



Devenir une entreprise progressiste

Janvier 2026

CONTACT ODOXA

Céline Bracq, directrice générale
celine.bracq@odoxa.fr

Sondage réalisé pour  ENTREPRISE & PROGRÈS

Méthodologie



Recueil

Enquête réalisée auprès d'un échantillon de Français interrogés par internet du **14 au 22 janvier 2026**.



Echantillon

Echantillon de **1 005 Français** représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

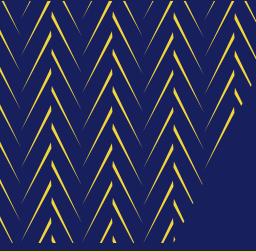
La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, niveau de diplôme et profession de l'interviewé après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Précisions sur les marges d'erreur

Chaque sondage présente une incertitude statistique que l'on appelle marge d'erreur. Cette marge d'erreur signifie que le résultat d'un sondage se situe, avec un niveau de confiance de 95%, de part et d'autre de la valeur observée. La marge d'erreur dépend de la taille de l'échantillon ainsi que du pourcentage observé.

Taille de l'Echantillon	Si le pourcentage observé est de ...					
	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10,0
200	3,1	4,2	5,7	6,5	6,9	7,1
300	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500	1,9	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600	1,8	2,4	3,3	3,7	4,0	4,1
800	1,5	2,5	2,8	3,2	3,5	3,5
900	1,4	2,0	2,6	3,0	3,2	3,3
1 000	1,4	1,8	2,5	2,8	3,0	3,1
2 000	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,2
3000	0,8	1,1	1,4	1,6	1,8	1,8

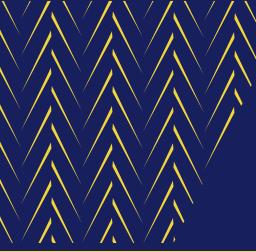
Lecture du tableau : Dans un échantillon de 1000 personnes, si le pourcentage observé est de 20% la marge d'erreur est égale à 2,5 points : le pourcentage réel est donc compris dans l'intervalle [17,5 ; 22,5].



Principaux enseignements

La crise n'efface pas la responsabilité sociale et sociétale des entreprises

- Les entreprises restent l'acteur le plus crédible pour « changer les choses en France », malgré un contexte économique tendu : 59% des Français leur font confiance (+3 pts), loin devant les associations, les syndicats et surtout les responsables politiques.
- Cette confiance s'accompagne d'une attente claire sur leur rôle, qui ne se limite plus à la seule performance économique : **75% des Français estiment que les entreprises doivent mettre sur un pied d'égalité performance économique et impact social et environnemental**, même si la part de ceux privilégiant uniquement la rentabilité progresse nettement (21%, +7 pts).
- Concrètement, les Français attendent des entreprises qu'elles agissent d'abord sur des priorités structurantes pour la société : l'égalité entre les femmes et les hommes et la souveraineté économique / le made in France arrivent en tête, chacune citée par 54% des Français, devant l'environnement et la lutte contre le changement climatique.
- Cette attente se traduit de plus en plus dans le rapport au travail, la RSE devenant un critère clé d'attractivité : **76% des salariés déclarent que l'implication d'une entreprise en matière de RSE compterait dans leur décision de la rejoindre** (+2 pts).
- Enfin, les Français vont jusqu'à attendre des entreprises un rôle civique, au-delà du champ économique et social : **57% jugent qu'elles devraient inciter leurs salariés à aller voter**, un niveau stable par rapport à 2024, signe d'une attente durable d'engagement dans la cohésion démocratique.



Synthèse détaillée du sondage (1/3)

La crise n'efface pas la responsabilité sociale et sociétale des entreprises

Changer les choses en France : les entreprises demeurent l'acteur jugé le plus crédible (59%, +3 pts)

Dans un contexte de crise économique persistante et de défiance à l'égard des institutions politiques, les entreprises apparaissent toujours comme l'acteur en qui les Français ont le plus confiance pour « changer les choses en France ». Près de six Français sur dix (59%) leur font confiance, un score en hausse de +3 pts par rapport à 2024, devant les associations et ONG (54%, +4 pts). Les syndicats (35%, -2 pts) et, plus encore, les responsables politiques (13%, -7 pts) sont loin derrière.

Chez les salariés, la hiérarchie est la même, mais plus resserrée : 56% font confiance aux entreprises et 55% aux associations/ONG. Toutefois, si les entreprises progressent (+2 pts), les associations/ONG, elles, reculent (-2 pts). Les syndicats bénéficient d'un niveau de confiance plus élevé qu'auprès de l'ensemble de la population (40%, -5 pts), tandis que la confiance accordée aux politiques reste marginale et recule nettement (15%, -6 pts).

Ces résultats confirment que, malgré les tensions économiques, les entreprises continuent d'être perçues comme un acteur central et crédible pour agir concrètement sur la société.

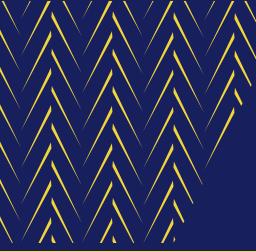
Performance économique ou impact sociétal : l'exigence d'équilibre s'impose durablement (75%), malgré une poussée de la rentabilité (21%, +7 pts)

Le contexte économique pèse sur les représentations : la part de Français estimant que les entreprises doivent être uniquement tournées vers la rentabilité et la performance économique progresse nettement, à 21% (+7 pts). Mais cette évolution ne remet pas en cause la tendance de fond : une très large majorité de Français (75%) continue d'attendre des entreprises qu'elles mettent sur un pied d'égalité performance économique et impact social et environnemental de leurs activités.

Cette attente est particulièrement forte chez certaines catégories : les cadres (81%), les salariés des entreprises de moins de 10 salariés (81%) et les femmes (77% vs 71% des hommes) adhèrent massivement à cette vision équilibrée.

Chez les salariés, l'équilibre entre performance et impact est tout aussi plébiscité (76%), même si chez eux le critère « rentabilité » progresse aussi (21%, +6 pts).

Ainsi, si la pression économique renforce l'attention portée à la performance, elle ne marginalise absolument pas la RSE : celle-ci s'est imposée comme une norme structurante des attentes envers l'entreprise.



Synthèse détaillée du sondage (2/3)

Les engagements RSE gagnent en visibilité, mais restent encore imparfaitement connus (54%, +2 pts)

La connaissance des engagements RSE progresse de manière continue au sein des entreprises. Désormais, 54% des salariés déclarent connaître les engagements de leur entreprise en matière de RSE (+2 pts par rapport à 2024), confirmant une dynamique installée depuis plusieurs années (cette connaissance ne s'élevait qu'à 37% en 2023).

Dans le détail, cette connaissance reste toutefois majoritairement vague : seuls 17% des salariés disent savoir précisément ce que fait leur entreprise, tandis que 37% déclarent en avoir une idée sans en maîtriser les contours. À l'inverse, 36% ne savent pas et 10% estiment que leur entreprise n'a pas d'engagements RSE.

Les écarts sont marqués selon les profils : la connaissance est nettement plus élevée chez les cadres (75%) et chez les jeunes salariés de 18-24 ans (66%). Ces résultats montrent que la RSE est de plus en plus présente dans l'univers des entreprises, mais qu'il y a un enjeu de pédagogie, de clarté et d'appropriation concrète des engagements.

La RSE s'impose comme un critère d'attractivité employeur majeur (76%, +2 pts)

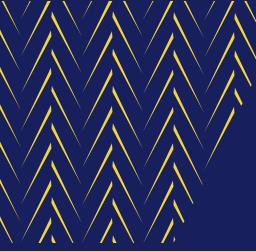
Même si le détail n'est pas nécessairement connu, l'implication des entreprises en matière de RSE est en tout cas devenue un critère déterminant dans le rapport au travail. Plus de trois quarts des salariés (76%) déclarent que cet engagement compterait dans leur décision de rejoindre une entreprise (+2 pts).

Dans le détail, 14% en feraient un critère prioritaire et 62% un critère important mais non prioritaire. À l'inverse, seuls 23% estiment que la RSE n'est pas un critère important.

Ces résultats confirment que la RSE est désormais pleinement intégrée aux logiques d'attractivité et de fidélisation.

Faire progresser la société : l'égalité femmes-hommes et la souveraineté économique en tête des priorités (54%)

Dans un contexte économique plus tendu, les attentes à l'égard des entreprises se recentrent fortement sur les enjeux de souveraineté et de solidité économique, sans pour autant marginaliser les dimensions sociales et environnementales. La souveraineté économique progresse ainsi fortement (+12 pts, 54% contre 42% en 2024), tandis que l'environnement recule (-6 pts, à 36%) et que l'inclusion sociale (-5 pts, à 30%) et la formation aux soft skills (-2 pts, à 32%) s'inscrivent en léger retrait. À l'inverse, le respect des droits de l'homme dans le choix des fournisseurs progresse sensiblement (+5 pts, à 31%), tout comme la revitalisation des territoires (+7 pts, à 29%).



Synthèse détaillée du sondage (3/3)

Dans ce contexte pourtant moins favorable, l'égalité entre les femmes et les hommes conserve un niveau très élevé d'attentes. Certes en léger recul (-4 pts, à 54%), elle demeure l'une des toutes premières priorités assignées aux entreprises et reste particulièrement structurante chez les salariés (53%), devant la souveraineté économique (49%). Cette stabilité à un niveau élevé souligne que l'égalité femmes-hommes s'est imposée comme un pilier durable de la RSE, y compris lorsque les préoccupations économiques se renforcent. Si les femmes y apparaissent légèrement plus sensibles (53% contre 48% des hommes), l'égalité femmes-hommes demeure néanmoins un enjeu largement partagé par l'ensemble des salariés, confirmant qu'il ne s'agit pas d'un sujet « fémino-féminin ».

Inciter à aller voter : une majorité stable de Français y est favorable (57%)

Enfin, l'idée d'une implication civique des entreprises, proposée par Entreprise et progrès en 2024 avant les européennes, reste largement soutenue pour les municipales de cette année et la présidentielle l'année prochaine. Une nette majorité de Français (57%) estime que les entreprises devraient inciter leurs salariés à aller voter, un niveau strictement stable par rapport à 2024.

Dans le détail, 25% répondent « oui, certainement » et 32% « oui, probablement », tandis que 24% répondent « non, probablement pas » et 18% « non, certainement pas ».

Chez les salariés, les résultats sont très proches : 56% se disent favorables et 43% opposés. Le soutien est particulièrement marqué chez les cadres (60%) mais reste également majoritaire chez les ouvriers (53%).

Dans un contexte de fragilisation du lien démocratique, les entreprises sont donc jugées tout à fait légitimes sur cet enjeu essentiel de participation.

Céline Bracq, directrice générale

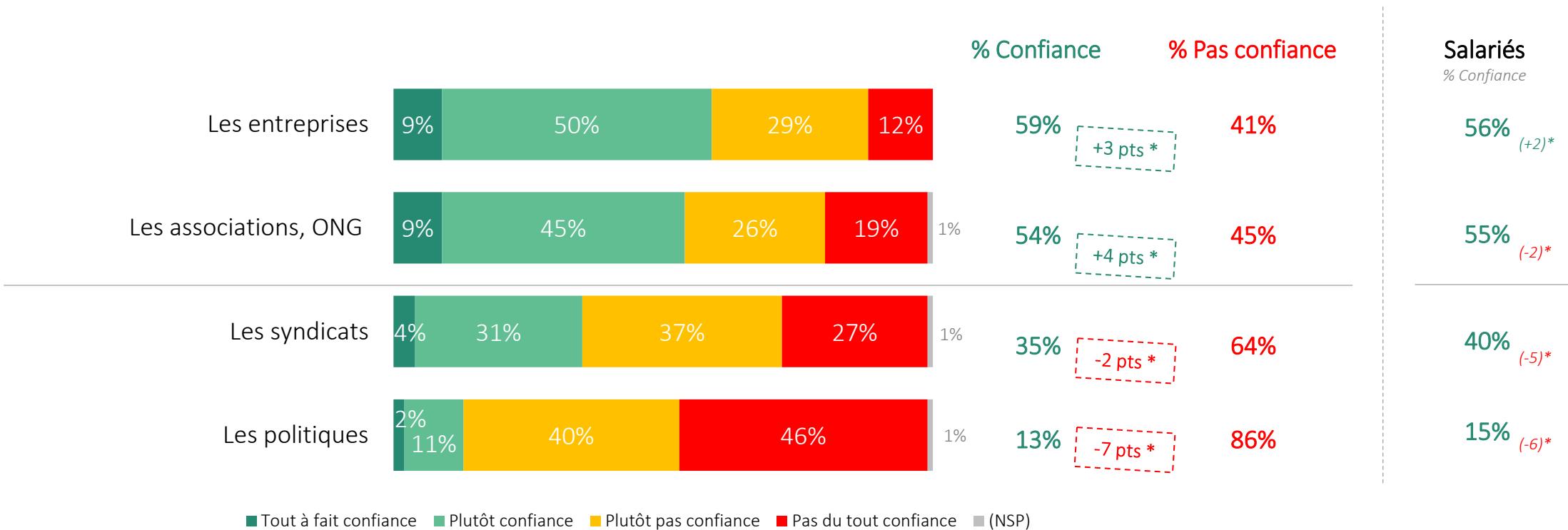
Résultats du sondage



Confiance accordée aux différents acteurs pour changer les choses en France



Avez-vous confiance ou pas confiance en chacun des acteurs suivants pour changer les choses en France ?



Performance ou impact sociétal pour les entreprises ?

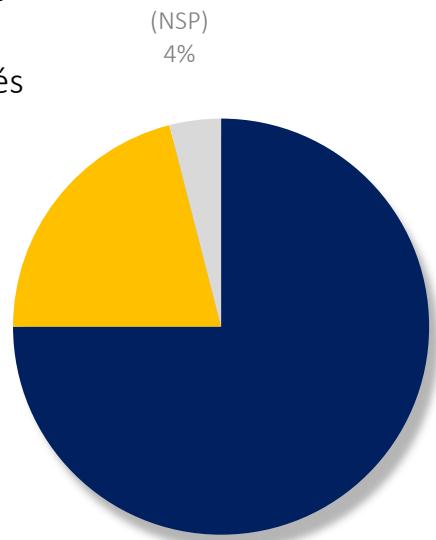


Avec laquelle des deux propositions suivantes êtes-vous le plus d'accord ?

Les entreprises doivent être uniquement tournées vers la rentabilité et la performance économique de leurs activités

21%

+7 pts *



Les entreprises doivent mettre sur un pied d'égalité performance économique et impact social et environnemental de leurs activités

75%

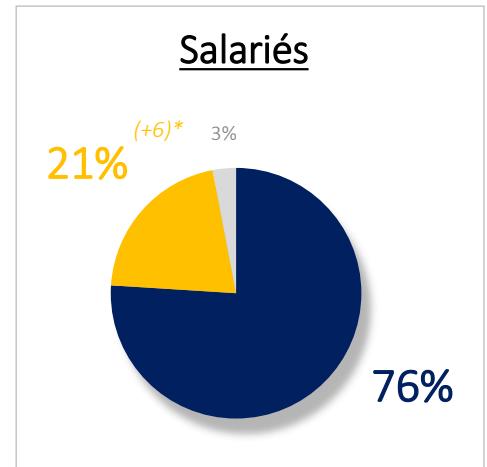


Cadres : 81%

Entreprises de moins de 10 salariés : 81%

Femmes : 77%

Hommes : 71%

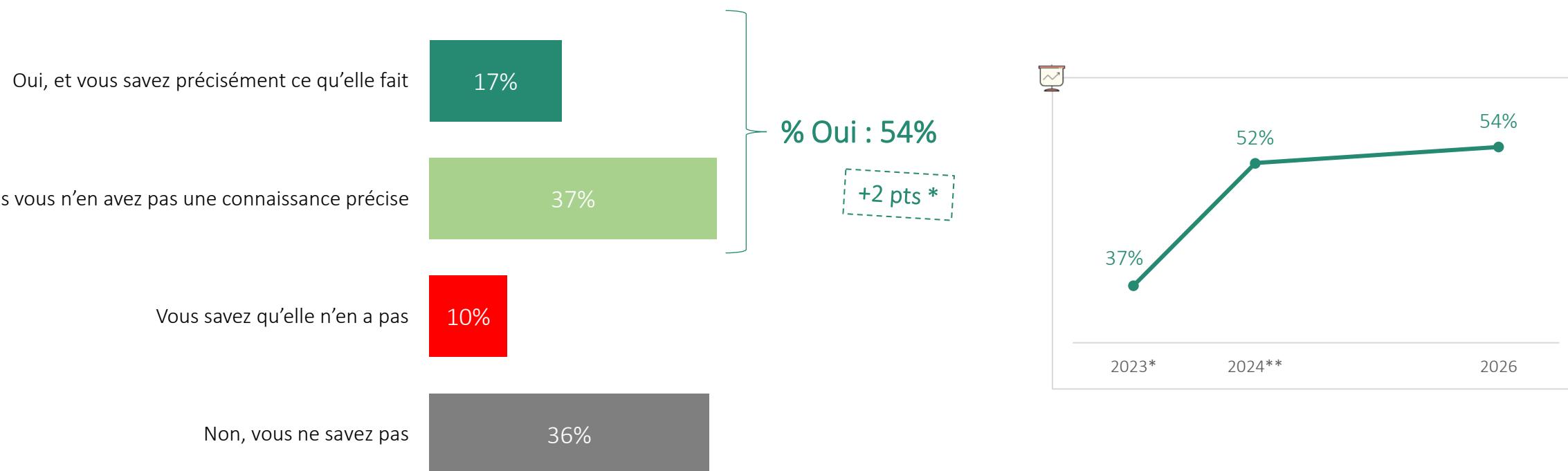


Connaissance des engagements en matière de RSE de son entreprise



Aux salariés :

Connaissez-vous les engagements en matière de RSE (responsabilité sociale, sociétale et environnementale) de votre entreprise ?

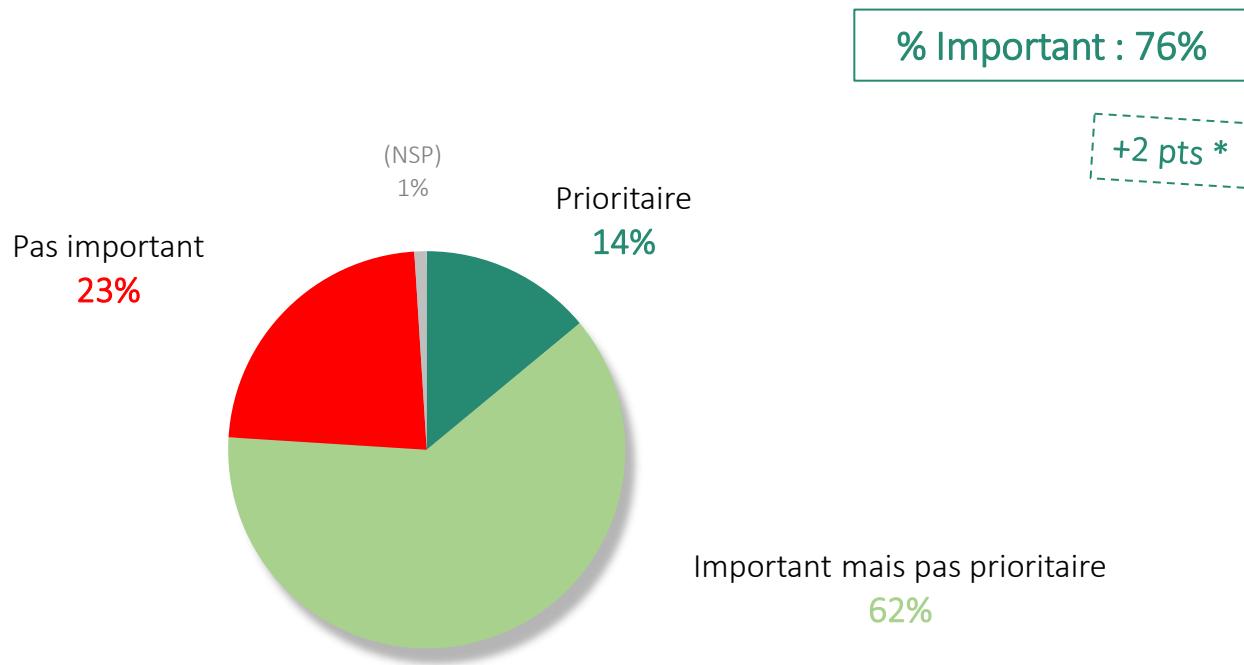


Importance de l'implication d'une entreprise en matière de RSE lors d'une recherche d'emploi



Aux salariés :

Si vous envisagiez de rejoindre une entreprise, le fait qu'elle s'implique en matière de RSE (responsabilité sociale, sociétale et environnementale) serait dans votre décision quelque chose de... ?

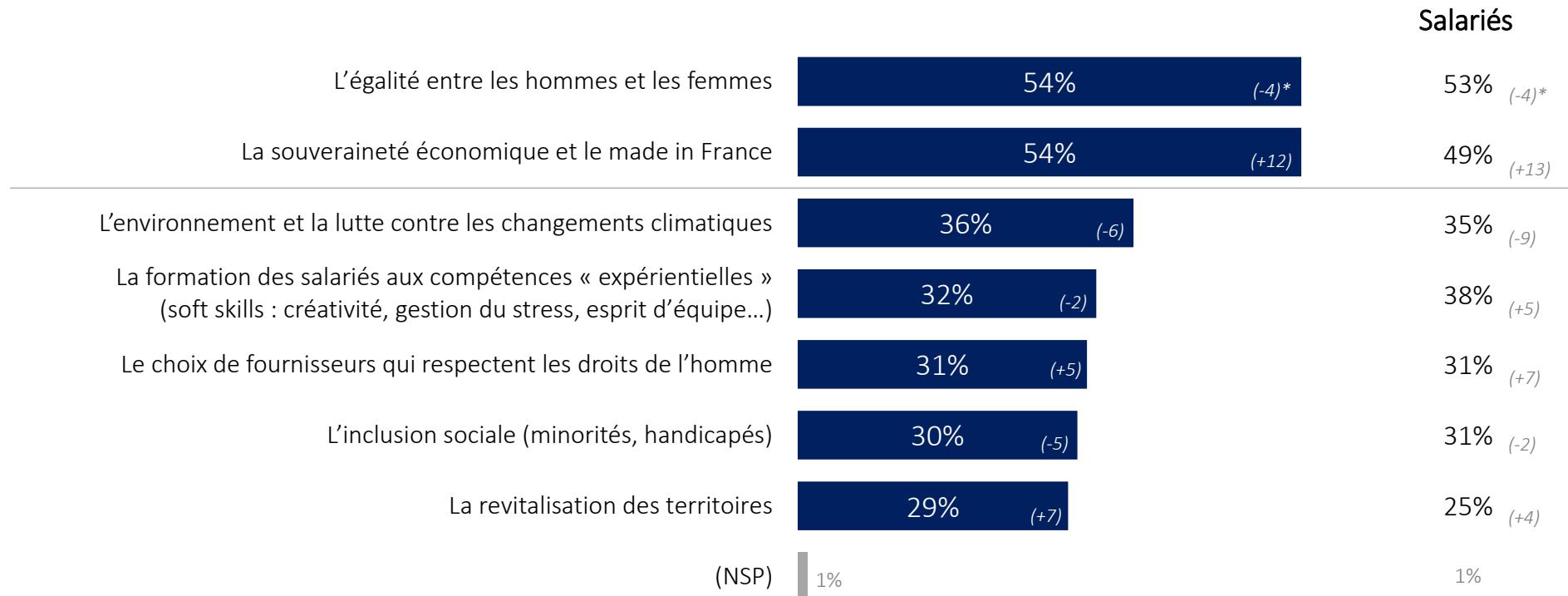


Domaines d'action prioritaires pour les entreprises concernant la progression de la société



Quels sont les domaines où vous attendez des entreprises qu'elles agissent en priorité pour faire progresser la société ?
3 réponses possibles

i Le total est supérieur à 100 car plusieurs réponses pouvaient être choisies.



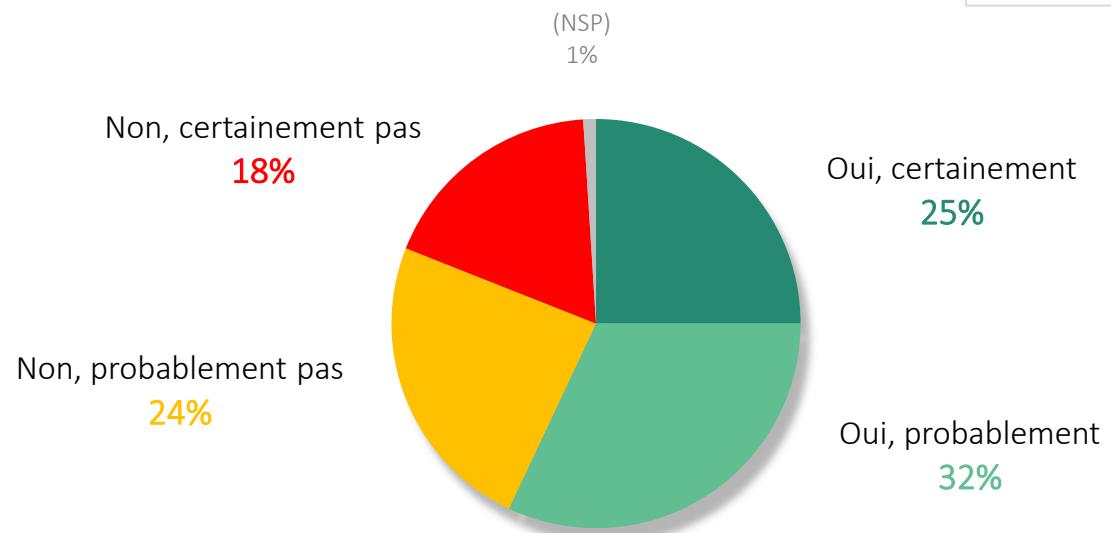
Incitation des entreprises concernant le vote aux élections



Lorsque les Français sont appelés à voter pour des élections comme la présidentielle ou les municipales par exemple, pensez-vous que les entreprises devraient inciter leurs salariés à aller voter ?

% Non : 42%

2024* : 42%



% Oui : 57%

2024* : 57%

Cadres : 60%
Ouvriers : 53%



* Sondage Odoxa pour Entreprise & Progrès, publié le 5 juin 2024