qu'elles vont développer systématiquement les formations dans les années à venir.

Seulement 8% des entreprises disposent d'un département RSE dédié

La dernière partie de l'étude portait sur la gestion des projets RSE. D'une part, 43% des entreprises disposent d'une stratégie RSE à long terme. D'autre part, 38% d'entre elles n'effectuent que des actions ponctuelles, en fonction de leurs besoins et possibilités. En ce qui concerne le reporting, presque la moitié des entreprises enquêtées n'assurent pas le suivi des actions réalisées et ne font pas de reporting. Cette tendance va s'inverser, étant donné que presque 20% des entreprises ont l'intention de le faire prochainement. Il faut aussi souligner que les sociétés doivent faire face à un problème important du personnel et du budget insuffisants. Seulement 8% des entreprises disposent d'un département RSE dédié, et 22% disposent d'un budget séparé. Dans les autres cas, les actions RSE sont financées par les budgets RH, de marketing, ou les fonds sont alloués ponctuellement, en fonction de besoins. Seulement 9% des entreprises dépensent chaque année plus de 1 million de PLN pour les actions RSE, 9% d'autres dépensent de 100 mille jusqu'à 1 million de PLN. Les plus nombreuses sont celles qui dépensent de 10 à 50 mille PLN (20%).

La première édition de l'étude « La RSE en pratique - le baromètre de la CCIFP » est un point de départ pour les éditions suivantes. Nous voulons les refaire chaque année pour assurer un suivi des



progrès d'avancement des entreprises dans ce domaine et identifier les domaines de la responsabilité sociétale des entreprises qui connaîtront un développement le plus dynamique, dit Monika Constant, directrice générale de la CCIFP.

Sur l'étude :

L'étude « La RSE en pratique - le baromètre de la CCIFP » est adressée aux sociétés membres de la CCIFP. Elle a été réalisée en avril 2016. Les enquêtes ont été envoyées aux PDG, aux cadres dirigeants, aux responsables des départements RSE, RP, RH, Marketing. Finalement, 65 entreprises ont participé. L'objectif de l'étude consistait à obtenir davantage d'informations sur le niveau d'implication des sociétés membres de la Chambre de Commerce et d'Industrie France Pologne dans le domaine de la RSE. Les résultats montrent comment les sociétés voient l'état des affaires socialement responsables en Pologne, comment elles mettent en pratique les principes de la RSE et si elles ont des plans de développement dans ce domaine pour les années à venir. L'étude « RSE en pratique » suppose un caractère cyclique, permettant d'assurer un suivi annuel de la situation et des axes de progrès de la RSE chez les sociétés membres.

Sur la CCIFP

La Chambre de Commerce et d'Industrie France Pologne (CCIFP) réunit plus de 460 entreprises membres françaises et polonaises et elle est l'une des chambres bilatérales les plus actives en Pologne. La CCIFP construit des conditions favorables pour le développement des investissements et de l'activité économique en Pologne, et joue un rôle important dans les contacts avec l'administration publique et les autres organisations patronales. Elle représente les intérêts d'investisseurs et d'entrepreneurs étrangers et polonais, promeut les bonnes pratiques dans le business et crée une plate-forme de coopération et d'échanges d'expériences professionnelles entre les hommes et femmes d'affaires. La CCIFP a été fondée à l'initiative des premiers entrepreneurs français en Pologne, en avril 1994. Elle adhère à l'Association des Chambres de Commerce et d'Industrie Françaises (CCIFI) regroupant 112 chambres de commerce françaises dans le monde entier. www.ccifp.pl

Contact média :

Mariusz Kielich, Chambre de Commerce et d'Industrie France Pologne, mariusz.kielich@ccifp.pl,
tél .: +48 507 121 269

