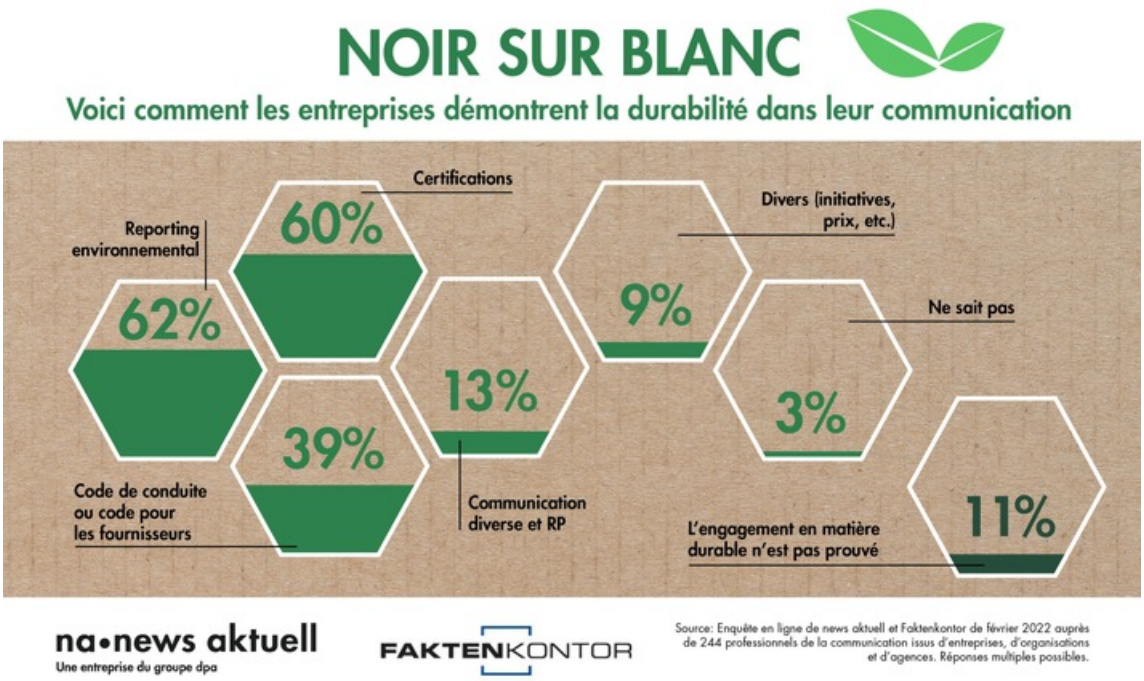
na•news aktuell
Ein Unternehmen der dpa-Gruppe

news aktuell (Schweiz) AG

26.10.2022 – 10:07 Uhr

Voici comment les entreprises prouvent leur engagement en matière de développement durable dans la communication



Zürich (ots) -

Lorsque les entreprises communiquent sur leur engagement en matière de durabilité, elles en apportent généralement la preuve par des formats formels comme le reporting environnemental, les certifications ou leur propre code de conduite ou le code pour les fournisseurs. C'est là l'une des principales conclusions du dernier Trendmonitor des RP publié par news aktuell et Faktenkontor. 244 professionnels de la communication d'Allemagne et de Suisse ont participé à cette enquête sur l'importance du développement durable et sur la communication en matière de durabilité.

Il en ressort que le développement durable est d'ores et déjà une priorité pour la grande majorité des entreprises allemandes et suisses : 83% des personnes interrogées indiquent qu'elle joue un rôle très important ou plutôt important dans leur entreprise. Toutefois, seule une minorité d'entre elles considère que la durabilité fait partie intégrante de la stratégie de l'entreprise et qu'elle est donc fortement ancrée dans l'entreprise (45%). Un bon quart des personnes interrogées considère que la durabilité est un peu moins bien ancrée, mais qu'elle fait néanmoins l'objet d'une approche stratégique : 22% ont une stratégie propre en matière de durabilité en plus de la stratégie de leur entreprise. En revanche, près d'une entreprise sur trois n'a pas de stratégie en matière de durabilité (29%).

De même, un bon tiers ne communique pas encore sur sa propre politique de durabilité (34%). Cependant, pour la très grande majorité des personnes interrogées, une communication sur la durabilité a déjà lieu (63%). Ce faisant, la plupart des entreprises justifient leur engagement en matière de développement durable par des formats formels : le reporting environnemental arrive en première position (62%), suivi en deuxième position par les certifications (60%) puis en troisième position par le code de conduite de l'entreprise ou des fournisseurs (39%).

Une minorité justifie son engagement en faveur du développement durable par d'autres formats de communication comme des conférences, des vidéos, des newsletters et des communiqués de presse (13%) ou encore par d'autres engagements, notamment en participant à des initiatives, des prix ou des études (9%). Une entreprise sur dix communique sur sa propre durabilité, sans toutefois fournir de preuves (11%).

Les aspects environnementaux occupent la plus grande place dans la communication sur la durabilité des entreprises interrogées : 91% d'entre elles font état de leur contribution à la protection du climat et de l'environnement ou de leurs émissions de CO_2. Les aspects sociaux arrivent en deuxième position dans la communication sur la durabilité : 74% communiquent p. ex. sur les mesures de protection du travail et de la santé, la conciliation entre vie privée et vie professionnelle ou les programmes de formation proposés par l'entreprise. En revanche, l'action des entreprises en faveur de la société, notamment par le biais de dons, de fondations ou d'offres de bénévolat d'entreprise, est un peu moins souvent évoquée (67%). Des comportements responsables avec les acteurs du marché (p. ex. des relations équitables avec les clients et les prestataires de services ou des mesures anti-corruption) sont un enjeu de la communication sur la durabilité pour la moitié des personnes interrogées (51%).

Vue d'ensemble des résultats :

1. Quel rôle joue la durabilité dans votre entreprise ?

- Très important + plutôt important 83%
- Plutôt peu important + pas du tout important 15%
- Ne sait pas 2%

2. Le développement durable est-il bien ancré dans votre entreprise ?

- La durabilité fait partie intégrante de la stratégie de l'entreprise 45%
- Il n'existe pas de stratégie de développement durable 29%
- Il existe une stratégie propre en matière de durabilité en plus de la stratégie d'entreprise 22%
- Ne sait pas 4%

3. Votre entreprise communique-t-elle sur sa propre politique en matière de développement durable ?

- Oui 63%
- Non 34%
- Ne sait pas 3%

4. Comment votre entreprise démontre-t-elle son engagement en faveur du développement durable dans sa communication ?

- Reporting environnemental 62%
- Certifications 60%
- Code de conduite ou code pour les fournisseurs 39%
- Communication diverse et RP 13%
- L'engagement en matière durable n'est pas prouvé 11%
- Divers (initiatives, prix, etc.) 9%
- Ne sait pas 3%

5. Sur quels aspects du développement durable votre entreprise communique-t-elle ?

- Environnement (protection du climat et de l'environnement, émissions de CO2, etc.) 91%
- Collaborateurs (protection du travail et de la santé, diversité, conciliation entre vie privée et vie professionnelle, formation initiale et continue, etc.) 74%
- Société (bénévolat d'entreprise, fondation, dons, sponsoring, etc.) 67%
- Marché (relations clients, qualité, droits humains, lutte contre la corruption, etc.) 51%.

Source: Enquête en ligne réalisée par news aktuell et Faktenkontor de février 2022 auprès de 244 (questions 1 à 3) et 142 (questions 4 à 5) professionnels de la communication issus d'entreprises, d'organisations et d'agences en Allemagne et en Suisse.

À propos de news aktuell

news aktuell (Suisse) SA a été créée en 2000 par l'agence nationale KEYSTONE-SDA sous forme de joint-venture avec l'agence de presse allemande dpa et fait désormais partie du Groupe dpa. news aktuell offre aux entreprises et aux organisations un accès efficace aux médias et au grand public. Via les outils intelligents ots et renteria, les contenus RP sont diffusés dans tous les formats de médias tels que les titres imprimés classiques, les portails en ligne ou les réseaux sociaux. Le réseau de diffusion ots donne une portée et une pertinence pour les contenus PR multimédia. Le logiciel RP renteria propose des contacts de qualité pour s'adresser personnellement aux journalistes. En outre, news aktuell publie tous les contenus RP de sa clientèle sur la plateforme www.presseportal.ch. Un réseau international pour la publication de nouvelles d'entreprises vient compléter l'offre. Cela permet d'atteindre tous les groupes cibles pertinents, allant des rédactions aux blogs spécialisés en passant par les influenceuses et influenceurs numériques.

Contact:

news aktuell (Suisse) SA
Janina von Jhering
Responsable adjointe de la communication du Groupe
Téléphone: +49 40/4113 - 32598
vonjhering@newsaktuell.de
https://twitter.com/JvJhering

Medieninhalte

En communiquant sur leur politique de durabilité, les entreprises démontrent leur engagement, le plus souvent par le biais de reportings environnementaux, de certifications et de leur propre code de conduite ou du code pour les fournisseurs. C'est ce que révèle le Trendmonitor des RP publié par news aktuell et Faktenkontor. 244 professionnels de la communication d'Allemagne et de Suisse ont participé à cette enquête sur la thématique complexe du développement durable et de la communication sur la durabilité. / Texte complémentaire par ots et sur www.presseportal.ch/fr/nr/100000003 / L'utilisation de cette image est pour des buts redactionnels gratuite. Publication sous indication de source: "obs/news aktuell (Schweiz) AG"

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000003/100897249 abgerufen werden.