

## Etude : la RSE, un cheminement probant dans le temps

**Plus les organisations s'engagent dans le temps, plus leur démarche de responsabilité sociétale apporte des résultats positifs en tous points. C'est le principal enseignement d'une étude engagée par le groupe AFNOR, avec l'appui de l'institut BVA et en partenariat avec les Echos Executives, auprès de plus de 400 organisations françaises de toutes tailles.**

*Saint-Denis, le 7 novembre 2019* - Expérimentation de [labels RSE sectoriels](#) par France Stratégie, Loi Pacte, devoir de vigilance... L'accélération des initiatives sur le terrain de la RSE demandait un point d'étape. Après 10 années d'accompagnement de plus de 800 TPE, PME et collectivités territoriales, le groupe AFNOR propose donc un état des lieux de ce que font organisations qui se disent engagées en responsabilité sociétale, les actions qu'elles mènent, les outils sur lesquels elles s'appuient pour valoriser leur engagement, mais aussi les difficultés et les bénéfices qu'elles observent.

### [Consulter l'infographie](#)

Enjeu essentiel ou très important pour 72% les organisations sondées, la RSE est un terrain très souvent investi pour valoriser des initiatives internes (55%), fédérer les collaborateurs (44%)... mais également pour améliorer l'efficacité de leur organisation (38%) ou leur compétitivité (35%).

La RSE est également synonyme d'un engagement exigeant, difficile à mettre en place (52%) par manque de temps ou de savoir-faire, qui implique de convaincre. Mais lorsqu'elles maintiennent leur mobilisation, les organisations observent de multiples bénéfices pour leur image (engagement des collaborateurs (80%), attractivité (80%)), mais également pour son activité (innovation (78%), différenciation (75%), embauche (44%), rentabilité (40%), développement du CA pour les entreprises (38%)).

### Quatre profils d'organisations engagées

L'étude révèle que toutes les organisations ont pour socle commun une première action d'ordre environnemental, avec la mise en place du tri des déchets, assortie d'un dispositif de veille et de mise en conformité avec la réglementation. C'est le point de départ d'un cheminement progressif conduisant les organisations à augmenter le nombre d'actions qu'elles entreprennent et à les diversifier sur les champs sociaux et économiques, années après années. Quatre étapes clés ressortent de cette étude, à l'image du stade de développement de certaines espèces végétales :

- Au démarrage : **les jeunes pousses** (12% des organisations), engagées depuis 1 à 2 ans. Elles mènent en moyenne 5 actions, ici et là, sous l'impulsion de quelques collaborateurs, notamment pour développer l'ancrage local de l'organisation. Les petites structures sont ici plus représentées que dans les autres segments, preuve que désormais la RSE n'est plus l'apanage des grands groupes.
- Ensuite vient le temps de l'organisation **pour les arbustes** (23%), engagés depuis plus de 3 ans. Ils engagent entre 5 et 9 actions en mettant plus l'accent sur les enjeux RH (recrutement favorisant la diversité et l'intégration du handicap pour 55%), les conditions de travail ou en direction des parties prenantes (59%).
- **Les peupliers** (38%), engagés depuis plus de 5 ans, choisissent de pousser plus fortement certains sujets, comme la réduction de leurs déchets (69%), de leurs consommations (60%) et débute une réflexion sur la raison d'être de l'organisation (60%). Ils engagent de 10 à 14 actions.
- Enfin, **les chênes** (27%), engagés depuis plus de 8 ans, approfondissent les principaux enjeux non couverts dans une recherche globale de maîtrise de l'ensemble des impacts. Réduction des

émissions de CO2 (80%), achats responsables (78%), protection de la biodiversité (61%), économie circulaire (51%) sont autant d'exemples des 15 à 21 actions engagées en moyenne.

### **Normes, labels RSE : les organisations en quête d'outils**

Les organisations engagées indiquent bien connaître les textes de référence en RSE. La norme volontaire internationale ISO 26000 est à ce titre connue de la quasi-totalité des interviewés (93%), loin devant le UN global compact (68%) et les ODD (66%). Le mode d'emploi qu'est l'ISO 26000 et ses déclinaisons sectorielles sont donc bien installés dans la boîte à outils des organisations.

2/3 des organisations engagées considèrent qu'il est essentiel ou très important de valoriser leur démarche RSE, pour améliorer leur image et promouvoir le travail accompli. Elles engagent en moyenne deux ou trois actions de valorisation, en privilégiant des labels (48%), des articles ou communiqués de presse (45%) ou un rapport RSE/DD (43%). Ces actions sont menées à la fois auprès de publics internes et externes (clients, fournisseurs, parties prenantes) ; les plus actifs cherchant à toucher le grand public.

*Engagé RSE* est le label le plus connu (76%) parmi ceux attribués suite à une évaluation sur le site de l'organisation ; suit de près *Lucie 26000* (65%) et *Ecocert 26000* (64%). Parmi les dispositifs d'évaluation à distance, *Ecovadis* est reconnu à 64%, devant *e-engagé RSE* (51%) et *B Corp* (43%).

**Méthodologie** : enquête réalisée en septembre / octobre 2019 auprès d'organisations actives en matière de RSE, par enquête online et interviews téléphoniques. Echantillon de 408 interviews complètes, dont 1/3 d'organismes labellisés par AFNOR Certification.

#### A propos du groupe AFNOR

Groupe associatif d'envergure internationale, implanté en France dans 14 villes, le groupe AFNOR conçoit et déploie des solutions fondées sur les normes volontaires, ces documents consensuels élaborés par et pour les acteurs des marchés, au service du développement économique et de l'innovation. Il accompagne depuis plus de dix ans les organisations sur le terrain de la responsabilité sociétale. Plus de 800 TPE et PME se sont approprié la norme volontaire internationale ISO 26000 dans leurs filières et leurs territoires.

En tant que fournisseur de solutions de veille professionnelle, de formation, de benchmark, de certification et d'évaluation, le groupe évolue également dans le domaine concurrentiel dans plus de 100 pays. Avec 1 250 collaborateurs dans le monde et un portefeuille de 77 000 clients, le groupe AFNOR se positionne comme un vecteur de confiance pour les acteurs publics et les organisations en général. La direction générale du groupe AFNOR est assurée par Olivier Peyrat. <https://www.afnor.org/developpement-durable-rse/>

**Contact presse** : Olivier Gibert – 01 41 62 84 17 – [presse@afnor.org](mailto:presse@afnor.org)