

Baromètre RSE HEG-Genève

État des pratiques RSE dans les entreprises de Suisse romande

Edition 2022



EDITO



Ce rapport constitue la deuxième édition du baromètre des pratiques de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) en Suisse romande. Pour faire suite au rapport 2021 conçu en partenariat avec l'ONG B Lab, les étudiants et étudiantes de la HEG-Genève ont cette année-ci conduit l'étude en autonomie complète.

L'objectif premier de cette étude consiste à établir un lien entre l'approche de la RSE telle qu'elle est enseignée dans le cadre des différentes cours en management durable de la HEG-Genève et sa véritable application dans les entreprises de la région. C'est une transition indispensable et pertinente pour les étudiants qui vont intégrer le monde du travail. Nos étudiants et étudiantes complètent ainsi la construction de leurs compétences en lien avec les pratiques et les enjeux d'aujourd'hui !

Ce baromètre vise également à mieux connaître le niveau de sensibilisation et de mise en pratique de la RSE. En effet, au-delà de la perception que chacun peut avoir, ou des exemples épars d'entreprises qui font des actions dans le domaine, il manque à l'heure actuelle une information globale et cohérente de la mise en œuvre de la RSE dans nos entreprises.

L'édition 2022 se focalise sur quelques questions spécifiques, afin d'approfondir les pratiques dans ces domaines. L'importance et l'actualité de la question de la stratégie carbone sont apparues comme évidentes : la confédération comme le canton se sont engagé sur la voie de la neutralité carbone et le baromètre 2021 avait déjà identifié le peu de mesure des entreprises sur ce sujet : « 23% des entreprises mesurent leur empreinte carbone ».

L'édition précédente 2021 avait aussi mis en évidence le manque de moyens et de compétences pour mener à bien les projets liés au développement durable : « Nous n'avons pas le temps », « Nous manquons de personnel » ou « Il nous manque une personne responsable du Développement Durable ».

Par conséquent, dans cette étude, les étudiants et étudiantes ont analysé les freins et les motivations des entreprises à prendre en compte les enjeux de durabilité. L'identification fine des freins est particulièrement riche, notamment en relation avec le manque de compétence des salariés de l'entreprise qui est avancée. Ces conclusions viennent donc renforcer la pertinence des actions engagées par la HEG pour construire ces compétences, avec en particulier nos formations sur ces sujets comme le DAS en Management durable.

Un grand merci aux 11 étudiants et étudiantes qui sont la force vive de ce projet et qui sont celles et ceux qui vont contribuer à construire le monde de demain !

Andrea BARANZINI

Directeur

Haute École de Gestion de Genève

François SIBILLE

Chargé de cours en Management Durable

Haute École de Gestion de Genève

Sommaire

1

Méthodologie



2

Les faits marquants
2022



3

Généralités RSE



4

Stratégie carbone



5

Freins à la mise en place
d'une stratégie RSE



Méthodologie

Cette étude a été réalisée par 11 étudiants en formation spécialisée dans le domaine de la Responsabilité Sociétale et de la Performance Durable (RESP) à la Haute École de Gestion de Genève, sous la supervision de Monsieur François Sibille, Madame Laurence Capucine et Madame Anaïs Muller.

Cette analyse englobe 34 entretiens qualitatifs effectués entre le 28 mars et le 7 mai 2022 en Suisse romande. L'essentiel des interviews a été réalisé auprès d'organisations résidant dans les cantons de Genève et de Vaud.

Les interviews ont été menées en majorité dans des organismes de moins de 5'000 employés (94%), dont 47% avec moins de 50 employés. Notre échantillon est composé essentiellement d'entreprises actives dans le secteur de la vente et du conseil à la clientèle, suivi par des activités plus spécialisées ou financières (finances et assurances). La majorité des personnes nous ayant répondu occupe un poste de Responsable, ce qui confirme la qualité des interviews que nous avons menées. Enfin, notre étude s'est conduite en partie auprès d'entreprises avec des chiffres d'affaires compris entre CHF 0.5 et 50 millions.

Il est vrai que les entreprises sélectionnées dans notre échantillon ne peuvent pas représenter l'ensemble des sociétés en suisse romande car son nombre n'est malheureusement pas assez représentatif. Cependant, elle fait l'objet d'une analyse qualitative de très bonne qualité étant donné la variété des différents secteurs interviewés. Pour une plus grande fiabilité, elle devra être complétée par une analyse de plus grande ampleur, soit par une analyse quantitative.

Finalement, ce Baromètre 2022 vient approfondir les résultats de l'édition 2021 sur les thématiques suivantes :

La stratégie carbone



Les principaux freins à la mise en place d'une stratégie RSE



Nous avons toutefois débuté nos interviews par quelques questions plus généralistes permettant de dresser un état des lieux des connaissances des entreprises suisses en matière de Responsabilité Sociétale.

La présente étude fait parfois l'objet de comparatif avec deux études : le baromètre édition 2021 réalisé par les étudiants de la HEG Genève et l'étude « CCIG/IREG » : Quelle croissance pour Genève ? Le point de vue des entreprises, publiée en avril 2021 par l'IREG/HEG et la CCIG en collaboration avec l'Université de Genève.

Les faits marquants de 2022



La plupart des entreprises sondées a mis en place des mesures pour diminuer l'impact carbone de leurs collaborateurs



La majorité des entreprises interrogées a recours à des énergies renouvelables



Une grande partie des organisations questionnées a mis en place ou est sur le point de développer une stratégie carbone



La totalité des entreprises interviewées ayant mis en place une stratégie carbone ont constaté des progrès sur la réduction de leurs émissions de GES



Les moyens financiers restent le frein principal à la mise en place d'une stratégie RSE pour 68% des entreprises



Changer les mentalités et provoquer une prise de conscience restent des enjeux majeurs pour les entreprises



Plus de 90% des entreprises connaissent le concept de Responsabilité Sociétale des Entreprises

3



**Généralités
RSE**

UNE CONNAISSANCE ÉTENDUE DE LA RSE

La Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) est un terme dont l'importance n'a fait que grandir depuis les années 1990 et aujourd'hui plus encore avec les questionnements internationaux liés à la dégradation de notre environnement ou encore au retard de certaines structures quant à la gestion du bien-être de leurs employés.

Ce constat se confirme à travers notre étude car **74% des entreprises interviewées ont connaissance de la signification du terme « RSE »** et seuls 26% n'en avaient jamais entendu parler. Cependant, le concept représenté par celui-ci était connu d'un plus grand nombre d'entreprises, soit plus de **90%**.



Connaissez-vous la RSE ? Si oui, que signifie-t-elle pour vous et quels domaines concerne-t-elle ?

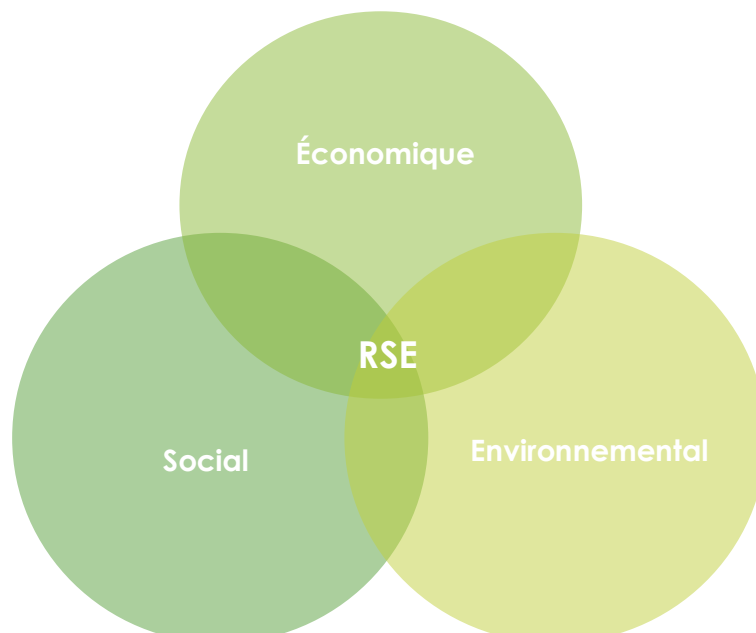


Près de la moitié des entreprises a su énoncer les principaux domaines touchés par la RSE, que sont **l'environnement**, le **social** et **l'économie**, et près d'un quart précisait l'importance des relations avec les parties prenantes pour intégrer la RSE dans toutes les activités des entreprises (fournisseurs, employés, partenariats, etc.).

Nous constatons alors que, de manière générale, les entreprises de Suisse romande sont conscientes des enjeux liés au développement durable.



Définition : « La responsabilité sociétale des entreprises (RSE) est définie comme l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et à leurs relations avec les parties prenantes. »



AU-DELÀ D'UNE STRATÉGIE



Avez-vous mis en place ou prévu de mettre en place une stratégie RSE ?
Pour quelles raisons ?



Les résultats de notre étude démontrent qu'une grande majorité des entreprises suisses romandes souhaite s'investir au niveau du développement durable et des enjeux qu'il défend. En effet, seuls 5% n'ont rien mis en place pour tendre vers une stratégie RSE. On constate cependant que **95% des entreprises interviewées ont mis en place des mesures pour agir dans le sens du développement durable.**

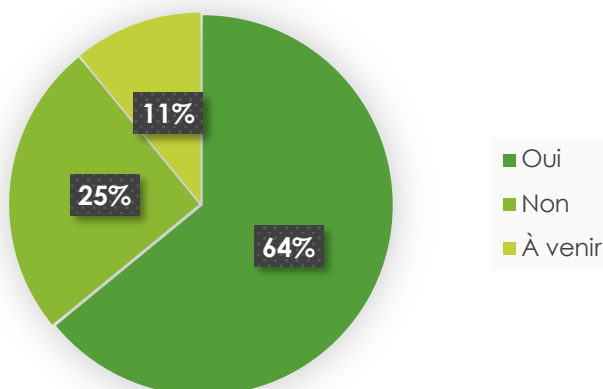
Les entreprises interviewées ont un avis partagé quant à l'importance de l'élaboration d'une stratégie RSE :

Les **petites entreprises** expliquent l'inexistence d'une « stratégie RSE » dans leur structure du fait de leur petite taille qui ne légitime pas sa mise en place. En effet, ces dernières préfèrent agir à leur échelle en proposant des actions en lien avec le développement durable. Aussi, le manque de connaissances spécialisées dans le domaine du développement durable freine les entreprises à mettre en place une telle stratégie.

Les **plus grandes structures**, quant à elles, voient l'importance de l'implémentation d'une telle stratégie pour atteindre leurs objectifs à long terme, comme la certification B Corp ou encore l'alignement des valeurs de l'entreprise à leurs valeurs personnelles. Certaines entreprises voient également l'impact positif induit par une telle stratégie sur l'efficacité des collaborateurs, avec un juste équilibre vie privée/vie professionnelle, qui a tendance à les motiver. La raison la plus fréquemment donnée pour l'implémentation d'une stratégie RSE reste néanmoins l'impact qu'elle a sur l'image de l'entreprise et donc sur la possibilité pour elle de développer sa clientèle et ses partenariats futurs.

On remarque finalement que le concept de stratégie RSE va au-delà du terme en lui-même, puisque beaucoup d'entreprises mettent des actions en place sans pour autant établir une stratégie à proprement parler.

Mise en place d'une stratégie RSE



UNE COMMUNICATION EFFICACE ET PERSUASIVE



Selon vous, quelle est la première étape pour la mise en place d'une stratégie RSE au sein d'une entreprise ?

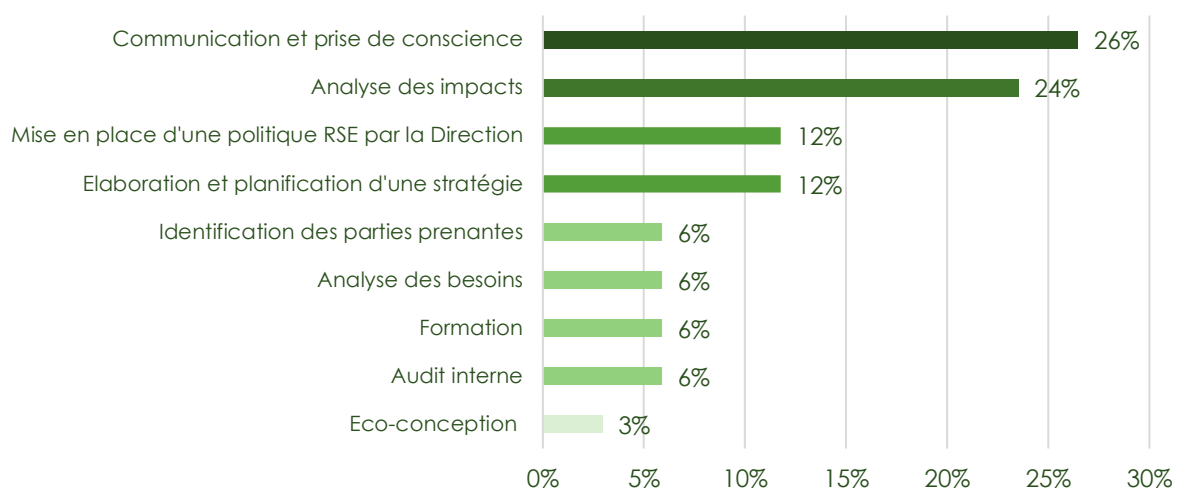


Pour qu'une stratégie RSE ait un résultat positif, il est important que le terme de "Responsabilité Sociétale des Entreprises" soit compris de manière homogène par toutes les parties prenantes internes à l'entreprise et qu'une politique RSE, validée en amont par tous les organes décisionnels, soit mise en place afin d'assurer sa cohérence et de mener à bien les objectifs fixés. C'est une fois ces étapes franchies que des moyens concrets sont instaurés pour aboutir à une stratégie réussie.

Notre étude a démontré que **26%** des entreprises interviewées sont pleinement conscientes du fait que **la communication et la prise de conscience au sein de l'entreprise sont des éléments primordiaux** à prendre en compte dès la mise en place d'une stratégie RSE. Seulement **12%** des entreprises sondées ont considéré la mise en place **d'une politique RSE** validée et soutenue par la Direction comme étant la première étape d'une stratégie RSE.

Toutefois, **24%** d'entre elles ont estimé que la première étape à effectuer lors de ce processus est **l'analyse des impacts actuels de l'entreprise sur son environnement**. Cette étape est également très importante lors de la mise en place d'une stratégie RSE. En effet, elle offre une meilleure gestion des risques à venir tout en saisissant les opportunités, ce qui permet d'assurer la pérennité de l'entreprise et de répondre aux attentes et aux besoins de toutes les parties prenantes qui sont directement ou indirectement liées à l'organisation.

Première étape pour la mise en place d'une stratégie RSE au sein d'une entreprise





3



Stratégie carbone

CONSCIENCE GLOBALE DE L'EMPREINTE CARBONE MAIS EMISSIONS DIFFICILEMENT QUANTIFIABLES



Êtes-vous conscient de l'impact carbone de votre entreprise ? Comment en avez-vous pris/pourriez-vous en prendre connaissance ?



L'empreinte carbone d'une entreprise est une valeur permettant de quantifier les émissions, directes et indirectes, de gaz à effet de serre dégagées par ses activités au cours d'une période donnée. Prendre conscience de cette empreinte est un premier pas pour devenir une entreprise respectueuse de l'environnement.

Notre étude nous permet de constater que la majorité des entreprises ont globalement conscience de leur impact carbone. En effet, elles ont connaissance de la pollution atmosphérique émise par leur industrie ou secteur d'activité et ont donc une idée générale concernant leurs émissions, comme le soulignait déjà le baromètre 2021, avec 94% des répondants qui se retrouvaient dans ce cas de figure. **Cependant, rien n'a été instauré pour mesurer précisément cet impact.** On relève également que certaines entreprises rencontrent des difficultés à estimer leur empreinte carbone produite à l'étranger ou émise par les bâtiments dont ils sont locataires. Ils ont donc peu, voire pas, d'informations quant à leurs émissions de gaz à effet de serre.

Certaines entreprises ont néanmoins mis en place des mesures pour prendre connaissance de leur impact carbone : ces organisations sont souvent des **structures plus importantes avec plus de 100 employés**. L'outil privilégié pour quantifier leur empreinte est le bilan carbone. Ces démarches sont **généralement mises en œuvre à la suite de certifications ISO 9001, ISO 14001 ou encore B Corp**. En effet, ces certifications demandent beaucoup de temps et de moyens financiers et sont souvent indispensables pour respecter les nombreuses exigences légales auxquelles les plus grandes entreprises doivent faire face. Ceci explique en partie pourquoi ces mesures d'impact carbone sont majoritairement réalisées par de plus grosses structures.



LES 3 SOURCES MAJEURES D'ÉMISSIONS DE GES SONT MAJORITAIREMENT SEMBLABLES

Afin de diminuer l'empreinte écologique d'une entreprise, il est important de commencer par identifier ses sources majeures d'émission de GES.

Dans notre étude, **76% des entreprises estiment que leur première source d'émission de GES est liée au transport**. En effet, les transports sont de natures multiples dans les entreprises. Ils peuvent constituer le cœur de l'activité professionnelle ou intervenir à différentes étapes de la chaîne de valeur telles que l'approvisionnement en matières premières, les déplacements chez les clients ou encore la phase de distribution. Cette source d'émission a été citée très fréquemment et cela indépendamment de la taille de l'entreprise interviewée.

Pour **50%** des entreprises sondées, la seconde source majeure d'émission de GES identifiée est la **consommation d'énergie**, et plus particulièrement la consommation d'énergie liée au chauffage. Il faut toutefois relever que la majorité des entreprises contactées sont locataires de leurs locaux et sont donc tributaires du système choisi par le propriétaire. Elles ne peuvent donc pas avoir d'influence sur les énergies utilisées.

Enfin, **la troisième source d'émission est liée aux technologies de l'information (IT)**. L'IT correspond à l'ensemble des techniques et outils permettant la création, l'utilisation, la modification, la transmission et le stockage d'informations de différents types. Évoluant dans un monde qui a bel et bien amorcé sa transition digitale, ce sont des éléments essentiels au bon fonctionnement des entreprises. Bien que le numérique paraisse parfois immatériel, il s'agit d'une source majeure d'émission de GES.

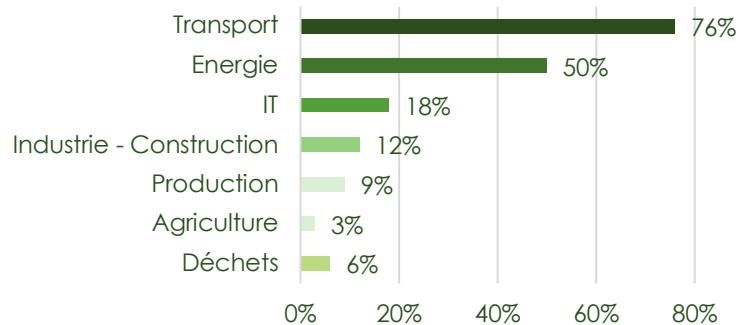
Ces résultats reflètent relativement bien la situation générale en Suisse. En effet, selon l'Office fédéral de l'environnement (OFEV), les émissions de gaz à effet de serre sont principalement causées à 32% par le transport de marchandises et de personnes, à 24% par la consommation énergétique des bâtiments ainsi qu'à 25% par l'industrie.



Selon vous, quelles sont les sources majeures d'émission de GES dans votre entreprise ?



Sources majeures d'émissions de GES



LA STRATÉGIE DE LA CONFÉDÉRATION PARTIELLEMENT CONNUE DES ENTREPRISES



Avez-vous connaissance de la stratégie 2050 de la Confédération ? Avez-vous intégré certains de ses principes dans votre stratégie carbone ? Si oui, lesquels et de quelle manière ?



Définition : Le 21 mai 2017, le peuple suisse a accepté la loi révisée sur l'énergie. Celle-ci vise à réduire la consommation d'énergie, à améliorer l'efficacité énergétique et à promouvoir les énergies renouvelables. La construction de nouvelles centrales nucléaires sera en outre interdite. La Suisse pourra ainsi diminuer sa dépendance à l'égard des importations d'énergies fossiles et promouvoir les énergies renouvelables indigènes. Cela créera des investissements et des emplois dans le pays.

Dans notre étude, **le taux de connaissance des entreprises quant à la stratégie de la Confédération s'élève à environ 30%.**

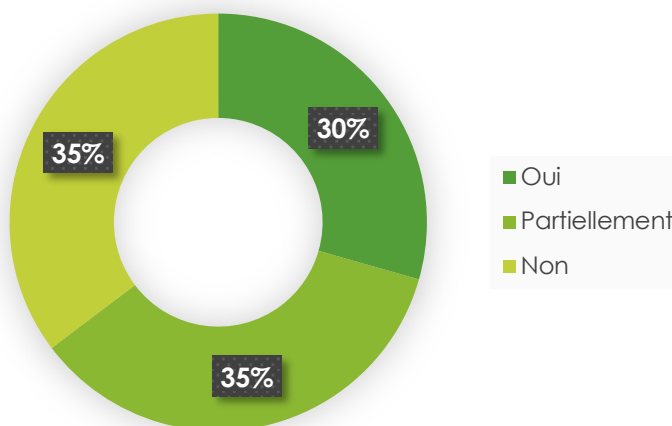
35% la connaissent **partiellement** et 35% ne la connaissent pas.

Concernant l'intégration des mesures au sein des entreprises, **40% ont d'ores et déjà pris des mesures afin de concilier leurs activités avec ces objectifs d'envergure nationale.**

On remarque également **une relation proportionnelle entre le chiffre d'affaires des structures participantes et le taux de connaissance de la stratégie de la Confédération.** En effet, plus le chiffre d'affaires augmente, plus le taux de connaissance et d'intégration dans les entreprises est élevé.

Ce constat est dû à plusieurs facteurs. Le premier est un facteur financier car, afin de mettre en place des mesures favorisant le développement durable, les entreprises pensent que des investissements importants sont nécessaires. Des investissements que les plus petites structures ne peuvent pas toujours se permettre. Le second facteur est réputationnel. En effet, les sociétés cotées en bourse souhaitent, la plupart du temps, être perçues comme durables et performantes quant aux critères ESG afin de satisfaire les attentes de leurs actionnaires et/ou futurs investisseurs.

Taux de connaissance de la stratégie de la Confédération



Les moyens d'intégration de la stratégie de la Confédération dans les activités des entreprises se composent de **mesures internes et externes**. Parmi les mesures internes, plusieurs éléments ont été cités tels que la réduction des besoins énergétiques des infrastructures, le recours aux énergies renouvelables, l'amélioration de l'efficacité énergétique grâce à l'optimisation et à la réduction des impacts découlant du chauffage des bâtiments ainsi que la modification de pratiques et de processus dans le cycle de vie des biens et services proposés. Ces diverses mesures permettent d'optimiser et de diminuer les besoins en énergies fossiles.

Des mesures externes telles que des investissements financiers dans des entreprises et des infrastructures durables ou l'obtention de certifications ont également été mentionnées par les entreprises interrogées.

En conclusion, ces chiffres nous montrent que cette stratégie est peu connue des entreprises. Il serait intéressant que les politiques mettent en place une communication active auprès des entreprises.



LA STRATÉGIE CARBONE EST DÉFINIE/PERÇUE PAR/COMME UNE RÉDUCTION DES ÉMISSIONS



Quelle est votre définition d'une stratégie carbone ?



Concernant la vision de la stratégie carbone dans les structures suisses, les diverses entreprises interrogées ont toutes communiqué leur **volonté de réduire leurs impacts environnementaux**, même lors de l'absence de stratégies concrètes mises en place au sein de leurs organismes. Certaines structures ont également élaboré des codes de conduite afin de coordonner des actions obligatoires dans le but de s'éloigner des secteurs les plus problématiques quant au climat.

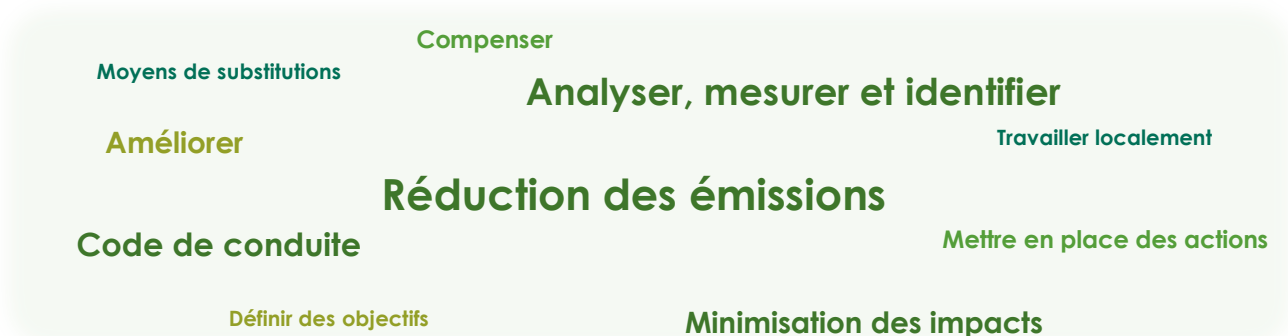
Pour réduire ces émissions, **35%** des entreprises sondées affirment que le premier point à prendre en compte lors de l'établissement d'une stratégie carbone est **l'identification des impacts et l'analyse par des mesures extra-financières de performance** des divers secteurs d'activités. Cette étape dans la stratégie carbone dépend du marché dans lequel évolue l'entreprise en question et n'est similaire, le plus souvent, que dans les thématiques de la mobilité et du mix énergétique.

Le deuxième point, soulevé par plus de **40%** des sondés, est lié aux **actions mises en place afin de réduire les émissions de GES des entreprises**. Elle représente donc l'image la plus répandue de la stratégie carbone au sein du territoire helvétique. Cette volonté se traduit par la mise en œuvre de changements, d'optimisations ainsi que du suivi des indicateurs en place afin de diminuer ou de minimiser leur empreinte carbone.



Lorsque les sociétés ont une volonté propre ou un certain capital financier, l'idée de compenser leurs émissions semble envisageable. En effet, il est complexe d'avoir une activité économique dans certains secteurs sans émettre de gaz à effet de serre, notamment à cause d'activités d'extraction, de transformation ou de logistique internationale.

La stratégie carbone consiste aussi, pour un certain nombre de répondants, à améliorer continuellement leur performance. Cette notion d'amélioration découle de la transformation interne de divers processus à l'aide des moyens technologiques à leur disposition. En effet, si une entreprise souhaite diminuer son impact, elle peut se baser sur les technologies disponibles et ainsi optimiser ses démarches.



UNE STRATÉGIE CARBONE DE PLUS EN PLUS PRÉSENTE



Avez-vous élaboré une stratégie carbone pour votre entreprise ? Si oui, quels sont les éléments/moyens mis en place ou prévus par l'entreprise pour diminuer ses émissions de GES ?



La volonté d'agir en faveur de notre climat est croissante chez les entreprises suisses romandes, avec **plus de la moitié** des organisations sondées ayant mis en place une stratégie carbone, tandis que **12%** travaillent encore à son développement. Ces chiffres tendent à démontrer l'augmentation de l'implication des entreprises dans la diminution de leur empreinte carbone ainsi que leur volonté de tendre vers une neutralité carbone à long terme.

Pour atteindre cet objectif, ou du moins, favoriser la diminution de leurs émissions, les actions des entreprises s'axent principalement autour de trois aspects majeurs :

Un tiers des entreprises dit favoriser une mobilité plus douce ou durable.

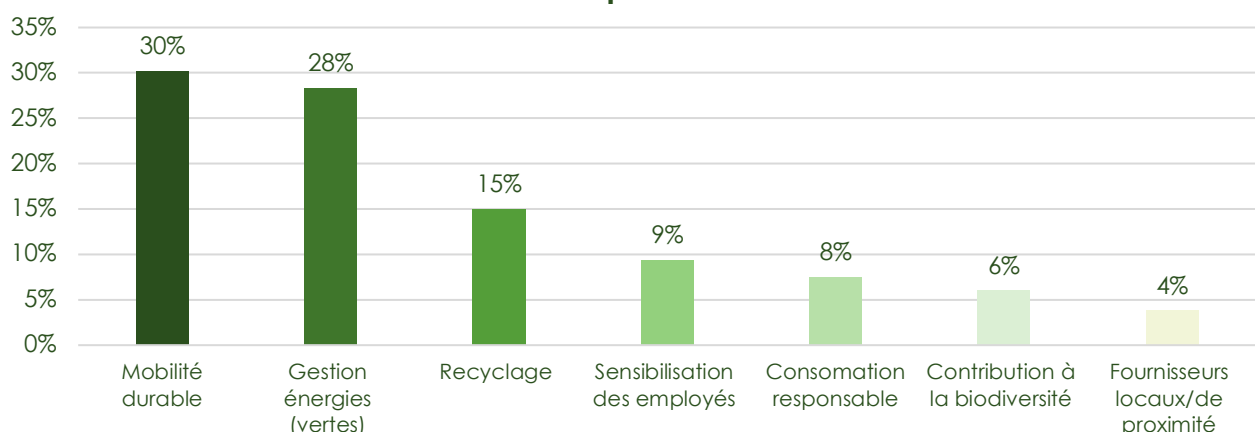
Les moyens les plus couramment mis en place pour réduire les émissions de GES engendrées par la mobilité sont la limitation et l'optimisation des déplacements, l'achat de véhicules électriques ou hybrides, la mise à disposition de vélos électriques, la suppression de places de parking, la proximité des locaux avec des infrastructures de transports publics ou ferroviaires ainsi que des subventions diverses.

Un tiers des entreprises se concentre sur la gestion des énergies. Grâce à cela et au développement d'énergies « vertes », les entreprises peuvent d'une part considérablement diminuer leurs émissions de GES, lors des activités de production notamment, et d'autre part diminuer les coûts liés à leur consommation énergétique. Cette solution permet d'allier durabilité et rentabilité.

15% des entreprises misent sur le recyclage des déchets en essayant de développer et de favoriser une économie circulaire dans le but de limiter l'extraction de nouvelles matières premières.

L'étude IREG nous apprenait quant à elle que la majorité des entreprises ont mis en place des mesures dans les domaines de l'électricité et des transports, ce qui n'est pas encore le cas dans les domaines du chauffage.

Les principaux moyens de diminution des émissions GES des entreprises



LES OUTILS DE SUIVI PHARES : LE BILAN CARBONE ET LE SUIVI DE LA CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE



Quels sont les indicateurs/outils qui permettent de mesurer l'efficacité des mesures prises ? Comment avez-vous défini ces indicateurs ?



Lorsque des mesures sont instaurées pour diminuer l'impact environnemental d'une structure, il est également important de pouvoir en assurer le suivi. Pour cela, il est nécessaire de définir des indicateurs représentatifs, fiables et relativement simples.

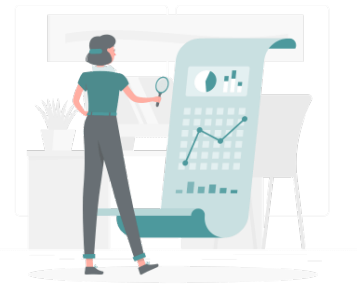
62% des entreprises interrogées affirment avoir mis en place un ou plusieurs indicateurs afin de suivre l'évolution de certains éléments extra-financiers ; constat en ligne avec l'édition 2021 du baromètre.

Ci-dessous les catégories d'indicateurs mentionnés par les entreprises



Les deux catégories d'indicateurs les plus citées par les entreprises sondées sont le **bilan carbone** et le **suivi de la consommation énergétique**. Même si l'utilité de ces indicateurs diffèrent selon les entreprises, ils sont respectivement mentionnés par plus de 30% des sondés. Lors de l'étude IREG, c'était près de 13% des répondants qui affirmaient avoir effectué un bilan carbone, contre 38% qui ont pris des engagements de réduction de leur consommation énergétique.

Le suivi de la consommation énergétique est un indicateur relativement simple à mettre en place. En effet, pour le cas de la mesure de l'électricité par exemple, il peut se faire simplement par un suivi rigoureux des compteurs sur une période adaptable aux volontés temporelles de chacun (trimestriel, semestriel ou annuel).



À l'inverse du suivi de la consommation énergétique, **le bilan carbone**, capable de mesurer les émissions de GES découlant des activités des entreprises, **est bien plus complexe et demande des ressources importantes pour sa mise en place.** Il a cependant l'avantage d'être très complet et permet d'identifier de manière transversale au sein d'une organisation les points émetteurs de substances polluantes.

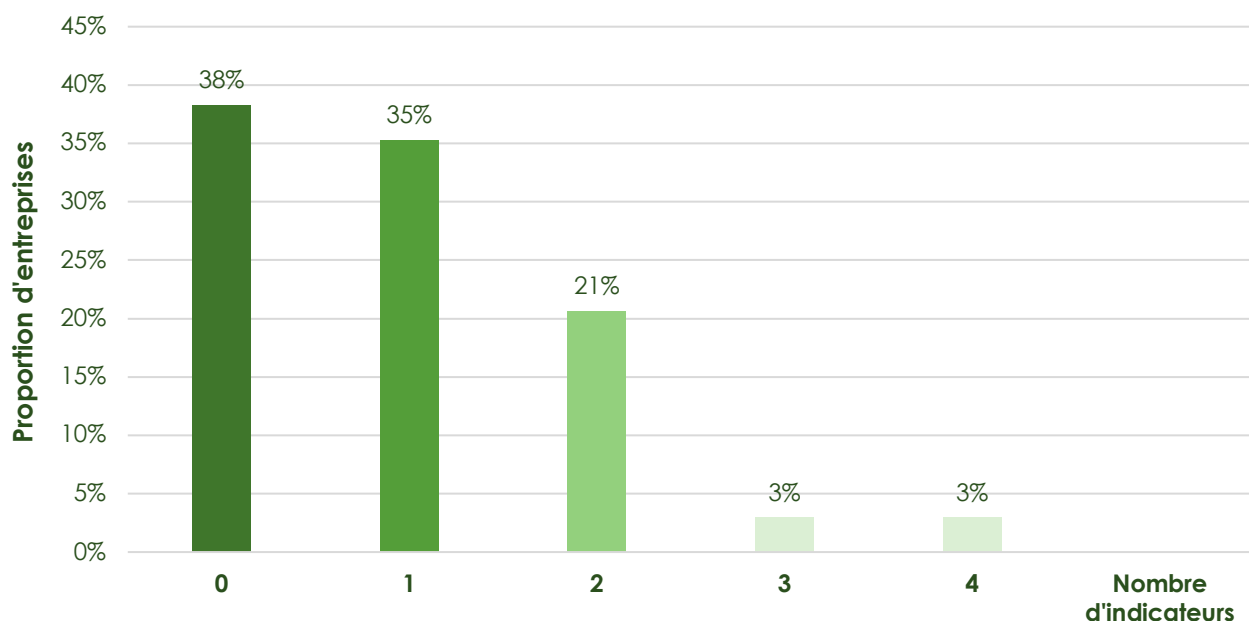
On constate également que le nombre d'indicateurs par entreprise varie fortement d'une organisation à une autre. **Pour 38% d'entre elles, aucun indicateur n'a été mis en place.**

Parmi les entreprises ayant mis en place des indicateurs de suivi, une majorité annonce avoir instauré un seul indicateur. Cela sous-entend que les entreprises se concentrent généralement sur le point lié au développement durable qu'elles considèrent comme le plus problématique dans leur secteur.

On remarque également que les entreprises qui réalisent des bilans GES ou des audits de durabilité ont généralement plus d'un indicateur mis en place. Un tiers des organisations ayant recours à ces outils considère que l'ensemble des indicateurs utilisés ne sont pas pertinents individuellement. Il est donc probable que ces entreprises utilisent un nombre plus important d'indicateurs qu'annoncé.

Aucun lien n'a pu être démontré entre le chiffre d'affaires et le nombre d'indicateurs mis en place par les différentes structures.

Nombre d'indicateurs dans les entreprises



DES EFFORTS PROGRESSIVEMENT CONSTATÉS



Quels progrès avez-vous pu constater depuis l'instauration des mesures citées précédemment ?

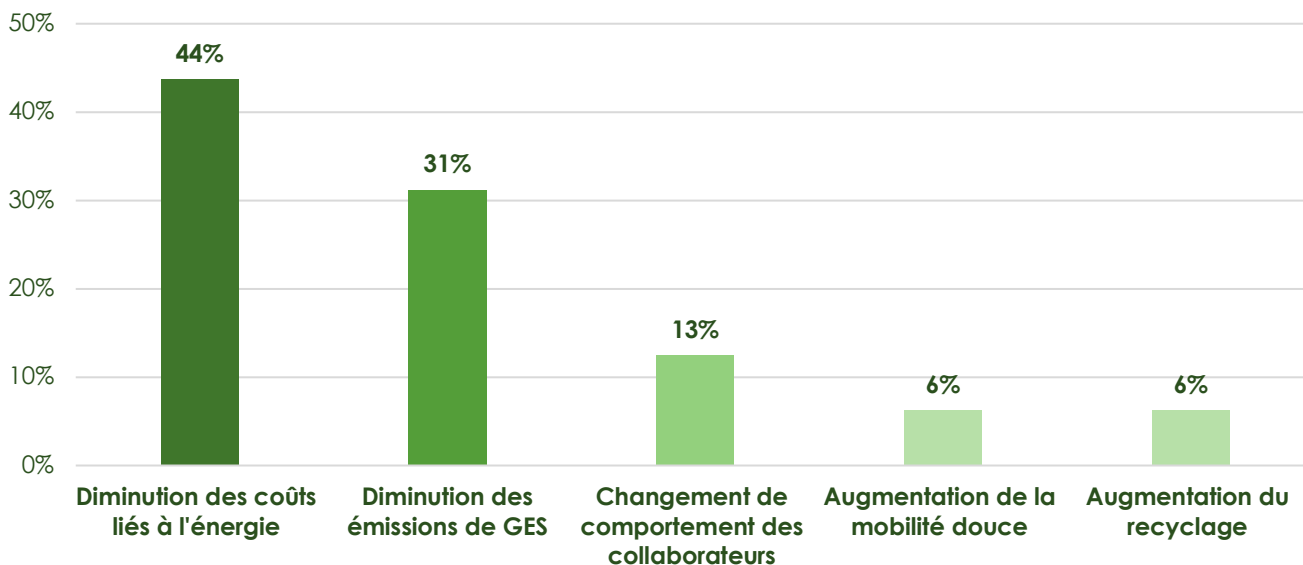


À la suite de la mise en place de mesures et d'indicateurs de suivi, les entreprises s'attendent à remarquer certains progrès et à pouvoir les quantifier.

Ainsi, nous avons pu observer que **la moitié des entreprises ont constaté des progrès à la suite de l'instauration des mesures visant à réduire leurs émissions de GES**. Ce pourcentage correspond parfaitement à la proportion d'entreprises ayant mis en place une stratégie carbone. Ces données permettent donc de mettre en évidence les progrès qu'une entreprise peut obtenir dès lors qu'elle développe une stratégie carbone adaptée à sa structure et à son fonctionnement. Il existe également un lien de corrélation entre les différents progrès constatés et les types de mesures choisies et mises en place par les entreprises.

On remarque que **près de la moitié des progrès mentionnés concernent la diminution des coûts liés à l'énergie**. Cette amélioration est rendue possible grâce à la sensibilisation des collaborateurs et à une meilleure gestion des dépenses énergétiques. **Environ un tiers des entreprises ayant constaté des progrès affirment qu'elles ont assisté à une diminution des émissions de GES** grâce à une meilleure gestion de l'énergie ainsi qu'au développement d'une mobilité plus douce. On constate également une **meilleure gestion des déchets** grâce à l'augmentation du recyclage, qui permet une économie des ressources.

Les différents types de progrès constatés



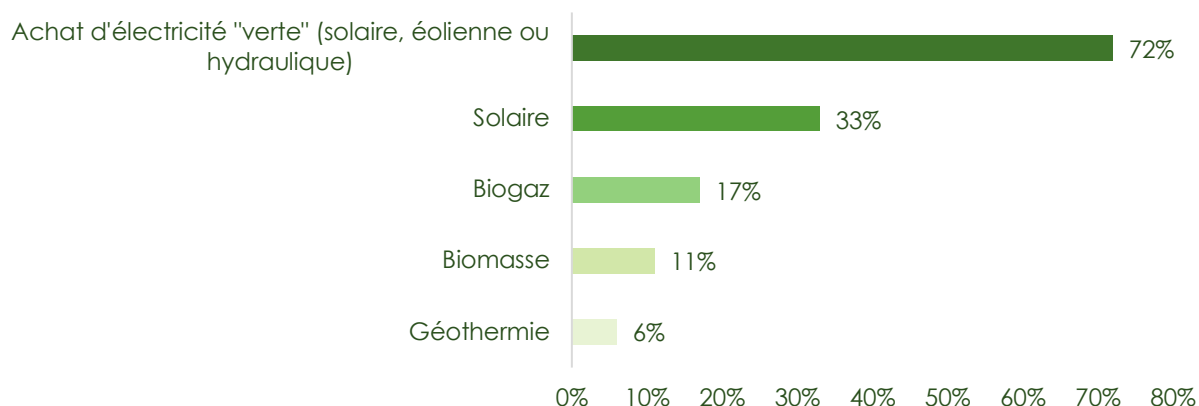
UNE UTILISATION MAJORITAIRE DES ÉNERGIES RENOUVELABLES



Utilisez-vous des énergies provenant de sources renouvelables ? Si oui, de quelles sources, à quel pourcentage et depuis quand ?



Répartition des énergies renouvelables utilisées par les entreprises



Pour environ la moitié des entreprises interrogées, l'énergie représente l'une de leurs sources majeures d'émissions de gaz à effet de serre. Afin de rendre compatibles activité économique et préservation de notre planète, il devient donc primordial de s'approvisionner en énergies renouvelables.

Parmi les entreprises sondées, **53%** affirment avoir recours à des énergies provenant de sources renouvelables dans le cadre de leurs activités professionnelles. **41%** d'entre elles estiment ne pas en utiliser et 6% n'ont pas pu affirmer leur position concernant cet aspect par manque d'informations.

Parmi les entreprises ayant recours à des énergies renouvelables, on remarque que l'accent est majoritairement mis sur l'approvisionnement en électricité « verte », autrement dit, une électricité issue d'une production solaire, éolienne ou hydraulique. Un tiers des entreprises ont également approfondi leur démarche en installant des **panneaux solaires photovoltaïques** sur leurs toits afin de produire de l'électricité ou de chauffer leurs locaux et l'eau utilisée. Une proportion plus réduite produit également son propre **biogaz** en revalorisant ses déchets organiques. Ce dernier est ensuite utilisé pour le chauffage ou comme carburant pour les véhicules. On constate aussi qu'une minorité d'entreprises produit ou utilise des **biocarburants**, obtenus à partir de la biomasse, et se chauffe grâce à l'énergie géothermique.

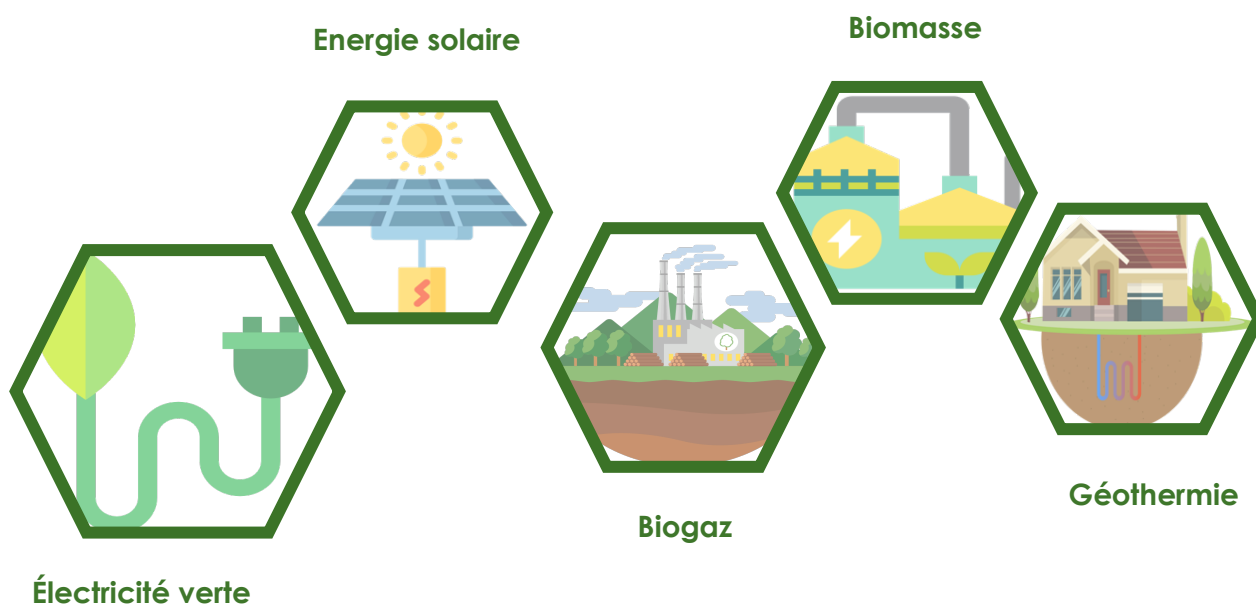
La Suisse étant relativement avantagée par son importante production d'électricité hydraulique, la proportion annoncée de 72% d'utilisation d'électricité « verte » est sans doute plus élevée dans les faits. Ce constat concerne particulièrement les succursales genevoises en raison de la situation de quasi-monopole sur le marché de l'électricité des Services Industriels Genevois (SIG) qui garantissent un approvisionnement en électricité 100% renouvelable.

Globalement, **les énergies solaires, hydrauliques et éoliennes sont favorisées** car une grande attention est portée à l'approvisionnement en électricité « verte ». Cependant, d'autres énergies telles que **la géothermie et la biomasse sont moins sollicitées**.

Parmi les entreprises estimant ne pas utiliser d'énergies renouvelables dans le cadre de leur activité, **57% affirment ne pas avoir de contrôle sur leur approvisionnement car elles louent leurs locaux professionnels**. Elles n'ont donc pas de contact direct avec le fournisseur d'énergie.

Ces constats sont corroborés par les résultats du baromètre 2021.

On remarque également que le chiffre d'affaires et le nombre d'employés d'une entreprise sont liés à son utilisation ou non d'énergies provenant de sources renouvelables. En effet, **les entreprises ayant un chiffre d'affaires supérieur à 5 millions et/ou un nombre d'employés supérieur à 250 sont davantage susceptibles de recourir à des énergies « vertes »**.



UNE GRANDE IMPLICATION DANS LA RÉDUCTION DE L'EMPREINTE CARBONE DES COLLABORATEURS



Avez-vous mis en place des mesures pour encourager vos employés à réduire leur empreinte carbone ? Si oui, lesquelles ?



Inciter les collaborateurs à réduire leur empreinte carbone privée ou professionnelle, bien que cela représente a priori des coûts, est un réel avantage pour les entreprises. Une firme qui s'engage dans le développement durable directement à l'échelle de ses salariés a de grandes chances, dépendant des mesures mises en place, de réduire ses coûts sur le long terme grâce à un gaspillage moindre de la part des travailleurs. D'autres bénéfices, non financiers à première vue, peuvent aussi être observés tels que le renforcement de la culture d'entreprise et de l'engagement des collaborateurs ainsi que l'amélioration de la marque employeur.

Les entreprises sondées l'ont d'ailleurs bien compris car **94%** d'entre elles ont mis en place des **mesures pour encourager leurs employés à réduire leur empreinte carbone** et **6%** affirment que **des actions seront adoptées dans un avenir proche**.



Le panel de mesures mis en place est très varié, cependant, la quasi-totalité des entreprises a installé des **poubelles de tri** dans leurs locaux pour permettre aux collaborateurs de recycler leurs déchets. Le baromètre 2021 dressait par ailleurs le même constat. Environ la moitié des entreprises sondées participent également financièrement à **l'achat d'abonnements de bus ou de train** et **limitent l'utilisation d'éléments en plastique** à usage unique en proposant des couverts et de la vaisselle réutilisables ou recyclables dans leurs cafétérias.



La **sensibilisation** est également récurrente et passe, le plus souvent, par la diffusion de bonnes pratiques environnementales touchant à des sujets tels que la RSE, l'économie d'énergie, de papier et d'eau, le stockage des données ou encore le **télétravail**. Ce dernier s'est imposé à de nombreuses entreprises durant la crise sanitaire et, depuis, 42% d'entre elles ont maintenu la possibilité pour leurs salariés de travailler à distance pour limiter les déplacements.

Les entreprises tentent également de favoriser la **mobilité douce** auprès de leurs collaborateurs en proposant des places pour les vélos à proximité des locaux, en participant financièrement à l'entretien et/ou à l'achat des vélos et en mettant des vélos électriques à leur disposition.

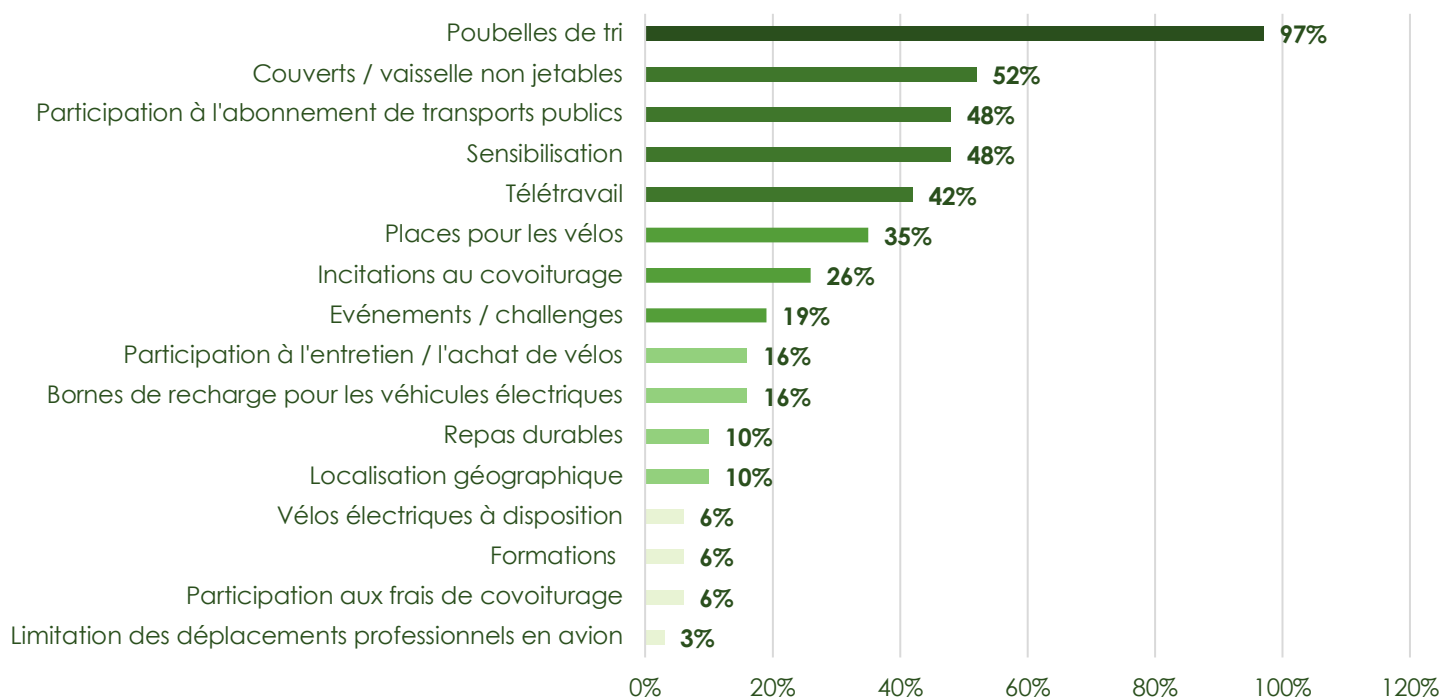
Une **mobilité motorisée plus durable** est aussi privilégiée par près d'un quart des entreprises qui incitent leurs employés à faire du covoiturage. Pour cela, les places de parking sont réduites, rendues payantes ou partagées par plusieurs personnes. D'autres actions, utilisées dans une moindre mesure, vont dans la même direction telles que la **participation aux frais de covoiturage** et/ou à un abonnement Mobility, la mise à disposition de **bornes de recharges pour les véhicules électriques**, l'implantation des **locaux proches de zones bien desservies par les transports publics** ou encore la **limitation des déplacements** professionnels en avion. L'engagement des organisations pour la mobilité douce avait déjà été souligné dans la version 2021 du baromètre et cette nouvelle édition vient étayer ses résultats.

Afin de compléter la question de la mobilité, l'étude IREG nous apprendait qu'environ la moitié des entreprises indiquaient avoir mis ou vouloir prochainement mettre en place des mesures concernant les déplacements motorisés.

Dans une tout autre optique, près de 20% des entreprises ont adopté une approche plus ludique et participent à des **événements ou des challenges** tels que le *Clean-Up Day*, *Bike to work* et *Best for Geneva* ou proposent des programmes d'Impact Learning contenant des jeux ainsi que des quizz. Les entreprises proposant à leurs salariés de réelles **formations RSE** ou touchant au développement durable sont cependant peu nombreuses.

Le nombre de mesures mises en place varie également fortement entre les diverses entreprises sondées. Cependant, on peut observer que **le nombre moyen de mesures adoptées par entreprise est de 4**. Ce nombre **diffère selon le chiffre d'affaires et la taille de l'entreprise**. En effet, plus le chiffre d'affaires des organisations est élevé, plus elles semblent mettre de mesures en place. Les grandes entreprises instaurent également, de manière générale, **plus d'actions que les PME**.

Mesures mises en place par les entreprises pour réduire l'empreinte carbone de leurs employés



LA QUANTITÉ DES ÉMISSIONS DE GES, UN CRITÈRE MINORITAIRE LORS DU CHOIX DES FOURNISSEURS



La quantité d'émission de GES est-elle un critère lors du choix de vos fournisseurs ? Si oui, mesurez/vérifiez-vous les émissions GES de vos fournisseurs ? Avec quels outils ?



Certaines entreprises ont décidé d'approfondir leur stratégie carbone en imposant diverses exigences à leurs fournisseurs. En effet, **près d'un quart des entreprises affirment que la quantité d'émission de GES émises par les fournisseurs est un critère lors du choix de ces derniers** et **9% des organisations interrogées déclarent que cela le deviendra dans un avenir proche.**

Cependant, on observe que dans notre échantillon, **67% des entreprises ne choisissent pas leurs fournisseurs en fonction de leurs émissions de GES.** Pour expliquer cela, plusieurs raisons ont été citées par les organisations sondées :



La localisation des fournisseurs : Lorsqu'un ensemble de fournisseurs se situe loin des lieux de production des entreprises et que cette distance n'est pas réductible, dans le cas d'approvisionnement en métaux rares par exemple, cela rend le suivi des fournisseurs et de leurs émissions de GES difficile.



La taille de la structure : La taille des structures des fournisseurs peut aussi être problématique. En effet, l'estimation et le suivi des émissions de GES demandent des ressources importantes en termes humains et financiers. Beaucoup de fournisseurs ne publient donc pas de données à ce sujet en raison de leur petite taille.



La stratégie d'entreprise : La volonté de certaines entreprises est de maximiser leur bénéfice et cet objectif est bien souvent peu compatible avec des critères de développement durable.

Afin de mesurer et de contrôler les émissions de GES de leurs fournisseurs, les entreprises utilisent divers outils :

L'outil mentionné par les entreprises comme étant le plus complet est **l'audit des fournisseurs**. En raison de l'ampleur et de la complexité de ce dernier, les entreprises le réservent à leurs fournisseurs stratégiques.

Plusieurs entreprises ont recours à **un questionnaire qui est remis aux fournisseurs** pour analyser leurs pratiques. Cette manière de faire est relativement simple, peu coûteuse et permet de collaborer pour définir des objectifs d'amélioration.

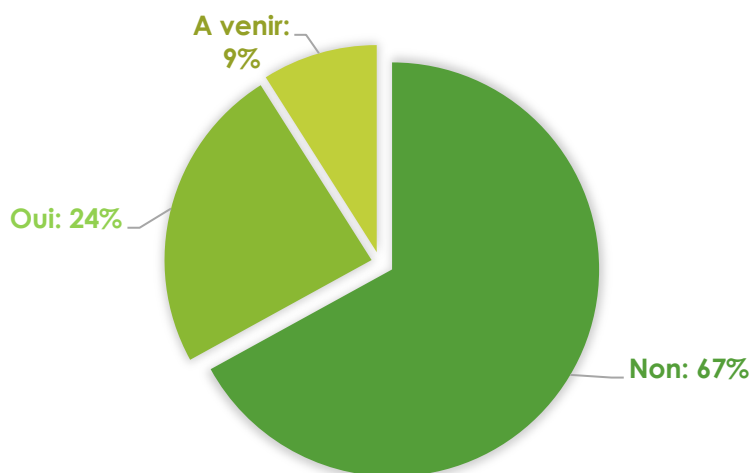
Elle demande cependant une grande confiance car le questionnaire est aisément falsifiable. Les structures qui utilisent cet outil ne le mettent en place que pour des fournisseurs de faible importance pour l'organisation.

D'autres entreprises, quant à elles, **se rendent directement chez leurs fournisseurs** pour vérifier l'utilisation de machines à faible consommation ou d'énergies peu polluantes pour leur chauffage. La gestion de la logistique des fournisseurs est également surveillée. En effet, une attention est portée aux cadences de livraison, aux types de véhicules utilisés ou encore aux engagements de compensation pris par les fournisseurs.

On remarque que la signature et le respect d'une **Charte fournisseurs** intégrant des exigences environnementales peut aussi être demandée par les entreprises. Cette dernière implique une collaboration et un contrôle des fournisseurs.

Une intégration des critères environnementaux dans les appels d'offre est également un moyen utilisé par les entreprises. **Diverses certifications écologiques ou de développement durable** permettent de sélectionner plus facilement les fournisseurs : il est néanmoins nécessaire de vérifier la réputation et le sérieux des différents labels utilisés.

La quantité d'émissions de GES comme critère lors du choix des fournisseurs



UN USAGE COURANT DE LA COMPENSATION DES ÉMISSIONS DE GES



Avez-vous mis en place des mesures pour encourager vos employés à réduire leur empreinte carbone ? Si oui, lesquelles ?



La différence entre l'objectif de neutralité carbone et l'objectif zéro émission est objet de confusion pour certaines entreprises.

Pour rappel, l'objectif zéro émission implique que l'entreprise concernée n'émette aucun déchet polluant dans l'environnement au travers de son activité. Toutes les entreprises s'accordent à dire que cet objectif est de nos jours complexe à atteindre.

L'objectif de neutralité carbone consiste, quant à lui, en un équilibre entre les émissions et l'absorption du carbone dans l'atmosphère. Il est considéré comme étant plus facilement atteignable et davantage compatible avec la mise en place d'une stratégie RSE. Pour y parvenir, deux méthodes existent : diminuer ou compenser ses émissions de GES.

Environ 44% des entreprises sondées ont recours à la compensation.

Ceci démontre une volonté de la part des structures suisses d'améliorer leur image en investissant une part de leurs bénéfices dans des œuvres à but non-lucratif. Bien que la compensation carbone soit souvent utilisée par les entreprises, elle sous-tend généralement un risque de greenwashing (pollueur-payeur).



Quelques exemples de compensation carbone en entreprise



5

**Freins à la
mise en
place d'une
stratégie RSE**

LES MOYENS FINANCIERS, LE TEMPS ET LES MENTALITÉS RESTENT LES DÉFIS MAJEURS À RELEVER

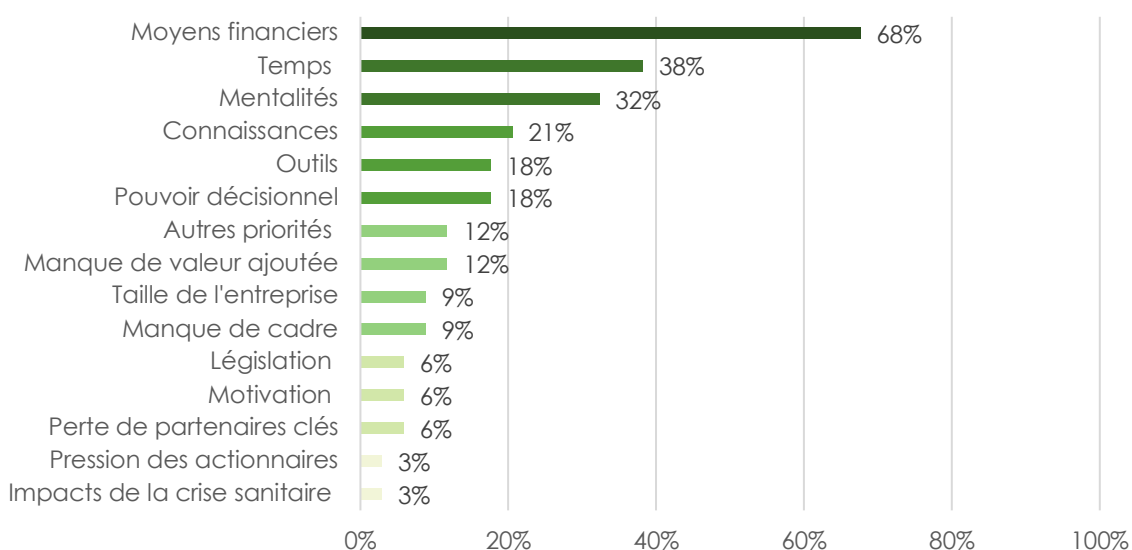


Quels sont les trois principaux freins qui vous empêchent actuellement de mettre en œuvre ou de développer une stratégie RSE ?



Afin d'approfondir les résultats obtenus lors du baromètre 2021 et de mieux comprendre les différents points de vue sur les difficultés engendrées par la mise en place d'une stratégie RSE, les entreprises sondées nous ont confié leurs principaux freins.

Principaux freins à la mise en place d'une stratégie RSE



Le premier frein relevé par près de 68% des entreprises concerne les moyens financiers.

Elles ne sont, pour la plupart, pas prêtes à composer avec les contraintes financières, la non-immédiateté du résultat et les coûts que la mise en place d'une stratégie RSE implique. En effet, repenser certains aspects peut s'avérer trop coûteux, notamment pour les petites entreprises. Les matières premières ou les matériaux responsables, par exemple, sont souvent plus onéreux et les marges de certaines entreprises, comme dans le secteur de la restauration, s'avèrent faibles. De plus, la productivité et les résultats économiques priment parfois sur de nouvelles mesures en faveur du développement durable.

Les outils qui permettraient de lever ce frein sont la sensibilisation des collaborateurs et de la Direction concernant les bienfaits à long terme d'une démarche RSE ainsi qu'une réallocation des ressources et une réorganisation du budget. La mise en place de compensations, de subventions ou encore d'investissements qui, sur le long terme, s'avèrent être moins coûteux (tels que la géothermie) sont également de bons moyens pour palier à cet obstacle.

Le second frein majeur s'avère être le temps avec près de **38% des entreprises l'ayant mentionné**. En effet, pour un bon fonctionnement d'une stratégie RSE, il est souvent nécessaire de mettre en place une méthodologie et de faire des analyses au préalable. Cela implique une charge de travail supplémentaire et une implémentation longue. Certaines entreprises favorisent donc d'autres priorités et ne souhaitent pas surcharger leurs collaborateurs.

Ce frein peut toutefois être levé, du moins en partie, grâce à une forte volonté, une révision des priorités et passablement de sensibilisation. Il est également possible de proposer un meilleur accompagnement des collaborateurs en faisant appel à des prestataires externes tels que des consultants spécialisés ou en engageant un expert RSE. Ces ressources externes permettent de gagner du temps de formation et évitent une surcharge de travail.

Selon le secteur d'activité ou encore la taille de l'entreprise, certaines organisations doutent de l'utilité d'une telle stratégie. **Les mentalités sont donc le 3^e frein majeur relevé**. Il est, en effet, difficile de changer les habitudes et les modes de fonctionnements lorsque ceux-ci fonctionnent. Des modifications significatives surviennent généralement tardivement, lorsque des sanctions financières sont appliquées.

De plus, les objectifs au sein des entreprises peuvent parfois être divergents et un manque d'implication ou de prise de conscience des enjeux actuels de développement durable peuvent être un frein à la mise en place d'une nouvelle stratégie.

Une forte volonté, une grande motivation et une meilleure communication impliquant tous les salariés permettent de modifier progressivement les mentalités et de sensibiliser aux nouveaux objectifs que souhaite atteindre l'entreprise. Développer une gouvernance RSE ou encore une culture d'entreprise à impact positif (événements, bénévolat, reconnaissance, etc.) permettent également de lever ce frein.

Le manque de connaissances est aussi un frein important, car sans accompagnement ni qualification particulière, il est difficile de savoir comment mettre en place une stratégie RSE et notamment avec quels **outils**. Ceux-ci sont parfois compliqués à maintenir à jour et difficiles à mesurer. Ainsi, la formation, la sensibilisation, mais aussi l'information permettent d'avoir de meilleures connaissances sur la RSE et ses outils.

Ces deux freins, que sont les connaissances et les outils, sont en réalité directement liés au **pouvoir décisionnel**. En effet, si ce dernier est centralisé et qu'il est nécessaire d'obtenir l'aval de la Direction pour toute nouvelle décision, alors le manque d'informations, de motivation ou encore de temps de leur part peut être un frein majeur.



Les entreprises interrogées estiment aussi qu'elles ont **d'autres priorités, notamment opérationnelles**. La mise en place d'une stratégie RSE, comme toute nouvelle stratégie, a son lot de contraintes et voir leur productivité diminuer durant les premiers mois ou années reste un frein pour certaines entreprises. En effet, les clients, privés ou industriels, attendent des délais rapides de traitement et cette rapidité prime sur la mise en place de démarches RSE, malgré une volonté d'instaurer de nouvelles mesures plus durables.

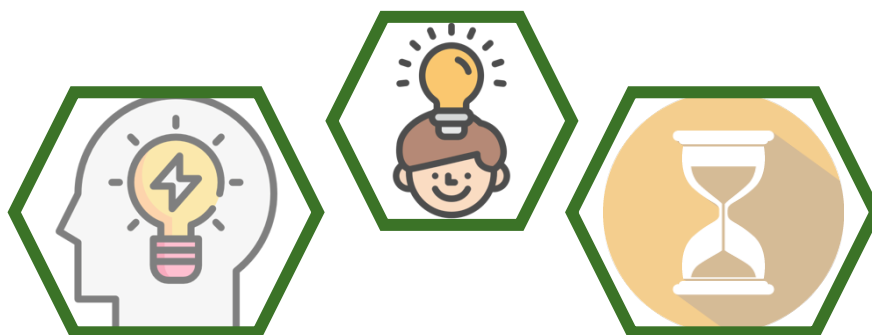
De plus, les **petites entreprises** n'ont parfois pas les moyens financiers ni un nombre suffisant de collaborateurs ou ne ressentent tout simplement pas la nécessité sur le court terme de mettre en place de tels changements et une telle stratégie. Elles privilégient donc d'autres domaines.

Le **manque de cadre** est aussi un frein. En effet, un manque d'employés qualifiés, d'organisation ou d'informations sur la mise en place d'une stratégie RSE peut dissuader la Direction de revoir ses objectifs.

De plus, pour certaines entreprises, la **législation** en matière de RSE, avec les contraintes qu'elle implique, mais aussi le nombre insuffisant d'incitations à changer de stratégie, encourage la continuité des objectifs habituels et cause un manque de motivation.

Les trois derniers freins, relevés par quelques entreprises, concernent **la pression des actionnaires** qui mettent l'accent sur la rentabilité, **la perte de partenaires clés** si les objectifs à atteindre divergent entre l'entreprise et ses partenaires et, enfin, les **impacts de la crise sanitaire** sur le budget et la mise en œuvre de certains projets.

Ainsi, les principaux freins à la mise en œuvre d'une stratégie RSE sont les moyens financiers, le temps et les mentalités. Cependant, ces freins peuvent différer selon la taille, le secteur d'activité ou encore les objectifs fixés par les entreprises.



L'ABSENCE DE STRATÉGIE RSE, UN FREIN AU DÉVELOPPEMENT D'UNE ENTREPRISE



Pensez-vous que l'absence de stratégie RSE peut être un obstacle au développement d'une entreprise aux vues de la tendance actuelle pour la durabilité ?



Environ **80%** des entreprises interrogées estiment que l'absence d'une stratégie RSE à l'heure actuelle représente un danger pour l'évolution d'une entreprise dans les années à venir.

Plusieurs problématiques potentielles dues à l'absence d'une stratégie RSE ont été soulevées par les entreprises sondées

Une influence négative sur l'image de l'entreprise



Une non-conformité à de futures réglementations



Un accès restreint à certains marchés



Un impact négatif sur la marque employeur et l'attraction de nouveaux talents



Une baisse de la compétitivité



Ces dernières années, l'ensemble des acteurs économiques ont développé une sensibilité croissante concernant les enjeux RSE. Cette notion, toujours plus importante, peut donc considérablement **impacter la crédibilité et la réputation des sociétés sur le marché** si elle est insuffisamment prise en compte.

Plusieurs organisations affirment également que les clients, privés ou publics, imposeront toujours plus de conditions liées aux enjeux RSE lors d'appels d'offre ou lors du choix de leurs prestataires. Une entreprise n'ayant pas songé à élaborer une stratégie RSE peut donc potentiellement **remettre en cause son accès à certains marchés ainsi que sa compétitivité** lors de négociations d'affaires.

La compétitivité peut aussi être affectée par une non-conformité aux normes que l'État instaure. En effet, les entreprises interrogées évoquent la possibilité d'une mise en place imminente de nouvelles lois obligeant les sociétés à surveiller davantage leurs émissions de GES ou leur gestion des déchets par exemple.

Finalement, on remarque que les centres de formation actuels mettent un accent particulier sur le développement durable et y sensibilisent les nouvelles générations. Ces dernières sont donc plus susceptibles de valoriser les entreprises ayant une stratégie RSE afin d'aligner leurs valeurs avec celles de leur futur employeur. Il devient donc nécessaire pour les entreprises d'adopter un réel positionnement quant au développement durable afin **d'attirer de nouveaux talents et de fidéliser ceux qu'elles possèdent déjà**.

Ces divers obstacles peuvent impacter les organisations dans leur fonctionnement et ainsi les motiver à mettre en place ou approfondir leur stratégie RSE. Cependant, le risque de greenwashing est bien réel car il permet aux entreprises d'enjoliver leur image et de conserver leur compétitivité sans déployer de réels efforts.

LA HAUSSE DU COURS DES MATIÈRES PREMIÈRES, MOTEUR OU FREIN À LA RSE ?



La hausse récente du cours des matières premières peut-elle être une motivation à mettre en place une stratégie RSE ? Pourquoi ?



On remarque que **56%** des entreprises sondées ont affirmé que la hausse du cours des matières premières est une **motivation à implémenter une stratégie RSE**. Cela démontre bel et bien qu'une augmentation des prix de ces dernières constitue potentiellement un réel élément déclencheur pour la majorité des entreprises. Cependant, plusieurs raisons différentes sont à l'origine de ce raisonnement.

On retrouve fréquemment une **motivation liée directement aux coûts financiers**. Pour contrer les effets des augmentations de prix, notamment dues aux conséquences d'un marché délocalisé à l'étranger, les entreprises se penchent sur des alternatives plus durables. Par exemple, certaines **abandonnent les véhicules à essence** contre des véhicules électriques ou hybrides et d'autres, afin de limiter le coût des transports, **se tournent vers un approvisionnement plus local**.



Cette conjoncture offre la possibilité aux entreprises suisses de reprendre le contrôle sur leurs activités et de limiter leur dépendance envers les échanges internationaux. Se fournir à l'autre bout du monde n'est plus aussi avantageux financièrement qu'autrefois, les entreprises repensent donc à installer leurs usines en Europe. Des contrats signés avec des entreprises locales et de plus petites tailles permettent aussi de garantir les transactions et de réduire les risques d'augmentation de prix des matières premières tout en renforçant la production locale.

Une réutilisation ou une diminution des déchets est aussi une alternative pour faire face à la hausse des cours. Afin de réduire les déplacements, plus coûteux que jamais, une **accélération de la digitalisation** s'inscrivant dans une optique environnementale est aussi attendue.

Quelques entreprises affirment que la mise en place d'une stratégie RSE est globalement un **moyen de gérer plus efficacement les risques auxquels les entreprises peuvent être confrontées** au sein de leur environnement. Bien qu'elle implique parfois une augmentation des coûts des biens et services vendus, cela ne semble pas être un obstacle majeur en Suisse, car la population, en raison de son fort pouvoir d'achat, peut s'adapter aux variations de prix tant que les entreprises répondent à ses besoins.

Cependant, un autre regard peut être porté sur cette hausse du cours des matières premières. En effet, **44% des organisations interrogées affirment que la conjoncture actuelle peut avoir un effet négatif ou ne pas avoir d'effet** sur la volonté d'implémenter une stratégie RSE.

Certaines entreprises actives dans le secteur tertiaire, telles que les sociétés de services ou les assurances, ne voient pas une réelle utilité d'approfondir leur stratégie suite à la hausse des coûts matières premières. En effet, elles sont **peu impactées**, car elles n'ont pas besoin d'approvisionnement particulier pour assurer leurs activités.

D'autres entreprises n'ont **pas ou peu d'alternatives en matière de choix des fournisseurs**, elles n'ont donc eu d'autre choix que de subir les retombées de l'augmentation des prix et de **réduire le budget alloué à une potentielle mise en place d'une stratégie RSE**.

Une minorité des sociétés sondées affirment que la hausse des prix peut même provoquer l'effet inverse et inciter à **acheter des matériaux d'une qualité moindre et provenant de sources encore plus lointaines** afin de pouvoir entrer dans leurs frais. La conjoncture a donc été, pour ces entreprises, un facteur de démotivation à introduire une stratégie RSE.



UNE CRISE SANITAIRE MAJORITAIREMENT IMPACTANTE



La crise sanitaire a-t-elle eu un impact sur la mise en place/le développement de votre stratégie RSE ?



La crise sanitaire que le monde entier a traversé récemment a bouleversé nos modes de vie et a également impacté, positivement comme négativement, la mise en place ou le développement de la stratégie RSE des entreprises de notre pays. En effet, **59% des organisations interrogées ont affirmé que la crise avait eu un impact sur leur stratégie RSE** et **41% n'ont pas ressenti de différence notable** à ce sujet.

Durant cette période, plusieurs **impacts positifs** se sont fait sentir. En effet, la crise sanitaire a laissé le temps à certaines entreprises de **s'intéresser plus profondément à la thématique de la RSE**, chose qu'elles n'ont pas pu faire avant la baisse d'activité. La pandémie a donc été, pour environ 20% d'entre elles, un véritable **accélérateur en termes d'innovation et de changement du Business Model**. Elle a également **réconforté les stratégies RSE ainsi que ses valeurs sociales et environnementales** déjà mises en place dans certaines entreprises et a permis de créer des discussions autour de cette thématique, notamment sur ses bienfaits et son utilité.

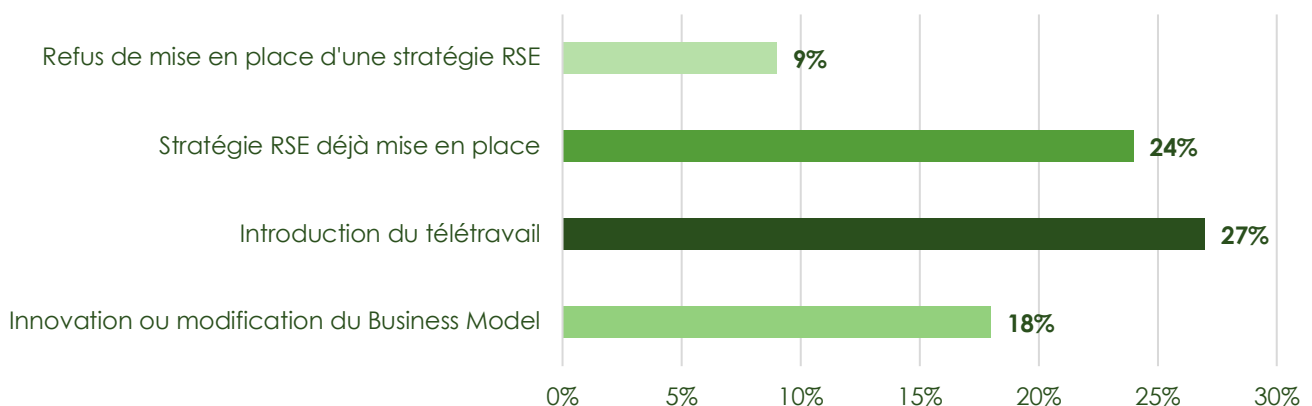
Le télétravail a aussi été mis à l'honneur durant cette période. En effet, 27% des entreprises l'ont introduit et celles le pratiquant déjà l'ont renforcé. La démocratisation de cette nouvelle méthode de travail a permis de limiter les déplacements et a offert une plus grande flexibilité ainsi qu'un meilleur équilibre « vie privée / vie professionnelle » aux collaborateurs.

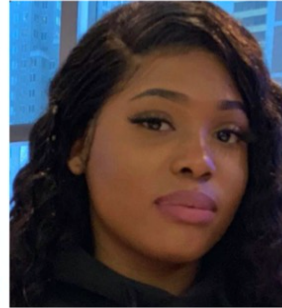
La crise sanitaire a également remis des **thématiques sociales au centre des débats** telles que l'égalité homme-femme, les turn-over trop élevés ou encore la santé des salariés. Le dialogue social était également plus ouvert et transparent.

Malheureusement, la pandémie a aussi apporté son lot d'**impacts négatifs** dans les entreprises interrogées. Quelques organisations **ont vu la communication se péjorer** entre les dirigeants à propos du maintien et de l'amélioration de la stratégie RSE et la communication a également diminué entre les différentes parties prenantes. D'autres ont dû **ralentir ou repousser l'implémentation de leur stratégie RSE**, notamment à cause des pertes financières subies.

Finalement, une petite minorité des entreprises n'ont pas de stratégie RSE et la crise sanitaire n'a pas eu d'influence sur leur intention ou non d'en développer une.

Principaux impacts de la crise sanitaire





Les étudiants

La RSE

Marie OBEZ

La RSE permet d'allier durabilité et rentabilité chez les entreprises suisses romandes.

Léa HERRERAS

La RSE, un moyen pour les organisations d'apporter leur contribution au monde de demain.

Olivia PILS

La stratégie RSE doit devenir le point de départ de toute entreprise.

Serena PARASCANDOLO

La RSE, une nouvelle façon de concevoir l'entreprise du présent et du futur.

Stratégie carbone

Margaux DURAND

La stratégie carbone est un élément essentiel pour garantir la pérennité des entreprises.

Caroline DUPRAZ

La stratégie carbone, un axe stratégique d'intervention prioritaire pour réduire ses émissions.

Naomi RAMOS

La stratégie carbone doit être mise en place dans toutes les structures.

Alexandre CHAMBAZ

Un outil utile à l'amélioration des performances extra-financières pour garantir un meilleur lendemain !

Les Freins

Adrien LOMBARDO

Les freins à la mise en place d'une stratégie RSE sont de facto identifiables lorsque l'entreprise débute ses activités, ils doivent être pris en compte afin d'interagir le mieux possible avec ses parties prenantes.

Marco DA SILVA

Les freins à la mise en place d'une stratégie RSE sont causés par un manque de conscience des bienfaits qu'elle procure sur le long terme.

Jehan GANDINI

Une fois les freins repérés, les indicateurs permettent de suivre de manière efficace les mesures entreprises. Toutefois, il faut faire attention à leur pertinence et être critique.

PROJET CONDUIT SOUS LA RESPONSABILITE DE

→ **François SIBILLE**, Chargé de cours HEG-Genève en Management Durable

→ **Capucine LAURENCE**, Accompagnatrice et Consultante en RSE

→ **Anaïs MULLER**, Assistante HES

REMERCIEMENTS

Nous remercions plus particulièrement **Andrea Baranzini**, directeur de la HEG-Genève, pour son soutien tout au long du projet. Nous remercions les entreprises et organisations de nous avoir accordés de leur temps pour répondre à nos questions.

HEG-Genève

Rue de la Tambourine 17

1227 Carouge

+41 22 558 50 30