

Baromètre RSE HEG-Genève

État des pratiques RSE
dans les entreprises du canton de Genève
Edition 2024



h e g

Haute école de gestion
Genève

Hes·SO GENÈVE
Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale

Sommaire

Méthodologie	5
Faits marquants	6
Vers une gouvernance responsable ?	7
Les employés au cœur des préoccupations.....	18
Des pratiques environnementales en progression ?	24
Fournisseurs et consommateurs : quelles attentes ?	31
Peu de questionnement sur l'éthique des affaires et des freins à la RSE récurrents.....	35
Remerciements.....	39

Table des figures

Figure 1 - Nombre d'entreprises par chiffre d'affaires (72 entreprises)	5
Figure 2 - Répartition des entreprises de produits et services	5
Figure 3 – Taille des entreprises par équivalent temps plein	5
Figure 4 - Connaissance de la RSE	8
Figure 5 - Nuage de mot des concepts RSE	9
Figure 6 - Mis en place d'une démarche RSE	10
Figure 7 – Axes prioritaires des entreprises	10
Figure 8 – Détail des mesures prioritaires des entreprises	11
Figure 9 – Communication RSE pour les entreprises	14
Figure 10 – Démarche de labélisation des entreprises	14
Figure 11 - Identification des parties prenantes	15
Figure 12 - Identification des attentes des parties prenantes	16
Figure 13 - Collaborateurs alloués à la RSE dans les entreprises	17
Figure 14 - Connaissance des écarts de rémunération au sein de l'organisation	19
Figure 15 – Part de temps partiels parmi les employés	20
Figure 16 – Garantie de l'égalité salariale entre hommes et femmes	21
Figure 17 – Répartition des postes de cadre selon le genre	22
Figure 18 - Liste des 5 priorités en termes de conditions de travail	23
Figure 19 – Actions environnementales menées par les entreprises genevoises	25
Figure 20 – Méthodes de ciblage des actions environnementales	26
Figure 21 - Utilisation des énergies renouvelables	27
Figure 22 – Part d'énergie de sources renouvelables	27
Figure 23 - Liste de pratiques d'éco-conception	28
Figure 24 – Évaluation RSE des fournisseurs	32
Figure 25 – Évaluation de l'impact social et environnemental des fournisseurs selon le niveau de mise en place d'une démarche RSE	32
Figure 26 – Proportion des fournisseurs identifiés comme durables	33
Figure 27 – Présence de fournisseurs durables parmi les entreprises au chiffre d'affaires > 200 millions CHF	33
Figure 28 – Demande des consommateurs en termes de durabilité	34
Figure 29 - Liste des 5 freins les plus mentionnés	36

Édito

Vous avez entre vos mains la 4ème édition du Baromètre RSE de la HEG-Genève. Ce rapport est le fruit et appartient aux étudiant.es de l'Orientation Management durable de la filière Economie d'entreprise de l'école. Au-delà de l'intérêt que l'on peut porter à son contenu, ce travail illustre l'approche pédagogique que l'on souhaite mettre en œuvre dans notre programme d'études : assurer une transition et une intégration de nos étudiant.es dans le monde professionnel. Dans ce contexte, quoi de mieux que d'aller directement au dialogue avec nos entreprises genevoises et de discuter directement avec elles de leurs problématiques ? Sans confrontation à la réalité, il n'y a pas de compétence. Cela fait partie de notre projet, de notre ambition et de notre contribution à davantage de durabilité dans les organisations.

Après une pause en 2023 avec une étude qui concernaient les comportements des consommateurs en termes de durabilité, le Baromètre RSE de cette année revient sur une collecte d'informations associées au niveau de prise en compte des enjeux de durabilité au sein des entreprises. C'est un sujet sensible, que les étudiant.es abordent de manière rigoureuse, mais ce Baromètre RSE représente une information essentielle pour avoir des données fiables et aller au-delà de la seule impression ou perception personnelle que l'on peut avoir du sujet. La HEG-Genève est particulièrement impliquée sur les questions de durabilité, que ce soit dans ses pratiques internes, dans ses formations de Bachelor (intégration de la durabilité dans les cursus ; parcours spécifiques sur la durabilité tels que l'Orientation Management durable de la filière Economie d'entreprise) ou dans ses formations continues (tels que CAS Sustainable finance ; DAS Management durable, DAS systèmes de gouvernance responsable, MAS Executive Sustainability Management). Comme il y a très peu de données factuelles sur la maturité RSE des entreprises, il est donc apparu tout naturellement de travailler à créer nos propres données sur ce sujet. C'est maintenant chose faite, et même avec le recul de plusieurs années.

Un grand bravo à ces 13 étudiantes et étudiants qui ont piloté et réalisé ce projet dans un délai particulièrement restreint et aux enseignantes et enseignants qui les ont accompagné.es.



Andrea Baranzini
Directeur
HEG-Genève



François Sibille
Maître d'enseignement HES
HEG-Genève

Méthodologie

Dans le cadre de leur dernière année à la Haute École de Gestion de Genève, 13 étudiants de l'Orientation management durable, filière Économie d'entreprise ont réalisé un baromètre RSE pour évaluer les tendances en matière de responsabilité sociétale des entreprises dans le canton de Genève. Ce projet a débuté le 19 février 2024 et s'est terminé début juin. Il a été réalisé à l'aide d'entretiens qualitatifs ainsi que des questionnaires quantitatifs.

Le questionnaire quantitatif a été partagé via différents canaux de communications de nos partenaires lors du mois d'avril 2024. Tout d'abord, via la newsletter hebdomadaire de la CCIG à deux reprises, ensuite via LinkedIn par les banques Raiffeisen de Genève ainsi que la HEG-Genève. Cette première collecte a permis le recueil d'informations émanant de 23 entreprises genevoises. Concernant la composante qualitative de l'étude, les étudiants ont mené un total de 49 entretiens avec des entreprises genevoises. Ces entretiens ont été réalisés par vidéoconférence, par téléphone et en face à face au cours du mois d'avril.

Dans le but d'obtenir des entretiens qualitatifs d'entreprises les plus représentatifs possible du milieu entrepreneurial genevois, les étudiants ont entrepris une analyse approfondie de la démographie des entreprises genevoises, en analysant la répartition des entreprises selon le statut juridique, le secteur d'activité, la taille de l'entreprise en Équivalent Temps Plein (ETP) et la taille de l'entreprise en termes de chiffre d'affaires, selon les données de l'Office Cantonal de la Statistique (OCSTAT).

Ces résultats ont permis de cibler une typologie d'entreprises à contacter afin d'obtenir un échantillon aussi représentatif que possible du paysage entrepreneurial genevois. Bien qu'il n'ait pas toujours été possible d'obtenir des entretiens avec les organisations ciblées, nous estimons que ces derniers ont fournis des informations significatives et relativement représentatives du tissu économique genevois. Les informations récoltées via les volets quantitatifs et qualitatifs ont été additionnées afin d'obtenir un échantillon plus large et davantage de données chiffrées.

Le présent baromètre fait parfois l'objet de comparatif avec deux études, qui sont les deux

premières éditions du Baromètre RSE réalisés par des étudiants de la HEG-Genève en 2021 et en 2022, dont le périmètre géographique couvrait la Suisse romande, avec un fort centrage sur les cantons de Genève et Vaud :

« Baromètre RSE HEG-Genève – Edition 2021 », publié en juin 2021 dans le cadre de l'option secondaire « Projet Disruptif ».

« Baromètre RSE HEG-Genève – Edition 2022 », publié en juin 2022 dans le cadre de l'option secondaire « Projet disruptif ».

Figure 1 - Nombre d'entreprises par chiffre d'affaires (72 entreprises)

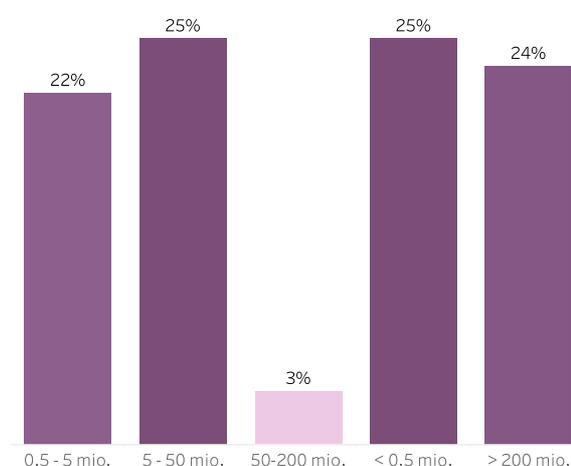


Figure 2 - Répartition des entreprises de produits et services

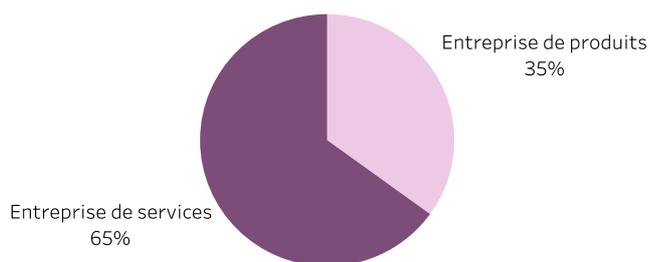
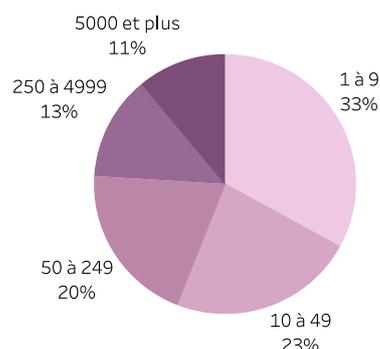


Figure 3 – Taille des entreprises par équivalent temps plein



Faits marquants



L'absence de stratégie RSE, un danger globalement perçu



Une utilisation accrue des énergies renouvelables



L'intérêt pour le contenu du travail et la formation, les priorités RH



Les achats responsables, une pratique étendue et très largement intégrée par les plus grosses entreprises



Des collaborateurs dédiés à la RSE émergent dans de nombreuses entreprises



L'éthique des affaires, un sujet encore sous-estimé



Le manque de temps, de budget et plus largement de compétence, des freins à la RSE qui persistent



Les subventions et financement, besoins phares des entreprises

Vers une gouvernance responsable ?



Dans un monde où la transparence et l'éthique des affaires sont devenues incontournables, la gouvernance d'entreprise joue un rôle essentiel dans l'intégration des principes de responsabilité sociale. Assurer que les entreprises opèrent selon des normes éthiques élevées est crucial pour garantir la confiance des parties prenantes, tout en respectant également les limites de la loi. Aligner les intérêts des dirigeants et des actionnaires ou propriétaires avec ceux des autres parties prenantes, incluant employés, clients, et la société dans son ensemble est permis par une bonne gouvernance. Elle soutient aussi une gestion transparente et responsable, qui est cruciale pour le développement durable des entreprises et leur capacité à innover tout en préservant l'intérêt général. Un engagement en faveur d'une gouvernance exemplaire est essentiel pour toute organisation qui vise à avoir un impact sur le long terme.

Une connaissance étendue de la RSE

66

Connaissez-vous la RSE ?

99



Le sondage révèle qu'une majorité des entreprises interrogées possèdent une bonne connaissance de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE). Selon les résultats, **55%** des sondés évaluent leur niveau de maîtrise du sujet à 4 ou 5 sur une échelle de 1 à 5 (1 = pas de connaissance du tout et 5 = Expert).

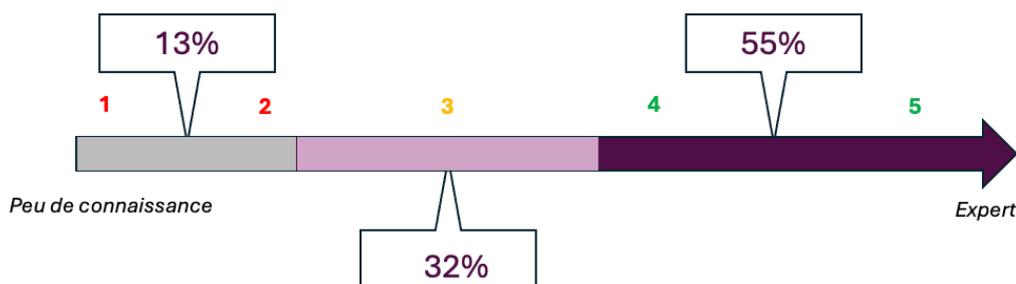


Figure 4 - Connaissance de la RSE

66

En quelques mots, que signifie la RSE pour vous ?

99

À l'inverse, seule **1 entreprise sur 10 estime** avoir une connaissance faible ou très faible de la RSE. Un tiers des répondants se situent à un niveau intermédiaire avec une note de 3 sur 5. Au total, ce sont donc **près de 9 entreprises sur 10 qui déclarent avoir au moins une connaissance moyenne des enjeux et pratiques liés à la RSE**, chiffre

aligné avec le Baromètre RSE HEG-Genève – Edition 2022 qui mentionnait que 90% des répondants

Ces résultats soulignent la diversité des approches adoptées par les entreprises en matière de durabilité et mettent en lumière les défis persistants dans la promotion d'une culture d'entreprise socialement responsable.

Plus spécifiquement, les grandes entreprises, celles avec un chiffre d'affaires supérieur à 200 millions et employant entre 50 et 249 personnes, ont **majoritairement intégré une démarche RSE de manière formelle**. Les entreprises de plus petite taille, avec un chiffre d'affaires compris entre 500'000 et 5 millions, et un effectif de 1 à 9 collaborateurs, tendent à adopter une approche RSE de manière plus informelle.

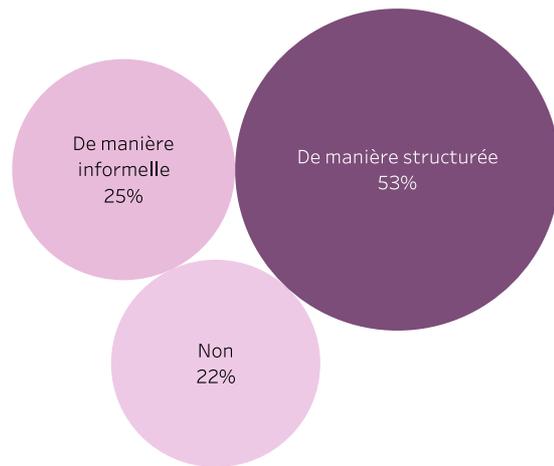
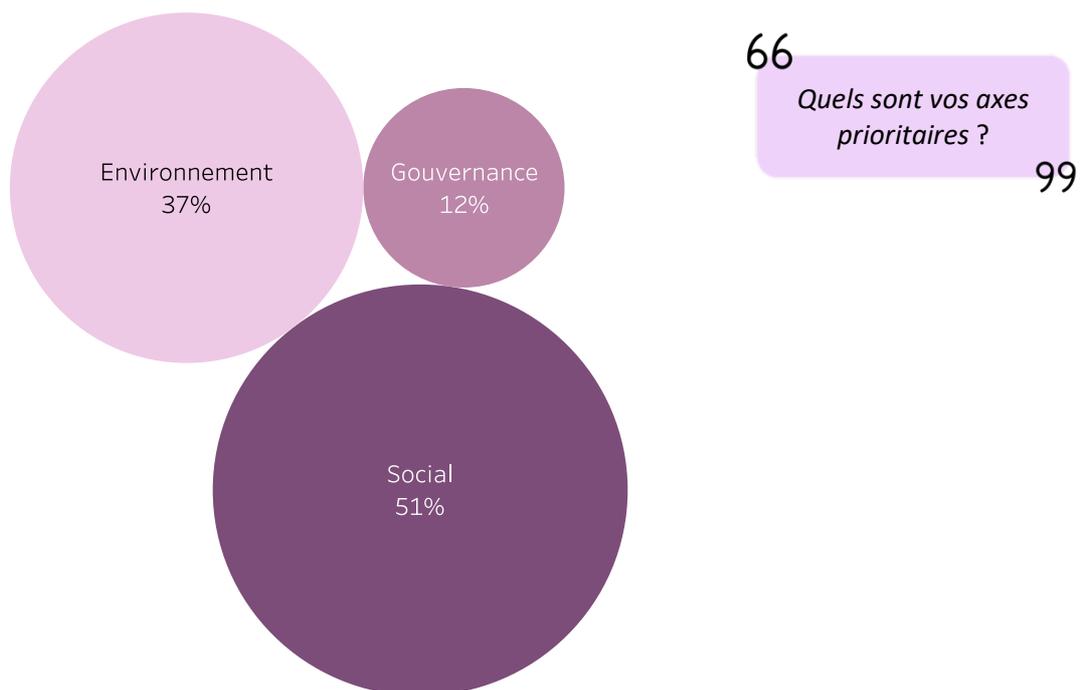


Figure 6 - Mis en place d'une démarche RSE

Le social, axe prioritaire de la manière d'appréhender les enjeux qui relèvent de la RSE

Figure 7 – Axes prioritaires des entreprises

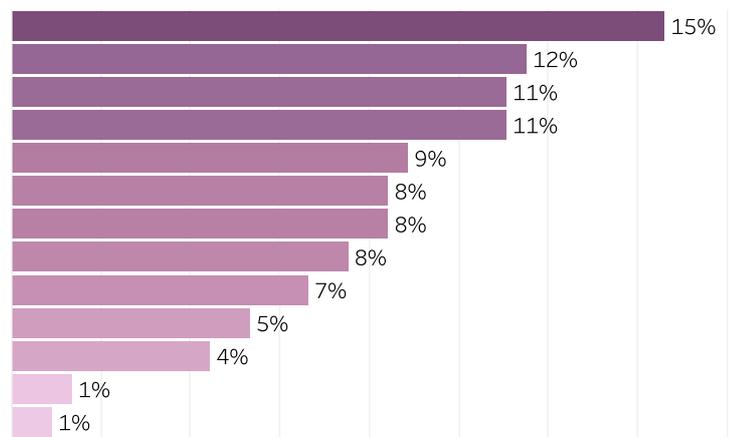


Dans la démarche de responsabilité sociétale des entreprises (RSE), on constate clairement une prédominance accordée aux aspects sociaux lorsqu'on analyse les axes prioritaires. Selon les données illustrées dans le diagramme ci-inclus, plus de la moitié (**51%**) des projets RSE se focalisent sur les enjeux sociaux. Cela met donc en évidence l'importance que les entreprises accordent à améliorer les conditions de travail, promouvoir la diversité. Les initiatives liées à l'environnement comptent pour **37%**, ce qui témoigne d'une préoccupation grandissante quant aux impacts environnementaux. Finalement, les aspects de gouvernance sont considérés comme essentiels pour garantir la transparence et l'éthique des pratiques d'entreprise, bien qu'ils soient moins prioritaires avec

seulement **12%** de reconnaissance. Cela met en évidence comment les entreprises s'engagent à prendre des mesures globales en intégrant des préoccupations sociales, environnementales et de gouvernance dans leur stratégie RSE. Cependant, cela ne signifie pas que les entreprises ne prennent pas en compte les trois axes à la fois. En effet, certaines d'entre elles veillent à combiner les trois piliers de la durabilité. Voici un témoignage illustrant cela :

"Nous accordons une grande importance à une gouvernance d'entreprise solide et transparente. Cela inclut la mise en place de structures de gouvernance efficaces, la définition de politiques et de procédures claires, ainsi que le respect des normes éthiques et de conformité réglementaire. En assurant une gouvernance d'entreprise robuste, nous nous assurons que nos décisions sont prises de manière responsable et dans l'intérêt de toutes nos parties prenantes. La santé et la sécurité de nos employés sont notre priorité absolue."

Figure 8 – Détail des mesures prioritaires des entreprises



Ce graphique met en avant les mesures que les entreprises jugent comme étant prioritaires.

Le bien-être des employés arrive en première position avec le plus grand nombre de réponses, ce qui témoigne d'une préoccupation importante des entreprises pour la qualité de vie et la satisfaction de leurs employés. Ensuite, il y a des priorités telles que **la santé et sécurité au travail** et **la gouvernance d'entreprise et transparence**, montrant une attention particulière aux conditions de travail et à la transparence organisationnelle. Les entreprises montrent un engagement envers la durabilité environnementale et l'inclusion sociale à travers d'autres priorités significatives telles que **la réduction de l'empreinte carbone**, la Diversité et inclusion et l'Égalité des genres. Une préoccupation pour les pratiques écologiques est soulignée par la présence des axes Mobilité, Énergies renouvelables et Fabrications durables. Enfin, bien que le nombre de réponses soit moindre, des mesures telles que les programmes de bénévoles des employés et le Devoir de vigilance restent des priorités identifiées par les entreprises.



Des indicateurs RSE de plus en plus utilisés dans les entreprises

De plus en plus d'entreprises utilisent des indicateurs pour évaluer leurs performances en matière de responsabilité sociale et environnementale. Ces indicateurs offrent une meilleure visibilité sur les progrès réalisés et permettent d'évaluer l'impact des actions entreprises, facilitant ainsi le suivi et identifiant les domaines nécessitant des améliorations.

Par ailleurs, selon notre sondage, **60%** des entreprises interrogées **disent avoir mis en place des indicateurs pour évaluer les aspects sociaux et environnementaux**. Parmi les interrogées, une répartition égale est observée pour celles ayant uniquement des indicateurs sociaux ou environnementaux. Cette répartition peut être due à la nature spécifique des activités de l'entreprise, qui peut être plus ou moins directement liée à ces aspects. En revanche, moins de 10% n'ont pas établi d'indicateurs pour évaluer ces aspects. Enfin, **20%** des entreprises indiquent être en train de mettre en place de tels indicateurs. Si on compare ces chiffres au Baromètre RSE HEG-Genève – Edition 2021, nous constatons une légère progression dans la mise en place d'indicateurs RSE dans les entreprises. En effet, c'était un peu plus de la moitié des répondants qui avait adopté cette pratique contre 60% cette année.

66 *Votre organisation a-t-elle mis en place des indicateurs pour mesurer les aspects sociaux et environnementaux*

99

L'absence de stratégie RSE, un danger globalement perçu



66

L'absence de stratégie RSE peut-elle nuire au développement d'une organisation au vu de la tendance actuelle pour la durabilité ?

99

Ne pas avoir de stratégie RSE peut entraver le développement d'une organisation, surtout avec l'importance croissante de la durabilité. Comme lors de la dernière édition (Baromètre RSE HEG Genève – Edition 2022), **80% des organisations ont répondu positivement** à cette question. Plusieurs ont mentionné les conséquences suivantes de l'absence de stratégie : **mauvaise réputation, non-respect des normes, pénalités financières sous forme de taxes, décalage avec la réalité** pouvant porter préjudice à long terme, ainsi que la **perte de talents** qui ne se sentent pas en accord avec les valeurs de l'entreprise. Voici une des réponses synthétisant la majorité des témoignages :

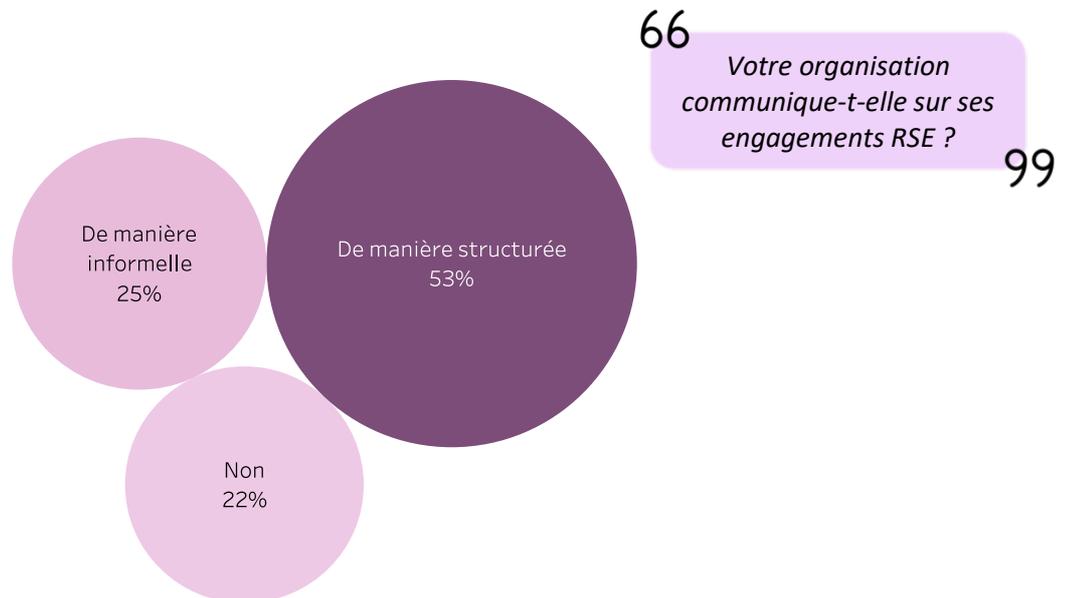
"L'absence d'une stratégie RSE peut certainement entraver le développement d'une organisation, surtout à l'heure actuelle où la durabilité est devenue une priorité croissante. Sans une approche stratégique en matière de responsabilité sociale et environnementale, une entreprise risque de perdre la confiance de ses parties prenantes, de manquer des opportunités d'innovation et de croissance, et de faire face à des risques accrus liés à la réputation et à la conformité réglementaire."

Bien que le pourcentage soit relativement faible, il reste des entreprises pour lesquelles cela ne pose pas de problème et cela dépend principalement du secteur d'activité de l'entreprise. Cette divergence d'opinion souligne l'importance de sensibiliser davantage sur les enjeux et les bénéfices d'une stratégie claire pour toutes les entreprises, quel que soit leur domaine d'activité.

Sans stratégie RSE, les employés peuvent perdre motivation et engagement, ne se sentant pas impliqués dans des actions durables. Une entreprise sans politique RSE risque de manquer de crédibilité et de ne pas être perçue comme un acteur responsable par ses clients et partenaires. Cette absence de stratégie peut créer un décalage par rapport au marché, où la majorité des entreprises adoptent des pratiques durables. Les consommateurs et partenaires, de plus en plus sensibles aux questions de durabilité, peuvent voir cette absence de manière négative. En résumé, sans stratégie RSE, une organisation peut compromettre son développement, sa compétitivité et son attractivité

La communication RSE dans les entreprises : Un engagement souvent informel et dispersé

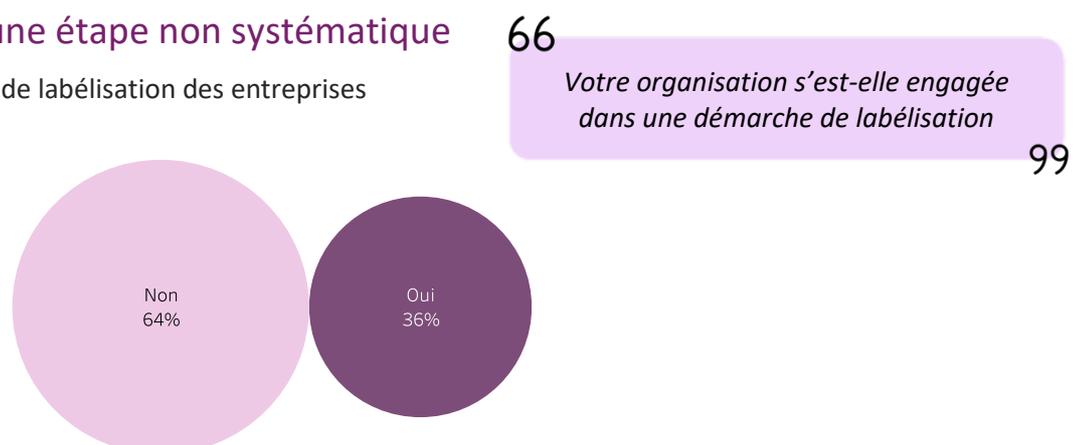
Figure 9 – Communication RSE pour les entreprises



Environ **78%** des entreprises **communiquent sur leur engagement en matière de RSE** que ce soit de **manière informelle ou structurée**. Environ **1/4** des entreprises interrogées déclarent le faire de manière informelle, par exemple à l'interne en informant leurs collaborateurs de leur démarche RSE. Une caractéristique commune est la communication via le site internet de l'entreprise. Concernant les entreprises qui ne communiquent pas sur leurs engagements, plus de 85% d'entre elles n'ont pas de collaborateur dédié à la RSE, ce qui entrave leur capacité à formaliser et diffuser efficacement leurs initiatives en la matière. Cette lacune empêche également de développer une stratégie de communication cohérente et visible pour les parties prenantes externes, réduisant ainsi l'impact positif potentiel des actions RSE sur la réputation de l'entreprise.

La labélisation, une étape non systématique

Figure 10 – Démarche de labélisation des entreprises



64% des entreprises de notre panel **ne sont actuellement pas engagées** dans une démarche de labélisation.

Parmi ces dernières, certaines ont exprimées des réserves quant aux **coûts financiers et temporels**. D'autres ont mentionnées qu'elles envisageaient peut-être une labélisation à l'avenir. Certaines ont également souligné un **manque d'informations claires** sur les différentes certifications disponibles.

Parmi les organisations qui sont engagées dans de telles démarches, les certifications les plus couramment citées incluent **ISO 14001, B Corp et ISO 45001**. D'autres labels plus spécifiques, adaptés aux secteurs d'activité ou aux régions comme GRTA, Eco-mobile, Equal-Salary, Swiss Olympic, ou encore Lucie, sont également évoqués. L'incertitude ou le manque de connaissance exprimé par certains répondants pourrait refléter un besoin de communication et de formation accrue au sein des organisations sur la labellisation en RSE. Il est à noter que certains répondants ont mentionné des certifications ou des engagements qui ne sont pas nécessairement des labels formels, tels que Great Place to Work ou les principes de la Gestion Responsable.

La prise en compte des parties prenantes, facteur clé de succès de toute démarche RSE

66

Avez-vous identifié vos parties prenantes ?

99

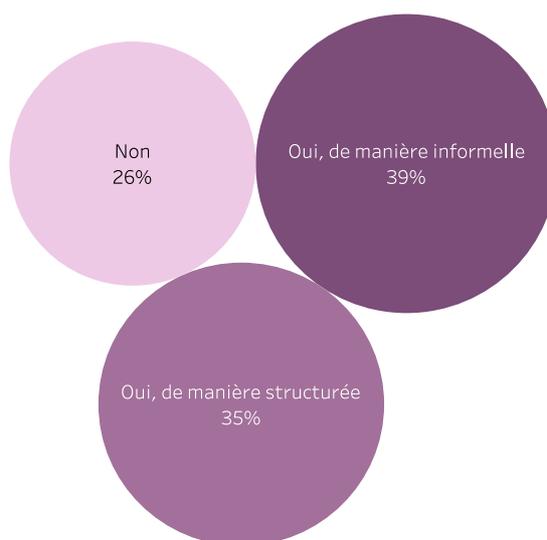


Figure 11 - Identification des parties prenantes

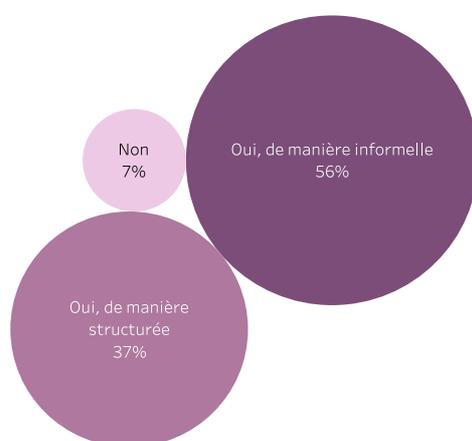
Un peu **moins de la moitié** des entreprises a opté pour une **identification informelle** de leurs parties prenantes. Cette méthode peut être avantageuse pour sa flexibilité, permettant une adaptation rapide aux changements sans la rigidité des processus formels. Cependant, bien que cette approche puisse fonctionner pour des entreprises avec des structures moins complexes ou dans des industries moins réglementées, elle présente des risques significatifs. L'absence de formalisme peut entraîner des lacunes dans la communication et la documentation, rendant difficile la traçabilité des engagements et la mesure de l'impact des interactions avec les parties prenantes.

La proportion des entreprises qui ont adopté une **approche structurée** pour identifier leurs parties prenantes montre un engagement sérieux vers une gestion rigoureuse et systématique. Cette approche implique généralement des procédures formelles de documentation, des critères clairs pour la sélection des parties prenantes, et des processus réguliers de révision et de communication. Une telle méthode favorise une meilleure compréhension des attentes et des responsabilités mutuelles,

contribuant à des relations plus stables et prévisibles. Elle permet également un meilleur alignement avec les normes de compliance et de gouvernance, essentielles pour les entreprises opérant dans des secteurs hautement réglementés

Près d'**1/4** des répondants affirment **ne pas identifier leurs parties prenantes**. Cette lacune peut augmenter le risque de conflits, de malentendus, ou de crises qui pourraient nuire à la réputation de l'entreprise. De plus, sans une identification claire et définie des parties prenantes, les entreprises peuvent manquer de vigilance envers les impacts environnementaux, sociaux et économiques de leurs actions. Cette lacune peut non seulement affaiblir leurs stratégies de développement durable, mais aussi réduire leur attractivité auprès des investisseurs responsables et conscients des enjeux RSE. Il est crucial pour ces entreprises de reconnaître l'importance de comprendre et d'intégrer les attentes de leurs parties prenantes afin de sécuriser leur croissance future et leur viabilité à long terme

Figure 12 - Identification des attentes des parties prenantes



Les résultats montrent **qu'une grande majorité des répondants ont identifié les attentes de leurs parties prenantes**, illustrant une prise de conscience générale de l'importance de comprendre ces besoins. Parmi ceux-ci, **37%** ont adopté une **approche structurée**, indiquant un niveau élevé de formalisme et de systématisation dans leur processus d'identification. Cela suggère que ces entreprises mettent en place des mécanismes clairs et des procédures formelles pour assurer une communication efficace et un engagement continu avec leurs parties prenantes.

En revanche, **56%** des répondants ont choisi d'identifier les attentes des parties prenantes de **manière informelle**. Cette majorité indique une préférence pour des méthodes moins rigides, qui peuvent offrir plus de flexibilité mais pourraient également manquer de la consistance nécessaire pour capturer et répondre efficacement à toutes les attentes pertinentes.

Cependant, il est notable que **7%** des entreprises **n'ont pas identifié les attentes de leurs parties prenantes**. Cette absence d'identification risque de limiter significativement la capacité de l'entreprise à les engager de manière proactive, ce qui pourrait conduire à des conflits, des malentendus, ou des crises de réputation. À long terme, cela pourrait compromettre la durabilité et la croissance de l'entreprise, ainsi que sa capacité à attirer des investissements responsables.

Selon notre sondage, les principaux canaux de communication utilisés par les entreprises pour interagir avec leurs parties prenantes sont les suivants :



66

De quelle manière (canaux de communication) dialoguez-vous avec vos parties prenantes ?

99

Des réunions régulières, mentionnées souvent comme une méthode clé de communication, ainsi que des **sondages**, des **rapports de durabilité**, divers **ateliers** mais également les **réseaux sociaux**. Ces pratiques favorisent non seulement une compréhension mutuelle mais aussi encouragent l'adoption de principes éthiques et renforcent l'engagement des parties prenantes. Elles sont, par conséquent, fondamentales pour le succès à long terme de toute entreprise cherchant à maintenir une bonne gouvernance et un respect strict des normes éthiques. Ensemble, ces canaux constituent une stratégie de communication globale et intégrée, indispensable pour une gestion efficace des relations avec les parties prenantes.

Des collaborateurs dédiés à la RSE émergent dans de nombreuses entreprises

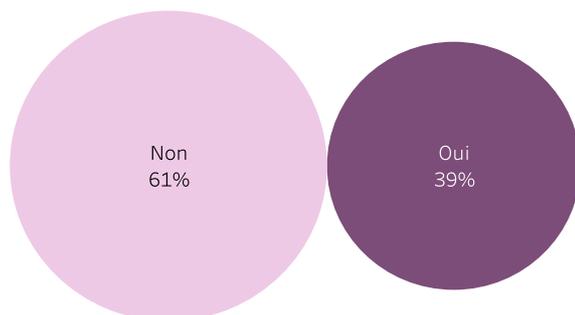
Les données montrent que **39%** des organisations ont effectivement un employé consacré à la RSE, au moins à temps partiel, tandis que **61% n'en ont pas**. Ce constat suggère une tendance vers l'adoption de pratiques de RSE formelles, avec une majorité d'organisations reconnaissant l'importance d'investir dans des ressources humaines dédiées pour gérer et promouvoir leurs initiatives en matière de responsabilité sociale et environnementale. Cette répartition met en évidence le rôle croissant que joue la RSE dans les stratégies d'entreprise modernes, surtout parmi celles qui sont potentiellement plus grandes ou plus impliquées dans des activités ayant un impact environnemental ou social significatif.

66

Votre organisation a-t-elle un collaborateur consacré à la RSE ?

99

Figure 13 - Collaborateurs alloués à la RSE dans les entreprises



Les employés au cœur des préoccupations



Les employés sont au cœur de toute organisation et ont un impact prépondérant sur sa réussite. Dans le cadre de la responsabilité sociale des entreprises, il est crucial de valoriser et prendre soin de ses employés, ce n'est pas seulement une question éthique mais aussi une stratégie commerciale essentielle. En adoptant des pratiques de travail justes et en s'engageant à créer un environnement inclusif et de soutien, les entreprises attirent les jeunes talents limite le turnover et peuvent sensiblement améliorer leur productivité, leur innovation et leur compétitivité. Le bien-être des employés est étroitement lié à leur niveau d'engagement et de motivation, ce qui influence la qualité de leur travail ainsi que la satisfaction des clients et les performances globales de l'entreprise. Il est donc crucial pour tout employeur soucieux de sa responsabilité sociale d'investir dans les ressources humaines.

Les écarts de rémunération, un sujet encore tabou dans les entreprises.



66

Avez-vous une idée des écarts de rémunération au sein de votre organisation et quel ordre sont-ils ?

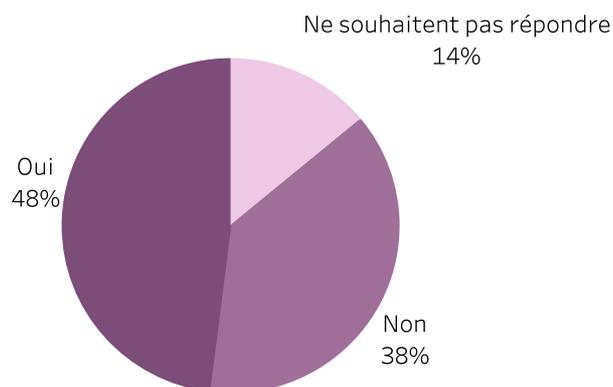
99

Près de la moitié des répondants ont une idée des écarts entre le salaire le plus élevé et le salaire le plus faible au sein de leur organisation, ce qui suggère une certaine transparence ou discussion sur le sujet. Cependant, un nombre non négligeable ne sait pas ou ne souhaite pas répondre, ce qui peut indiquer un manque

d'information ou de volonté de divulguer ces informations.

En ce qui concerne la taille des écarts de rémunération, les entreprises avec un chiffre d'affaires inférieur à 0,5 Million de CHF ont généralement des différences allant de 1 à 2. Les entreprises avec un chiffre d'affaires supérieur à 200 Millions de CHF signalent des écarts de rémunération maximaux plus diversifiés, allant de 1 à 10 voire au-delà. Ces résultats suggèrent qu'il pourrait exister une corrélation entre la taille de l'entreprise, mesurée par son chiffre d'affaires, et la magnitude des écarts de rémunération. Les entreprises plus importantes ont tendance à avoir des écarts de rémunération plus variés et potentiellement plus importants.

Figure 14 - Connaissance des écarts de rémunération au sein de l'organisation



Comment s'expliquent-ils ?

Les écarts de rémunération au sein des entreprises sont souvent attribuables à plusieurs critères clés, selon les réponses recueillies.

L'ancienneté dans l'entreprise est fréquemment mentionnée comme un élément déterminant, reflétant l'importance de la durée de service dans l'établissement des salaires. Les employés ayant une plus grande ancienneté sont souvent récompensés pour leur loyauté et leur expérience accumulée, ce qui se traduit par des salaires plus élevés.

Les différences de responsabilité jouent également un rôle significatif dans les écarts de rémunération. Les postes avec des niveaux de responsabilités plus élevés, impliquant des prises de

décision importantes, une gestion de projets complexes ou la supervision d'équipes, sont souvent mieux rémunérés. Cela reflète la reconnaissance par les entreprises de l'impact et de l'importance de ces rôles.

Par ailleurs, les résultats des **négociations salariales** constituent un facteur crucial. L'habileté à négocier peut entraîner des différences notables de rémunération entre les employés occupant des postes similaires. Ceux qui possèdent de meilleures compétences en négociation ou qui sont mieux préparés peuvent obtenir des salaires plus élevés. Cela met en évidence l'importance des compétences en négociation dans le processus de détermination des salaires.

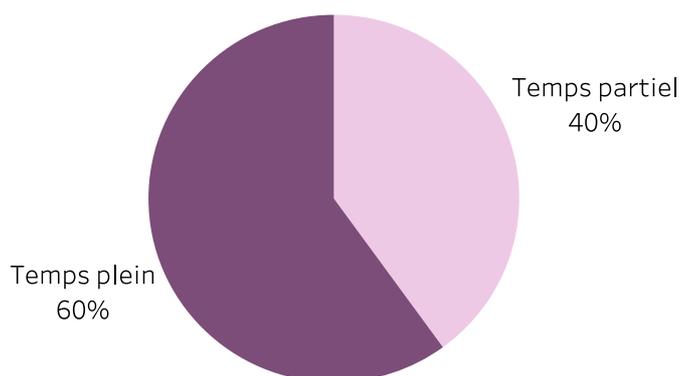
Enfin, le **niveau de formation et les compétences spécifiques** des employés sont perçus comme des influences majeures sur les écarts salariaux. Les employés ayant des qualifications avancées, des diplômes spécialisés ou des compétences techniques recherchées sont souvent mieux rémunérés. Cela souligne la valeur accordée aux qualifications académiques et professionnelles dans la détermination des salaires.

Le temps partiel, une pratique courante qui apporte de la flexibilité aux entreprises et un équilibre de vie aux salariés.

La proportion de temps partiels dans les organisations est environ de 40% en Équivalent Temps Plein (ETP). La mesure de la proportion de temps partiels est essentielle pour comprendre la composition de la main-d'œuvre et adapter les politiques de gestion des effectifs en conséquence. Cela permet également de répondre aux besoins spécifiques des employés à temps partiel en matière de planification du travail et de politiques RH.

Les réponses indiquent que la présence de temps partiels est souvent le résultat d'une combinaison des choix de l'organisation et des salariés, avec une attention particulière portée aux besoins de flexibilité opérationnelle et aux préférences personnelles des employés.

Figure 15 – Part de temps partiels parmi les employés



Reflète-t-il un choix de l'organisation ou des salariés ?

Ce qui est le cas, par exemple, dans une entreprise du secteur de la restauration dont voici le témoignage :

" La fluctuation de la demande et les horaires atypiques nécessitent une gestion flexible des temps de travail. Dans ce contexte, le travail à temps partiel permet aux employés, souvent des étudiants ou des parents de jeunes enfants, de concilier leurs engagements professionnels avec leurs responsabilités ou études personnelles. Ainsi, l'organisation peut ajuster ses besoins en personnel en fonction des pics d'activité tout en offrant des opportunités d'emploi à une partie de la population qui pourrait ne pas être disponible pour un emploi à temps plein. Cette pratique contribue à une gestion efficace du personnel tout en répondant aux attentes des employés pour une flexibilité qui soutient leur qualité de vie."

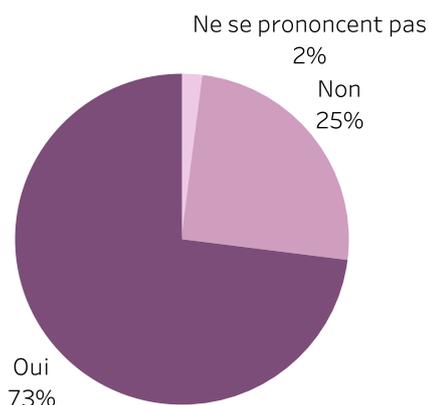
Garantir l'égalité salariale ? Un souhait pour la grande majorité des entreprises

Près des **3/4** des organisations **affirment garantir l'égalité salariale** entre hommes et femmes, grâce à des approches diverses.

Certains répondants affirment garantir l'égalité salariale en se concentrant sur des critères objectifs tels que l'expérience, les responsabilités ou les compétences plutôt que sur le genre. D'autres peuvent souligner des politiques spécifiques, telles que l'égalité de rémunération pour des postes équivalents ou des **certifications officielles d'égalité salariale**, comme "Fear and paid" ou "Equal Salary".

Ces certifications, souvent utilisées par des organisations de grande taille ou soucieuses de la transparence et de l'équité, sont des engagements formels envers l'égalité salariale. Elles impliquent généralement des évaluations externes et des processus de conformité pour garantir que les pratiques salariales de l'organisation respectent les normes d'égalité

Figure 16 – Garantie de l'égalité salariale entre hommes et femmes



66

Quelle est la proportion de femmes parmi les postes à responsabilité de votre organisation ?

99

cadres, bien que cela puisse varier considérablement d'une organisation à l'autre ainsi que d'un secteur d'activité à l'autre. La représentation des femmes dans des postes à responsabilité est un indicateur important de l'égalité des sexes et de l'avancement professionnel des femmes au sein d'une organisation. Il est essentiel que les organisations continuent de promouvoir la diversité et l'inclusion en encourageant la participation des femmes à tous les niveaux de l'entreprise.

Près de **45%** de femmes occupent des postes à responsabilité, chiffre similaire au Baromètre RSE HEG-Genève – Edition 2021. Cela suggère une certaine représentation des femmes dans les rôles de top management et

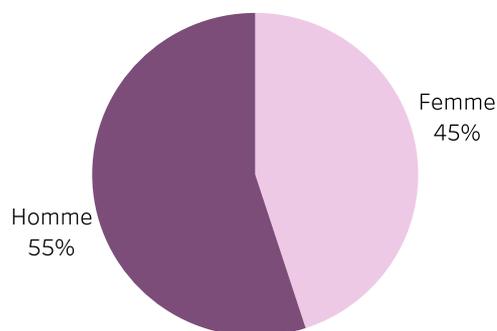


Figure 17 – Répartition des postes de cadre selon le genre

Des priorités variées en termes de conditions de travail

En questionnant les répondants sur les **aspects prioritaires des conditions de travail**, nous cherchons à comprendre quels sont les critères des salariés lorsqu'ils évaluent leur environnement professionnel. Cette démarche permet aux organisations de mieux cerner les attentes de leurs employés et d'adapter leurs politiques et pratiques en conséquence pour créer un environnement de travail propice à la productivité, à l'épanouissement personnel et à la satisfaction professionnelle.

En tête de liste, on trouve **l'intérêt pour le sujet ou le travail**, soulignant l'importance pour les employés de trouver leur travail engageant et stimulant. Viennent ensuite **la formation et les compétences**, qui mettent en évidence le besoin de développement professionnel continu et de perfectionnement des compétences.

Le respect de la vie privée et professionnelle occupe la troisième place, indiquant l'importance de l'équilibre entre vie personnelle et vie professionnelle pour le bien-être des employés. **L'ambiance au travail** est également citée comme un aspect clé, illustrant la nécessité d'un environnement de travail positif et collaboratif. Enfin, **la flexibilité des horaires** est mentionnée comme une priorité, reflétant le désir des employés pour des horaires de travail adaptables qui permettent une meilleure gestion du temps.

Nos constats montrent une légère évolution avec les priorités énoncées lors du Baromètre RSE HEG Genève – Edition 2021 qui mettait en avant le respect vie privée – professionnelle et l'ambiance, suivi de la flexibilité des horaires. L'intérêt pour le sujet et la formation qui viennent désormais en tête du palmarès peuvent laisser transparaître une plus grande variété des intérêts des salariés dans le domaine professionnel.

Ensemble, ces aspects montrent une vision holistique des conditions de travail, mettant en avant des éléments essentiels pour la satisfaction et le bien-être des employés.

66

En termes de conditions de travail, quels aspects vous semblent prioritaires ?

99



Figure 18 - Liste des 5 priorités en termes de conditions de travail



Des pratiques environnementales en progression ?



À une époque où l'urgence climatique est de plus en plus pressante, il est essentiel que les organisations de toutes tailles prennent leurs responsabilités et mettent en place des mesures concrètes pour réduire leur impact sur la planète. Cette partie explore différentes facettes de l'engagement environnemental des entreprises genevoises, de la stratégie globale jusqu'aux initiatives spécifiques en matière d'énergie renouvelable, d'éco-conception, de gestion des déchets et de réduction des émissions de gaz à effet de serre. Les réponses apportées nous donnent un aperçu intéressant du niveau de maturité et de l'ambition des démarches RSE au sein des entreprises interrogées.

66

Quelles sont vos actions en faveur de l'environnement ?

99

Des actions en faveur de l'environnement variées mais ciblées

Les données montrent une **forte convergence** vers certaines actions en faveur de l'environnement. Nous pouvons regrouper le top 4 de ces actions en deux catégories : celles qui permettent **de réduire les émissions liées aux transports** (politique de mobilité et télétravail), et celles qui visent à **diminuer l'empreinte écologique générale de l'entreprise** (zéro déchet et utilisation d'énergies renouvelables). Étant donné que le secteur des transports est le plus grand émetteur de CO2 en Suisse, les actions visant à réduire les déplacements professionnels et à encourager le télétravail sont particulièrement cruciales pour diminuer l'impact environnemental global.

Cette tendance est notamment mise en évidence par l'adoption significative du zéro déchet et des politiques de mobilité, soulignant une préoccupation grandissante pour la réduction des déchets et des émissions de carbone. Des initiatives éducatives sur le tri des déchets et l'encouragement du télétravail cohabitent avec des investissements dans des technologies vertes telles que les panneaux solaires et l'éclairage LED, témoignant de l'engagement des entreprises envers des pratiques plus durables.

En somme, ces actions démontrent **une évolution vers des pratiques commerciales plus respectueuses de l'environnement**, où la prise de conscience écologique se traduit par des mesures concrètes visant à réduire l'impact environnemental tout en favorisant la croissance économique responsable.



Figure 19 – Actions environnementales menées par les entreprises genevoises

Des actions ciblées principalement de manière spontanée

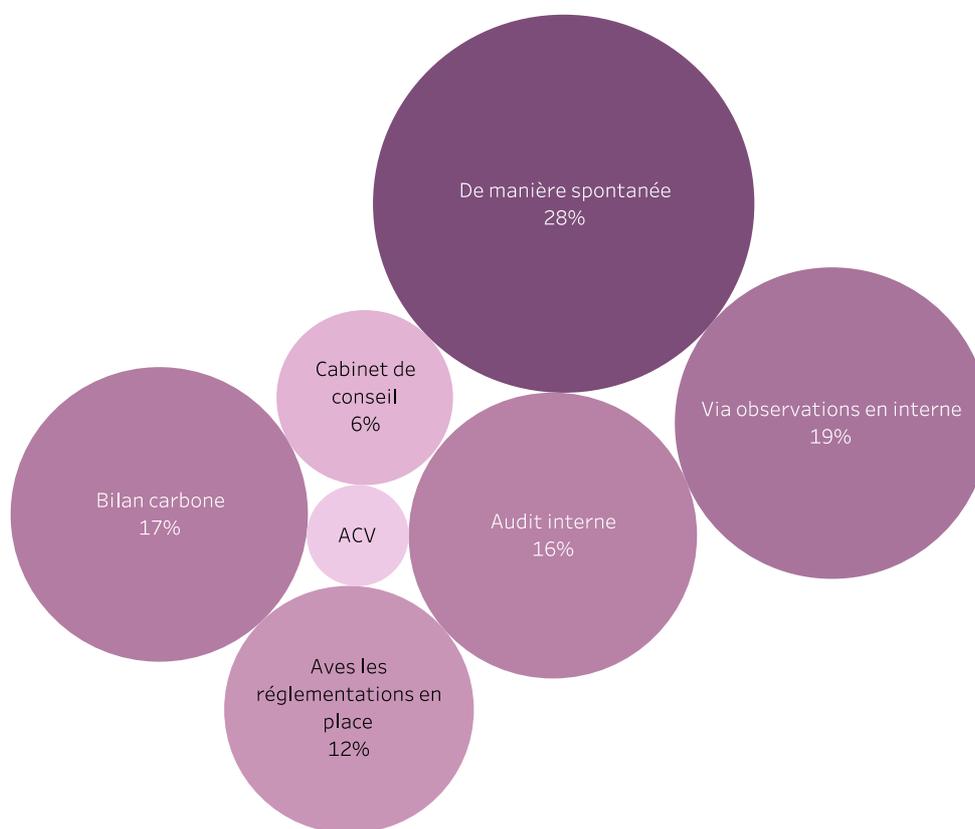
66

Comment avez-vous ciblé vos actions en faveur de l'environnement ?

99

De nombreuses actions sont entreprises de manière spontanée, indiquant une **sensibilisation croissante** et une volonté d'agir au sein des organisations sans plan préétabli. Néanmoins, les entreprises genevoises indiquent faire appel à **des évaluations internes, des bilans carbone et des mesures de réduction des émissions de carbone**, soulignant une volonté d'auto-évaluation et de gestion proactive de l'empreinte environnementale. Enfin, l'engagement envers des **audits internes** et **des conseils externes** démontre une recherche de rigueur et d'expertise pour guider les actions environnementales, reflétant une approche globale et axée sur les meilleures pratiques, bien que l'accompagnement par des organismes externes reste marginal.

Figure 20 – Méthodes de ciblage des actions environnementales



Une utilisation accrue des énergies renouvelables

53% des organisations utilisaient des énergies renouvelables en 2022 en Suisse romande, selon le Baromètre RSE HEG-Genève - Edition 2022, chiffre aligné cette année avec 54% des entreprises concernées dans le canton de Genève.

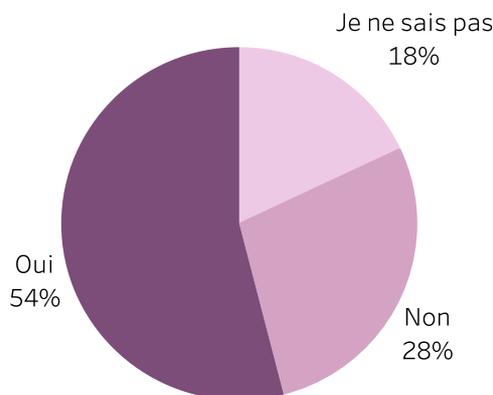


Figure 21 - Utilisation des énergies renouvelables

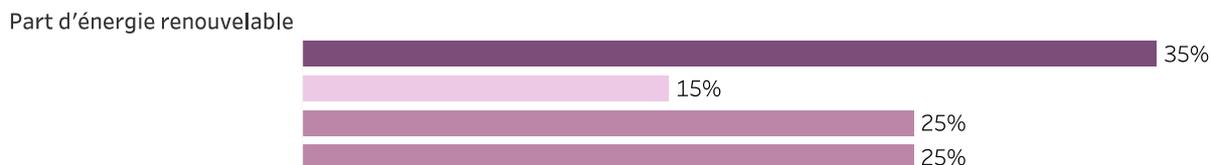
Les résultats de notre sondage concernant l'utilisation des énergies renouvelables montrent une diversité de réponses parmi les entreprises interrogées. C'est près de **46%** des répondants qui disent utiliser des énergies renouvelables sans en connaître la proportion, **28%** qui n'en utilisent pas, **18%** qui ne savent pas et enfin **8%** qui en utilisent et connaissent la proportion.

Parmi les types d'énergie citées lors des entretiens, a été le **contrat SIG Vitale Vert**, les **panneaux photovoltaïques et solaires** ou encore le **gaz naturel**.

En nous intéressant à la proportion d'énergie renouvelable utilisée, les entreprises en capacité de nous répondre nous permettent de dresser le constat suivant :

Plus d'**un tiers en utilise 100%**, ce qui semble encourageant, 15% entre 70 et 90% et près de la moitié en utilisent moins de 60%.

Figure 22 – Part d'énergie de sources renouvelables



Êtes-vous engagé dans une démarche de réduction significative de vos consommations en ce qui concerne la fabrication de vos produits (démarche d'éco-conception) ou la réalisation de vos services ?

Une pratique courante : l'éco-conception

La plupart des entreprises sont engagées dans une démarche de réduction de leurs consommations, avec un accent sur l'Éco-conception des produits. Certaines entreprises ont adopté des pratiques visant à concevoir des produits plus durables, en mettant en place les actions suivantes :

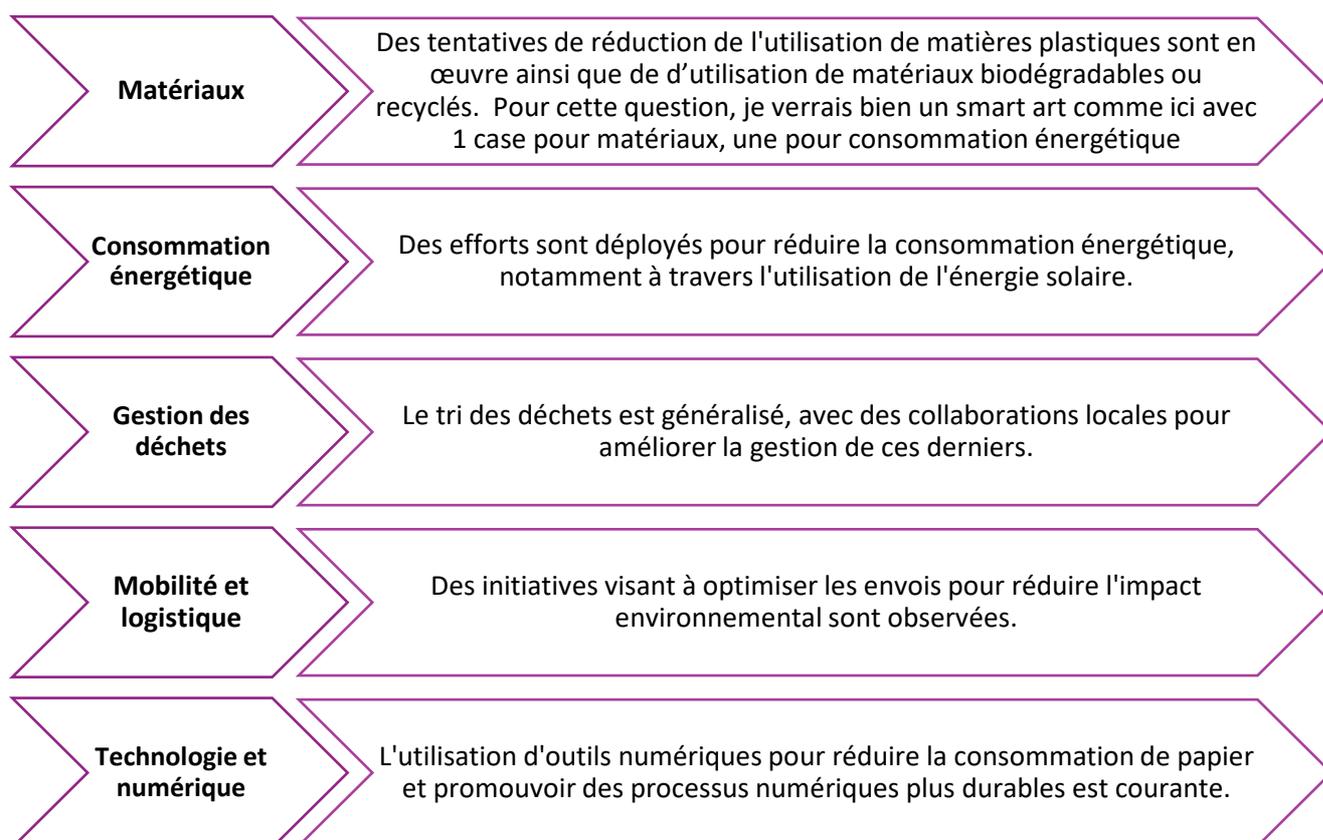


Figure 23 - Liste de pratiques d'éco-conception

En somme, les entreprises semblent prendre des mesures concrètes dans divers domaines pour réduire leur empreinte environnementale.

66

Avez-vous mis en place une démarche de tri des déchets ?

99

Selon les réponses recueillies, environ **56%** des répondants ont affirmé avoir mis en place une démarche de recyclage des déchets dans leur entreprise. Certains ont établi des systèmes de tri quantifiés avec des objectifs spécifiques, comme le réemploi d'un pourcentage de leurs déchets, tandis que

d'autres ont adopté des pratiques de tri sans quantification précise. Cependant, une majorité des entreprises ne quantifient pas spécifiquement leurs déchets, ce qui peut rendre difficile une évaluation précise de l'efficacité de leurs programmes de recyclage.

D'après les témoignages recueillis, il semble que les déchets les plus fréquemment triés soient les **papiers et cartons**, ainsi que les **bouteilles**. Cela suggère que ces entreprises ont pris des mesures pour cibler les matériaux les plus courants et les plus faciles à recycler. Néanmoins, cette focalisation sur certains types de déchets peut également refléter une limitation dans la compréhension des possibilités de recyclage ou une absence de solutions viables pour d'autres types de déchets.

Ces résultats indiquent un engagement envers la gestion responsable des déchets au sein des entreprises interrogées. Cependant, ils soulignent également **la nécessité d'une meilleure quantification des déchets** et **d'une plus grande diversification des pratiques de tri**. Une approche plus systématique et complète du recyclage pourrait permettre aux entreprises de réduire leur empreinte environnementale tout en réalisant des économies et en renforçant leur image de responsabilité sociale.

Progrès et engagement des entreprises dans la Stratégie Carbone

Dans le **Baromètre RSE HEG Genève – Edition 2022 à l'échelle Suisse romande**, nous notions que **plus de la moitié** des organisations sondées ont mis en place une **stratégie carbone**, tandis que **12%** travaillent encore à son développement.

31% des répondants font savoir que leurs organisations n'ont pas encore mis en place de stratégie du carbone.

Toutefois, nous constatons que près de la moitié (**43%**) des répondants ont déclaré que leurs organisations avaient mis

en place une stratégie carbone. Même si ce chiffre demande à être investigué plus profondément, le fait que les entreprises adoptent des stratégies carbonées témoigne d'un engagement **de plus en plus fort en faveur de la durabilité** et de la réduction de leur empreinte environnementale.

Depuis l'apparition de la pandémie de **Covid-19**, on remarque clairement que les voyages d'affaires diminuent tandis que les réunions en ligne prennent de plus en plus d'ampleur. Bien que généralement motivé par des impératifs sanitaires, cette modification a joué un rôle majeur dans les gains financiers liés aux frais de déplacements et dans la **diminution de l'empreinte carbone des entreprises**. L'adoption de modes de communication plus durables reflète une excellente réponse aux défis actuels et témoigne d'une prise de conscience croissante quant à l'importance de réduire les émissions gaz à effet de serre.

66

Avez-vous élaboré une stratégie carbone pour votre organisation ?

88

Malgré que l'objectif de **zéro émission** de carbone **d'ici 2030** ne soit pas encore atteint, la mise en place de stratégies carbone par un nombre important d'entreprises montre **une progression**

dans la bonne direction. L'engagement des organisations à long terme pour un avenir plus vert est démontré par cette démarche proactive. Pour accélérer la transition vers des pratiques commerciales plus durables et réduire l'impact environnemental global, il est crucial de continuer à encourager et soutenir ces initiatives.

66

Quels sont les outils qui vous ont permis de structurer votre stratégie carbone ?

99

En ce qui concerne les outils utilisés par les entreprises qui permettent de structurer une stratégie de carbone, nous avons recensée lors des entretiens principalement le **Bilan Carbone®**,

pour près d'**1/3** des répondants, méthode visant à comptabiliser les émissions de gaz à effet de serre des activités de l'entreprise. Ces dernières se sont également appuyées sur d'autres outils, tels que **l'analyse de cycle de vie (ACV)**, qui est une méthode d'évaluation systématique des impacts environnementaux potentiels d'un produit, d'un service ou d'un processus tout au long de son cycle de vie, depuis l'extraction des matières premières jusqu'à leur élimination en fin de vie. Certaines sociétés ont également fait référence l'utilisation de **guides sectoriels**, à savoir de documents fournissant des recommandations et des lignes directrices spécifiques au secteur d'activité.

66

Quelles actions ont été mises en place pour réduire vos émissions de GES ?

99

Pour réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES), les entreprises ont mis en place diverses actions. La mobilité des salariés, optimisée par l'électrification

des flottes et la promotion de modes de déplacement doux, représente environ **40%** des initiatives. Environ **20%** des actions se concentrent sur le **transport de marchandises**, tandis que presque autant de répondants tente de **réduire la consommation d'énergie**, notamment par l'utilisation d'énergies renouvelables et la rénovation des bâtiments. D'autres mesures, telles **que l'installation de panneaux solaires** et la promotion d'achats durables, complètent ces efforts. Ces actions démontrent l'engagement des entreprises envers la durabilité environnementale et la lutte contre le changement climatique.



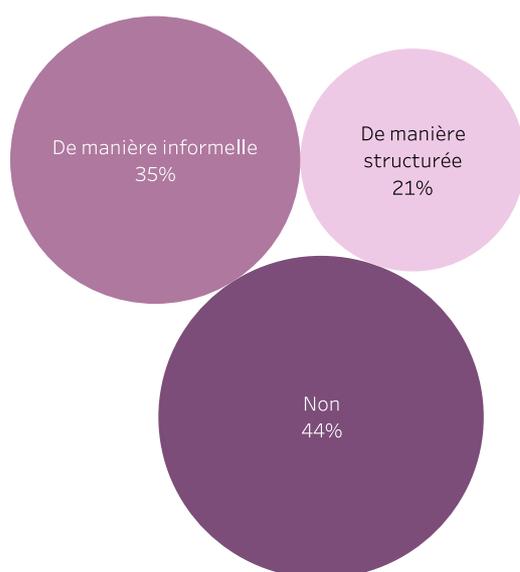
Fournisseurs et consommateurs : quelles attentes ?



Les consommateurs semblent de plus en plus soucieux de l'impact social et environnemental dans leurs choix de consommation, il devient donc essentiel pour les entreprises d'examiner attentivement leurs pratiques d'approvisionnement. Cette partie explore comment les entreprises évaluent et sélectionnent leurs fournisseurs selon des critères de durabilité, dans quelle mesure elles s'approvisionnent auprès de sources durables et comment elles répondent à la demande croissante des clients pour des produits et services plus responsables.

L'évaluation RSE des fournisseurs, une pratique étendue

Figure 24 – Évaluation RSE des fournisseurs



Ce graphique nous montre la proportion des organisations qui évaluent l'impact social et environnemental de leurs fournisseurs. Les données montrent que **21%** des organisations le font de manière structurée, indiquant une approche formalisée et systématique. Environ **35%** évaluent cet impact de manière informelle, ce qui pourrait impliquer des méthodes moins rigoureuses ou sporadiques. Toutefois, **44%** des organisations indiquent qu'elles n'évaluent pas du tout l'impact social et

environnemental de leurs fournisseurs, ce qui peut refléter un manque de ressources, de sensibilisation, ou de nécessité perçue pour ces évaluations.

L'importance accordée à l'évaluation structurée démontre une conscience croissante de la responsabilité sociale et environnementale dans la chaîne d'approvisionnement, crucial pour les entreprises souhaitant minimiser leur empreinte écologique et améliorer leur image corporative.

66

Évaluez-vous l'impact social et environnemental de vos fournisseurs ?

99

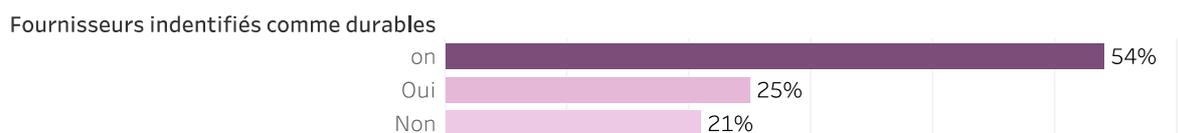
D'après nos données, nous pouvons constater un lien fort entre la mise en place d'une démarche RSE et l'évaluation de ses fournisseurs. En effet, les entreprises engagées en durabilité sont également plus propices d'évaluer leurs fournisseurs.

Dans le même sens, notre étude montre que les entreprises ayant un chiffre d'affaires supérieur à 200 millions CHF optent majoritairement pour une évaluation structurée de ses fournisseurs.

Figure 25 – Évaluation de l'impact social et environnemental des fournisseurs selon le niveau de mise en place d'une démarche RSE

De manière informelle | De manière structurée | Non

Figure 26 – Proportion des fournisseurs identifiés comme durables



Ce graphique illustre la répartition des organisations disposant de fournisseurs identifiés comme durables. Il montre que **54%** des organisations interrogées ont des **fournisseurs qu'elles considèrent comme durables** et connaissent la proportion de ces fournisseurs durables dans leur chaîne d'approvisionnement. Un quart des organisations reconnaissent également avoir des fournisseurs durables, mais sans connaître précisément leur proportion. Seules **21%** des organisations déclarent ne pas avoir de fournisseurs durables. Cette répartition met en évidence une tendance positive vers la durabilité dans les chaînes d'approvisionnement, avec une majorité d'organisations engageant ou reconnaissant l'importance de collaborer avec des fournisseurs durables, même si toutes ne maîtrisent pas totalement les détails de ces engagements.

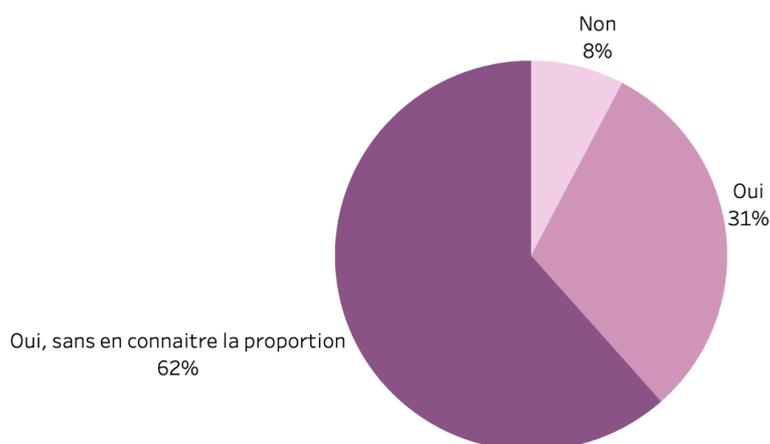
66

Avez-vous des fournisseurs identifiés comme durables ?

99

Il est intéressant de noter que les entreprises réalisant un chiffre d'affaires supérieur à 200 millions CHF semblent être celles qui déclarent le plus souvent disposer de fournisseurs identifiés comme durables. En revanche, les entreprises réalisant un chiffre d'affaires inférieur à 200 millions CHF sont les moins susceptibles de signaler la présence de fournisseurs durables, voire ne pas en avoir du tout. Cela suggère que les entreprises de plus grande envergure, peut-être en raison de ressources plus importantes ou de pressions réglementaires et de marché, sont plus enclines à engager des fournisseurs durables ou à être conscientes de leur durabilité.

Figure 27 – Présence de fournisseurs durables parmi les entreprises au chiffre d'affaires > 200 millions CHF



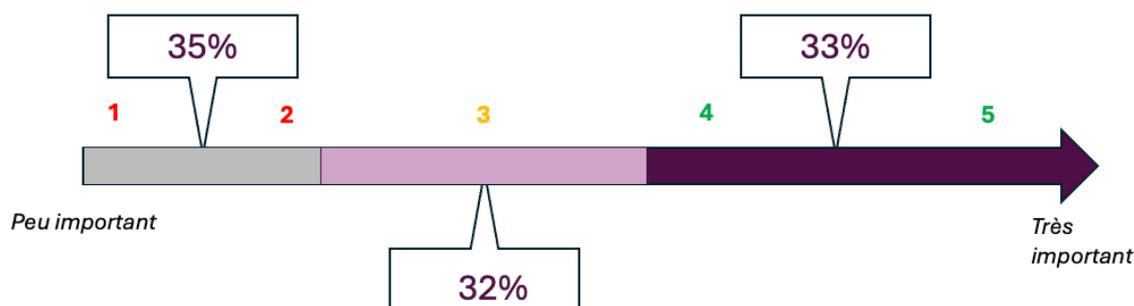
Selon quels critères choisissez-vous vos fournisseurs/partenaires commerciaux ?

Les entreprises choisissent leurs fournisseurs et partenaires commerciaux en tenant compte de plusieurs critères, avec une attention particulière aux aspects sociaux et environnementaux. Cela implique une évaluation approfondie de la manière dont les fournisseurs intègrent les pratiques durables et responsables dans leurs

opérations. Les entreprises s'assurent que leurs partenaires respectent les normes sociales, incluant les **droits des travailleurs** et les **conditions de travail**, ainsi que les **normes environnementales**, soulignant une forte préoccupation pour ces thématiques. Les critères de gouvernance restent également à relever, englobant l'**éthique** et la **transparence**. Nous constatons donc que ces entreprises évaluent non seulement la qualité et le coût des produits ou services offerts, mais aussi l'impact social et environnemental des activités de leurs fournisseurs. Parmi elles, la grande majorité sélectionnent leurs fournisseurs selon plusieurs critères simultanément.

L'exigence des consommateurs pour des produits et services plus durables, une pression ressentie par les entreprises

Figure 28 – Demande des consommateurs en termes de durabilité



Ce graphique illustre les besoins ou demandes des clients en termes de durabilité, évalués sur une échelle de **1** (aucune demande) à **5** (forte demande). Les données montrent qu'environ **1/3** des répondants classent les besoins de leurs clients en durabilité à un niveau moyen (3 sur 5). Un peu moins

d'1/3 des répondants indiquent un niveau de besoin assez élevé (4 sur 5), tandis que **17%** le classent au niveau le plus élevé (5 sur 5), indiquant une forte demande de durabilité. D'autre part, **18%** des répondants estiment que les demandes de durabilité de leurs clients sont faibles (2 sur 5), et seulement **5%** les évaluent au plus bas niveau (1 sur 5). Ces résultats suggèrent une prédominance de la conscientisation et de la demande croissante pour des produits et services durables parmi les clients, avec une majorité des organisations observant un intérêt modéré à fort pour la durabilité de la part de leur clientèle.

Les entreprises qui vendent des produits physiques semblent être soumises à une pression d'autant plus forte afin de répondre à des normes élevées de durabilité, ce qui pourrait refléter une plus grande visibilité ou un impact direct de leurs produits sur l'environnement et la société.

Dans le même sens, les entreprises avec des chiffres d'affaires plus élevés, notamment celles dépassant 200 millions CHF, indiquent percevoir des exigences très élevées (niveau 5), soulignant une pression accrue pour des pratiques durables parmi les grandes entreprises.

Vos clients / consommateurs ont-ils des besoins / demandes en termes de durabilité ?

Peu de questionnement sur l'éthique des affaires et des freins à la RSE récurrents



Cette thématique aborde la gestion des conflits d'intérêts et la prévention de la corruption, éléments essentiels d'une stratégie RSE solide. Mais aussi les principaux obstacles rencontrés par les entreprises dans leur démarche RSE afin d'identifier les domaines nécessitant des efforts supplémentaires. Finalement, l'objectif est de comprendre quelles sont les stratégies à adopter pour une transition vers une économie plus responsable et durable.

66

Votre organisation a-t-elle mis en place une politique officielle en matière d'éthique des affaires ?

99

L'éthique des affaires, un sujet encore sous-estimé

L'enquête indique que **54% des organisations interrogées n'ont pas établi de politique officielle en matière d'éthique des affaires,**

révélant ainsi un vide en termes de structures formelles pour gérer les conflits d'intérêts et la corruption. En réponse à ce manque, certaines entreprises semblent adopter des mesures alternatives telles que **des règlements internes, des codes de conduite, et des règles de confidentialité,** mentionnés chacun à plusieurs reprises comme les instruments les plus couramment utilisés pour réguler les comportements et protéger les informations sensibles.

90% des entreprises ayant instauré une politique RSE, ont également mis en place une politique officielle en matière d'éthique des affaires. À contrario, seul 38% des sociétés n'ayant pas de politiques dédiées aux affaires, n'entreprends aucune démarche RSE. Cela nous montre qu'une stratégie RSE bien établie permet d'intégrer toutes les dimensions du management durable, y compris l'éthique des affaires.

Le manque de temps et de budget, des freins qui persistent



Figure 29 - Liste des 5 freins les plus mentionnés

66

Quels sont les principaux freins qui vous empêchent actuellement de mettre en œuvre ou de développer une stratégie RSE ?

99

Les **principaux obstacles** qui freinent l'engagement des organisations dans la stratégie RSE sont **le manque de temps, le manque de budget et la difficulté à évaluer l'impact**. Plus globalement, cela traduit que l'un des freins est le manque de compétence des entreprises sur ces

sujets-là : les compétences requises pour les différentes fonctions de l'entreprise évoluent en raison de l'évolution du monde et du contexte, et les entreprises doivent adapter leurs compétences en conséquence.

Le manque de temps et le manque de budget étaient déjà identifiés comme les deux principaux freins à l'engagement RSE des entreprises dans le Baromètre RSE HEG Genève - Edition 2022, occupant respectivement la première et deuxième position. Bien que leur classement se soit inversé en 2024, cela indique que ces problèmes persistent pour les entreprises.

La difficulté à évaluer l'impact de la stratégie RSE apparaît comme un nouveau frein important dans l'édition 2024. Les entreprises peuvent en effet rencontrer des difficultés à mesurer et quantifier les retombées de leurs actions RSE, ce qui peut décourager certaines organisations à s'engager dans cette voie. Cela souligne le besoin d'outils et de méthodologies plus clairs pour mesurer l'efficacité des actions RSE.

Il est intéressant de noter que le frein lié aux mentalités, qui occupait la troisième position dans le Baromètre RSE HEG Genève - Edition 2022, n'a pas été mentionné dans les options de réponse cette année. Cela peut s'expliquer par une plus grande prise de conscience observée ces dernières années concernant les enjeux de durabilité au sein de la société, comme le révèlent des enquêtes antérieures et l'observation des évolutions sociales. Cependant, nous notons que pour près d'un cinquième, ces freins sont dus à une méconnaissance des bénéfices à long terme de la RSE ou à une difficulté d'allouer des ressources limitées n'ayant pas de liens directs avec les activités opérationnelles de l'entreprise.

Témoignage d'une entreprise :

"Les **investissements** nécessaires pour mettre en place des initiatives RSE peuvent être **limités**, ce qui rend difficile leur implémentation complète. Il y a le **manque de compréhension** des enjeux ou de résistance au changement, mais également des **contraintes de temps** en raison d'autres priorités opérationnelles ou des ressources limitées disponibles."



Les subventions et financements, besoins phares cités par les entreprises

66

De quel type de mesures auriez-vous besoin pour intégrer la RSE au sein de votre organisation ?

99

Pour remédier à ces défis, les solutions privilégiées par les entreprises interrogées incluent l'intervention de l'État sous forme de **subventions**, de **financement ou d'allègements fiscaux**, ainsi

que la mise en place de **réglementations**. Selon elles, ces mesures de la part des pouvoirs publics pourraient les encourager à surmonter ces obstacles et à adopter une stratégie RSE.

Le besoin de subventions ou de financements est aussi bien plébiscité par les PME que par les grandes entreprises. Cette préférence pour le soutien financier que les coûts initiaux pour mettre en place des pratiques RSE représentent un frein majeur pour les entreprises, confirmant nos constats précédents.

Ensuite, les réponses soulignent également l'importance de la réglementation et de l'allègement fiscal, reflétant un besoin de cadre légal incitatif pour encourager les pratiques RSE. Ce sont principalement les PME qui les sollicitent.

Les programmes d'accompagnement gratuits et les formations gratuites sont les mesures citées ensuite et nous montrent encore un besoin clair d'accès à des ressources éducatives et de partage de meilleures pratiques, ce qui est essentiel pour renforcer les compétences et la connaissance autour de la RSE dans le milieu professionnel.

Globalement, ce sont les entreprises de plus petite taille (un à neuf équivalents temps pleins) qui sollicitent le plus grand nombre de mesures. À contrario, les entreprises de plus de 5000 collaborateurs ne requiert que peu de ces points, au même titre que celles bénéficiant d'un CA entre 50 et 200 millions.

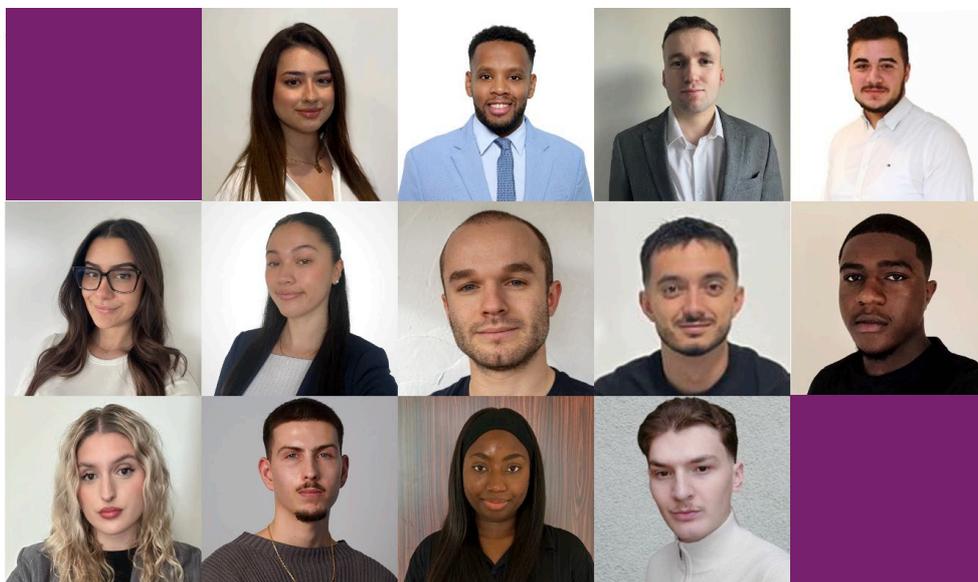
Remerciements

Nous voulons exprimer notre gratitude à toutes les personnes, entreprises et organisations qui ont participé à la concrétisation de notre projet sur les pratiques RSE dans le canton de Genève, pour avoir répondu à nos questions essentielles à l'élaboration de ce baromètre.

Nous tenons à exprimer notre reconnaissance particulière à Monsieur **Andrea BARANZINI**, le directeur de la Haute École de Gestion de Genève, pour son soutien et ses orientations stratégiques essentiels à notre travail.

Ensuite, nous remercions les **banques Raiffeisen de Genève** et la **CCIG** pour avoir diffusé notre questionnaire. Leur participation active a été essentielle à la réalisation de ce rapport, et nous en sommes très reconnaissants.

Enfin, nous tenons à remercier Monsieur **Sylvain Weber**, Professeur HES assistant, pour son soutien méthodologique.



Valentina NUREDINI - **Samson** HAILE - **Noah** AEGERTER - **Luan** REXHA
Laura MARQUES - **Kotomi** GARCIA - **Hugo** MENOUD - **Erdan** HAJDARI - **Emeric** EYENGA
Catia DA CUNHA - **Dylan** POZZO - **Coumba** NDIAYE - **Nour** CHAHED

Étudiants dernière année Bachelor en Économie d'entreprise

PROJET CONDUIT SOUS LA RESPONSABILITE DE

François SIBILLE, Maître d'enseignement HEG-Genève en Management Durable

Capucine LAURENCE, Chargée de cours HEG-Genève en Management Durable

Luis MIRANDA, Assistant HES, HEG-Genève