



# raison d'être



---

Le Baromètre de la Raison d'être  
*12 novembre 2019*



# Une enquête de référence sur la raison d'être

La loi PACTE a été adoptée le jeudi 11 avril et instaure notamment la possibilité pour les entreprises d'inscrire une raison d'être dans leurs statuts. Nombre d'entre elles se sont ainsi engagées dans cette direction ces derniers mois. Le cabinet de conseil No Com a développé une expertise destinée à les accompagner dans ce processus de formalisation de ce qui définit le sens de leur activité.

Pour appuyer sa réflexion, No Com, en partenariat avec Tikehau Capital et l'ESSEC Business School, a demandé à l'Ifop de réaliser une enquête auprès d'un échantillon représentatif de salariés de grandes entreprises françaises (500 salariés et plus).

Les résultats complets de cette enquête seront rendus publics le 12 novembre 2019, publiés par Les Echos et diffusés sur Radio Classique. L'enquête explore trois aspects clés de la relation des salariés à leur entreprise :

- le niveau d'engagement et de motivation à l'égard de leur entreprise ;
- la perception des questions de réputation, d'image et de visibilité de leur entreprise ;
- et enfin, le rapport à la question centrale de la raison d'être.

# Une enquête Ifop pour No Com



## ÉCHANTILLON

L'enquête a été menée auprès d'un échantillon représentatif de 1507 salariés d'entreprises de plus de 500 salariés.



La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas selon les critères de sexe, d'âge, de CSP, de taille d'entreprise, de secteur d'activité, de région et de catégorie d'agglomération.



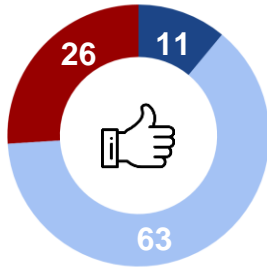
Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 2 au 8 octobre 2019.

1

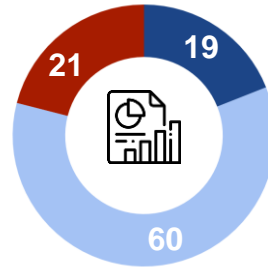
# Engagement et motivation : l'entreprise refuge contre la défiance ?



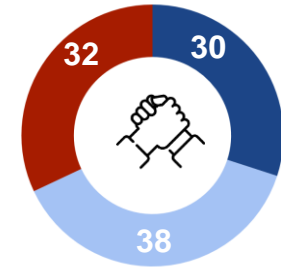
# L'intensité variable de la relation des salariés à leur entreprise



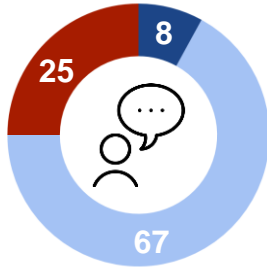
Satisfaits de leur situation professionnelle,



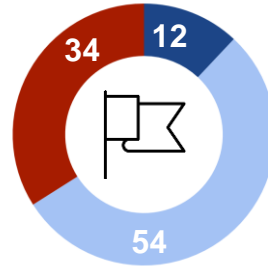
positifs sur la santé économique de leur entreprise,



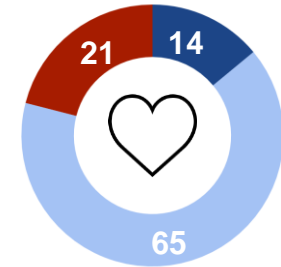
attachés à leur entreprise,



habitué à en dire du bien,



fiers d'y appartenir...



... et même prêts à dire qu'ils l'aiment.

# Quatre types d'état d'esprit

## LES AMBASSADEURS



*Fiers & fidèles*

10%

## LES BIENVEILLANTS



*Soutiens  
mais avec modération*

40%

## LES CIRCONSPECTS



*Disponibles  
mais sceptiques*

30%

## LES CONTESTATAIRES



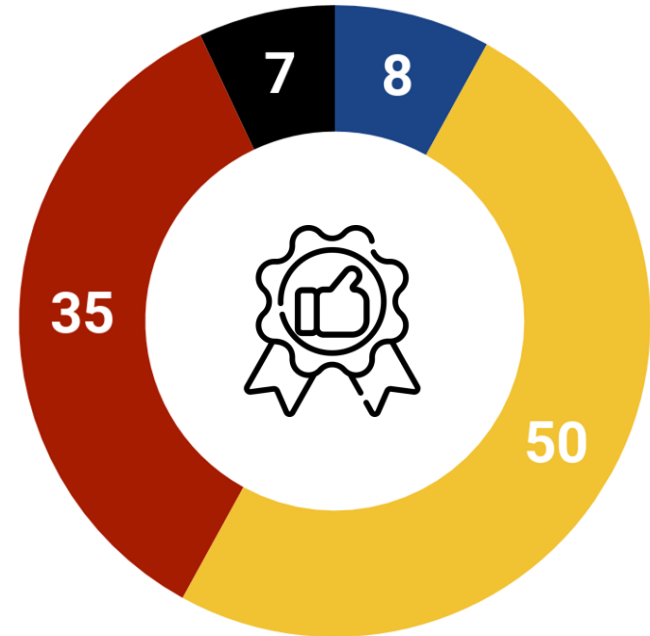
*Insatisfaits  
& critiques*

20%

# Des salariés partagés sur l'attractivité de leur entreprise...

*Si vous deviez parler à un proche ou à un ami de l'idée de travailler dans votre entreprise, quelle serait votre attitude ?*

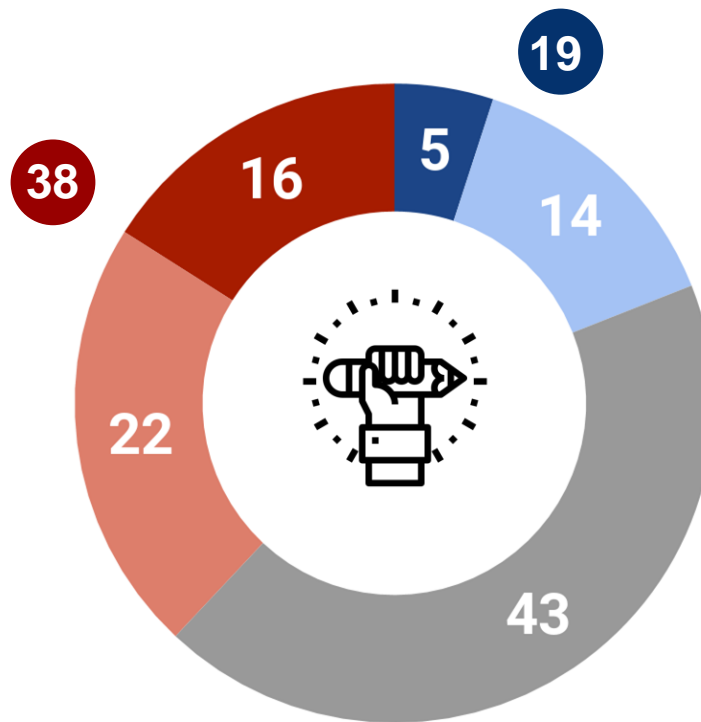
- Vous feriez tout pour le convaincre ●
- Vous lui diriez que c'est une bonne opportunité ●
- Vous le mettriez en garde sur certains points ●
- Vous feriez tout pour l'en dissuader ●



## ... et une alerte, l'évolution du niveau de motivation.

*Diriez-vous que ces derniers temps, votre motivation dans votre entreprise...*

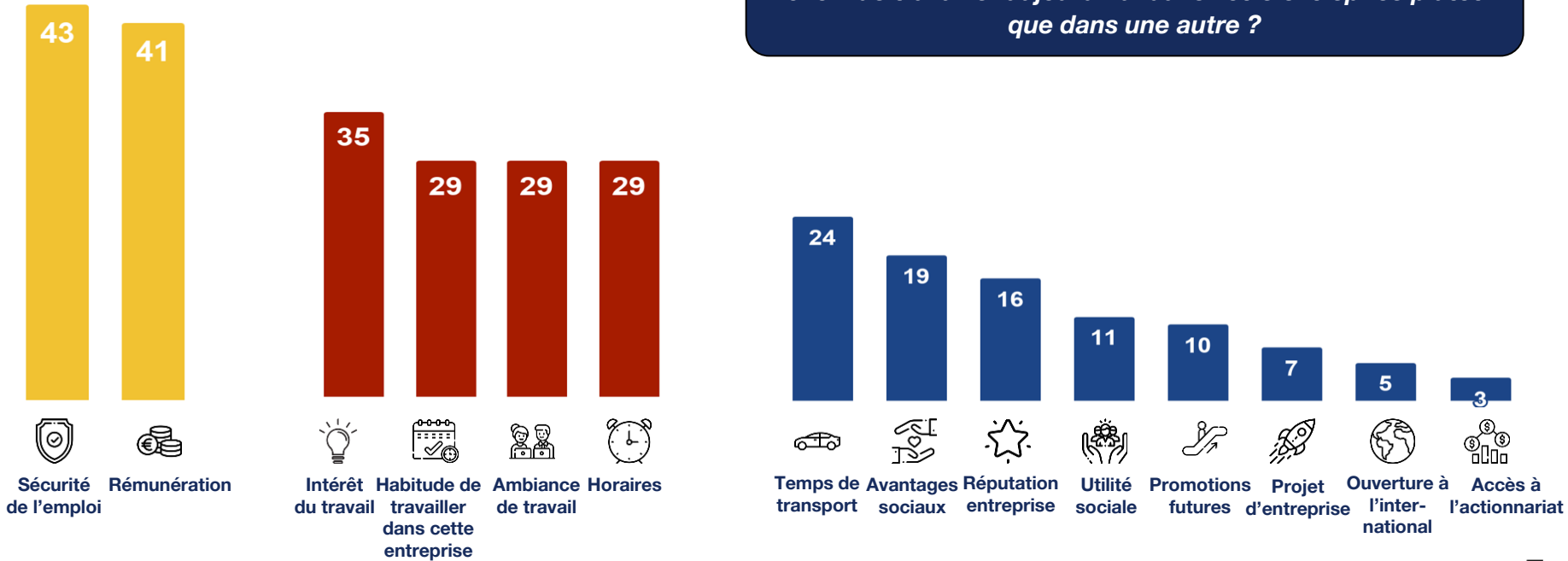
- A beaucoup augmenté ●
- A un peu augmenté ●
- Est restée stable ●
- A un peu diminué ●
- A beaucoup diminué ●



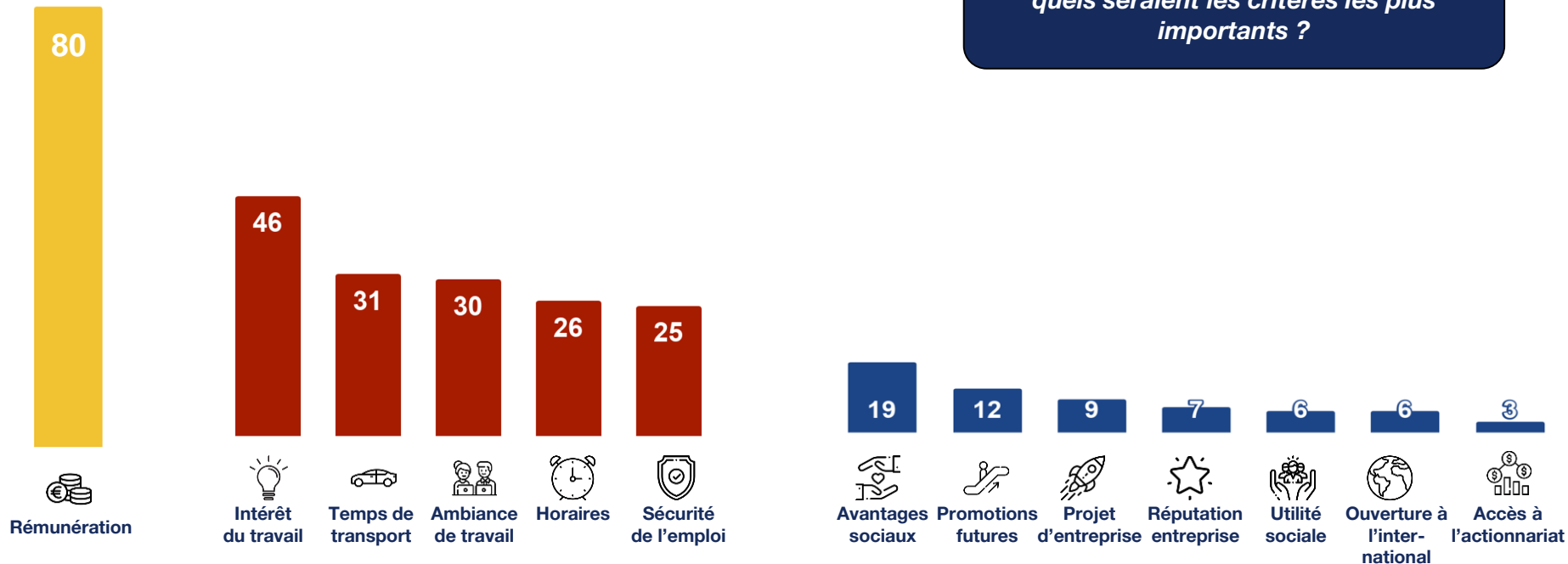


# La sécurité de l'emploi et la rémunération, premiers facteurs de stabilité

*Quelles sont les motivations qui expliquent le mieux votre choix de travailler aujourd'hui dans votre entreprise plutôt que dans une autre ?*

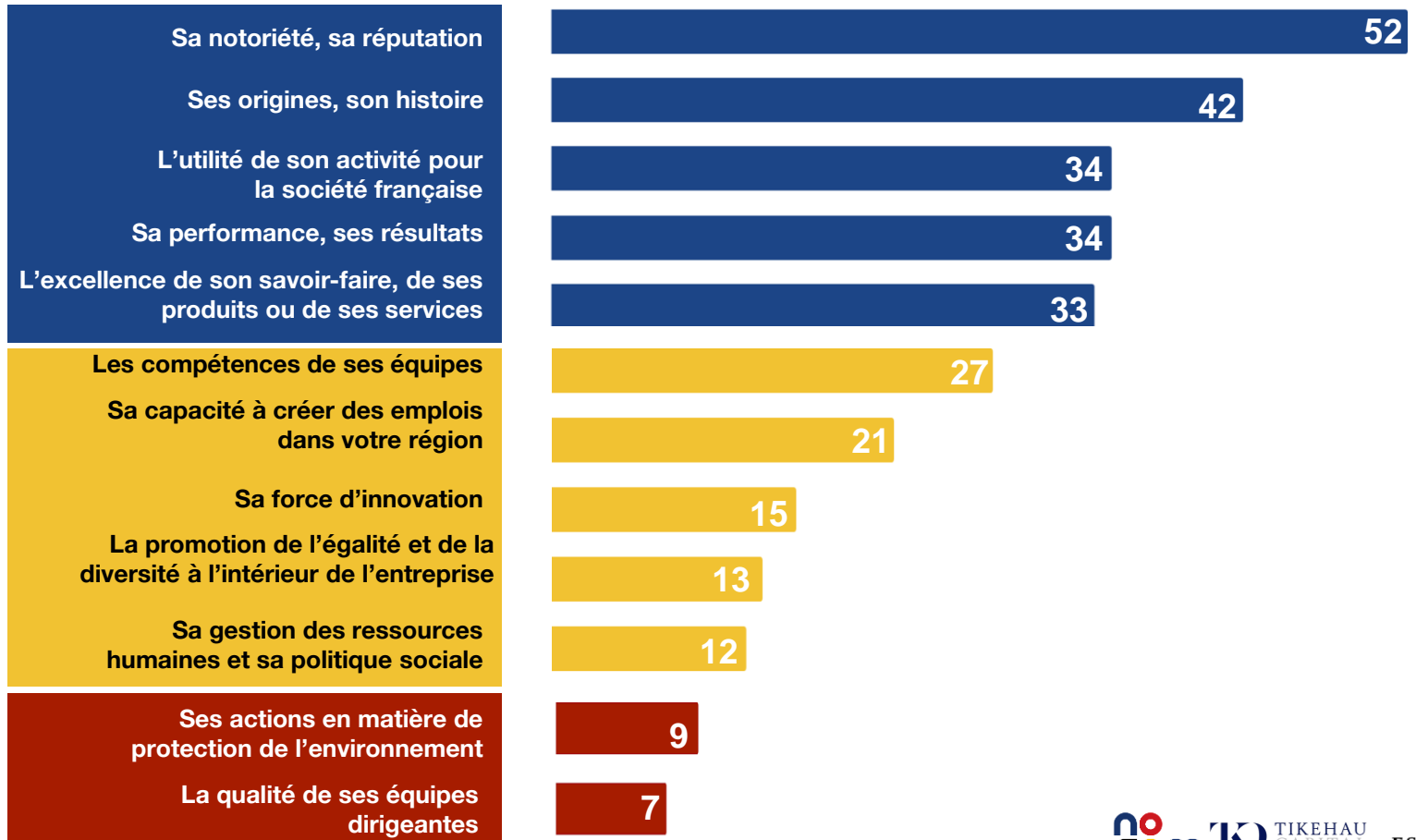


# La rémunération, premier facteur de turnover



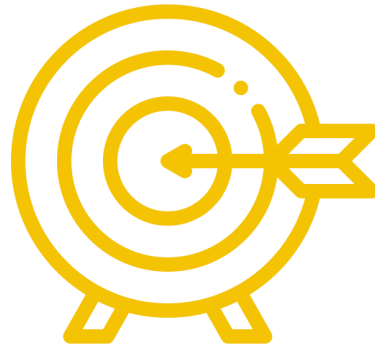
# Le rayonnement nourrit la fierté

Quels sont les atouts de votre entreprise dont vous êtes le plus fier ?



2

## La communication des entreprises : plus de paroles et plus d'actes



# La com' de l'entreprise : un bilan tout en nuances

Sur chacun des thèmes suivants, diriez-vous qu'aujourd'hui votre entreprise communique...

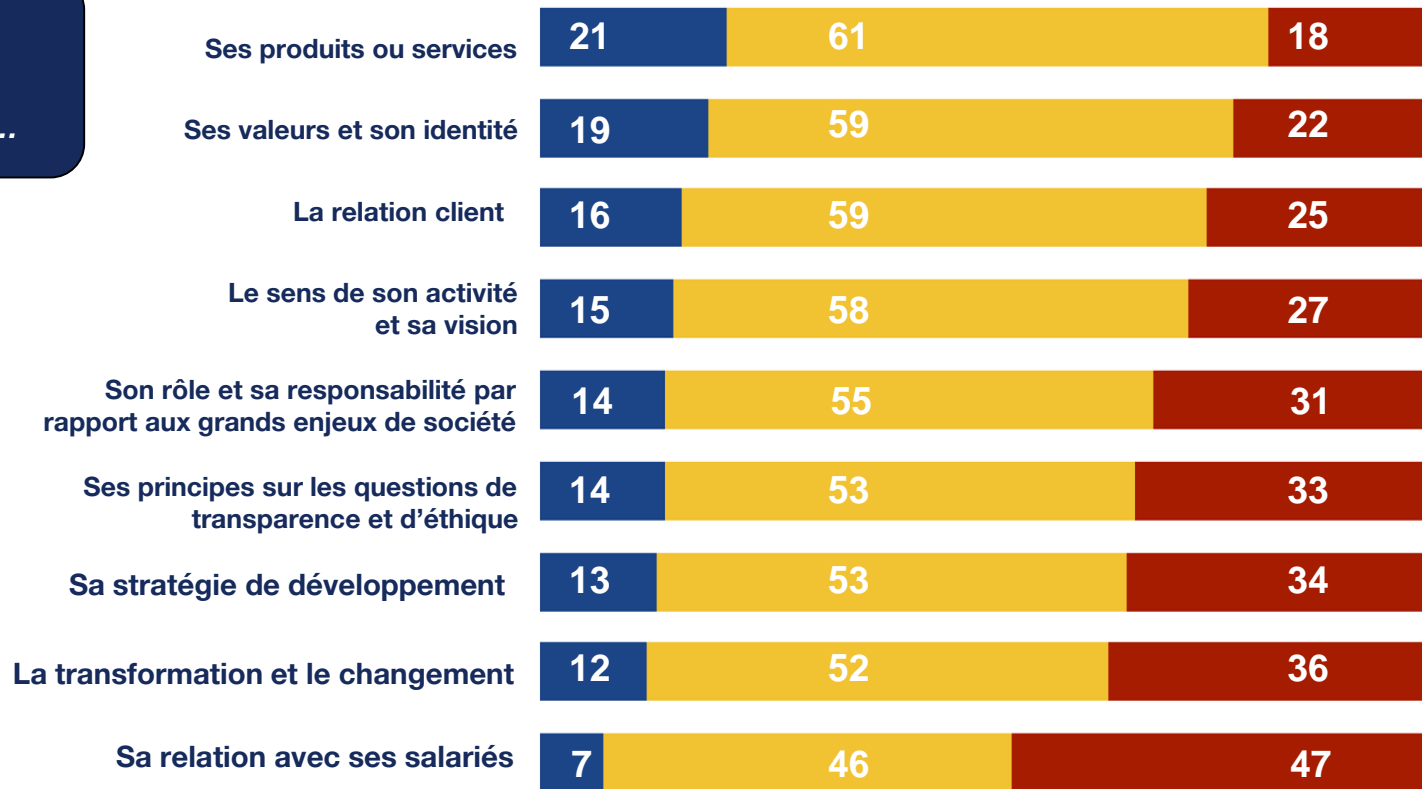
TRÈS BIEN



PLUTÔT BIEN



TOTAL TRÈS / PLUTÔT MAL



# La communication sous la pression des preuves

*De laquelle de ces opinions vous sentez-vous le plus proche ?*

Votre entreprise **communique beaucoup** et sa communication est **cohérente avec son action** et son fonctionnement au quotidien



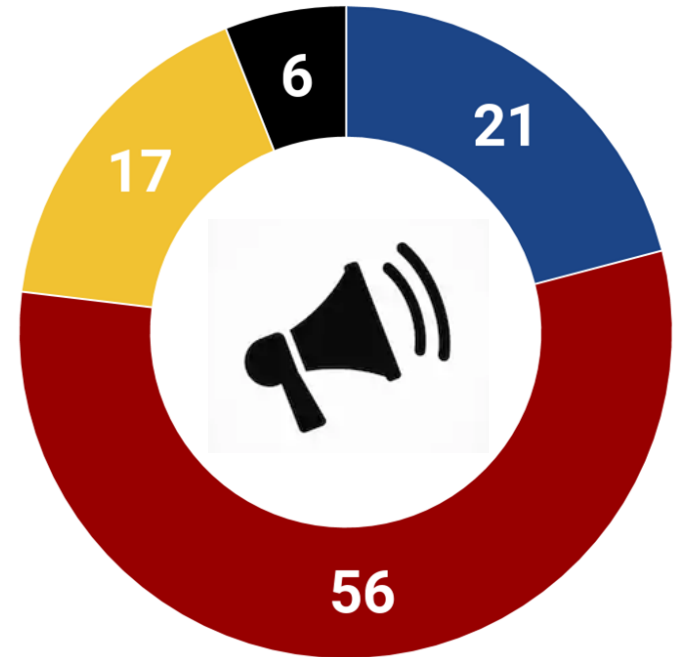
Votre entreprise **communique beaucoup** mais vous avez parfois l'impression que son action et son fonctionnement au quotidien ne sont **pas en cohérence**



Votre entreprise **communique peu**, pourtant elle **agit beaucoup** et elle aurait de quoi dire



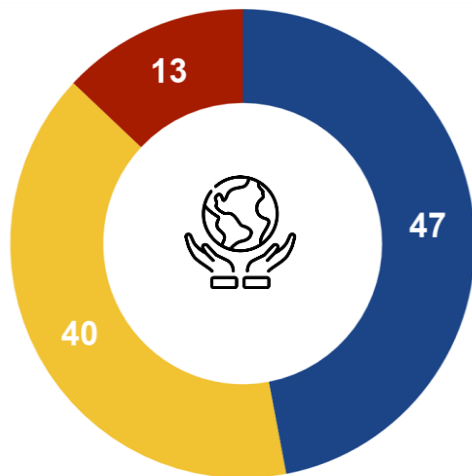
Votre entreprise **communique peu** et c'est normal car elle **n'a pas grand-chose à dire** sur ce qu'elle fait



# La forte exposition de l'entreprise aux enjeux d'environnement et d'égalité

*Selon vous, l'activité de votre entreprise est-elle concernée par les enjeux environnementaux ?*

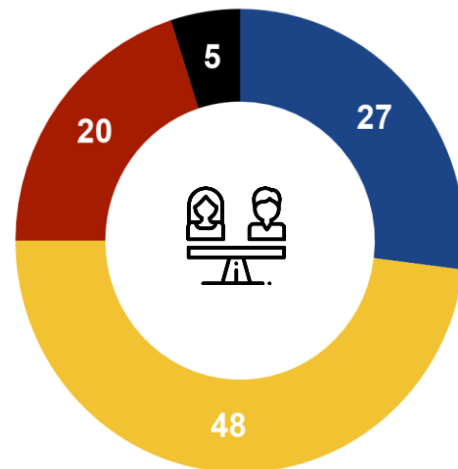
Total "Oui"  
87%



- OUI, DE MANIÈRE DIRECTE
- OUI, DE MANIÈRE INDIRECTE
- NON

*Selon vous, votre entreprise est-elle confrontée aux enjeux liés à l'égalité entre les femmes et les hommes ?*

Total "Oui"  
75%



- OUI, BEAUCOUP
- OUI, PLUTÔT
- NON, PAS VRAIMENT
- NON, PAS DU TOUT

# Face aux enjeux environnementaux, le clivage du passage à l'acte

*Comment jugez-vous les positions de votre entreprise par rapport aux enjeux environnementaux ? (Réponses des salariés considérant que leur entreprise est concernée par ces enjeux, soit 87% de l'échantillon)*

Elle a **conscience** de l'enjeu et elle **agit** dans ce sens



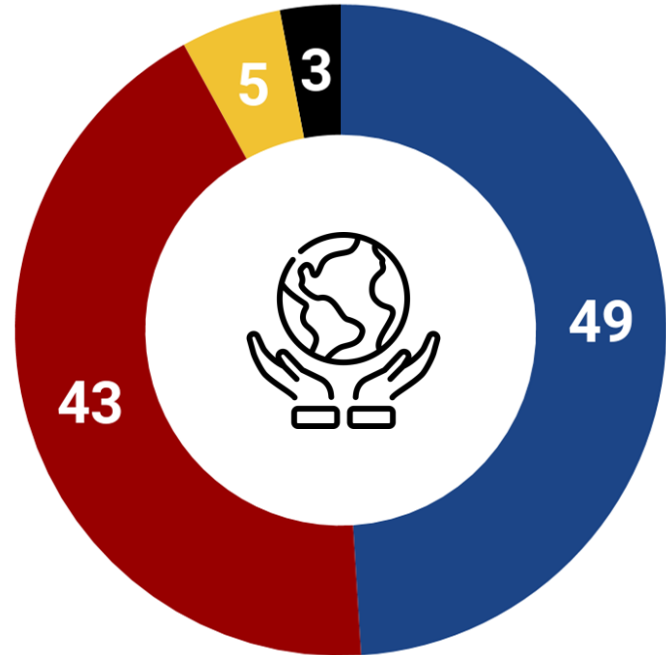
Elle a **conscience** de l'enjeu mais **n'agit pas suffisamment** dans ce sens



Elle n'a **pas conscience** de l'enjeu mais **ne contribue pas à aggraver** la situation



Elle n'a **pas conscience** de l'enjeu et **aggrave** la situation





# Un diagnostic majoritairement positif sur la question de l'égalité entre femmes et hommes

*Comment jugez-vous les positions de votre entreprise par rapport aux enjeux liés à l'égalité entre les femmes et les hommes ? (Réponses des salariés considérant que leur entreprise est concernée par ces enjeux, soit 75% de l'échantillon)*

Elle a **conscience** de l'enjeu et elle **agit** dans ce sens



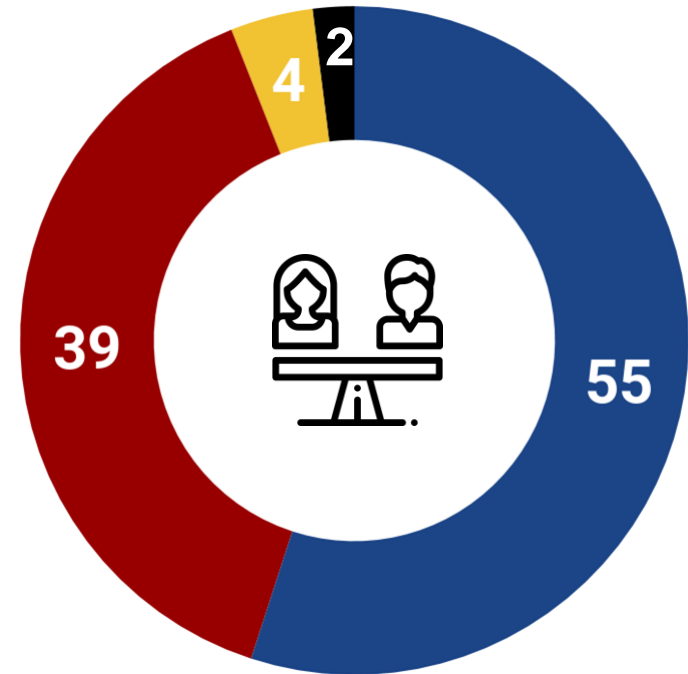
Elle a **conscience** de l'enjeu mais **n'agit pas suffisamment** dans ce sens



Elle n'a **pas conscience** de l'enjeu mais **ne contribue pas à aggraver** la situation



Elle n'a **pas conscience** de l'enjeu et **aggrave** la situation



# La communication questionnée sur sa performance interne

*Tout compte fait, diriez-vous que votre entreprise est plutôt...*

Performante pour **communiquer en interne** comme à l'extérieur



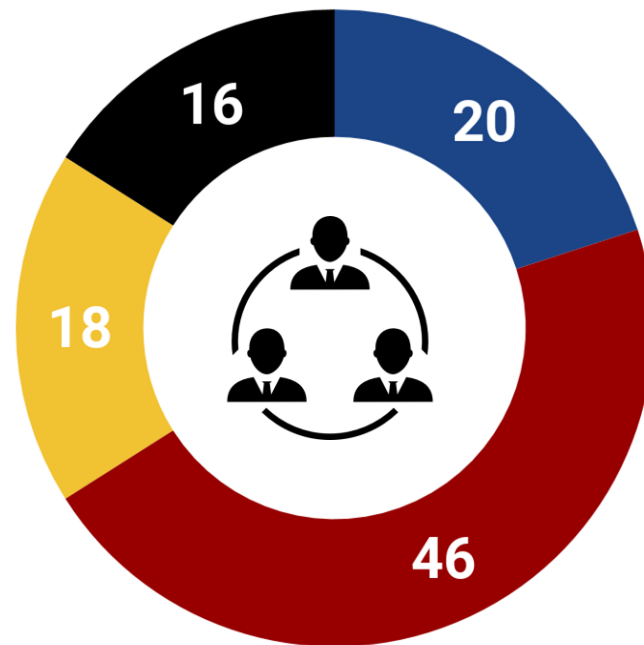
Plus performante pour communiquer **à l'extérieur** que pour communiquer en interne



Plus performante pour **communiquer en interne** que pour communiquer à l'extérieur



Aussi peu performante **pour communiquer en interne** qu'à l'extérieur



# Des dirigeants jugés souvent trop discrets, pourtant performants quand ils s'expriment

En interne

À l'extérieur

Ils communiquent...

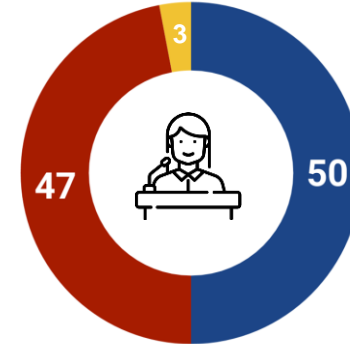
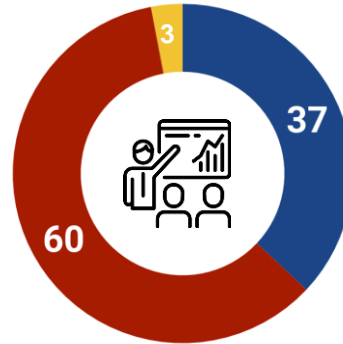
Suffisamment



Pas suffisamment



Trop souvent

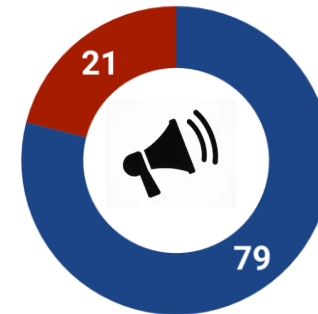
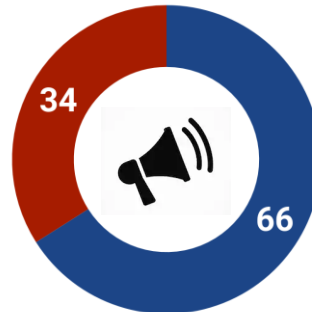


Et lorsqu'ils communiquent, ils le font...

Total très / plutôt bien



Total très / plutôt mal



# Au-delà de la performance de l'entreprise, une prise de parole attendue sur de nombreux sujets

Plus précisément, pour chacun des sujets suivants, pensez-vous que le patron / le PDG de votre entreprise devrait en parler...

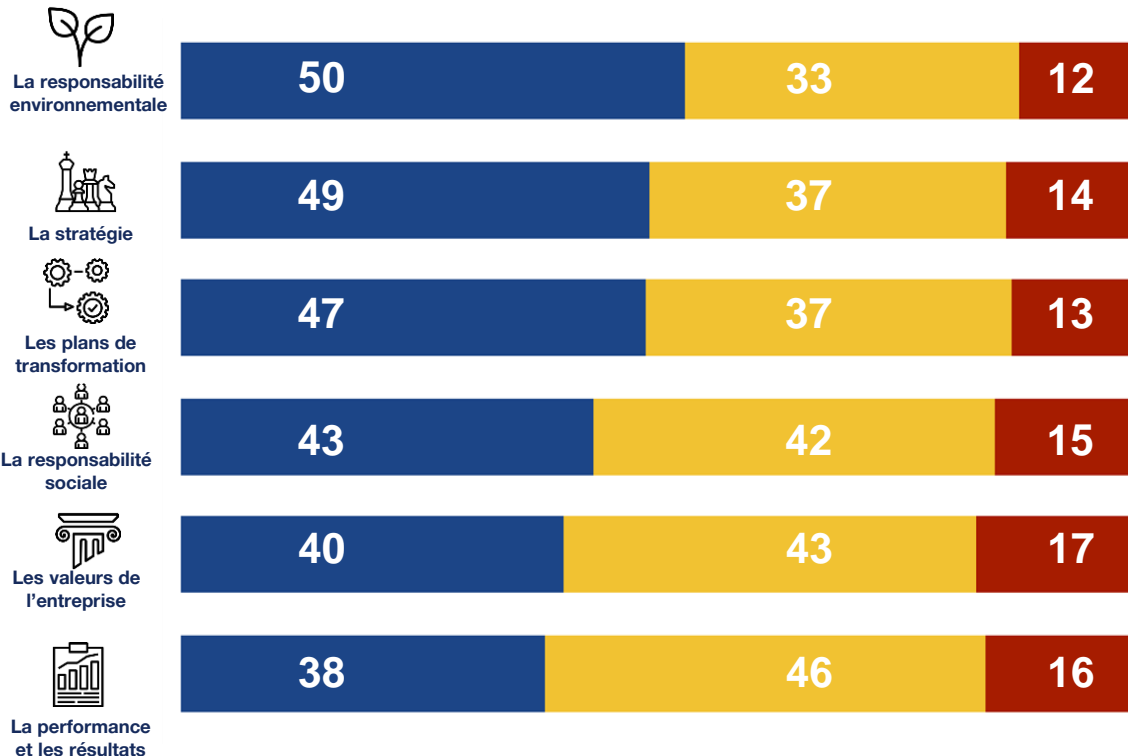
PLUS SOUVENT



AUTANT QU'AUJOURD'HUI



MOINS SOUVENT



3

**La raison d'être :  
d'abord au service des clients**



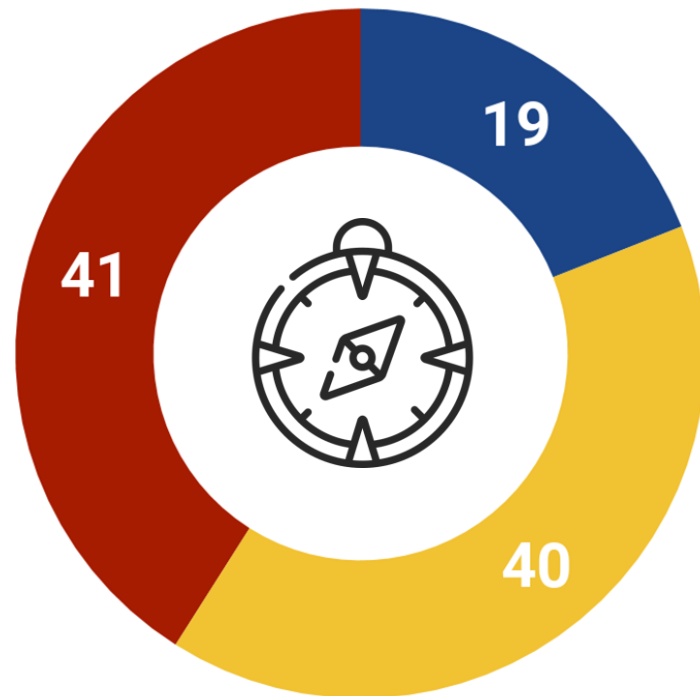
# La raison d'être, un enjeu nouveau qui s'installe progressivement

*On parle aujourd'hui parfois de raison d'être pour les entreprises. Diriez-vous que...*

Vous avez déjà entendu parler de ce sujet et **vous savez précisément de quoi il s'agit** ●

Vous avez déjà entendu parler de ce sujet, mais vous **ne voyez pas précisément de quoi il s'agit** ●

Vous **n'avez jamais entendu** parler de ce sujet ●



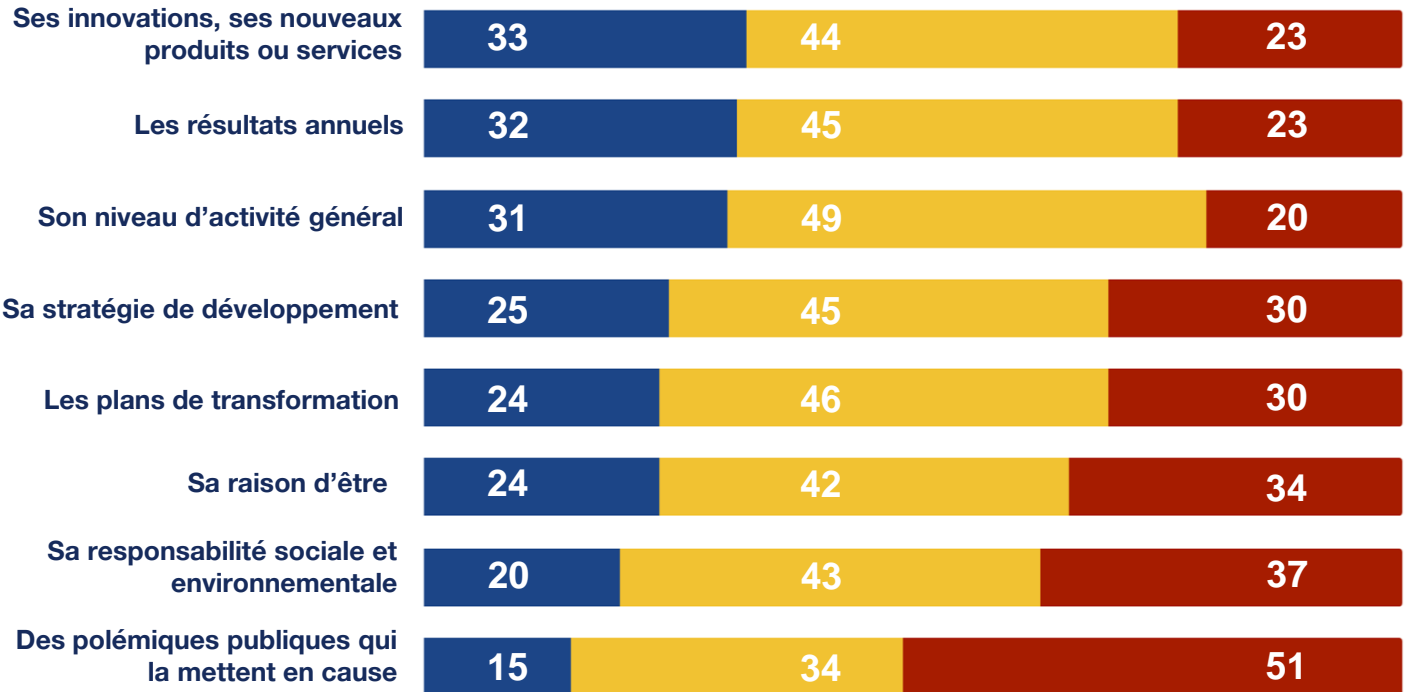
# La raison d'être, un enjeu nouveau qui s'installe progressivement (2)

Voici un certain nombre de sujets qui concernent votre entreprise. Pour chacun d'entre eux, en entendez-vous parler...

SOUVENT 

DE TEMPS EN TEMPS 

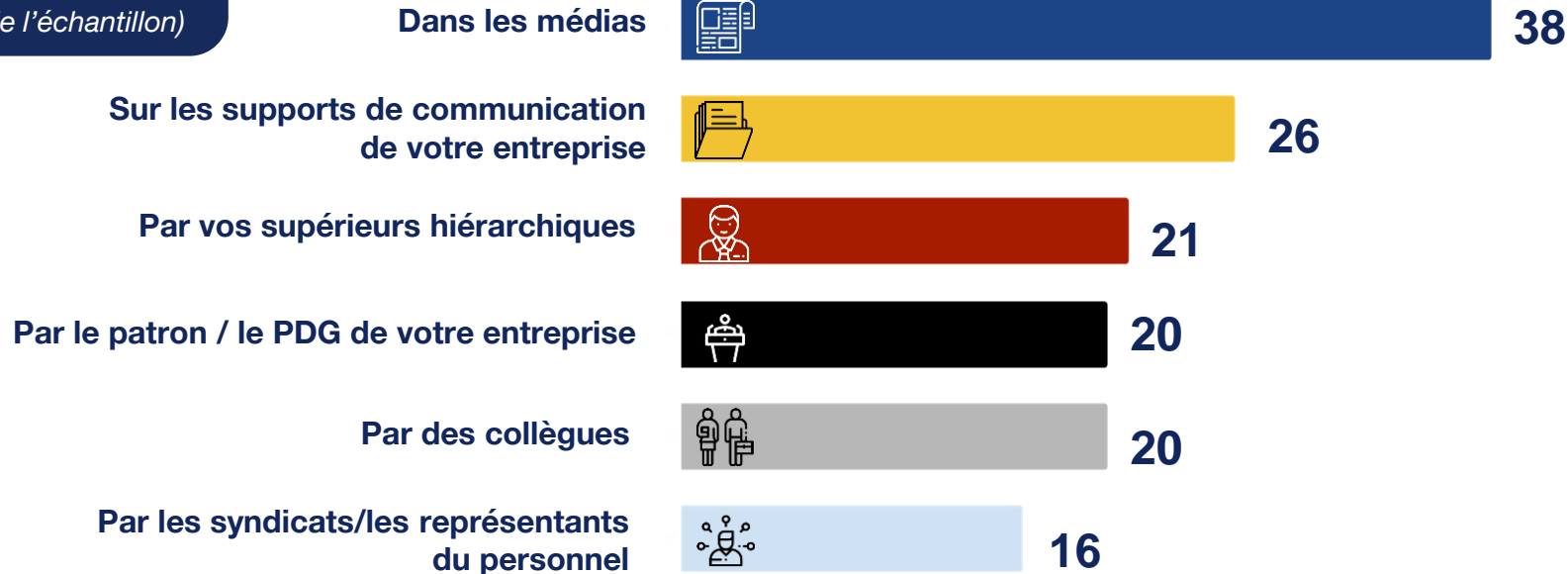
TOTAL RAREMENT / JAMAIS 



# Le bénéfice de la visibilité médiatique

**Et lorsque vous en avez  
entendu parler, c'était...**

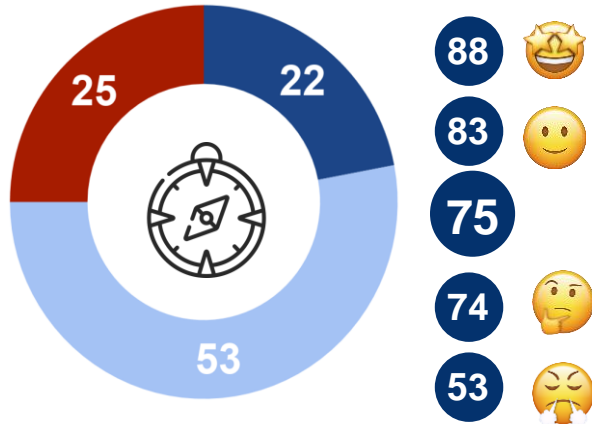
*(A ceux qui ont entendu  
parler de la raison d'être,  
soit 59% de l'échantillon)*



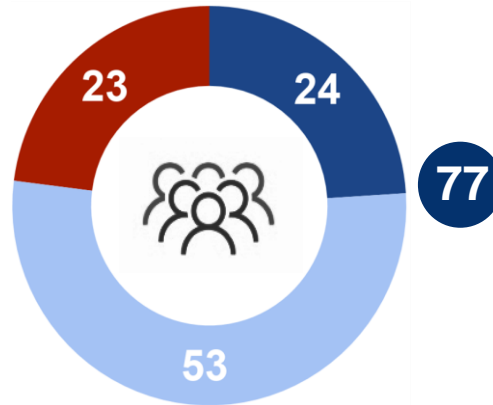


# La conscience “sociétale” des salariés révélée

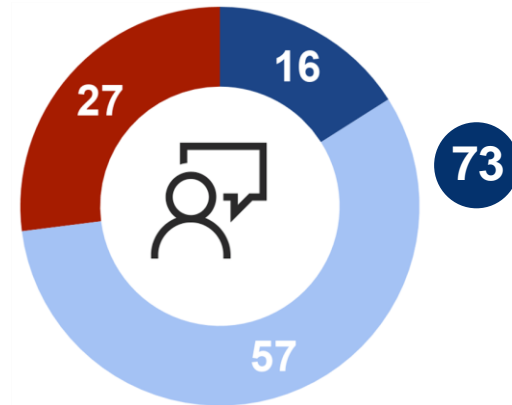
*Aujourd’hui, présenter la raison d’être de votre entreprise vous paraît-il...*



*Considérez-vous que votre entreprise, au-delà de son activité économique, joue un rôle au sein de la société...*

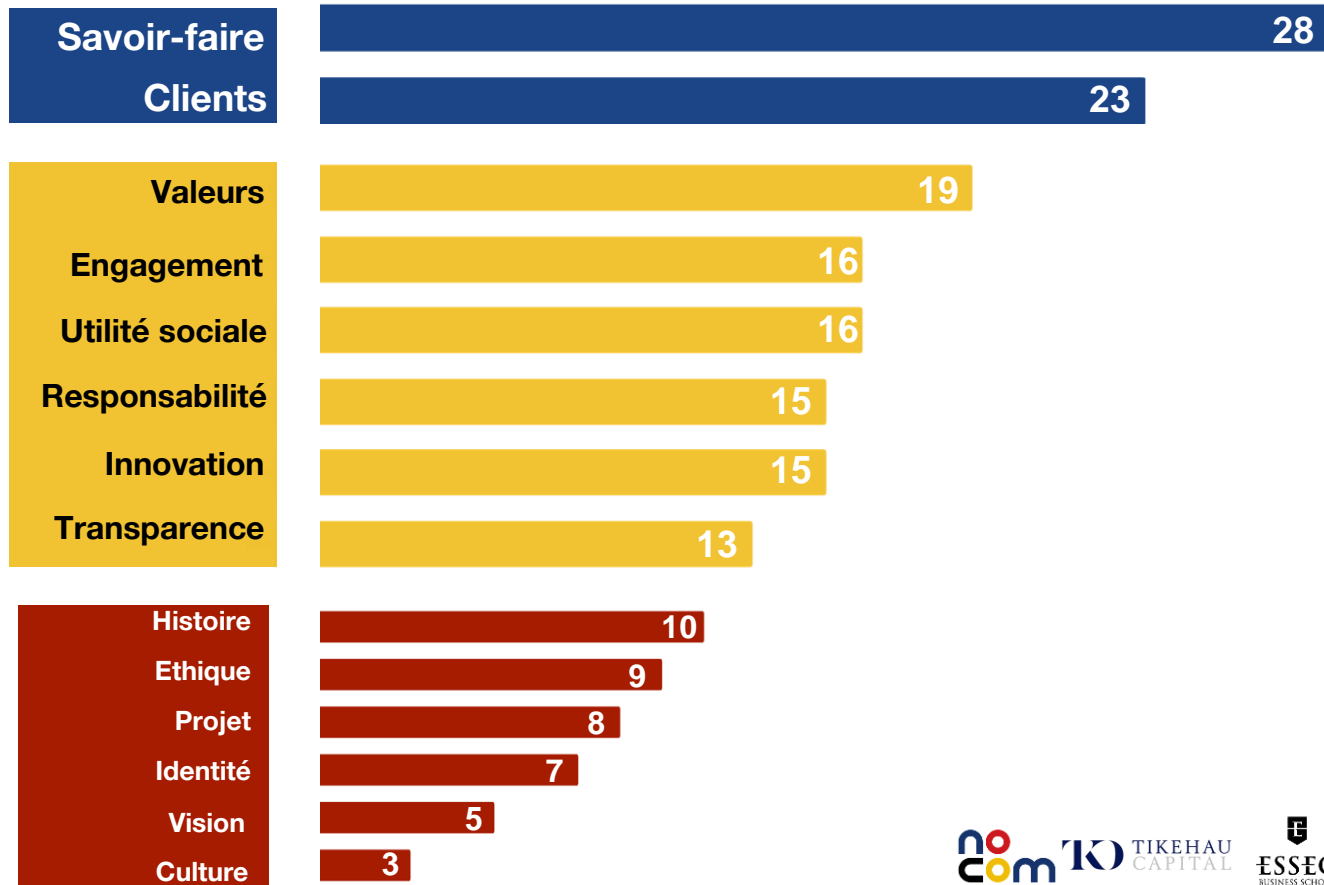


*Et en tant que salarié, diriez-vous que défendre ou promouvoir le rôle de votre entreprise vis-à-vis de la société est pour vous une responsabilité...*



# Le métier et les clients au coeur de la raison d'être

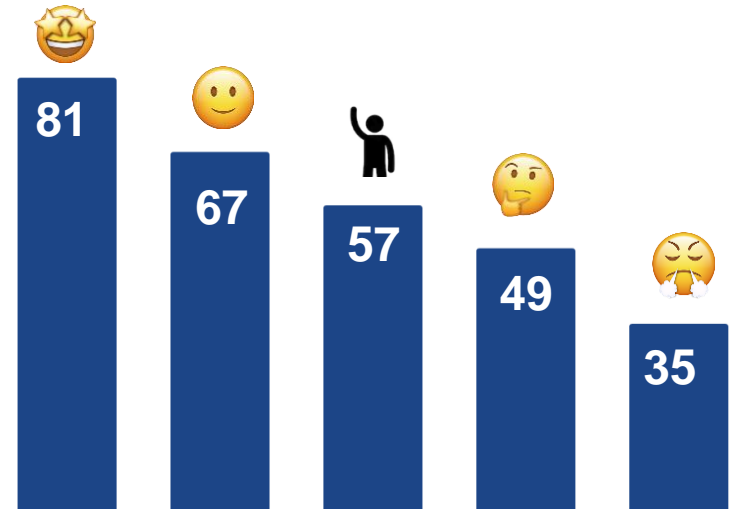
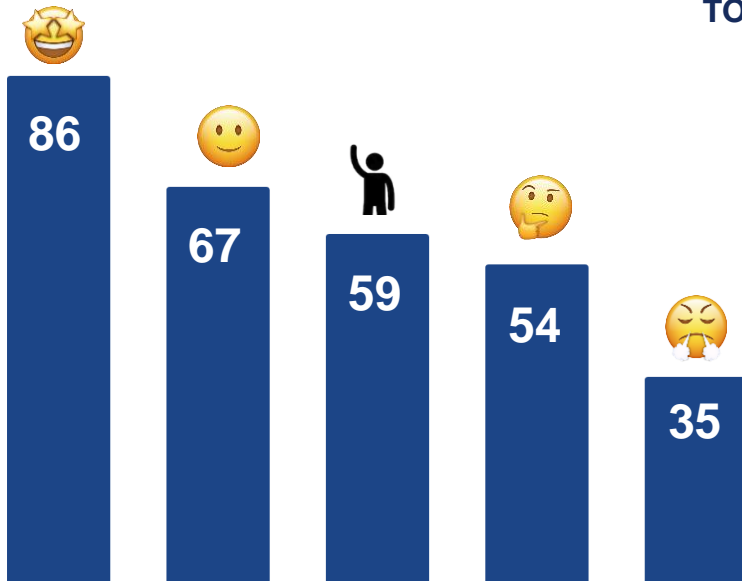
*Parmi la liste suivante, quels sont les mots qu'il vous paraîtrait le plus important d'évoquer si votre entreprise devait présenter sa raison d'être ? (2 réponses possibles, total des citations)*



# Des salariés disponibles pour apporter leur contribution

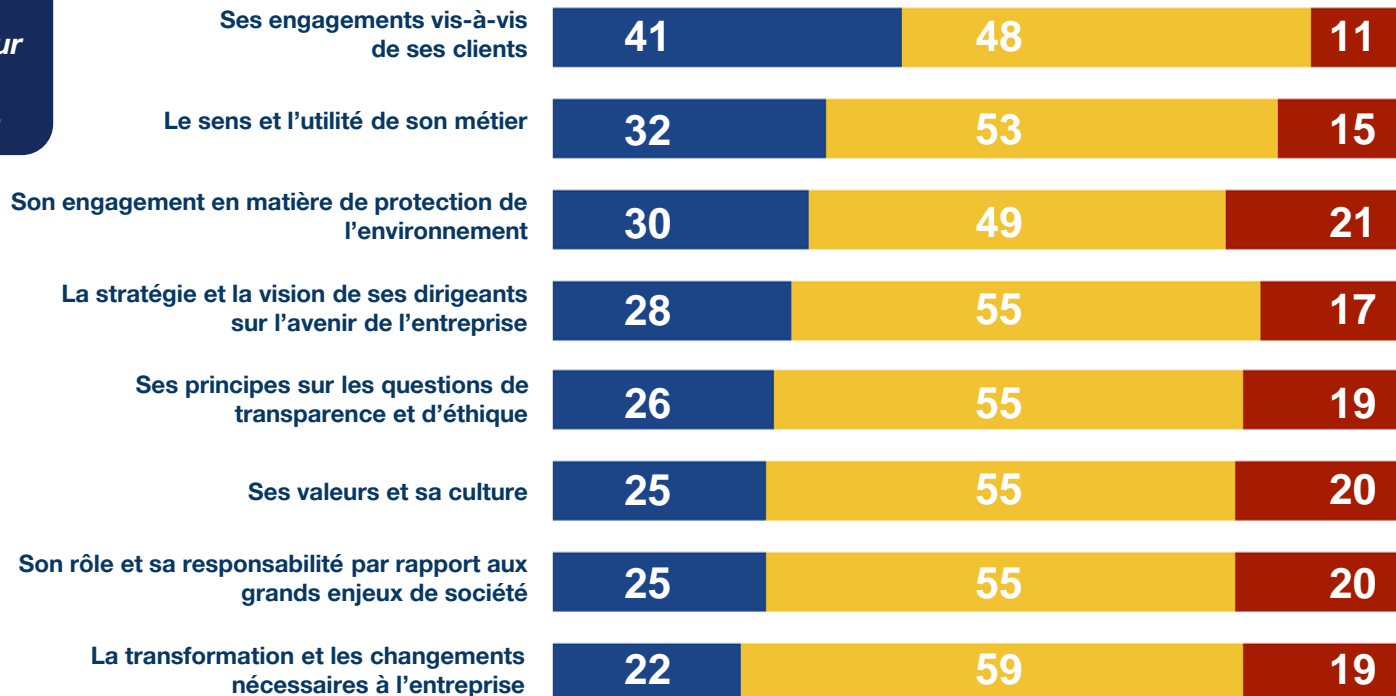
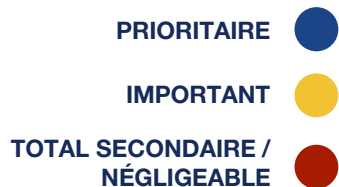
*Si votre entreprise s'engageait dans une réflexion pour définir sa raison d'être, seriez-vous intéressé à l'idée de pouvoir y contribuer personnellement ?*

*Et souhaiteriez-vous participer à d'éventuelles discussions ou réunions à ce sujet ?*



# La raison d'être, c'est d'abord un sujet "clients"...

*Si on devait définir la raison d'être de votre entreprise, pour chacun des sujets suivants, serait-ce pour vous un sujet...*



# ... destiné à accroître leur fidélité et à attirer de nouveaux talents.

*Si votre entreprise devait définir (ou a déjà défini) sa raison d'être, pensez-vous que, dans chacun des domaines suivants, ce serait (c'est)...*

TRÈS UTILE ●

PLUTÔT UTILE ●

TOTAL PLUTÔT INUTILE /  
TOUT À FAIT INUTILE ●

Pour augmenter la fidélité de ses clients et consommateurs

36

48

16

Pour attirer de nouveaux talents

30

54

16

Pour améliorer ses résultats et sa performance

27

54

19

Pour renforcer votre engagement

24

55

21

Pour rassurer et conforter ses actionnaires

19

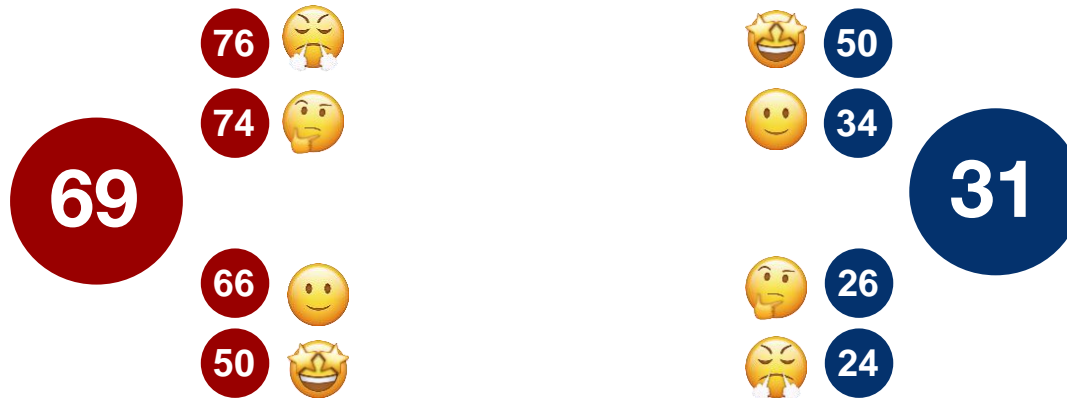
48

33

# L'enjeu majeur de la sincérité de la démarche

“Lorsqu’une entreprise formule sa raison d’être, c’est avant tout une opération de communication”

“Lorsqu’une entreprise formule sa raison d’être, c’est avant tout le reflet de convictions sincères”





no  
com

The logo for 'no com' features the word 'no' in blue with a red dot on the 'o', and 'com' in black with a yellow dot on the 'o'.

TIKEHAU  
CAPITAL

The logo for 'TIKEHAU CAPITAL' features a large, stylized 'T' in blue, followed by the words 'TIKEHAU' and 'CAPITAL' in a smaller, grey, serif font.

ESSEC  
BUSINESS SCHOOL

The logo for 'ESSEC BUSINESS SCHOOL' features the word 'ESSEC' in a large, black, serif font, with 'BUSINESS SCHOOL' in a smaller, black, serif font below it.

Les Echos

The logo for 'Les Echos' features the text 'Les Echos' in a black, serif font, with a red underline.