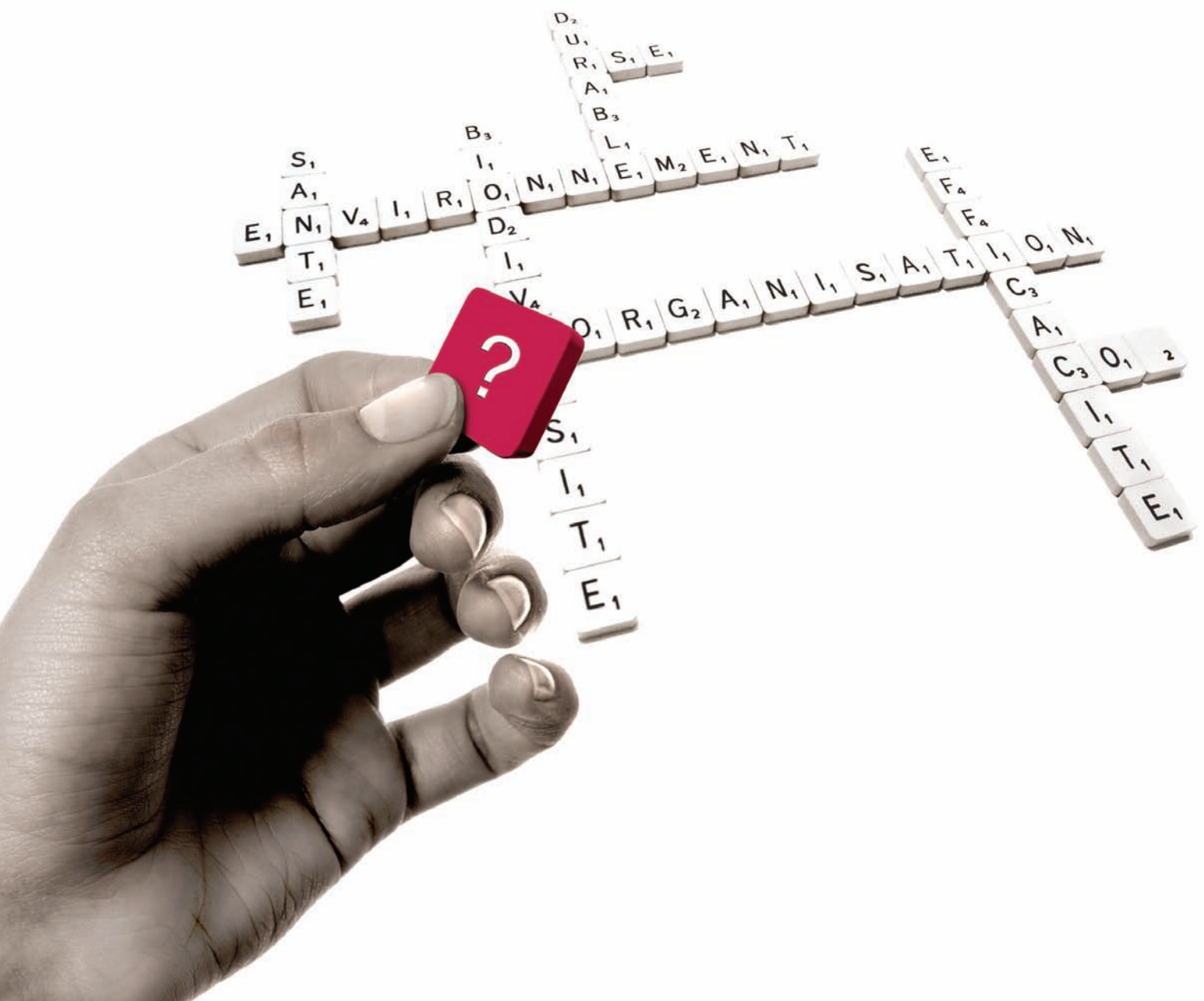


RSE : de quoi les entreprises rendent-elles compte ?

Analyse du reporting des entreprises européennes sur l'exercice de leur responsabilité sociale



L'information sur la responsabilité sociale vaut ce que vaut le référentiel d'objectifs auquel elle se rapporte. Vigeo évalue les performances des entreprises par rapport à un référentiel de normes publiques internationales : la « soft law », les accords et conventions sectoriels. Ce référentiel décliné en principes d'action concrets, explicite ce que les entreprises devraient éviter, ce qu'elles devraient garantir et ce qu'elles devraient promouvoir. Le sujet est vaste : il concerne les droits de l'homme, les conditions de travail et d'emploi, la gouvernance, la protection de l'environnement, le comportement sur les marchés, la contribution au développement économique et social des territoires d'activité. Ces six domaines se décomposent en trente-huit critères.

Pour être utile, l'information sur la responsabilité sociale doit rendre compte des choix stratégiques et des actes managériaux au moyen desquels l'entreprise s'engage ou non, et si oui jusqu'à quel degré, en faveur de chacun des objectifs qui lui sont opposables. Vigeo valorise l'information et les indicateurs qui permettent d'apprécier la pertinence des intentions autant que la cohérence et l'efficacité de l'action managériale.

Vigeo évalue 1 400 multinationales du DJstoxx 1800 et plus de 200 émetteurs obligataires.

Sommaire

Avant-propos	3
--------------	---

Introduction

Objet de l'étude	4
Principales conclusions	5

La communication des entreprises européennes sur leurs objectifs et leurs pratiques de responsabilité sociale

Sur quoi les entreprises informent-elles ? Priorité aux actionnaires	6
De quoi l'information rend-elle compte ? Les objectifs plus que les actes	8
L'appartenance sectorielle influe sur la quantité de l'information, mais ne l'explique pas	10
Le pays du siège influence aussi sur le volume et sur l'objet de l'information	11

La quantité et la sincérité de l'information en garantissent-elles la pertinence ?

Un tiers des engagements affichés énoncent des objectifs précis et exhaustifs	15
Les engagements les plus pertinents ne sont pas toujours déployés sur les périmètres d'activité les plus importants	16
Indicateurs de résultats : comment les décrypter ?	16

Conclusion

L'abondance des indicateurs ne suffit pas à prouver la performance	17
--	----



Avant-propos

En moins de dix ans, la communication des entreprises européennes sur leur responsabilité sociale s'est étendue de façon spectaculaire. Toutes entendent affirmer sinon leur contribution active du moins leur attachement au développement durable. Il n'est pas un site web d'entreprise qui ne consacre ne serait-ce qu'une déclaration à cette responsabilité. Que ce soit dans un document spécifique (rapport de développement durable), ou dans leurs informations réglementées (rapport annuel, rapport de gestion, revue des risques), la majorité des entreprises cotées publient des discours de stratégie et des récits sur leurs objectifs, leurs actes, leurs résultats ou sur leurs risques à ce sujet.

Les motifs de cette dynamique sont connus et contradictoires : conviction ou réalisme, différenciation ou mimétisme, superficialité ou transparence. La communication sur la responsabilité sociale peut répondre à un souci d'image de marque comme à celui de se conformer à la loi - quand elle existe - ou d'anticiper ses évolutions. Le phénomène peut traduire la volonté de répondre aux attentes des investisseurs et au souci de dialoguer avec eux. En toile de fond, c'est aussi l'expression de la capacité de l'entreprise à répondre aux exigences croissantes de chaînes complexes de parties prenantes incluant les organisations locales et internationales de consommateurs, de syndicats, d'ONG, les collectivités territoriales, les médias et les décideurs politiques. Dans cette évolution, le rôle des agences spécialisées dans la notation de la responsabilité sociale n'est pas négligeable.

Cette étude est un bilan de l'information que plus de 700 entreprises ont publiée ou communiquée à Vigeo à propos de leur responsabilité sociale sur la période 2007-2009. La capacité des entreprises cotées à dépasser les généralités sur le sujet est très inégale. Les données exprimant leurs intentions sont beaucoup plus nombreuses que les descriptions factuelles des procédures, des moyens ou des systèmes de contrôles dédiés à leur concrétisation. L'information varie aussi, dans de grandes proportions, selon les sujets. Les données relatives à la gouvernance représentent, en volume, plus que le double de celles consacrées à la négo-

ciation collective. L'exhaustivité, la clarté et la précision des indicateurs varient également selon les secteurs et les pays. Cependant, même dans les pays dépourvus de législation - c'est la majorité en Europe - et dans les secteurs les moins accoutumés à la production d'informations sur la responsabilité sociale, certaines entreprises portent la disponibilité et la transparence de leurs indicateurs à des niveaux très élevés.

On serait tenté de considérer que l'hétérogénéité de leurs comportements informationnels ne serait que l'expression des différences de conceptions que les entreprises, et ceux qui les dirigent, ont de leur propre responsabilité. Il n'est pas du tout improbable, en effet, que les différences dans les choix d'informer soient liées aux représentations que nourrissent les directions d'entreprises de la hiérarchie de leurs parties prenantes ou, ce qui revient au même, de l'importance et des priorités de leurs attentes.

L'homogénéisation des pratiques informationnelles des entreprises requiert l'explicitation des besoins auxquels les pratiques en question devraient répondre. Sur quels sujets et en direction de qui doivent-elles informer ? Pour rendre compte de quoi, sous quelles formes et selon quelle périodicité ? Si ces questions, qui mobilisent pourtant de nombreux acteurs, ne recueillent pas de réponse consensuelle, c'est que n'étant pas uniquement de caractère technique, elles ne sont pas toujours bien posées. La focali-

sation sur la recherche d'indicateurs de résultats, supposés renseigner une performance managériale et suffire à la mesurer est réductrice. Les indicateurs de résultats sont nécessaires, mais insuffisants. Ces derniers font d'autant plus sens qu'ils sont mis en relation avec la pertinence des objectifs et l'efficacité des actions auxquelles ils donnent lieu.

Malgré ces difficultés, des entreprises s'organisent, mettent en place des systèmes de collecte et de diffusion de l'information qui ouvrent leur référentiel de reddition à des sujets longtemps considérés comme extérieurs à leur responsabilité managériale... Cette dynamique de progrès doit aussi aux requêtes des agences de notation en responsabilité sociale qui, agissant pour le compte des investisseurs et des gérants d'actifs, sollicitent l'information utile et émettent des opinions dont les entreprises mesurent de plus en plus l'impact

En rendant publique cette étude, Vigeo entend apporter sa contribution aux réflexions engagées sur l'avenir de l'information à requérir des entreprises.

Nicole Notat
Présidente de Vigeo

Qu'est-ce qu'un indicateur de développement durable pour une entreprise ?

Vigeo définit la responsabilité sociale comme la contribution managériale des entreprises aux objectifs du développement durable. Un indicateur désigne toute information, comportant au moins une donnée de fait ou un agrégat, susceptible de rendre compte de la nature, du contenu ou du résultat spécifique de l'action menée par l'entreprise en rapport avec un objectif ou avec un principe découlant de sa responsabilité en matière sociale, sociétale, environnementale, de gouvernance ou de marchés.

Où trouvons-nous l'information ?

Notre collecte des informations pour l'analyse des performances en responsabilité sociale repose sur trois sources :

- Les informations des entreprises cotées telles qu'elles figurent dans leur rapport annuel, éventuellement dans leur rapport de développement durable, et dans toute documentation publique imprimée ou électronique (reporting légal et spontané).
- Les informations complémentaires que les entreprises acceptent de fournir aux analystes de Vigeo en réponse aux questions individualisées et précises qu'ils leur adressent (reporting sollicité).
- Les informations en provenance des parties prenantes (ONG, syndicats internationaux, média...) ; elles sont très précieuses car elles permettent de connaître et d'éclairer les allégations dont les entreprises peuvent faire l'objet au regard de notre référentiel d'évaluation (droits de l'homme, conditions de travail et d'emploi, conflits du travail, restructurations, droits des clients et fournisseurs, achats, concurrence, corruption, fiscalité, accessibilité des produits, etc.)

Seules les deux premières sources sont exploitées pour la présente étude, sous le terme générique de « reporting ».

Introduction

Objet de l'étude

Cette étude questionne la disponibilité et la qualité de l'information au moyen de laquelle les entreprises européennes cotées rendent compte de l'exercice de leur responsabilité sociale. Nous définissons cette responsabilité comme un engagement qui consiste, d'une part, à intégrer aux objectifs et aux processus de gestion de l'entreprise le respect et la promotion continue des droits fondamentaux, des attentes et des intérêts de ses parties prenantes et, d'autre part, à rendre compte des termes, des dispositifs et des résultats de cet engagement. Dans notre esprit, la reddition de l'information est une composante essentielle et indissociable de l'exercice de la responsabilité sociale. Qu'il s'agisse de contribution à la protection de l'environnement, de respect des droits de l'homme, d'amélioration continue des conditions de travail, d'emploi et des relations professionnelles, ou qu'il s'agisse de respect des intérêts des clients, d'intégration des normes sociales et environnementales dans les processus d'achat, de prévention de la corruption, de gouvernance ou de contribution aux mieux-être des populations ou au développement des territoires d'implantation, la responsabilité consiste autant à faire qu'à dire ce qu'on fait.

Il est de plus en plus admis que la durabilité d'une entreprise - entendue comme son aptitude à préserver et à améliorer ses capacités futures de créer de la valeur - ne peut être raisonnablement estimée à partir des seuls agrégats relatifs à son patrimoine et à ses opérations financières. Mais comment transformer ce consensus négatif en un consensus positif sur les paramètres qui permettraient à la fois de compléter et de sécuriser l'interprétation de l'information financière ? L'analyse des pratiques de responsabilité sociale constitue une voie parmi les plus prometteuses

pour améliorer l'identification des risques et l'estimation des performances et des actifs des entreprises. Outre la rigueur et la transparence de ses méthodes, cette analyse requiert aussi une information utile. Pour apporter notre contribution à la réflexion et au progrès sur ce sujet difficile, nous restituons ici une revue critique des volumes et de la substance des informations que publient les entreprises cotées à propos de leur responsabilité sociale.

Un indicateur de responsabilité sociale est une information qui :

- explicite l'objectif ou le principe de responsabilité auquel il se rapporte,
- décrit les processus, les moyens et les dispositifs de collecte et de consolidation des données dédiés aux objectifs poursuivis,
- fournit des quantificateurs ou des descriptifs portant sur les résultats de l'action visée.

L'étude vise à clarifier les forces et faiblesses du reporting actuel des entreprises européennes. Elle s'attache à montrer qu'il importe, au-delà de la disponibilité de ce qu'on appelle les « indicateurs de responsabilité sociale », d'interroger la pertinence des politiques auxquelles ils se rapportent, d'observer la cohérence du déploiement des politiques en question, et de développer des matrices d'interprétation à la fois sectorielles, temporelles et géographiques de leur efficacité. Bien plus que la vérification, à l'échelle d'un pays, de la tangibilité des indicateurs de développement durable, cette étude montre aussi combien il importe de cheminer vers l'adoption d'un référentiel européen définissant les objectifs et les grilles d'évaluation des performances en responsabilité sociale des entreprises cotées.

Principales conclusions



duits et services et leurs relations à leurs clients. A l’opposé, les sujets qui recueillent l’information la plus limitée concernent les droits fondamentaux de leurs salariés et leurs conditions de travail.

- **Les comportements informationnels des entreprises européennes cotées sont hétérogènes,** certaines affichent des niveaux élevés de transparence pouvant atteindre la publication de 100% des indicateurs.

- La nature des informations est clairement segmentée : **81% des indicateurs d’objectifs sont accessibles contre 49% des indicateurs de résultats.** Autrement dit, les entreprises affichent plus volontiers leurs visions et leurs objectifs que leurs réalisations en matière sociale, environnementale et de gouvernance.

- **L’appartenance sectorielle influe** sur le comportement informationnel avec des taux de disponibilité des indicateurs variant de **53% à 76%.** **L’appartenance géographique compte aussi,** avec des variations de **47% à 73%** du taux de disponibilité de l’information. A l’inverse, **les indicateurs relatifs à la gouvernance présentent un taux de disponibilité élevé** (+ de 80%) et une très faible variation sectorielle et géographique. Les exigences des marchés et les réglementations provoquent des comportements informationnels convergents en matière de gouvernance. En revanche, les comportements informationnels semblent moins disciplinés sur les autres sujets.

- Alors que **les entreprises cotées en France et aux Pays-Bas communiquent de façon homogène sur l’ensemble des domaines** de responsabilité

sociale, les entreprises du Royaume-Uni font manifestement le choix de ne rendre compte que sur un nombre limité de sujets, notamment la gouvernance d’entreprise, l’environnement et l’engagement sociétal.

- **Nous n’avons pas observé de corrélation positive** entre, d’une part, la quantité d’informations et, d’autre part, la pertinence des objectifs, l’efficacité de leur déploiement ou l’efficacité des résultats obtenus.

- A la différence de ce qui est généralement admis au sujet de l’information financière, **les indicateurs quantitatifs, même certifiés, ne suffisent pas à prouver la consistance de l’information** sur la responsabilité sociale, ni à assurer de sa pertinence.

Disponibilité des indicateurs

- **Le taux de disponibilité des indicateurs utiles à l’observation et à l’analyse comparées des pratiques de responsabilité sociale des entreprises européennes cotées s’élève aujourd’hui à 69%.**

- **C’est sur leur gouvernance que les entreprises fournissent l’information la plus volumineuse et la plus complète.** Elles concentrent, en seconde position, leur information sur leurs pro-

Analyse des indicateurs

- **30% des engagements affichés par les entreprises ont un contenu probant,** c’est-à-dire pleinement conforme aux objectifs et aux buts définissant les critères de responsabilité qui leur sont opposables

- **55% des objectifs affichés sont effectivement mis en application** sur plus de la moitié des territoires d’implantation des entreprises sous revue.

- **Les secteurs qui diffusent les quantités d’informations les plus élevées** ne sont pas nécessairement ceux dont les objectifs affichés présentent les niveaux les plus élevés de pertinence.

La communication des entreprises européennes sur leurs objectifs et leurs pratiques de responsabilité sociale : priorité aux actionnaires

Sur quoi les entreprises informent-elles ?

Vigeo évalue les performances des entreprises au regard d'une quarantaine d'objectifs, dont 34 sont les plus fréquemment observés. Le tableau ci-après restitue, au sujet de chacun des objectifs sous notre revue, la proportion des indicateurs que les entreprises rendent disponibles, puis la proportion des entreprises dont le reporting fournit la totalité des indicateurs.

L'hétérogénéité des choix informationnels des entreprises cotées est saisissante : en fonction des sujets, la disponibilité des indicateurs relatifs à leurs objectifs et à leurs pratiques de responsabilité sociale varie du simple au double.

Les thèmes de la gouvernance sont ceux qui font l'objet de la plus grande quantité d'informations : 92% des indicateurs utiles à la construction d'une opinion sur les systèmes d'audit et les mécanismes internes de contrôles sont accessibles, 88% sur les dispositifs dédiés aux droits de vote en Assemblée générale, 86% sur la composition, le fonctionnement et les activités du Conseil d'administration. L'information sur les principes et les systèmes guidant la rémunération des principaux dirigeants est par contraste moins développée, la proportion des indicateurs disponibles étant cependant relativement élevée.

L'information portant sur les relations avec les clients vient en se-

conde position en termes de quantité de données disponibles. La sécurité des produits est renseignée pour 77% des indicateurs, l'information avant-vente pour 74%, et la prévention des clauses abusives pour 72%. Sur quatre thèmes forts de responsabilité sociale - le respect des droits humains fondamentaux, la prévention de la corruption, la gestion de carrière des collaborateurs ou la contribution à des causes d'intérêt général - la disponibilité des indicateurs s'établit à 71%.

A l'inverse, **les taux de disponibilité des indicateurs sont plus faibles lorsqu'il s'agit de droits fondamentaux** tels que le respect de la liberté syndicale et la promotion de la négociation collective (50%), **de sujets émergents**

comme la réduction des impacts environnementaux liés aux transports (49%) **ou de thèmes portant sur les conditions de travail** comme le respect et l'aménagement du temps de travail (41%).

Bien que les entreprises communiquent activement sur leur stratégie environnementale et sur la gestion des risques liés aux pollutions accidentelles, les critères portant sur la protection de l'environnement ne sont renseignés que de façon partielle, avec moins de 65% d'indicateurs disponibles. A cet égard, les critères concernant la réduction de la consommation d'énergie, la maîtrise des gaz à effet de serre et des rejets atmosphériques et la protection de la biodiversité sont peu

traités. Par exemple, seulement 25% des entreprises rendent compte de la totalité des indicateurs relatifs à la réduction des gaz à effet de serre liés aux consommations énergétiques.

La communication des entreprises cotées apparaît ainsi d'autant plus substantielle qu'elle s'adresse aux actionnaires d'abord, puis aux clients, qu'elle porte sur des sujets encadrés

par la loi et associés à des risques légaux et de marché, ou qu'elle concerne des éléments de leur image de marque tels que la stratégie environnementale. Cette hiérarchie se retrouve quasiment à l'identique dans la proportion des entreprises qui parviennent à renseigner la totalité des indicateurs sur les différents objectifs définissant leur responsabilité sociale. Moins de une sur cinq rend compte de façon

complète des indicateurs relatifs à ses principes et ses pratiques de négociation collective, à l'intégration de critères sociaux dans ses processus d'achat, ou à la prévention des discriminations et la promotion de l'égalité des chances. En revanche, plus de la moitié d'entre elles fournit la totalité des indicateurs sur deux problématiques de gouvernance : la configuration des systèmes d'audit et de contrôle, et les droits de vote des actionnaires.

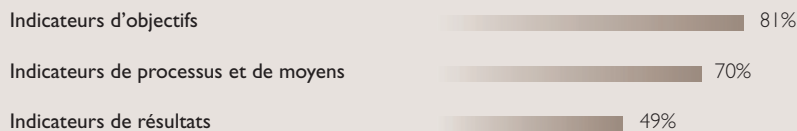
Proportion des indicateurs disponibles

Critère de responsabilité selon les normes publiques internationales	Proportion d'indicateurs disponibles dans le reporting	Proportion d'entreprises fournissant la totalité des indicateurs
Audits et systèmes internes de contrôle	92%	67%
Respect des droits des actionnaires	88%	56%
Equilibre des pouvoirs et efficacité du Conseil d'administration	86%	43%
Stratégie environnementale et éco-conception	83%	53%
Critères et systèmes de rémunérations des principaux dirigeants	80%	38%
Sécurité des produits	77%	44%
Respect des droits des clients - Information avant-vente	74%	47%
Respect des droits des clients - Prévention des clauses abusives	72%	33%
Respect des droits humains fondamentaux sur les lieux de travail et dans la société	71%	44%
Prévention de la corruption	71%	31%
Gestion prévisionnelle des emplois et promotion de l'employabilité	71%	20%
Contribution de l'entreprise à des causes d'intérêt général	71%	37%
Maîtrise des impacts sociétaux des produits et services	68%	37%
Prévention et maîtrise des risques de pollution (sol, accidentelle)	68%	25%
Prévention des discriminations et promotion de l'égalité des chances	67%	17%
Respect de la santé et de la sécurité au travail	67%	13%
Développement de produits et services écologiques	66%	39%
Prévention des pratiques anti-concurrentielles	65%	27%
Protection des ressources en eau	65%	28%
Engagement en faveur du développement économique et social du territoire	65%	28%
Intégration des facteurs environnementaux dans la chaîne d'approvisionnement	65%	18%
Réduction des impacts environnementaux liés à la consommation d'énergie	64%	25%
Réduction des impacts environnementaux liés à l'utilisation des produits et services	64%	23%
Relations durables avec les fournisseurs	63%	35%
Promotion du dialogue social	62%	29%
Protection de la biodiversité	62%	30%
Prévention des pollutions locales	60%	32%
Réduction des déchets	59%	18%
Intégration des facteurs sociaux dans la chaîne d'approvisionnement	59%	17%
Réduction des rejets atmosphériques	58%	23%
Gestion maîtrisée des restructurations	54%	28%
Respect de la liberté syndicale et promotion de la négociation collective	50%	19%
Réduction des impacts environnementaux liés aux transports	49%	15%
Respect et aménagement concerté du temps de travail	41%	9%

De quoi l'information rend-elle compte ? Les objectifs plus que les actes

- Les quatre cinquièmes (81%) des indicateurs permettant le repérage et l'évaluation de leurs objectifs de responsabilité sociale sont effectivement publiés par les entreprises. Le **taux de disponibilité de l'information** baisse à 70% lorsqu'il s'agit des indicateurs relatifs au déploiement des objectifs en question. Enfin, les entreprises peinent à rendre compte des résultats de leur action, avec moins de la moitié des indicateurs fournis.

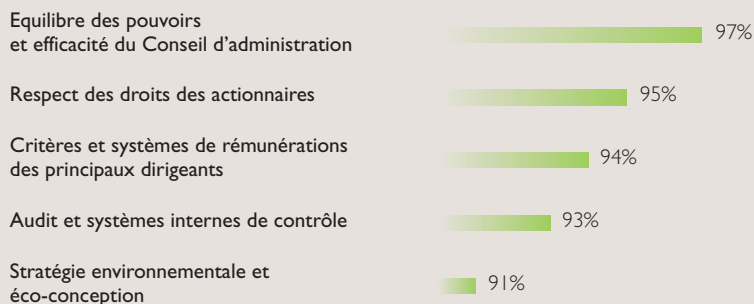
Taux moyen de disponibilité des indicateurs managériaux



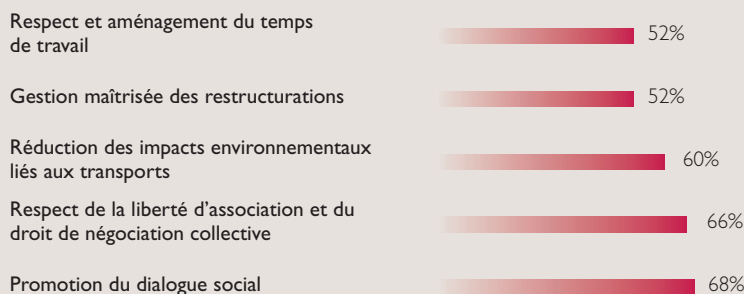
- **Les principes de gouvernance et les objectifs environnementaux en première ligne d'une communication qui reste timide sur les questions sociales.**

Les indicateurs rendant compte de l'activité des Conseils d'administration, et ceux relatifs aux engagements en faveur de la protection de l'environnement sont les plus renseignés.

→ Les indicateurs d'objectifs les plus fréquemment renseignés



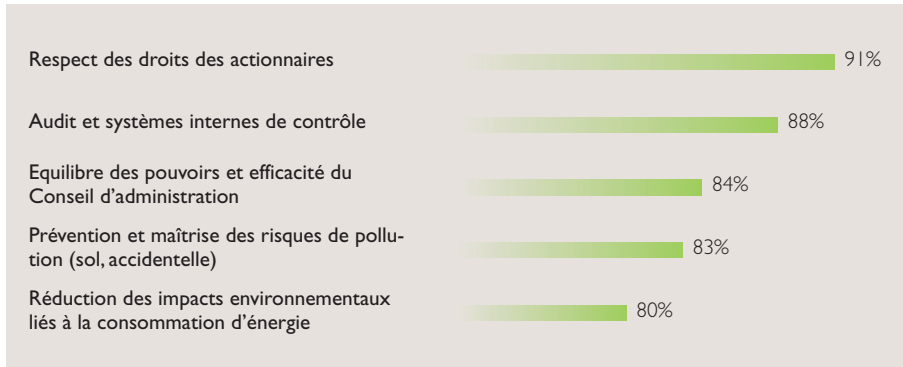
→ Les indicateurs d'objectifs les moins fréquemment renseignés



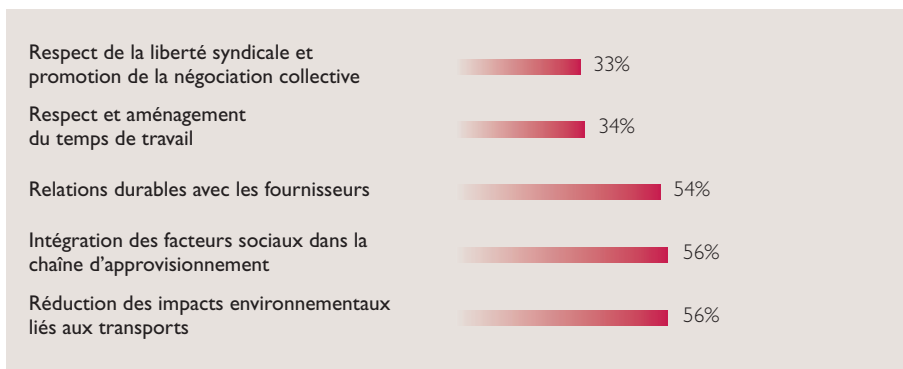
Inversement, les entreprises fournissent peu d'informations utiles sur les principes et les objectifs guidant, vis-à-vis de leurs collaborateurs, leurs politiques sociales. Par exemple, les principes en matière de gestion de l'emploi lors de restructurations ne sont communiqués qu'à hauteur de 52%.

- **Les processus et moyens déployés** en faveur de la maîtrise de leurs consommations d'énergies et de la réduction de leurs émissions de gaz à effet de serre figurent parmi les thèmes les mieux abordés par les entreprises. En revanche, les modalités en vertu desquelles elles intègrent des critères sociaux ou environnementaux dans leurs processus d'approvisionnement sont peu renseignées. Les dispositifs dédiés à la garantie du libre exercice du droit syndical et du droit de négociation collective recueillent la plus faible quantité d'indicateurs.

→ Les indicateurs de processus et de moyens les plus renseignés

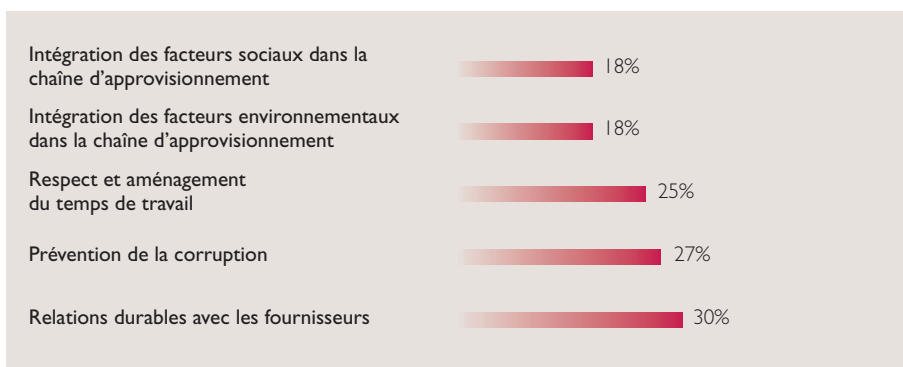


→ Les indicateurs de processus et de moyens les moins renseignés



- Les défaillances les plus fréquemment rencontrées dans la fourniture **d'indicateurs de résultats** concernent l'intégration des facteurs sociaux et environnementaux dans les processus d'achat, le respect et l'aménagement concerté des temps de travail, la prévention de la corruption et l'assistance au Petites et Moyennes Entreprises.

→ Les indicateurs de résultats les moins renseignés



Nous classons les informations de responsabilité sociale publiées par les entreprises en trois catégories d'indicateurs :

- **Indicateurs d'objectifs** : informations rendant compte du contenu, des formes d'expression et du portage managérial des objectifs, et permettant d'en apprécier la pertinence.
- **Indicateurs de processus et de moyens** : informations décrivant les processus, les moyens associés aux objectifs, leurs périmètres de déploiement, les systèmes de contrôle et les dispositifs de collecte, de consolidation et de circulation des tableaux de bord.
- **Indicateurs de résultats** : informations quantifiées ou qualitatives rendant compte du contenu des indicateurs, du traitement des allégations et des mesures correctives.

L'appartenance sectorielle influe sur la quantité de l'information, mais ne l'explique pas

Secteurs	Taux de renseignement
Télécommunications	76%
Services aux collectivités	76%
Automobiles et équipementiers	75%
Banques	74%
Pétrole et gaz	74%
Assurance	73%
Technologie	73%
Média	71%
Distribution	71%
Chimie	70%
Biens de consommation	70%
Construction & matériaux	70%
Matériaux de base	69%
Voyages et loisirs	69%
Biens d'équipement et services professionnels	65%
Alimentaire & boissons	64%
Santé	58%
Services financiers	53%

L'appartenance sectorielle semble influencer sur les comportements informationnels. Les secteurs des télécommunications et des services aux collectivités fournissent 76% des informations nécessaires à l'évaluation de leurs performances managériales en responsabilité sociale. Les secteurs les plus rétifs à la production d'indicateurs sont ceux de l'alimentation et boissons (64%), la santé (58%) et les services financiers généraux et immobiliers (53%). Tous ces secteurs comptent cependant des entreprises au profil informationnel hautement performant, avec des niveaux de disponibilité des indicateurs supérieurs à 90%. A titre d'exemple, « Provident Financials », une entreprise de crédit opérant dans le secteur des services financiers au Royaume-Uni, renseigne 95% des indicateurs.

5 secteurs et 4 pays sont représentés parmi les 15 entreprises ayant renseigné le plus d'indicateurs utiles.

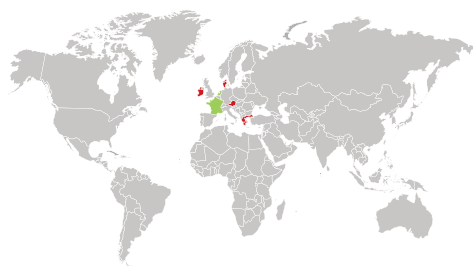
Top 15 : les 15 entreprises ayant le meilleur taux de renseignement			
Entreprises	Secteurs	Pays	Taux de renseignement
ENI	Pétrole et gaz	Italie	99%
Renault	Automobiles et équipementiers	France	98%
Barclays	Banques	Royaume-Uni	98%
HSBC Holdings	Banques	Royaume-Uni	98%
Société Générale	Banques	France	98%
Total	Pétrole et gaz	France	98%
PSA Peugeot Citroën	Automobiles et équipementiers	France	97%
ABN-AMRO Hldg	Banques	Royaume-Uni	97%
Banca Monte Dei Paschi Di Sien	Banques	Italie	97%
BNP Paribas	Banques	France	97%
Intesa Sanpaolo S.p.A.	Banques	Italie	97%
KBC	Banques	Belgium	97%
Natixis	Banques	France	97%
Axa	Assurance	France	97%
Veolia Environnement	Services aux collectivités	France	97%

Le pays du siège influence aussi sur le volume et sur l'objet de l'information

Disponibilité des indicateurs par pays

Le classement des thématiques les mieux renseignées par pays révèle des pratiques nationales nettement différenciées. Les entreprises listées au Royaume-Uni présentent l'information la plus substantielle en matière de transparence de la gouvernance, de protection de l'environnement et d'engagement sociétal. En revanche, leur communication est plus restreinte sur leurs principes et leurs pratiques de gestion des ressources humaines ou en matière de respect des droits de l'homme. Les entreprises listées en France, outre une performance élevée sur les thèmes de la gouvernance, présentent l'information la plus complète sur la gestion de leurs ressources humaines et se situent parmi les plus avancées sur les thèmes du respect des droits de l'homme et de la protection de l'environnement. Les entreprises listées aux Pays-Bas présentent les meilleurs niveaux de transparence sur les thématiques de l'éthique des affaires (prévention de la corruption notamment), et celles listées en Norvège sur le respect des droits de l'homme et sur la protection de l'environnement. Les entreprises enregistrées en Autriche, en Irlande, en Grèce ou au Danemark affichent les quantités d'informations les moins élevées.

Pays	Taux de renseignement
Pays-Bas	73%
France	72%
Royaume-Uni	71%
Norvège	70%
Allemagne	68%
Finlande	68%
Espagne	65%
Suède	65%
Belgique	65%
Portugal	64%
Suisse	63%
Italie	62%
Luxembourg	61%
Danemark	52%
Autriche	50%
Grèce	47%
Irlande	47%
Total général	67%



Les entreprises listées aux Pays-Bas et en France affichent les taux de production d'indicateurs de responsabilité sociale parmi **les plus élevés**. Ce leadership est clairement lié aux obligations d'informer que le législateur a instauré dans ces deux pays.

Quatre pays se démarquent par le **caractère très lacunaire du reporting** de leurs entreprises : le Danemark, l'Autriche, la Grèce et l'Irlande.

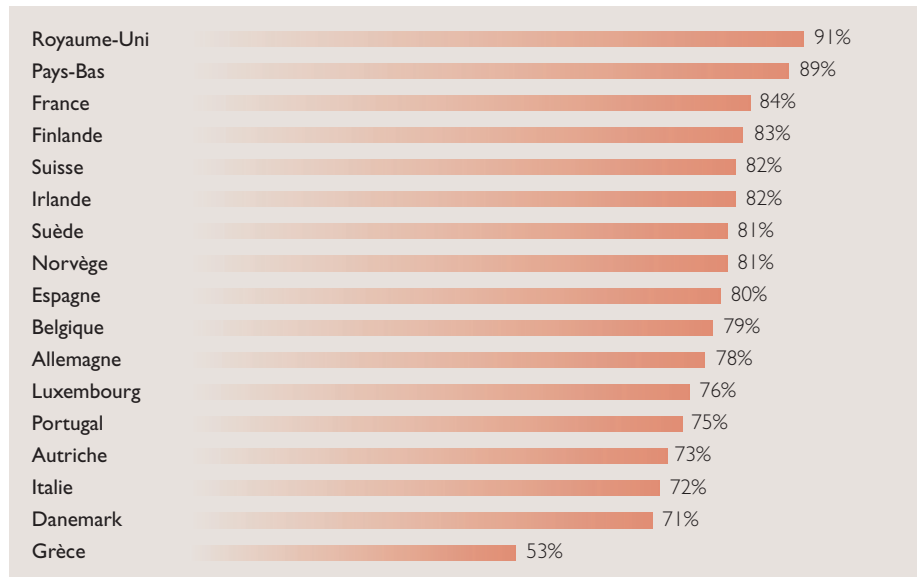
Disponibilité des indicateurs par pays et par domaine de responsabilité sociale



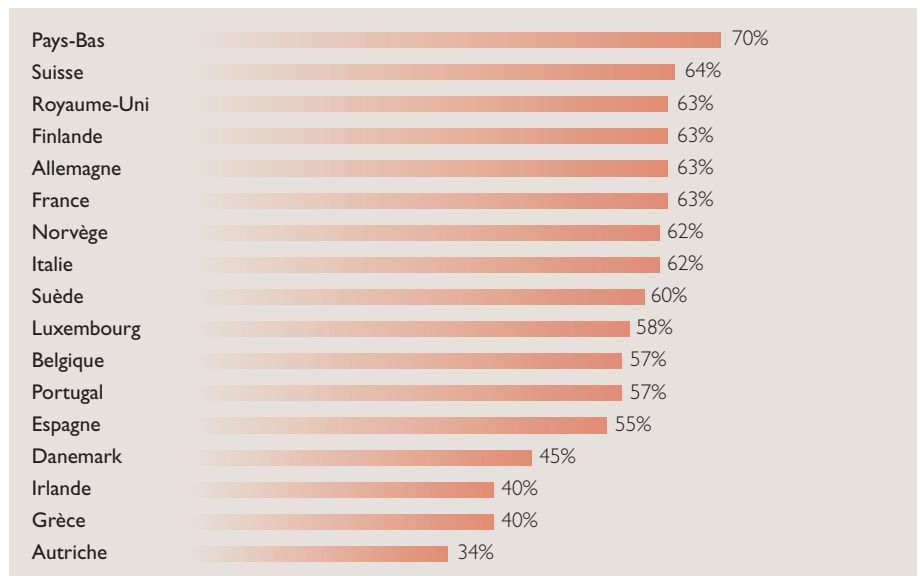
Les domaines de responsabilité

- **Gouvernance d'entreprise :**
Conseil d'administration, audits et mécanismes de contrôle, droits des actionnaires, rémunération des dirigeants
- **Comportements sur les marchés :**
Relations avec les clients, les fournisseurs et les sous-traitants, respect des règles concurrentielles, prévention de la corruption
- **Ressources humaines :**
Dialogue social, conditions de travail, santé et sécurité, valorisation des emplois et des compétences, systèmes de rémunérations
- **Droits humains :**
Droits humains fondamentaux, libertés syndicales, négociation collective, non-discrimination, lutte contre le travail forcé et le travail des enfants
- **Environnement :**
Protection de l'environnement dans la fabrication, la distribution, l'utilisation et l'élimination du produit
- **Engagement sociétal :**
Impacts sur les territoires d'implantation, contribution au développement économique et social, causes d'intérêt général

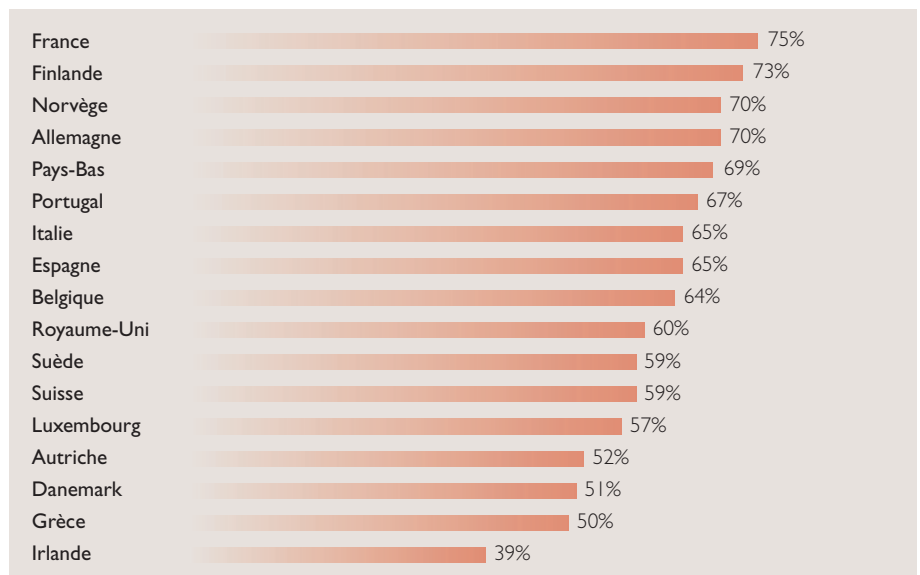
→ Gouvernance d'entreprise



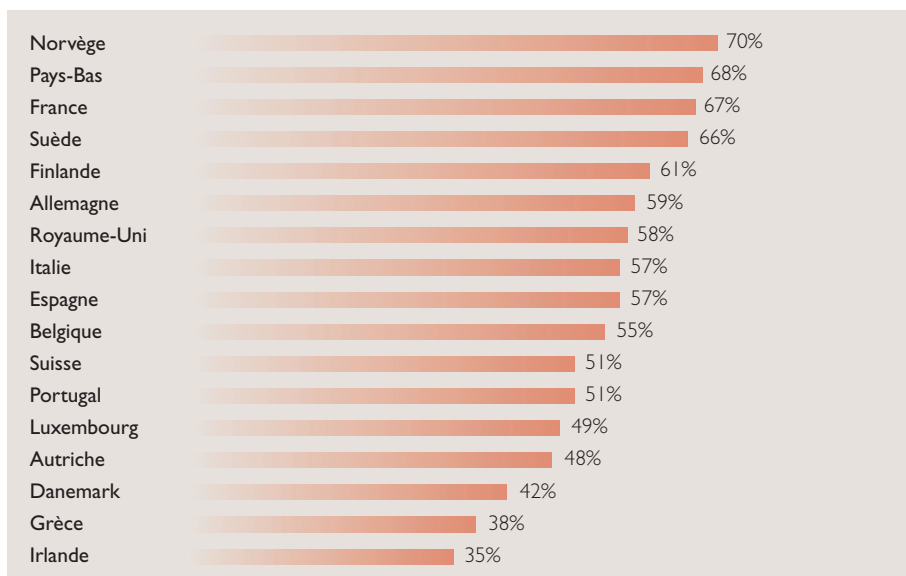
→ Comportement sur les marchés



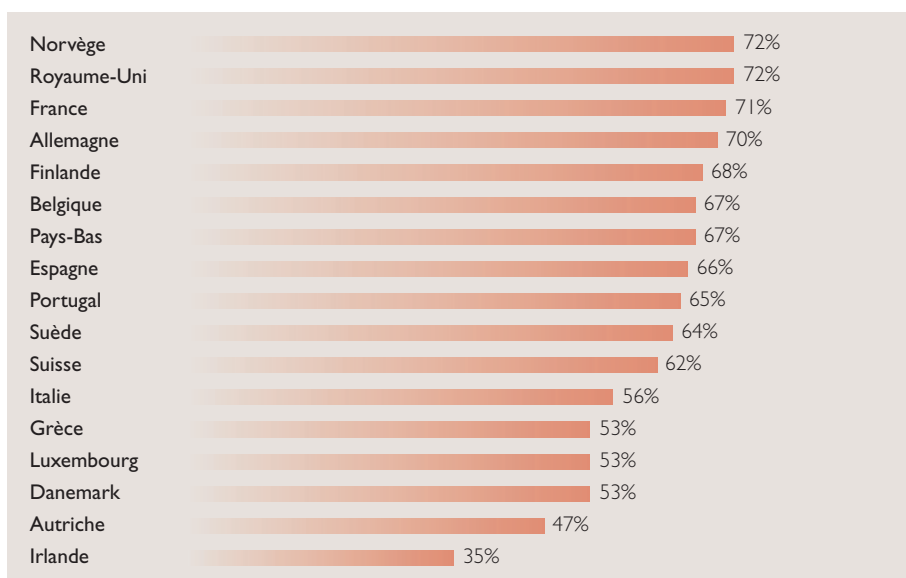
→ Ressource humaine



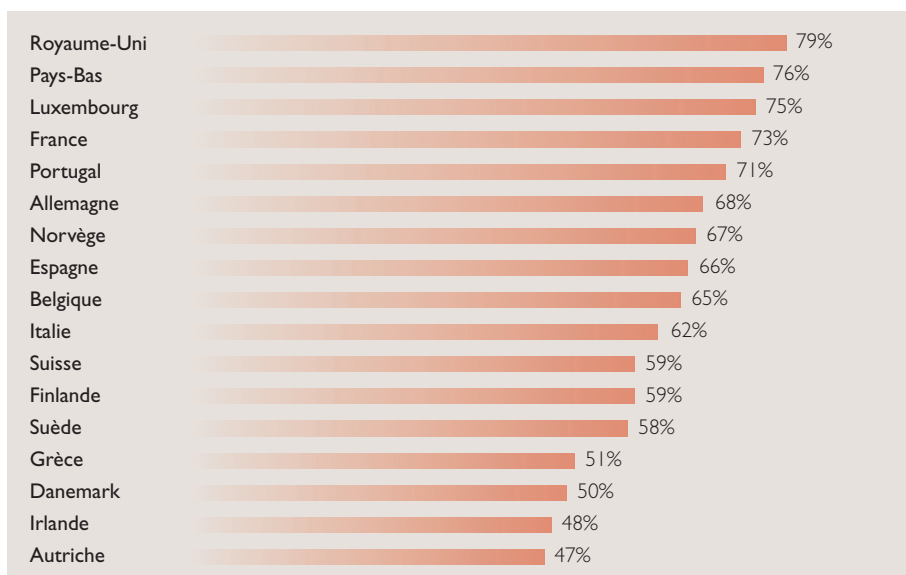
→ Droits humains



→ Environnement



→ Engagement sociétal



La quantité et la sincérité de l'information en garantissent-elles la pertinence ?

Si la quantité et la sincérité des indicateurs qu'elles publient permettent de renforcer la transparence de l'information des entreprises, ces deux éléments ne suffisent cependant pas à assurer raisonnablement la pertinence de leurs objectifs ni l'efficacité de leurs pratiques de responsabilité sociale. Intégrer effectivement ce qu'on appelle par commodité «les facteurs ESG» suppose la reconnaissance des principes et des objectifs définissant la responsabilité en question comme des facteurs de risques et leur traitement managérial en appui sur des engagements stratégiques et opérationnels éligibles à une évaluation critique et comparée de leurs performances.



Un tiers des engagements affichés énoncent des objectifs précis et exhaustifs*

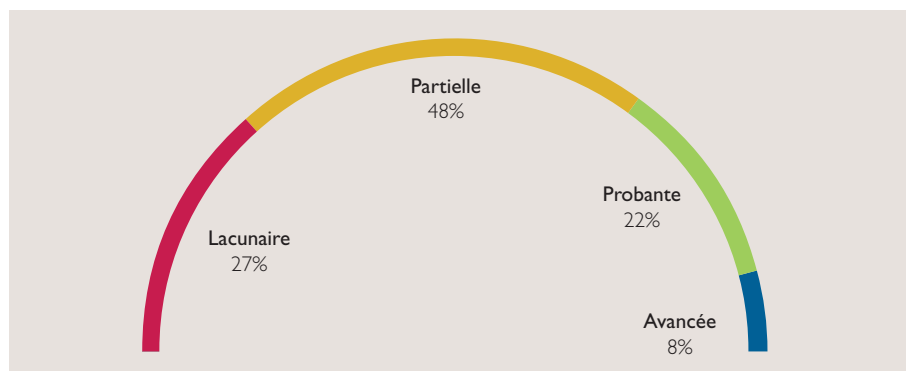
Parmi les objectifs de responsabilité sociale rendus opposables aux entreprises au titre des normes publiques internationales – tels que les Principes Directeurs de l'OCDE, les conventions de l'OIT ou les accords internationaux sur le climat – 81% recueillent des engagements sous forme de codes de conduite, de chartes éthiques ou de déclarations d'intention figurant dans la littérature réglementaire (rapport annuel, rapport de développement durable dans certains pays comme la France) ou dans la communication institutionnelle des entreprises cotées en Europe.

A l'examen, il n'est pas rare que ces engagements se révèlent de caractère littéraire et vague. 27% des engagements relevés apparaissent comme énonçant des buts non exhaustifs et 43% rapportent des objectifs peu ou non appropriés aux enjeux sectoriels et aux principes opposables aux entreprises qui les affichent. Seul un tiers des indicateurs sont complets, rendant compte de façon probante (22%) ou avancée (8%) des buts poursuivis par l'entreprise.

* Ce chapitre s'applique aux 5 domaines de responsabilité sociale suivants :

- Environnement
- Ressources humaines
- Comportement sur les marchés
- Droits humains
- Engagement sociétal

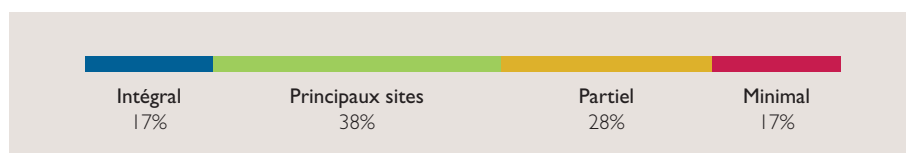
Pertinence des objectifs affichés



Les engagements les plus pertinents ne sont pas toujours déployés sur les périmètres d'activité les plus importants

Il n'est pas rare que l'information sur le déploiement des objectifs de responsabilité sociale affichée par les entreprises soit limitée à une partie seulement de leurs territoires d'implantation ou de leur périmètre d'activités. Pour des raisons tenant à la pluralité de leurs métiers, à la variété des législations sur l'information applicables à leurs filiales en différentes régions du monde, ou bien aux limites de leurs modes internes de collecte et de consolidation des données, la majorité des entreprises ne parviennent pas à rendre compte de l'effectivité de leurs engagements au sein de l'ensemble de leurs composantes. 55% des objectifs affichés sont appliqués sur un périmètre limité au territoire de la maison-mère et à quelques filiales contre 17% effectivement déployés sur l'ensemble des sites.

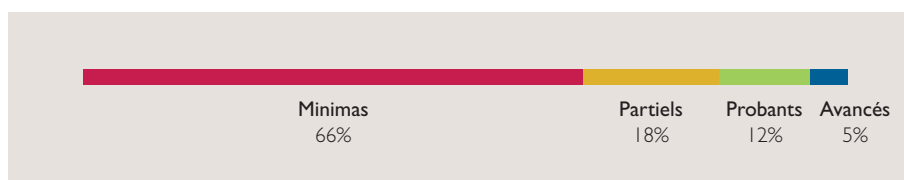
Périmètre de l'entreprise couvert par les engagements



Les indicateurs de résultats doivent être rapportés à une grille d'interprétation multifactorielle

Qu'est-ce qu'un indicateur de résultat en management de la responsabilité sociale ? Un taux de féminité dans l'emploi, un ratio de conflits collectifs du travail, un taux d'accidents du travail, ou d'émission de gaz à effets de serre ou un nombre de membres d'un Conseil d'administration présentés comme « indépendants » doivent être questionnés, pour être appréciés, au regard de référentiels de principes et d'objectifs, de corpus légaux, de standards comportementaux géographiques et sectoriels, et de repères temporels qui constituent autant de facteurs exogènes aux systèmes managériaux qu'ils sont censés décrire. 17% des résultats ainsi analysés à travers l'ensemble du patrimoine d'informations diffusées par les entreprises sous notre revue présentent des performances probantes ou avancées au regard des prescriptions normatives qui leur sont applicables et des pratiques observées dans leurs secteurs d'activité. La majorité (66%) affiche des performances strictement conformes aux minimas légaux.

Indicateurs de Résultats



Conclusion

L'abondance des indicateurs ne suffit pas à prouver la performance

Ce tableau présente, pour l'ensemble des domaines et des critères sous revue de Vigeo, la pertinence des politiques affichées par les entreprises hiérarchisée en quatre niveaux - des plus aux moins avancées (du bleu au rouge) - de dix-huit secteurs d'activité. Certains parmi les secteurs affichant les taux de disponibilité de l'information les plus élevés enregistrent aussi les politiques dont le contenu est le plus exhaustif et pertinent. C'est par exemple le cas du secteur automobile qui, renseignant en moyenne 75% des indicateurs, a plus de 40% de ses politiques qui répondent aux

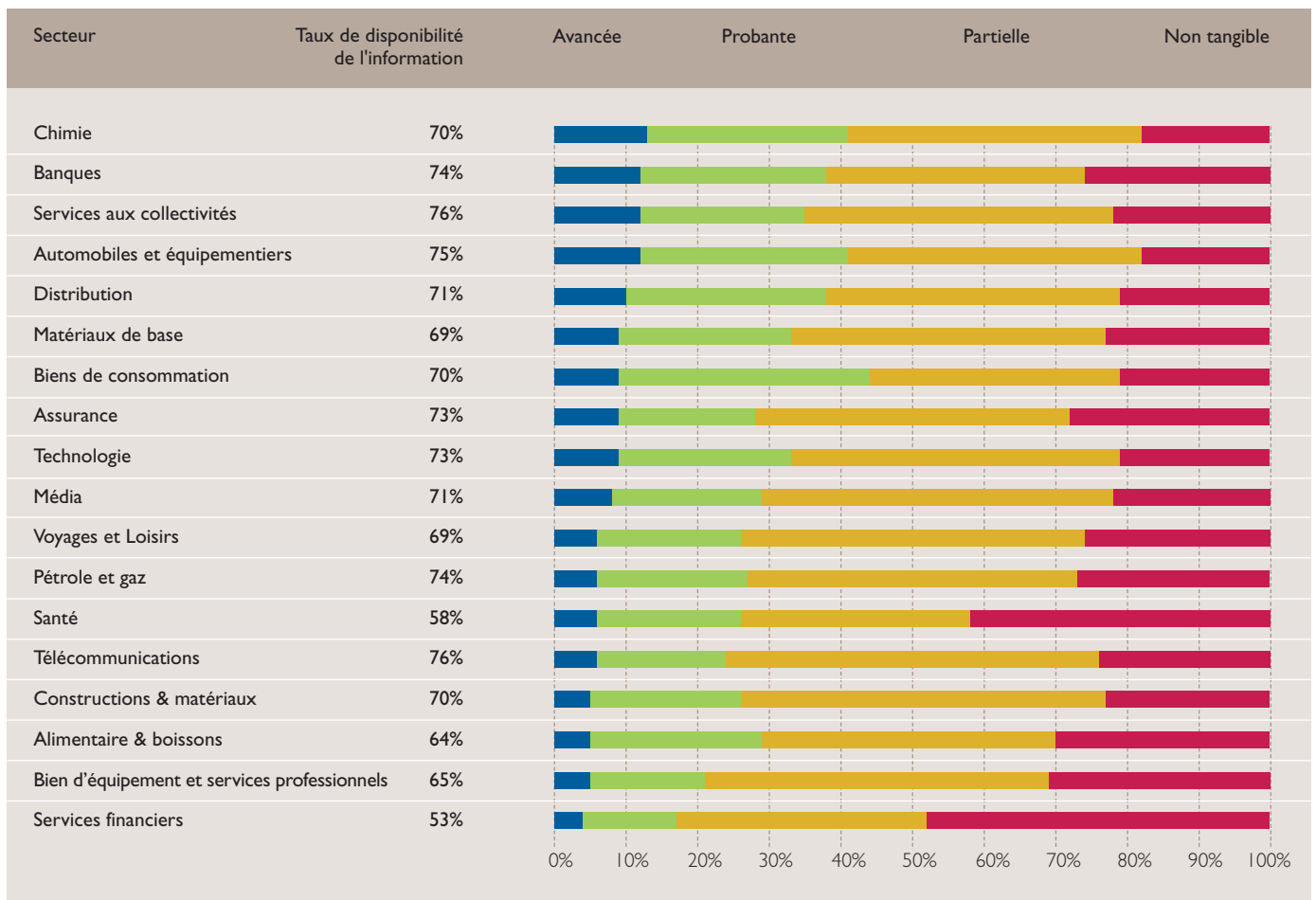
exigences du référentiel d'objectifs de responsabilité sociale, environnementale, de gouvernance et de marché opposables à ses entreprises. Mais ceci n'est pas une règle. Le secteur des télécommunications, un des plus actifs en termes de reporting avec 76% des indicateurs disponibles n'affiche que 24% de politiques pertinentes.

Pas plus que l'abondance en indicateurs ne peut masquer la faiblesse de l'action, une information sobre ne saurait signifier une absence d'engagement. Ainsi, le sec-

teur de la chimie, bien qu'avec un taux de disponibilité de l'information relativement limité, a défini des objectifs probants ou avancés à hauteur de 54%.

Il reste qu'une information pauvre est rarement compatible avec des performances managériales convaincantes. Le secteur des services financiers, dont le taux de disponibilité de l'information est le plus limité (53%), est également celui dont les entreprises n'affichent des objectifs pertinents que sur 20% des objectifs de leur référentiel d'évaluation.

Performances des objectifs par secteur d'activité



Auteurs :



Charlotte Bancilhon
Analyste



Pierre Fanuel
Auditeur

Sous la direction de :



Fouad Benseddik
Directeur des Méthodes
et Relations Institutionnelles

PARIS

Les Mercuriales, 40 rue Jean Jaurès
93170 Bagnolet - France
T : +33 1 55 82 32 40
F : +33 1 55 82 32 50

BRUXELLES

Rue du Progrès 333 / B7
1030 Bruxelles - Belgique
T : +32 2 206 67 91
F : +32 2 206 67 90

MILAN

Via D'Ovidio, 3
20131 Milan - Italie
T : +39 02 36 51 81 15
F : +39 02 36 51 81 17

CASABLANCA

Technopark - Route de Nouacer
PB 16435 - Casablanca - Maroc
T : +212 529 00 38 83
F : +212 522 87 47 27

www.vigeo.com

Contact presse :
Anita Legrand
Attachée de presse
anita.legrand@vigeo.com
T : + 33 1 55 82 32 44