- 03 novembre 2026

NOTICE TECHNIQUE

Sondage d'opinion « Baromètre de l'engagement des entreprises – Novembre 2026 »

ARTICLE 2 – INFORMATIONS GENERALES

▪ Organisme ayant réalisé le sondage	IPSOS bva
▪ Commanditaires du sondage	Les entreprises s'engagent
▪ Nombre de personnes interrogées	401 dirigeants d'entreprises de 10 salariés et plus.
▪ Dates de réalisation des interviews	Du 24 août au 11 septembre 2026
▪ Date de diffusion prévue	Mardi 3 novembre, 10h30
▪ Questionnaire	Présenté intégralement dans le rapport d'étude ci-après

ARTICLE 3 – INFORMATIONS GENERALES

▪ Objet du sondage	Baromètre de l'engagement des entreprises - Ipsos bva pour Les entreprises s'engagent
▪ Echantillon interrogé	401 entreprises représentatives des entreprises françaises de 10 salariés et plus. Méthode des quotas : secteur d'activité, taille d'entreprise, région. L'échantillon a été raisonné pour pouvoir disposer de plus de répondants auprès des entreprises de 50 salariés et plus. Ces entreprises ont été ramenées à leur poids réel dans les résultats d'ensemble.
▪ Mode de recueil	Échantillon interrogé par téléphone
▪ Taux de non-réponse	Le taux de non-réponse (lorsqu'il est supérieur à 0) est présenté pour chaque question dans le rapport ci-après.
▪ Gratification des personnes interrogées	Néant
▪ Critères de redressement	Le redressement a été effectué à partir de la structure des entreprises françaises de 10 salariés et plus (secteur d'activité, taille d'entreprise et région).

BAROMÈTRE DE L'ENGAGEMENT DES ENTREPRISES

VOLET EXTERNE

Rapport de résultats



CONTEXTE ET MÉTHODOLOGIE

01

MÉTHODOLOGIE

ÉCHANTILLON

401 entreprises représentatives des entreprises françaises de 10 salariés et plus.

DATES DE TERRAIN

Du 24 août au 11 septembre 2026

MÉTHODOLOGIE

Enquête réalisée par téléphone

La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas appliqués aux variables suivantes : région, taille d'entreprise, secteur de l'entreprise

Ce rapport a été réalisé pour :

Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ».
Ce rapport a été relu par Christelle Craplet, directrice Public Affairs chez Ipsos Bva

Profil de l'échantillon

Structure des entreprises de 10 salariés et plus

Taille de l'entreprise	%
10 à 49 salariés	84%
50 à 99 salariés	8%
100 salariés et plus	8%
Secteur d'activité	**%**
Agriculture/Industrie/Construction	32%
Commerce, transports, hébergement/restauration	36%
Services	32%
Région	**%**
Île-de-France	25%
Auvergne-Rhône-Alpes	13%
Bourgogne-Franche-Comté	4%
Bretagne	5%
Centre-Val de Loire	3%
Grand Est	8%
Hauts-de-France	7%
Normandie	4%
Nouvelle-Aquitaine	9%
Occitanie	8%
Pays de la Loire	6%
Provence-Alpes-Côte d'Azur / Corse	8%

RAPPORT DES RESULTATS

02

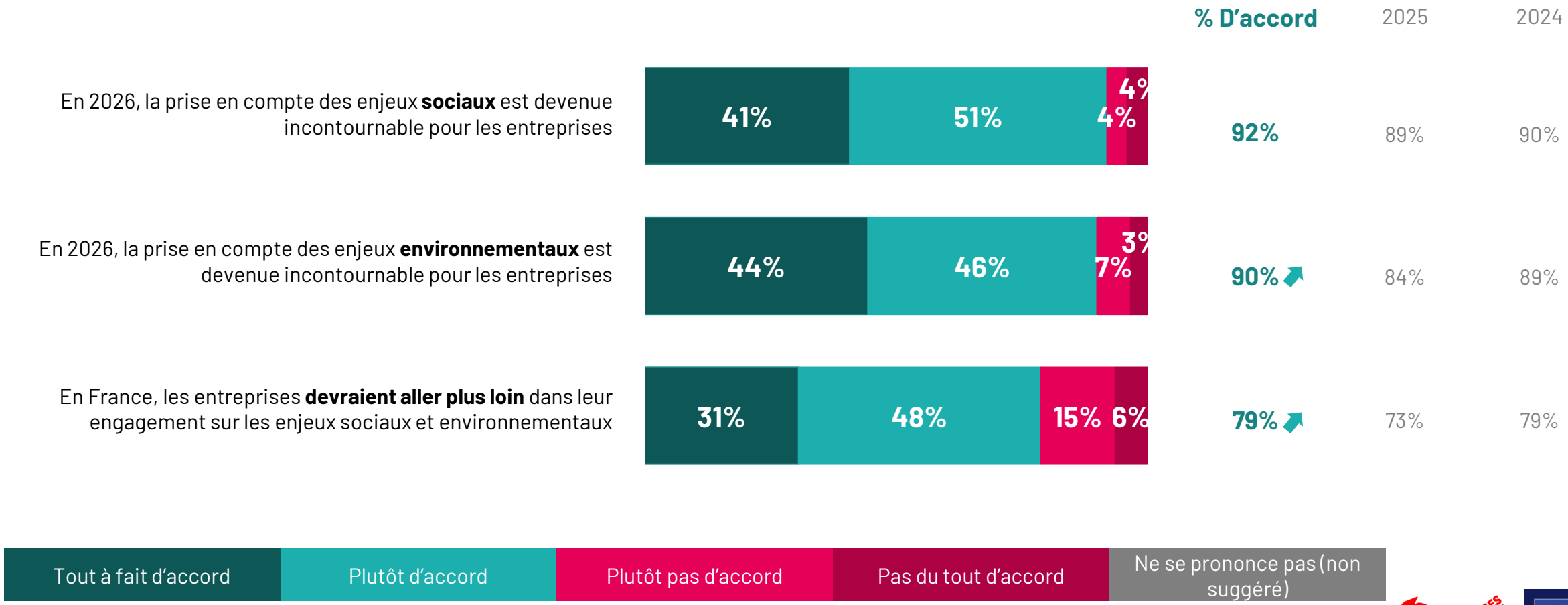
Partie 1.

Des entreprises convaincues par les engagements sociaux et environnementaux, qui souhaitent toujours s'engager et restent pleinement conscientes de l'importance de cet engagement pour elle et la société

Opinion des entreprises concernant leurs engagements sociaux et environnementaux

Les dirigeants pointent toujours la très grande importance des enjeux sociaux et environnementaux pour les entreprises. Ils sont même plus nombreux à dire que les entreprises doivent encore aller plus loin sur le sujet. Des scores en hausse qui retrouvent les niveaux mesurés en 2024.

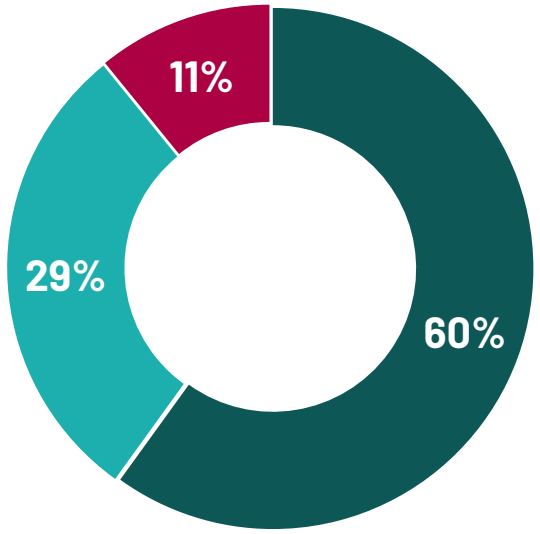
Q1. Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?
Base : à tous



Continuité de l’engagement des entreprises françaises

Dans un contexte incertain économiquement et politiquement, les entreprises jugent majoritairement qu’il est primordial de continuer à s’engager.

Q14. Avec la conjoncture économique et politique actuelle, pensez-vous qu’il est primordial, important mais pas primordial ou secondaire que les entreprises françaises continuent à s’engager ?
Base : A tous



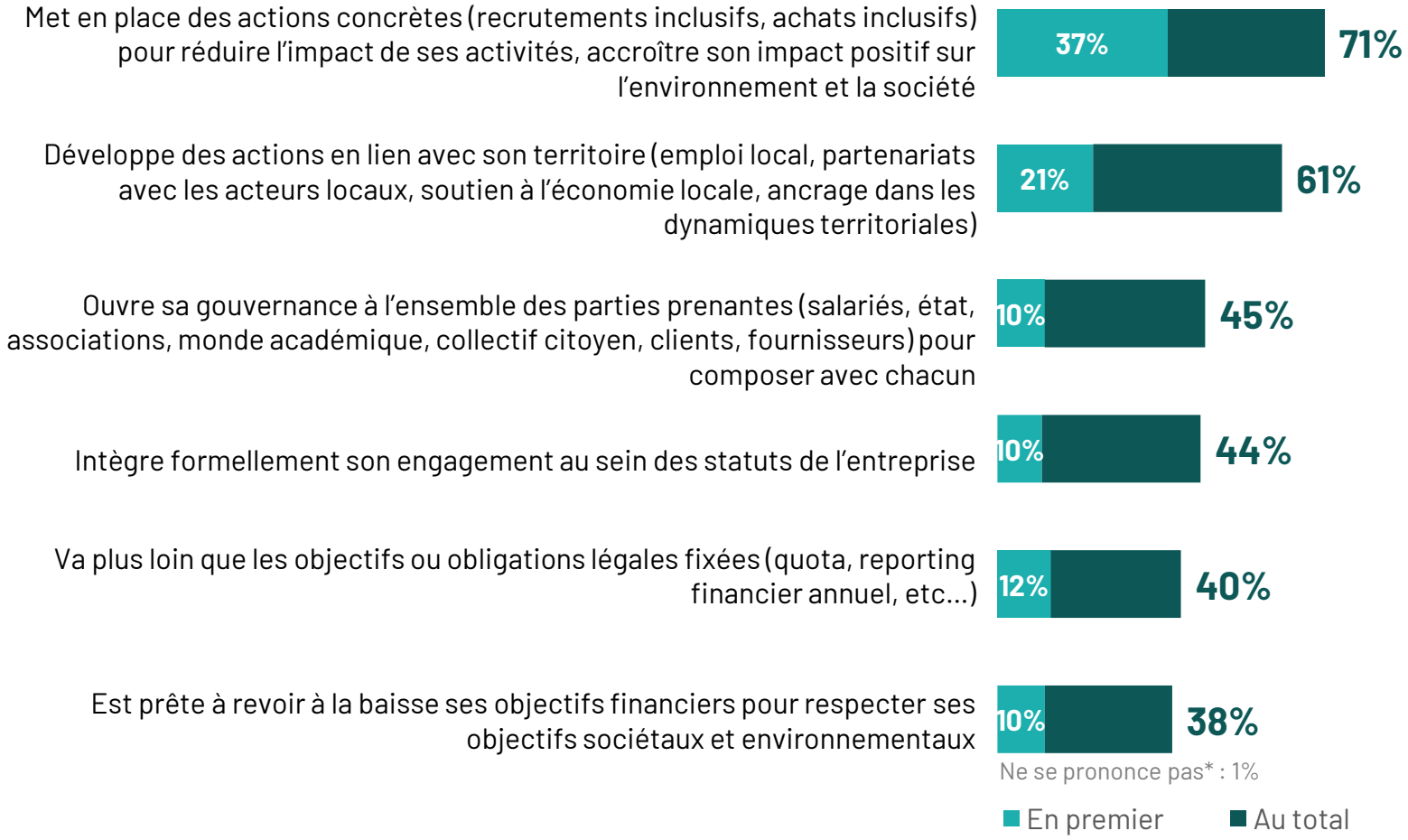
89%
Primordial ou important

C’est primordial	C’est important mais pas primordial	C’est secondaire	Ne se prononce pas (non suggéré)

Spécificités d'une entreprise engagée

Pour près de trois quarts des dirigeants, une entreprise qui s'engage est une entreprise qui met en place des actions concrètes pour réduire l'impact de ses activités. Ils sont également une majorité à estimer que l'engagement passe par le développement d'actions en lien avec son territoire.

Q2. Pour vous, une entreprise qui s'engage, c'est avant tout une entreprise qui... En 1er ? Et ensuite ?
Base : à tous



*Item non suggéré

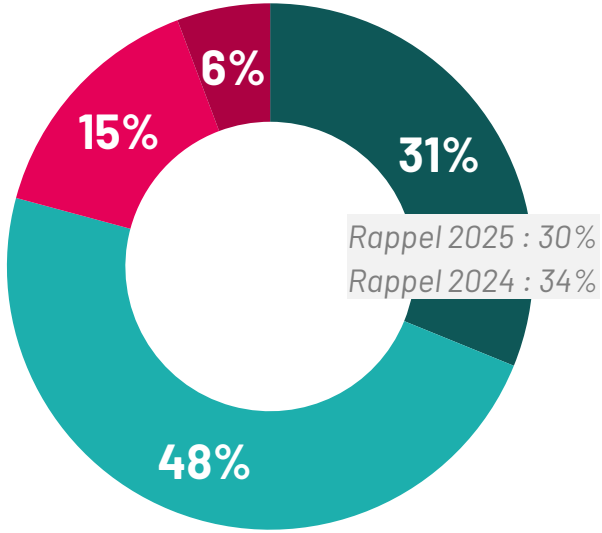
Total supérieur à 100% car plusieurs réponses étaient possibles

Mise en place de pratiques sociales et environnementales

Huit entreprises sur dix déclarent avoir mis en place des pratiques sociales et environnementales : un score élevé et stable, d'autant plus notable dans le contexte économique actuel.

Q3. En ce qui concerne la mise en place de pratiques sociales et environnementales, diriez-vous que… ?
Base : à tous

% des entreprises qui n'ont pas mis en place d'action:
21%



Rappel 2025 : 30%
Rappel 2024 : 34%

% des entreprises qui ont mis en place des actions:
79%

Rappel 2025 : 80%
Rappel 2024 : 82%

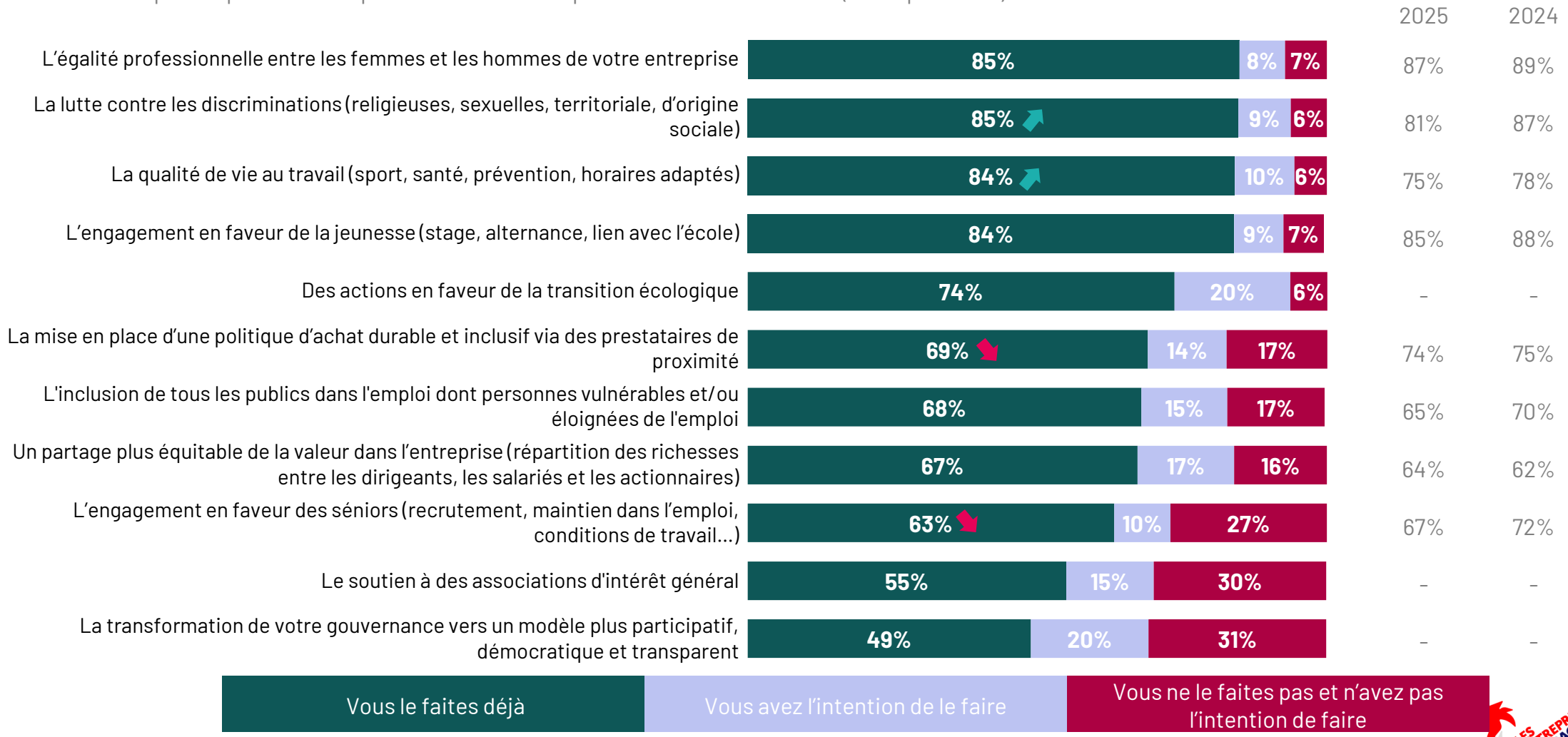
Votre entreprise a bien avancé, de nombreuses pratiques ont été mises en place	Votre entreprise a un peu avancé, certaines pratiques ont été mises en place	Votre entreprise n'a pas mis en place d'action sur ces aspects, mais a l'intention de le faire prochainement	Votre entreprise n'a pas mis en place d'action sur ces aspects et n'a pas l'intention de le faire prochainement

En 2025, l'intitulé de la question était « En ce qui concerne la mise en place de pratiques sociales et environnementales plus vertueuses, diriez-vous que… ? »

Actions déjà engagées ou à venir

Les actions en faveur de l'égalité professionnelle, de la lutte contre les discriminations, de la jeunesse et de la qualité de vie au travail sont les plus largement engagées. En revanche, comme en 2025, l'engagement en faveur des seniors décroit.

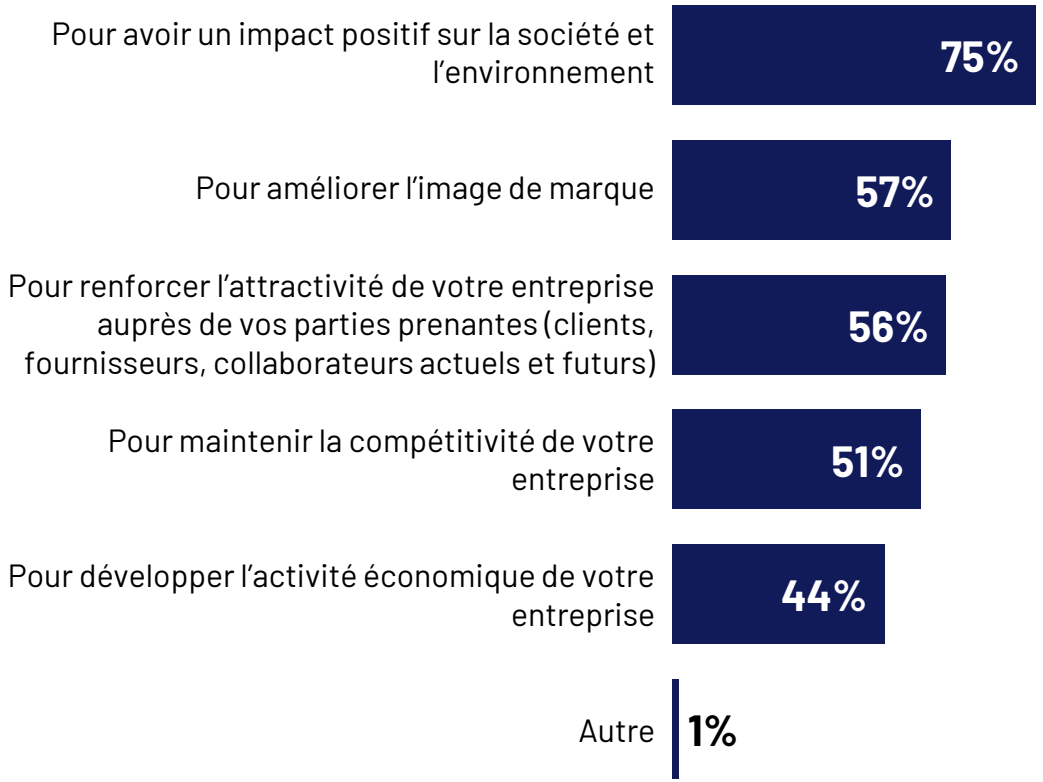
Q7. Je vais maintenant vous citer différents domaines. Veuillez m'indiquer ceux pour lesquels votre entreprise a engagé des actions, ou a l'intention de le faire.
Base : Aux entreprises qui ont mis en place des actions ou qui ont l'intention de le faire (378 répondants)



Raisons de mise en place de pratiques sociales et environnementales

L'impact positif sur la société et l'environnement constitue la première motivation à l'engagement, devant l'image de marque et l'attractivité.

Q6. Pour quelles raisons votre entreprise a-t-elle engagé ou a-t-elle l'intention d'engager des actions sur le plan social et environnemental ?
Base : Aux entreprises qui ont mis en place des actions ou qui ont l'intention de le faire (378 répondants)



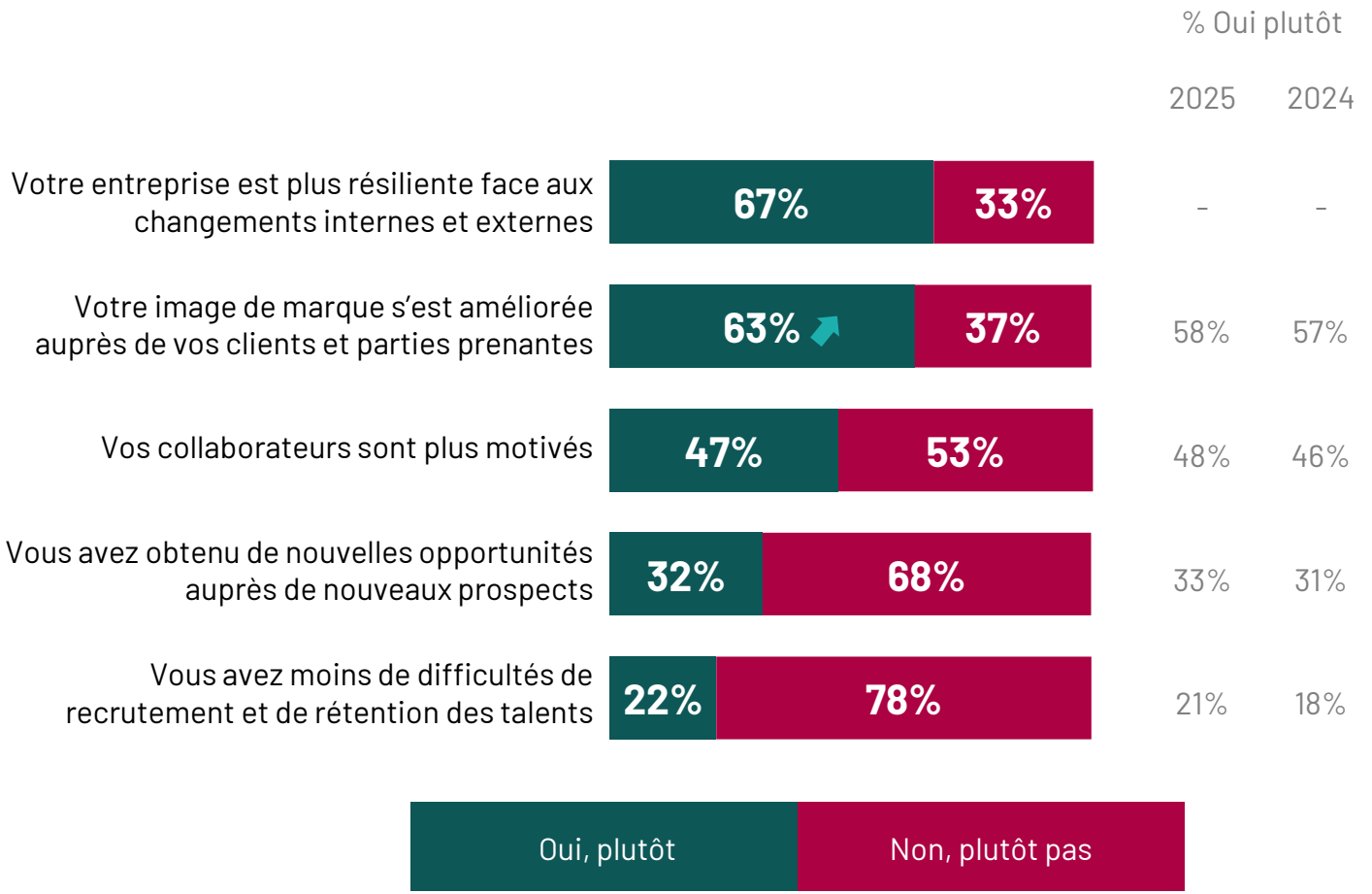
Total supérieur à 100% car plusieurs réponses étaient possibles

Perception détaillée suite à la mise en place de pratiques RSE en entreprise

La résilience et l'amélioration de l'image de marque constituent les principaux bénéfices perçus des pratiques engagées. En revanche, l'impact commercial, sur le recrutement ou la fidélisation des salariés reste limité.

Q5. Et diriez-vous que depuis que vous avez mis en place des pratiques sociales et environnementales plus vertueuses…

Base : Aux entreprises ayant déjà mis en place des actions (318 répondants)



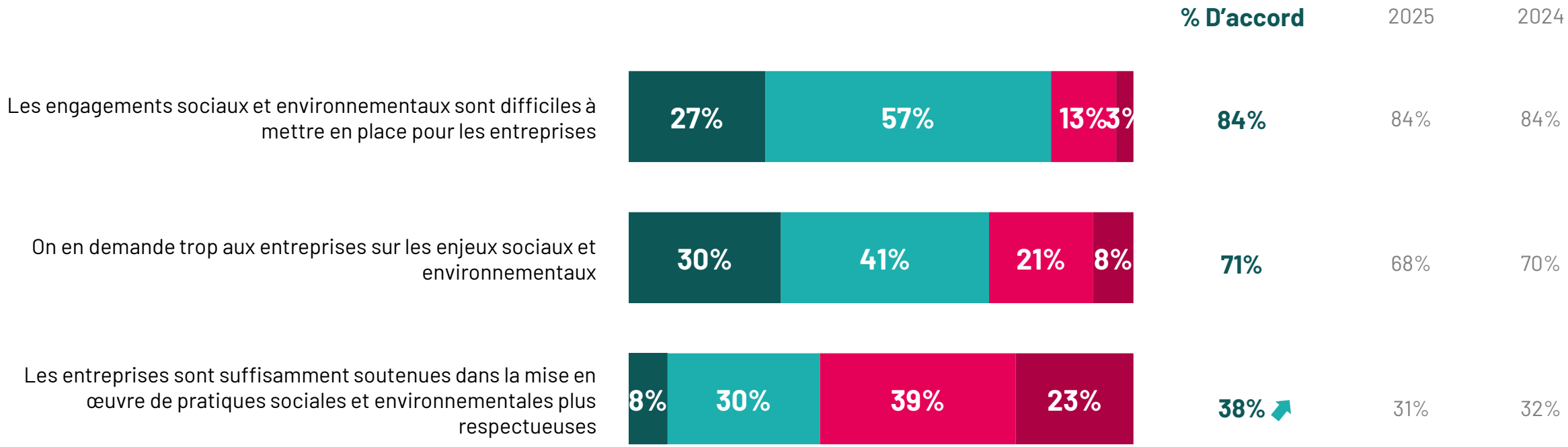
Partie 2.

Une véritable intention, oui – mais des difficultés qui persistent dans la mise en œuvre de ces actions.

Opinion des entreprises concernant leurs engagements sociaux et environnementaux

La mise en œuvre des engagements reste largement perçue comme difficile tandis que le soutien apporté aux entreprises progresse, mais demeure minoritaire.

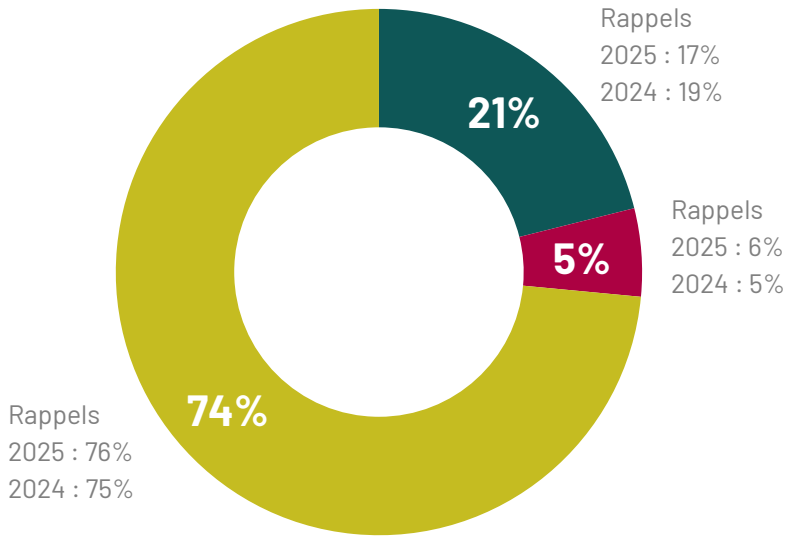
Q1. Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?
Base : à tous



Impact de la mise en place de pratiques sociales et environnementales sur la performance de l'entreprise

Comme en 2025, les trois quarts des dirigeants estiment que la performance de leur entreprise n'a pas été modifiée suite à la mise en place de pratiques et environnementales plus vertueuses. Toutefois on observe une tendance haussière des évaluations positives, qui sont toujours largement au dessus des perceptions négatives.

Q4. Depuis que vous avez mis en place des pratiques sociales et environnementales plus vertueuses, diriez-vous que ... ?
Base : Aux entreprises ayant déjà mis en place des actions (318 répondants)

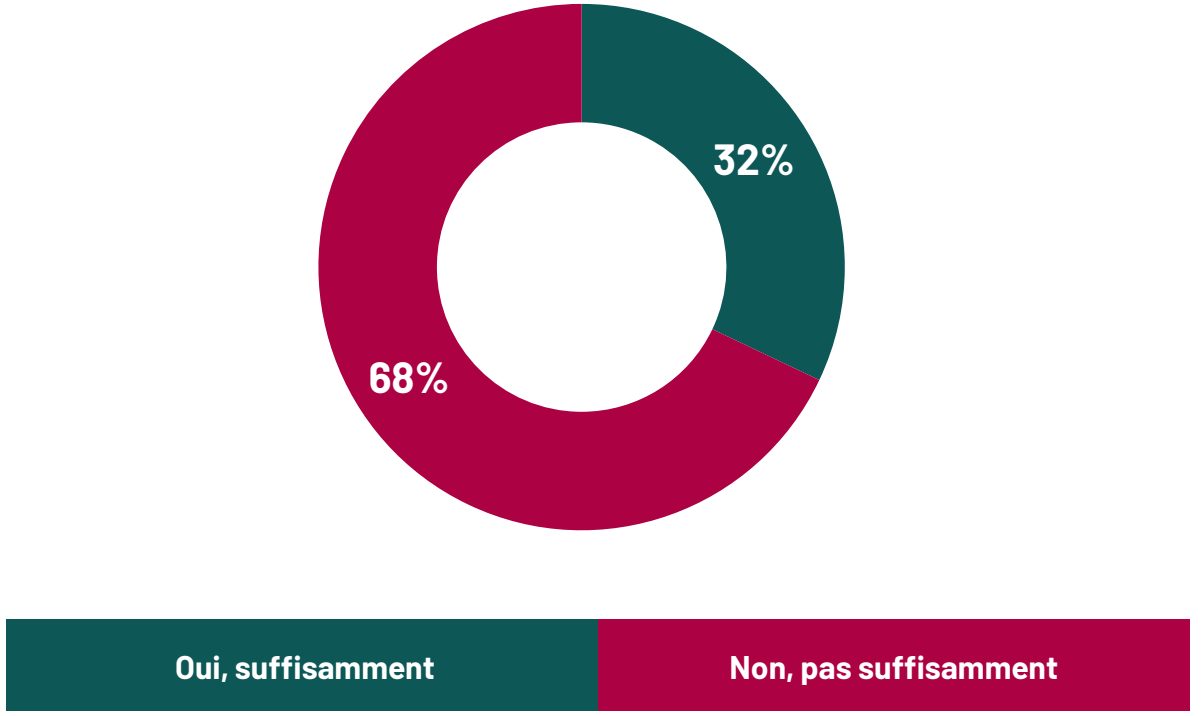


Votre entreprise est plus performante | Votre entreprise est moins performante | La performance de votre entreprise n'a pas été modifiée

Coopération entre entreprises autour des enjeux sociaux et environnementaux

Plus de deux entreprises sur trois estiment que la coopération entre entreprises reste insuffisante sur ces sujets.

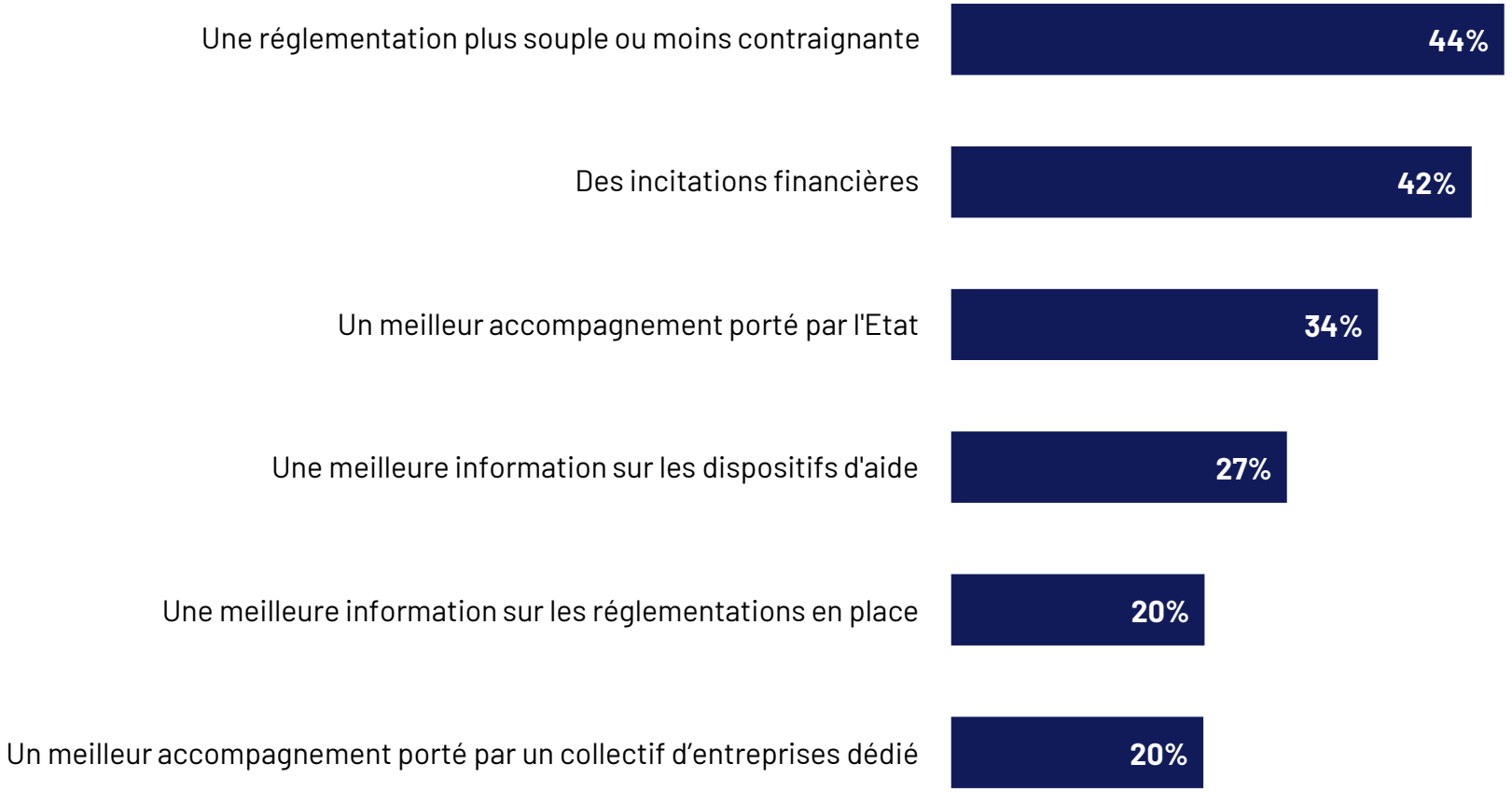
Q11. Diriez-vous qu'aujourd'hui les entreprises coopèrent suffisamment entre elles autour des enjeux sociaux et environnementaux ?
Base : A tous



Conditions nécessaires pour permettre aux entreprises de s'engager davantage

Les conditions qui favoriseraient l'engagement sont surtout liées à une simplification de la réglementation ainsi que des incitations financières.

Q8. Selon vous, quelles seraient les principales conditions qui permettraient à votre entreprise de s'engager davantage ?
Base : Aux entreprises qui n'ont pas mis en place d'actions ou qui ont l'intention de le faire (275 répondants)



Total supérieur à 100% car deux réponses étaient possibles

Total > 100% car plusieurs réponses possibles.

Partie 3.

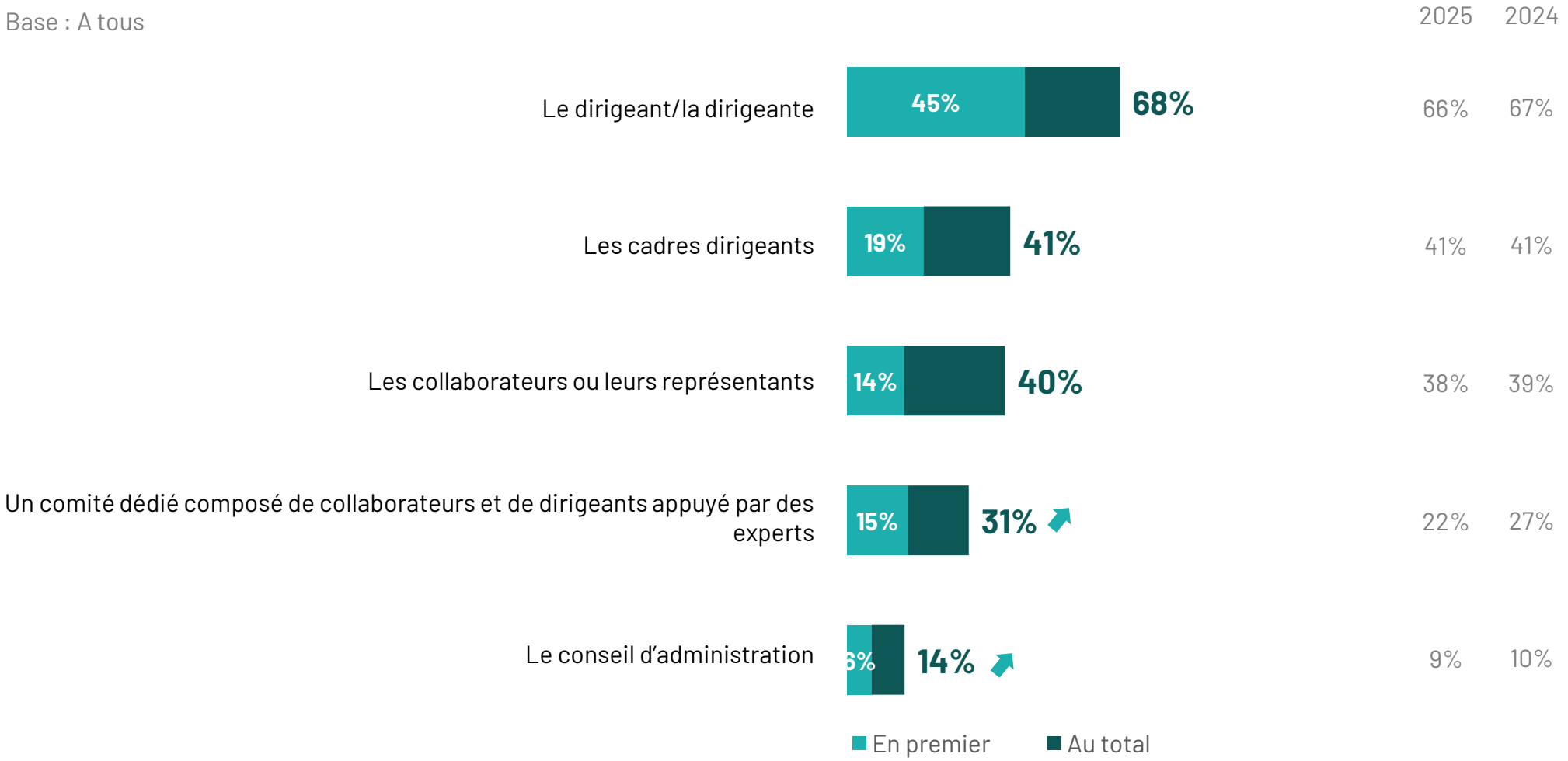
Des dirigeants qui se positionnent comme les acteurs les plus importants pour faire progresser les pratiques mais qui déplorent toujours certains freins économiques pour le faire.

Responsabilité des pratiques sociales et/ou environnementales au sein de l'entreprise

Comme les années précédentes, les dirigeants se positionnent de loin comme ayant la plus grande responsabilité pour faire progresser les pratiques sociales et/ou environnementales en entreprise.

Q10. Concernant les pratiques sociales et/ou environnementales au sein de l'entreprise, à qui, selon vous, appartient le plus la responsabilité de les faire évoluer/progresser ? En 1er ? Et ensuite ?

Base : A tous



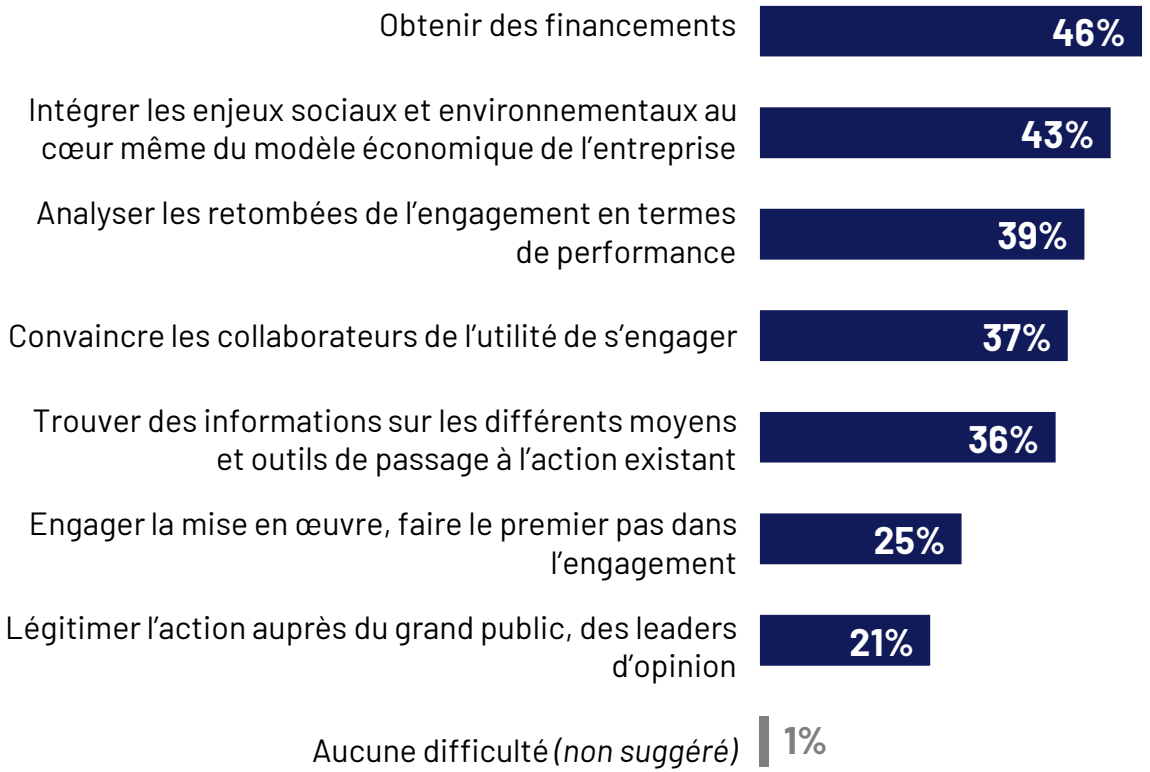
Total supérieur à 100% car deux réponses étaient possibles

Difficultés de réalisation

L'accès aux financements et l'intégration des enjeux sociaux et environnementaux au modèle économique arrivent en tête des difficultés rencontrées par les dirigeants.

Q9. En tant que dirigeant, parmi les propositions suivantes, qu'est-ce qui vous semble le plus difficile à réaliser aujourd'hui ?

Base : A tous - *Trois réponses possibles.*



Total supérieur à 100% car trois réponses étaient possibles

Partie 4.

Dans la perspective de l'élection présidentielle, les dirigeants demandent qu'on tienne compte de leur expertise et de leur rôle sur le sujet de l'engagement.

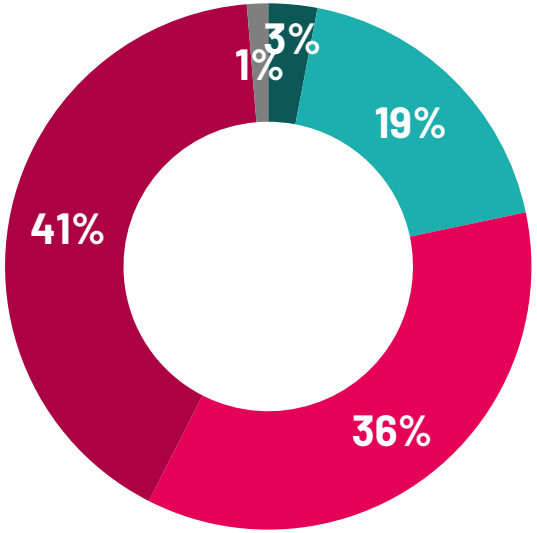
Place consacrée au rôle des entreprises dans la société

La très grande majorité des dirigeants estime que le rôle des entreprises pour faire évoluer positivement la société est trop minoré.

Q15. Selon vous, dans la campagne pour l'élection présidentielle, avez-vous le sentiment qu'on parle suffisamment du rôle des entreprises pour faire évoluer positivement la société ?
Base : à tous

% Non : 77%

% OUI : 22%



Oui tout à fait | Oui plutôt | Non plutôt pas | Non pas du tout | Ne se prononce pas (non suggéré)

Les entreprises comme pilier pour répondre aux grands défis sociaux et environnementaux

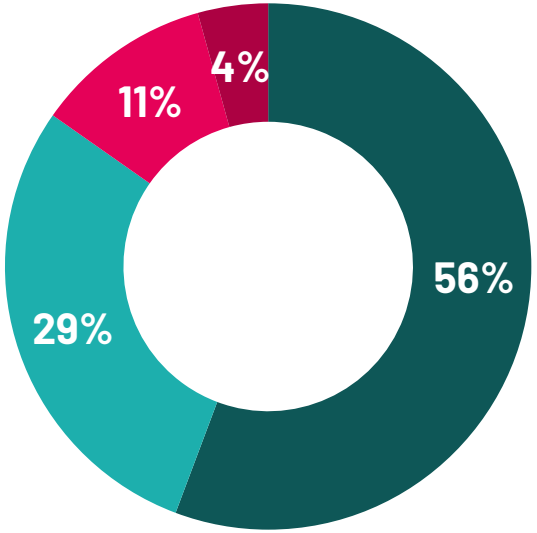
Selon eux, le ou la futur.e Président.e de la République devra davantage considérer les entreprises pour répondre aux grands défis sociaux et environnementaux qui se poseront.

Q16. Selon vous, le ou la futur.e Président.e de la République devra-t-il davantage s'appuyer sur les entreprises pour répondre aux grands défis sociaux et environnementaux du pays ?

Base : à tous

% Non : 15%

% OUI : 85%

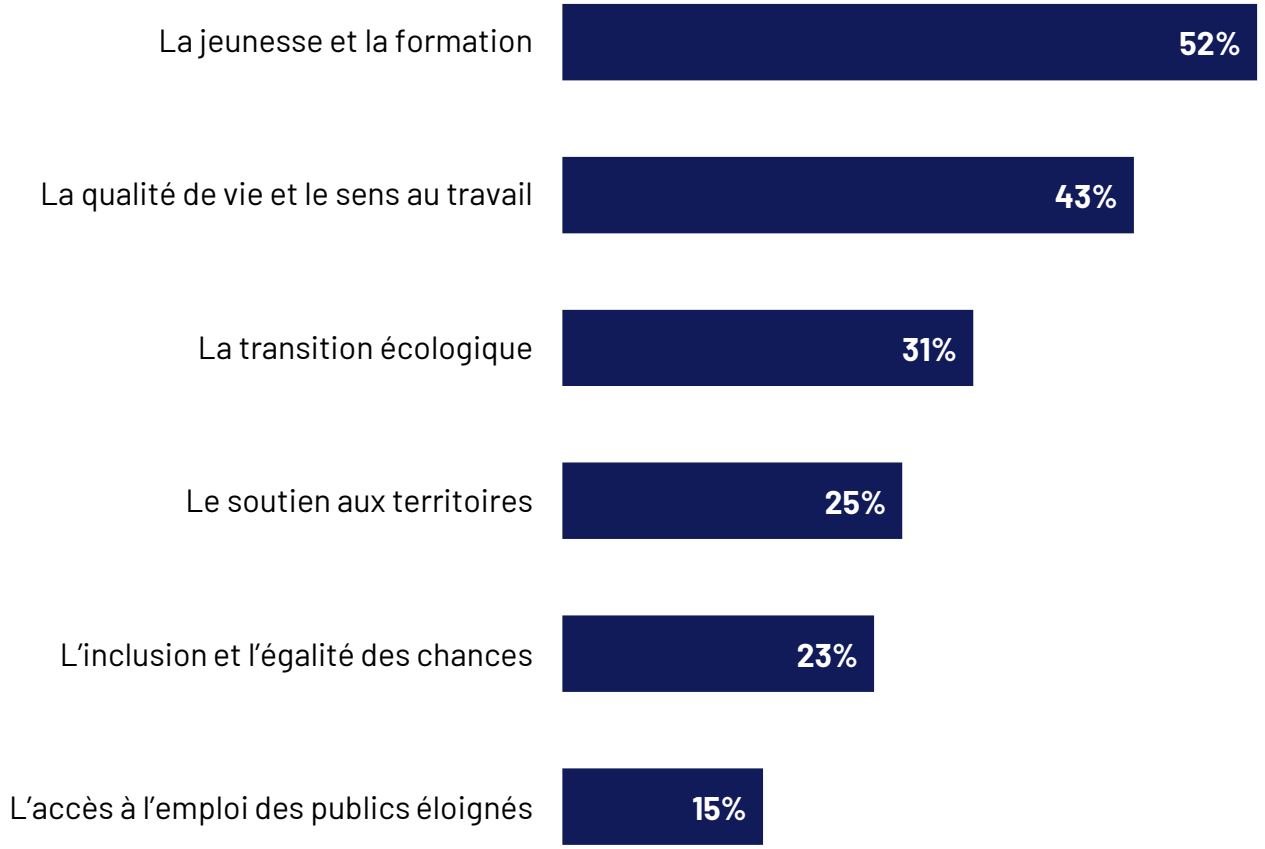


Oui, beaucoup plus | Oui, un peu plus | Non, le niveau actuel est suffisant | Non, les entreprises prennent déjà trop de place

Priorités du prochain quinquennat en matière d'engagement des entreprises

Les priorités du prochain quinquennat en matière d'engagement devraient surtout se focaliser sur la jeunesse et la formation selon eux.

Q17. Parmi les sujets suivants, lesquels devront constituer les priorités du prochain quinquennat en matière d'engagement des entreprises ?
Base : A tous



Ne se prononce pas (non suggéré) : 1%

Total supérieur à 100% car deux réponses étaient possibles

Partie 5.

La dimension locale reste un point d'attention important pour les entreprises, même si elles l'expriment un peu moins que l'an dernier.

Opinion à l'égard du rôle de l'intégration de la dimension territoriale dans l'engagement

Même si c'est moins affirmé que l'an dernier, la très large majorité des dirigeants estime toujours que la dimension territoriale devrait occuper une place centrale dans les engagements des entreprises.

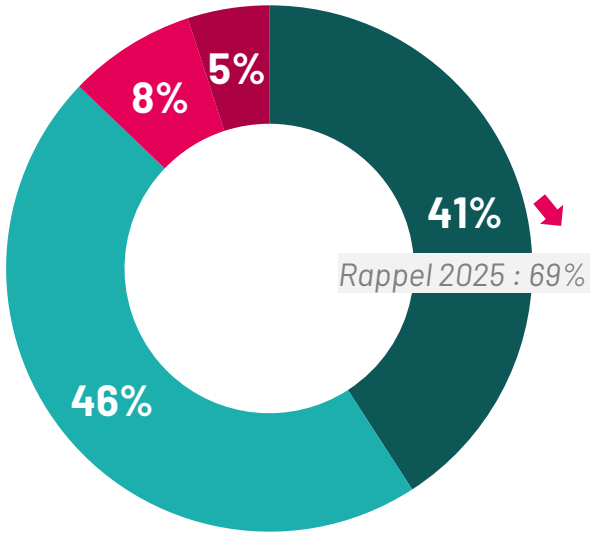
Q18. Selon vous, les entreprises devraient-elles davantage intégrer la dimension territoriale dans leur engagement (privilégier des prestataires locaux, favoriser l'emploi local…) ?

Base : à tous

% Non : 13%

% OUI : 87%

Rappel 2025 : 97%



Rappel 2025 : 69%

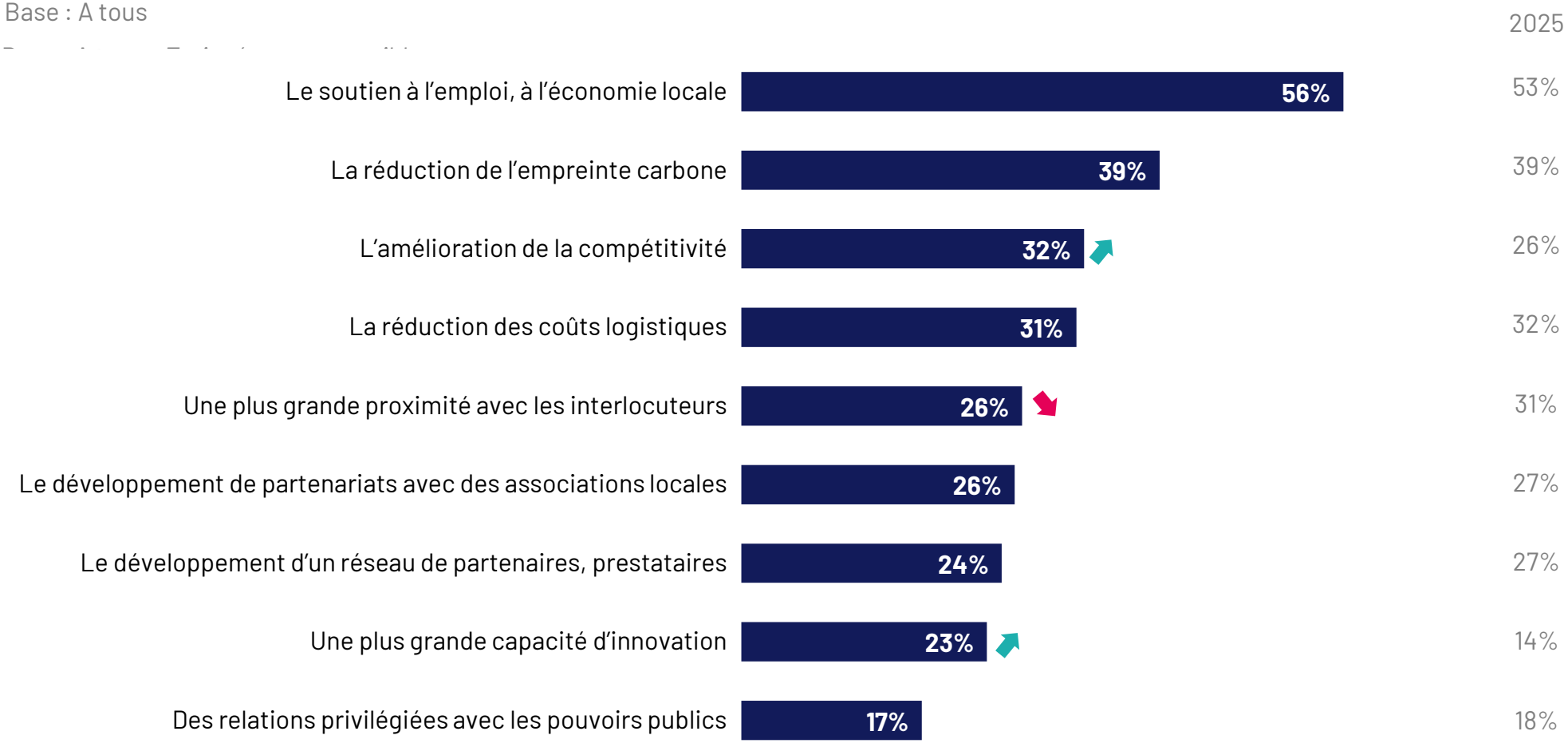


Bénéfices vis-à-vis du rapprochement entre entreprises et territoires

Comme en 2025, le soutien à l'emploi et à l'économie locale constitue de loin le premier bénéfice associé au rapprochement avec les territoires, devant la réduction de l'empreinte carbone. Parmi les bénéfices considérés comme plus secondaires, on retrouve les relations avec les pouvoirs publics et la capacité d'innovation, même si ce dernier point progresse.

Q19. Concernant le rapprochement entre entreprises et territoires, quels sont parmi les bénéfices potentiels suivants ceux qui paraissent les plus importants ?

Base : A tous



Total supérieur à 100% car trois réponses étaient possibles

Partie 6.

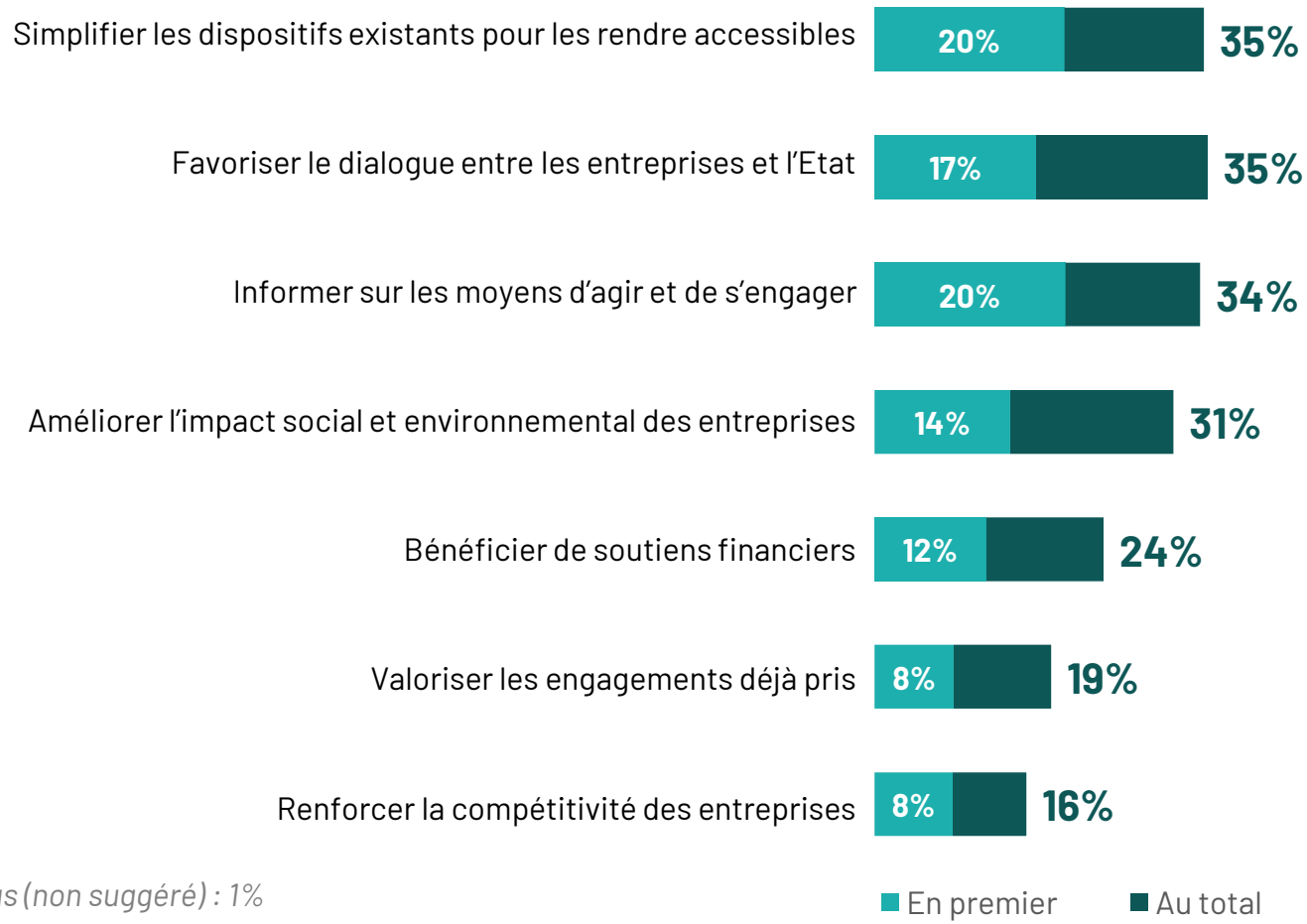
Focus sur le dispositif « Les entreprises s'engagent »

Principaux apports attendus d'un dispositif d'engagement

Pour les dirigeants, les apports d'un tel dispositif sont multiples. Il permet surtout de favoriser le dialogue entre les entreprises et l'Etat, de simplifier les dispositifs et d'informer sur les moyens d'agir et de s'engager.

Q13. Selon vous, quel est le principal apport de ce dispositif ?

Base : A tous



Ne se prononce pas (non suggéré) : 1%

Total supérieur à 100% car deux réponses étaient possibles

ANNEXES

NOS ENGAGEMENTS

CODES PROFESSIONNELS, CERTIFICATION QUALITÉ CONSERVATION ET PROTECTION DES DONNÉES

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de marché et d'opinion suivants :

- **SYNTEC** (syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en france ; www.Syntec-etudes.Com)
- **ESOMAR** (European Society for Opinion and Market Research, www.Esomar.Org)

Ipsos France est certifiée ISO 20252 : Market Research - version 2019 par AFNOR CERTIFICATION

Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales.

Ipsos France s'engage à appliquer le **code ICC/Esomar** des études de marché et d'opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

Ipsos s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'informations sur notre politique en matière de protection des données personnelles : https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles

A ce titre, la durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :

de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc .

de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente.

À PROPOS D'IPSOS

Ipsos est l'un des leaders mondiaux des études de marché et des sondages d'opinion, présent dans 90 marchés et comptant près de 20 000 collaborateurs.
Nos chercheurs, analystes et scientifiques sont passionnément curieux et ont développé des capacités multi-spécialistes qui permettent de fournir des informations et des analyses poussées sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des employés.

Nos 75 solutions s'appuient sur des données primaires provenant de nos enquêtes, de notre suivi des réseaux sociaux et de techniques qualitatives ou observationnelles.

Notre signature « Game Changers » résume bien notre ambition d'aider nos 5 000 clients à évoluer avec confiance dans un monde en rapide évolution.

Créé en France en 1975, Ipsos est coté à l'Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. L'entreprise fait partie des indices SBF 120 et Mid-60 et est éligible au service de règlement différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Individus.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.
Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :
You act better when you are sure.

LES ENTREPRISES S'ENGAGENT

Ipsos bva