

**La responsabilité globale dans la vie professionnelle  
et la recherche d'emploi des jeunes diplômés  
d'Audencia Nantes Ecole de Management**

Résultats d'une enquête  
du Centre pour la Responsabilité Globale  
d'Audencia Nantes Ecole de Management

Réalisée par  
André Sobczak,  
Gervaise Debucquet  
& Christelle Havard

Nantes, octobre 2006

## La responsabilité globale dans la vie professionnelle et la recherche d'emploi des jeunes diplômés d'Audencia Nantes

Le Centre pour la Responsabilité Globale d'Audencia Nantes Ecole de Management vise à promouvoir un management intégrant les dimensions économiques, sociales et environnementales pour garantir le succès à long terme des organisations et contribuer à leur impact positif sur l'environnement social et naturel. A cette fin, il développe des recherches interdisciplinaires et proches des problématiques des entreprises, il permet aux futurs managers de se sensibiliser aux enjeux et d'approfondir la réflexion et l'action dans ce domaine grâce à des expériences concrètes, et il accompagne les dirigeants et managers dans la mise en œuvre de leur stratégie et leurs actions.

Le Centre pour la Responsabilité Globale a mené une enquête auprès des jeunes diplômés d'Audencia pour mieux comprendre comment les principes de la responsabilité globale se traduisent dans leur vie professionnelle et quel rôle ils jouent dans leur recherche d'emploi.

Un courriel les invitant à répondre à un questionnaire anonyme en ligne a été adressé à 2250 jeunes diplômés d'Audencia Nantes Ecole de Management des 5 dernières années.

426 jeunes diplômés ont répondu à cette enquête en ligne entre le 5 septembre et le 23 septembre 2006, soit un taux de réponse de 19%.

### 1. Carte d'identité

---

#### La répartition des répondants entre les promos

L'enquête s'est adressé aux jeunes diplômés d'Audencia ayant quitté l'école au cours des 5 dernières années. Les promotions plus récentes ont répondu plus massivement à l'enquête que les autres.

Promo 2006	22,2%
Promo 2005	23,8%
Promo 2004	27,1%
Promo 2003	17,6%
Promo 2002	9,3%

#### Le profil des répondants

Le profil des répondants à l'enquête est proche du profil de la dernière promotion d'Audencia, que ce soit en terme de sexe, de voie d'accès ou de choix des majeures.

#### Le sexe des répondants

	Répondants à l'enquête	Promotion 2006
Homme	52,4%	48,4%
Femme	47,6%	51,6%

### Leur voie d'accès à Audencia

	Répondants à l'enquête	Promotion 2006
Intégration après Prépa	71,8%	77,4%
Admission sur titre	28,2%	22,8%

### Leur spécialisation à Audencia

	Répondants à l'enquête	Promotion 2006
Finance	27,2%	22,8%
Contrôle de gestion	17,3%	12,2%
Ressources Humaines	7,3%	7,6%
Dirigeants et Entrepreneuriat	6,7%	5,7%
Marketing	23,2%	22,5%
International Consulting	11,1%	11,9%
Management des institutions culturelles	7,3%	9,2%

### La taille des entreprises dont ils sont salariés

Moins de 50 salariés	17%
Entre 50 et 100 salariés	5,1%
Entre 100 et 500 salariés	11,6%
Entre 500 et 1000 salariés	6,9%
Plus de 1000 salariés	59,4%

### Leurs fonctions dans l'entreprise

Le profil des répondants à l'enquête est également très proche du profil des dernières promotions d'Audencia, en terme de métiers exercés.

	Répondants à l'enquête	Moyenne des Promotions 1994-2004
Marketing/Communication/Vente	29,6%	33%
Finance	21,1%	20%
Audit/comptabilité	19,7%	18%
Conseil	9,8%	11%
Ressources Humaines	6,6%	3%
Achats/logistique	3,4%	NC
Autres	9,8%	NC

## 2. Les engagements des jeunes diplômés hors de l'entreprise

Une partie de l'enquête a porté sur le comportement et l'engagement en matière de responsabilité globale des jeunes diplômés hors de l'entreprise.

### Comportement de consommation responsable

Les jeunes diplômés font très largement le choix des moyens de transport public. Presque la moitié indiquent les privilégier, à chaque fois que c'est possible. Ce taux particulièrement important peut en partie s'expliquer par le fait que beaucoup de jeunes diplômés vivent à Paris.

En revanche, les jeunes diplômés font plus rarement le choix de consommer des produits issus du commerce équitable ou de l'agriculture biologique.

Action	A chaque fois que c'est possible	Souvent	Parfois	Jamais
Achat de produits issus du commerce équitable	4,5%	16,9%	55,4%	23,2%
Achat de produits issus de l'agriculture biologique	3,4%	16,1%	55,4%	25,1%
Utilisation des transports publics	46,9%	32,6%	12,7%	7,7%

### Comportement citoyen

62,5% des jeunes diplômés participent au tri des déchets dès lors que c'est rendu possible par leur commune. Ce comportement citoyen est donc très largement répondu.

En revanche, plus de la moitié ne font jamais de don à une association engagée dans la responsabilité globale. Leur engagement semble donc plus passer par des actes que par un engagement financier.

Action	A chaque fois que c'est possible	Souvent	Parfois	Jamais
Tri des déchets	62,5%	17,7%	15,6%	4,2%
Dons à des associations engagées dans la responsabilité globale	2,1%	12,1%	34,0%	51,7%

### Engagement associatif

10,8% des jeunes diplômés sont membres d'une association engagée dans le domaine de la responsabilité globale.

### 3. La vision de la responsabilité globale par les jeunes diplômés

La première partie de l'enquête a porté sur la manière dont les jeunes diplômés d'Audencia voient la responsabilité globale et le rôle des entreprises dans ce domaine.

Cette partie de l'enquête fait suite à une première étude menée, il y a deux ans, par le Centre pour la Responsabilité Globale d'Audencia et la CFDT-Cadres sur la responsabilité sociale vue par les jeunes, auprès d'étudiants et de jeunes diplômés de plusieurs institutions d'enseignement supérieur dans la région de Nantes\*.

Les réponses aux questions ouvertes d'évocation ont été analysées grâce à un logiciel d'analyse lexicale (Alceste : Analyse des Lexèmes Co-occurents dans les Enoncés Simples d'un Texte) qui permet d'analyser les distributions statistiques des éléments d'un corpus textuel. Plus précisément, son objectif est d'obtenir un classement des phrases de ce corpus (les énoncés encore appelés "unités de contexte" (UC)) en fonction de la répartition des mots dans ces phrases, c'est à dire en fonction de leur proximité lexicale : deux phrases se « ressemblent » d'autant plus que leur vocabulaire est semblable. Après un découpage du corpus recueilli en UCE (Unités de Contextes Élémentaires), respectant globalement la ponctuation principale, une classification descendante hiérarchique permet de classer ces énoncés et donc de dégager les principaux « mondes lexicaux ».

#### Leur définition de la responsabilité globale

*Que vous évoque le terme « responsabilité globale », en 5 mots (ou 5 phrases courtes) ?*

Le corpus recueilli pour les réponses à cette question auprès de 352 individus comprend au total 3372 occurrences. L'analyse des réponses à cette question fait apparaître 4 classes

<b>Poids des classes</b> (en % des UCE classées)	<b>Vocabulaire caractéristique de chaque classe</b>  (mots classés par ordre décroissant de significativité dans la classe)
<b>Classe 1</b> <b>52.6 %</b>	Engagement, social, gouvernemental, respect (des lois : droit, travail, homme), valeur, durable, travail, vis-à-vis, responsabilité, éthique, morale
<b>Classe 2</b> <b>19.3 %</b>	Equitable (commerce), écologie, ouverture, solidarité, éducation, formation, égalité, durable (développement), pays, humain, humanisme, ressource, préserver, partage,
<b>Classe 3</b> <b>15.8 %</b>	Implication, futures (générations), avenir, devoir, prise de conscience, altruisme, agir (ensemble), collaboration, planète, mondial, penser, humain, équité, enjeu, personnel, cohérence
<b>Classe 4</b> <b>12.3 %</b>	Long-terme (vision), conséquences, impact (de ses décisions), actes (assumer), communauté, civisme, recul, financier

\* Les résultats de cette enquête ont été publiés dans une revue académique internationale : A. Sobczak, G. Debucquet & C. Havard (2006). "The impact of higher education on students' and young managers' perception of companies and CSR: an exploratory analysis". *Corporate Governance. The European Journal for Business in Society*, Vol. 6, No. 4, pp. 463-474.

La **classe 1** est caractérisée par trois idées principales :

- Dans la vision des répondants, l'engagement concerne, avant tout, l'entreprise elle-même.
- Cet engagement porte sur plusieurs dimensions : l'environnement, le social, les droits de l'homme, la dimension internationale. On peut noter, dans cette classe, la fréquence du marqueur de relation « *vis-à-vis de* » qui traduit une relation entre l'entreprise et ces différentes dimensions.
- Cet engagement est encadré juridiquement et il passe par le « respect des lois », le « droit du travail » et les « lois environnementales », notamment.

Voici deux énoncés caractéristiques de cette classe :

- « *Engagement, développement durable, respect de l'environnement, responsabilité sociale, et respect* »
- « *Responsabilité de l'entreprise vis-à-vis des employés, de l'environnement, de son éthique, du développement durable* »

La **classe 2** fait directement référence aux grands principes de l'Humanisme :

- Le développement économique intégrant les préoccupations d'ordre écologique
- L'ouverture guidée par des principes d'égalité, de solidarité

Voici trois énoncés caractéristiques de cette classe :

- « *Ecologie, économie des ressources, aider au développement durable et commerce équitable* »
- « *Ouverture, solidarité, éducation, égalité* »
- « *Culture, éducation, partage, soutien à la formation continue, égalité dans le recrutement et l'évolution professionnelle* »

La **classe 3** évoque l'implication de l'individu, dans ses capacités d'actions collectives et dans sa dimension morale. Elle pointe la nécessité d'une prise de conscience à l'égard des générations futures et à l'échelle mondiale.

Voici trois énoncés caractéristiques de cette classe :

- « *Implication dans son environnement, penser aux générations futures, engagement, changement, devoir* »
- « *Agir ensemble, la collaboration, la prévoyance (pour l'avenir)* »,
- « *Devoir, éthique, altruisme* »

La **classe 4** rend compte d'un processus de réflexivité individuelle. L'individu se doit de réfléchir sur les conséquences de ses actes, ceci l'amenant à une certaine forme de responsabilisation.

Voici un énoncé caractéristique de cette classe : « *Réflexion sur les conséquences de ses actes, développement, vision de long terme, interventionnisme (excès), danger* »

Notons que l'on retrouve ici davantage d'étudiants ayant suivi la majeure finance.

## Le rôle des entreprises en matière de responsabilité globale

« A travers quelles actions une entreprise peut contribuer à la responsabilité sociale ? », en 5 mots (ou 5 phrases courtes) ?

Le corpus recueilli pour les réponses à cette question auprès de 426 individus comprend au total 4971 occurrences. L'analyse des réponses à cette question fait apparaître 4 classes.

Poids des classes (en % des UCE classées)	Vocabulaire caractéristique de chaque classe  (mots classés par ordre décroissant de significativité dans la classe)
<b>Classe 1</b> <b>21.0 %</b>	Actions et projets (humanitaires, écologiques, sociaux), partenariat, sponsoring, communication, formation, association, participation, fondation, mécénat, local
<b>Classe 2</b> <b>26.0 %</b>	Mise en place, démarche, intégrer, responsabilité globale, respect environnemental, charte éthique, code (de conduite), information, transparence, actionnaires, fournisseurs, clients, pratiques, interne, management, impliquer
<b>Classe 3</b> <b>27.0 %</b>	Economie (énergie, papier, lumière), recyclage (papier), maîtriser, tri sélectif, déchets, recrutement, embaucher, gestion, ressources humaines, salariés, attentif
<b>Classe 4</b> <b>26.0 %</b>	Equitable (commerce), protection (environnement, des salariés), respect (environnement, interdiction du travail des enfants, conditions de travail, ne pas exploiter), droit, règle, sous-traitant, humain

La **classe 1** révèle des actions que les entreprises engagent en externe et qu'elles rendent publiques (importance de la communication). Ces engagements externes prennent la forme de partenariats, de mécénats, d'associations à différentes échelles, y compris locales.

Voici deux énoncés caractéristiques de cette classe :

- « *Actions humanitaires, actions sociales, formation* »
- « *Communication, partenariat, formation* »

Notons que l'on retrouve ici préférentiellement des hommes et des diplômés travaillant dans les secteurs de l'industrie manufacturière, et ceux qui occupent une fonction logistique.

La **classe 2** fait directement référence aux écrits informant sur les – et rendant compte des – engagements des entreprises (souvent unilatéraux – charte éthique, codes de conduite) à l'égard de ses parties prenantes tant internes (management) qu'externes (actionnaires, fournisseurs, clients).

Voici trois énoncés caractéristiques de cette classe :

- « *Sensibiliser et impliquer tous les collaborateurs, internes et externes, dans cette responsabilité globale* »
- « *Charte de bonne conduite, politique des ressources humaines, transparence* »
- « *Mise en place d'une charte d'entreprise tenant compte de la responsabilité globale* »

Notons que l'on retrouve plus particulièrement ici des diplômés :

- déclarant être « très impliqués dans les actions de responsabilité globale de l'entreprise » ;
- ayant suivi la majeure management stratégique et international ;
- travaillant dans le secteur des transports et communication ;
- exerçant dans des entreprises de plus de 1000 salariés.

La **classe 3** renvoie directement à une conception pragmatique et « domestique » de la responsabilité globale. Elle commence, chez soi, comme dans l'entreprise par des actions à la portée de tous : le tri des déchets, les économies de ressources et d'énergie.

C'est dans les mêmes termes que sont pensées les actions des entreprises en matière de recrutement et de gestion des ressources humaines plus généralement.

Voici trois énoncés caractéristiques de cette classe :

- « *Réduction des déchets, recyclage, tri sélectif, par exemple l'extinction automatique des lumières des salles de réunion, des toilettes, etc.* »
- « *Economie d'énergie, embauche non discriminatoire, salaires indexés sur les performances et non l'ancienneté uniquement* »
- « *Créer un esprit de famille en son sein, favoriser l'embauche des jeunes* »

Notons que l'on retrouve plus particulièrement ici des diplômés :

- de sexe féminin ;
- travaillant dans le secteur de la santé et de l'action sociale ;
- exerçant dans des entreprises de moins de 50 salariés ;
- déclarant acheter souvent des produits issus du commerce équitable ou bio ;
- déclarant s'informer sur les politiques des entreprises en matière de RSE.

La **classe 4** évoque les valeurs morales qui sous-tendent les actions des entreprises à l'égard de l'Homme, de ses salariés et des fournisseurs, ces derniers devant être eux aussi socialement responsables à l'égard de leurs salariés. On retrouve ici toute l'importance des règles juridiques garantes de ces valeurs et comportements.

Voici trois énoncés caractéristiques de cette classe :

- « *Engagement social, conditions de travail, droits de l'Homme, droit du travail, s'assurer du respect de ces engagements par ses fournisseurs* »
- « *S'informer sur ses fournisseurs, produire éthiquement* »
- « *Respect des fournisseurs dans le tiers monde* »

#### 4. La responsabilité globale dans la vie professionnelle des diplômés

Une partie importante de l'enquête a porté sur la manière dont les principes de la responsabilité globale se traduisent dans la vie professionnelle des jeunes diplômés, quel que soit leur métier.

##### Les démarches de responsabilité globale dans leurs entreprises

La très grande majorité des entreprises dans lesquelles travaillent les jeunes diplômés d'Audencia ont engagé une démarche de responsabilité globale. Presque un tiers des entreprises ont adopté un code de conduite, et presque une sur 5 a un partenariat avec une ONG. Dans 13% des entreprises, une personne a été désignée pour coordonner la responsabilité globale, et dans 12,4% des cas, un rapport est publié sur les actions de l'entreprise dans ce domaine.

Aucune démarche	15,5%
Adoption d'un code de conduite	29,6%
Négociation d'un accord sur la responsabilité globale	3,2%
Adhésion au Global Compact	3,6%
Partenariat avec une ONG	18,8%
Nomination d'une personne dédiée	13,1%
Publication d'un rapport responsabilité globale	12,4%

*L'engagement d'une démarche de responsabilité globale dans les entreprises varie fortement en fonction de leur taille :*

Alors que la très grande majorité des entreprises de plus de 1000 salariés (dans lesquelles travaillent presque 60% des jeunes diplômés) ont engagé une démarche de responsabilité globale, la moitié des entreprises de moins de 50 salariés (dans lesquelles travaillent 17% des jeunes diplômés) n'ont engagé aucune démarche formalisée.

Dans les entreprises de plus de 1000 salariés, presque 70% ont adopté un code de conduite, presque 40% ont établi un partenariat avec une ONG et un tiers publient un rapport sur la responsabilité globale et ont nommé une personne en charge de ces questions.

Type de démarche	Entreprises de moins de 50 salariés	Entreprises de plus de 1000 salariés
Aucune démarche	50,9%	13,2%
Adoption d'un code de conduite	15,8%	69,5%
Négociation d'un accord	0%	8,1%
Adhésion au Global Compact	0%	8,6%
Partenariat avec une ONG	12,3%	38,1%
Nomination d'une personne dédiée	5,3%	33,0%
Publication d'un rapport	1,8%	31,5%

## L'implication des diplômés dans les démarches de leur entreprise

La moitié des diplômés ne se sent pas du tout ou peu impliqué dans les démarches de responsabilité globale de leur entreprise. Presque d'un quart ne se sent pas du tout impliqué.

Il y a là un enjeu très important pour les entreprises, car le succès d'une démarche de responsabilité globale repose sur sa traduction dans tous les métiers et auprès de tous les salariés.

Très impliqué	12,0%
Moyennement impliqué	37,3%
Peu impliqué	27,5%
Pas du tout impliqué	23,1%

*Le sentiment d'implication varie en fonction de la taille de l'entreprise.*

Un quart des salariés des entreprises de moins de 50 salariés se sent très impliqué. Mais c'est aussi dans ces entreprises que le taux de ceux qui se sentent peu ou pas du tout impliqués est le plus fort.

Pour les diplômés, les PME constituent donc une opportunité intéressante pour s'impliquer fortement en matière de responsabilité globale.

	<b>Salariés des entreprises de moins de 50 salariés</b>
Très impliqué	26,8%
Moyennement impliqué	7,3%
Peu impliqué	36,6%
Pas du tout impliqué	29,3%

*Le sentiment d'implication varie également fortement en fonction du métier des diplômés.*

Les diplômés qui se sentent les plus impliqués sont ceux du marketing, de la communication et du commercial ainsi que ceux du management des ressources humaines. En revanche, les métiers de la finance et de l'audit se sentent globalement moins impliqués.

Il y a là un enjeu important pour les entreprises, car la responsabilité globale suppose l'implication de tous les métiers de l'entreprise.

<b>Métier</b>	<b>Très impliqué</b>	<b>Pas du tout impliqué</b>
Marketing/Communication/Vente	31,7%	25,6%
Ressources Humaines	20,0%	10,0%
Conseil	9,7%	38,8%
Finance	6,6%	27,9%
Audit/Comptabilité	5,2%	25,9%

## La contribution des diplômés aux actions de responsabilité globale dans leur entreprise

Les actions citées par les jeunes diplômés sur leurs actions en matière de responsabilité globale dans leur entreprise (question ouverte) portent pour presque la moitié sur la dimension environnementale : Ils participent à l'économie de papier ou d'énergie, au recyclage et au tri des déchets.

Certes, ces actions sont les plus concrètes et peuvent produire des effets non négligeables si elles sont réalisées à grande échelle dans les entreprises. Le vrai enjeu consiste cependant à intégrer la responsabilité globale dans le cœur de métier des entreprises. Ces aspects sont beaucoup moins cités par les jeunes diplômés, mais cela s'expliquent par le fait que cet enjeu est moins visible et concerne moins de salariés directement.

Environ 3% des jeunes diplômés mentionnent des actions qui les amènent à participer à la réflexion sur de nouveaux produits ou de nouvelles procédures internes plus conformes à la responsabilité globale. Moins de 2% mènent des actions avec les ONG dont leur entreprise est partenaire, et moins de 2% appliquent des critères sociaux et environnementaux dans les achats qu'ils font dans le cadre de leur emploi.

Economie de ressources (papier, énergie, ...)	11,1%
Recyclage	3,1%
Tri des déchets	1,7%
Participation à la diffusion de la démarche de l'entreprise	3,8%
Contribution au développement de nouveaux produits ou procédures	3,2%
Respect du code de conduite de l'entreprise	2,1%
Respect de l'éthique	2,0%
Respect des collègues	1,7%
Actions avec des ONG partenaires de l'entreprise	1,7%
Achat selon des critères de la responsabilité globale	1,5%

*Les actions mentionnées varient en fonction du métier des diplômés.*

La participation à des actions visant à protéger l'environnement à travers des gestes simples et quotidiens varie en fonction du métier, alors que sur ces actions tous les métiers peuvent potentiellement être impliqués. Plus d'un tiers des salariés dans les métiers du management des ressources humaines réalisent des actions comme l'économie du papier ou le recyclage. Plus d'un salarié sur 4 dans les métiers du marketing, de la communication ou de la vente, et un sur 5 dans les métiers du conseil en font de même, contre un sur 12 dans les métiers de la finance.

Ce sont aussi les métiers du management des ressources humaines qui participent le plus à la diffusion de la politique de responsabilité globale de leur entreprise, loin devant même les métiers de la communication et du marketing.

Les actions visant à promouvoir la diversité sont presque exclusivement mentionnées par les métiers du management des ressources humaines (17,4%). Si ces métiers sont plus directement touchés par cet enjeu, la lutte contre les discriminations nécessite l'implication de tous les métiers.

Enfin, ce sont aussi les métiers du management des ressources humaines qui se disent les plus impliqués dans le développement de nouveaux produits ou de nouvelles procédures visant à intégrer la responsabilité globale, devant même les métiers du marketing, de la communication et de la vente.

<b>Métier</b>	<b>Actions liées à l'environnement</b>	<b>Participation à la diffusion de la démarche de l'entreprise</b>	<b>Contribution au développement de nouveaux produits ou procédures</b>
Marketing/Communication/ Vente	28,4%	6,3%	7,4%
Ressources Humaines	34,8%	17,4%	17,4%
Conseil	20,6%	14,7%	
Finance	8,3%	1,3%	5,6%
Audit/ Comptabilité	13,6%	4,5%	1,2%

### **L'initiative des actions que mènent les diplômés dans leur entreprise**

La moitié des actions réalisées par les jeunes diplômés en matière de responsabilité globale dans leur entreprise relèvent de leur propre initiative (52%), alors que l'autre moitié est réalisée à la demande de leur direction (48%).

La large place laissée à l'initiative individuelle est à mettre en lien avec le fait que la moitié des actions citées par les jeunes diplômés concernent en effet des actions relevant d'un comportement individuel, comme l'économie du papier ou de l'énergie et le tri des déchets, même s'il peut être encouragé par l'entreprise.

### **La valorisation des actions des diplômés par leur entreprise**

85,3% des jeunes diplômés ont le sentiment que leurs actions en matière de responsabilité globale sont reconnues et valorisées par leur entreprise. 44,2% des diplômés indiquent que leurs actions sont valorisées dans la politique de communication de leur entreprise.

Pas de reconnaissance par l'entreprise	14,6%
Valorisation par les supérieurs	26,1%
Valorisation par l'entreprise dans l'évaluation et la gestion de la carrière	15,0%
Valorisation par l'entreprise dans sa politique de communication	44,2%

Si les jeunes diplômés considèrent que leurs actions en matières de responsabilité globale dans leur entreprise sont valorisées par celle-ci, ils ne sont pas persuadés qu'un engagement dans ce domaine puisse faire la différence lors d'un entretien de recrutement :

*Selon vous, à compétences égales, pensez-vous que les recruteurs préfèrent un(e) candidat(e) ayant un engagement en matière de responsabilité globale ?*

Oui	15,4%
Peut-être	40,7%
Non	25,5%
Ne sais pas	18,4%

### L'intérêt des jeunes diplômés pour le mécénat de compétences

Un très grand nombre des jeunes diplômés est intéressé par le mécénat de compétences. Cet intérêt est en fort décalage avec le faible nombre de diplômés qui s'engagent dans des ONG de leur propre initiative et dans leur temps libre.

*Si votre entreprise vous proposait d'effectuer **pendant votre temps de travail** une mission **dans une association** engagée dans la responsabilité globale (par exemple 1 jour par mois), seriez-vous intéressé ?*

Très intéressé	65,7%
Moyennement intéressé	40,7%
Peu intéressé	7,5%
Pas du tout intéressé	3,4%

### L'intérêt des jeunes diplômés pour des postes dédiés à la responsabilité globale

68% des jeunes diplômés déclarent avoir un intérêt à travailler dans des métiers dédiés à la responsabilité globale.

Une telle attente est en décalage avec l'offre d'emploi dans ce domaine, car peu de postes sont dédiés dans les entreprises à la responsabilité globale.

Cette déclaration de la part des diplômés est cependant à relativiser par une possible influence de la thématique du questionnaire sur les réponses des diplômés. Cela est d'autant plus vrai que les aspects de la responsabilité globale ne figuraient pas parmi les premiers critères lors du choix d'un futur employeur.

*Seriez-vous intéressé **dans l'avenir par une fonction spécifiquement dédiée à la responsabilité globale** ?*

Très intéressé	28,2%
Moyennement intéressé	39,8%
Peu intéressé	24,8%
Pas du tout intéressé	7,1%

## 5. Importance de la responsabilité globale dans la recherche d'emploi

Une autre partie importante de l'enquête a porté sur le rôle que les jeunes diplômés attachent aux principes de la responsabilité globale dans leur recherche d'emploi.

### Les critères de choix des entreprises par les jeunes diplômés d'Audencia

Les critères liés à la responsabilité globale ne figurent pas parmi les premiers critères lorsqu'il s'agit de choisir leurs futurs employeurs. Ce qui est prioritaire pour les diplômés, ce sont d'abord les perspectives d'une évolution intéressante de leur carrière, puis la localisation géographique, le secteur d'activité et la rémunération.

Les jeunes diplômés attachent plus d'importance à la politique sociale de leurs futurs employeurs qu'à leur politique environnementale.

*Quelle importance accordez-vous aux critères suivants dans le choix des entreprises dans lesquelles vous postulez ?*

	Très important	Important	Peu important	Aucune importance
Taille de l'entreprise	12,7%	57,3%	23,2%	6,6%
Secteur d'activité	47,6	37,4%	12,6%	2,1%
Rémunération	24,3%	65,7%	9,0%	0,5%
Localisation géographique	41,6%	47,1%	9,5%	1,6%
Perspective d'évolution	61,6%	32,9%	5,0%	0%
Image de l'entreprise	25,0%	33,4%	45,6%	14,3%
Durée du travail	6,4%	33,4%	45,6%	14,3%
Politique sociale	14,2%	51,6%	29,5%	3,7%
Politique environnementale	9,5%	44,3%	38,3%	6,1%

*L'importance attachée à la **politique sociale** de leur futur employeur varie en fonction de la Majeure des jeunes diplômés.*

Sans surprise, les diplômés issus de la Majeure Management des Ressources Humaines s'intéressent le plus à la politique sociale de leur futur employeur. L'intérêt est en revanche assez homogène parmi les autres Majeures, à part la Majeure Finance qui y attache un intérêt particulièrement faible.

Majeure	Très important	Important	Peu ou pas important
Management des Ressources Humaines	29,6%	66,7%	3,7%
Management des institutions culturelles	23,1%	30,1%	46,2%
Contrôle de gestion	11,5%	52,5%	34,4%
Dirigeants et entrepreneurs	12,0%	56,0%	32,0%
International Consulting	10,3%	56,4%	35,9%
Marketing	12,3%	61,7%	22,2%
Finance	11,5%	41,7%	46,9%

*En revanche, l'intérêt des jeunes diplômés pour la **politique environnementale** de leur futur employeur ne varie guère en fonction de leur Majeure.*

### **La recherche d'informations sur la responsabilité globale des futurs employeurs**

La moitié des diplômés ne s'informe pas sur la politique de responsabilité globale de leurs futurs employeurs. Cela confirme le résultat de la question précédente. Il ne s'agit pas d'un critère prioritaire pour les diplômés.

*Vous informez-vous sur la politique de responsabilité globale des entreprises dans lesquelles vous postulez ?*

Oui, systématiquement	5,3%
Oui, dans la mesure du possible	44,6%
Non, jamais	50,1%

### **Les actions des entreprises auxquelles les jeunes diplômés attachent de l'importance**

La responsabilité globale ne figure pas parmi les premiers critères mentionnés par les jeunes diplômés dans le choix de leur futur employeur. Par contre, lorsqu'on interroge ces diplômés sur l'importance qu'ils accordent aux actions spécifiques en matière de responsabilité globale de leur futur employeur, ils sont très nombreux à déclarer que ces actions sont très importantes pour eux. En d'autres mots, ce n'est pas l'engagement d'une entreprise en matière de responsabilité globale qui va à lui seul attirer les jeunes diplômés vers elle. En revanche, une fois qu'elle répond aux autres exigences des jeunes diplômés, notamment en termes d'évolution de carrière, l'entreprise peut faire la différence par son engagement en matière de responsabilité globale.

Les aspects les plus importants pour les diplômés sont le respect des droits de l'homme chez les sous-traitants, le respect de l'environnement naturel, la politique de formation, l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle et la diversité.

Les politiques de mécénat, les partenariats avec les ONG, le dialogue avec les parties prenantes, les certifications et le reporting sont moins importants.

La considération des syndicats n'est pas considérée comme un enjeu peu important par les diplômés.

<b>Actions</b>	<b>Très important</b>	<b>Important</b>	<b>Peu important</b>	<b>Aucune importance</b>
Politique de mécénat et actions humanitaires	10,2%	58,5%	25,9%	3,2%
Respect des droits de l'homme dans les filiales et chez les sous-traitants	66,8	27,3%	3,8%	1,4%
Diversité dans le recrutement (sexe-origine-culture)	40,0%	35,1%	19,7%	3,8%
Considération des syndicats	5,4%	31,0%	42,6%	19,1%
Respect de l'environnement naturel	47,2%	43,1%	8,1%	0,5%
Politique de formation des salariés	39,7%	49,7%	8,9%	1,1%
Partenariats avec les associations et ONG	7,0%	42,1%	43,4%	7,0%
Certifications sociales ou environnementales	16,7%	44,1%	32,0%	5,1%
Implication des parties prenantes dans la définition des objectifs et des actions	14,8%	47,0%	28,7%	4,3%
Transparence sur les actions engagées et les résultats obtenus en matière de responsabilité globale	29,2%	45,3%	18,2%	3,8%
Lutte contre la corruption	36,0%	40,1%	17,7%	4,3%
Prise en compte de l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle	38,5%	48,8%	9,7%	1,6%

### **Les sources d'information des jeunes diplômés sur la responsabilité globale de leurs futurs employeurs**

C'est essentiellement via les pages Internet des entreprises que les jeunes diplômés s'informent sur leur politique en matière de responsabilité globale. Cela s'explique en partie par le très fort taux des diplômés qui trouvent leur emploi via Internet.

Le thème de la responsabilité globale n'est presque jamais abordé lors des entretiens de recrutement. 82% des diplômés que le sujet n'a jamais été évoqué lors d'un entretien individuel de recrutement, et 93% qu'il n'a jamais été abordé lors d'un entretien collectif.

Pages Internet de l'entreprise sur le recrutement	28,5%
Pages Internet de l'entreprise sur la responsabilité globale	21,1%
Documents publiés par l'entreprise	13,5%
Médias	18,8%
Questions posées au recruteur lors de l'entretien	7,6%
Personnes connaissant l'entreprise	10,2%

### **L'accessibilité de ces informations**

63% des jeunes diplômés déclarent avoir beaucoup ou quelques difficultés pour trouver des informations sur les actions de responsabilité globale de leur futur employeur.

Les entreprises peuvent donc encore faire des progrès sur leur communication dans ce domaine.

*Avez-vous des difficultés à trouver ces informations ?*

Beaucoup de difficultés	12,0%
Quelques difficultés	51,1%
Peu de difficultés	31,1%
Pas du tout de difficultés	5,8%

## 6. Préparation à la responsabilité globale dans leur scolarité à Audencia

Une dernière partie de l'enquête a porté sur la préparation des jeunes diplômés à la responsabilité globale lors de leur scolarité à Audencia.

Depuis 2004, les étudiants d'Audencia suivent obligatoirement un séminaire de 2 heures sur les enjeux de la responsabilité globale et peuvent ensuite décider d'intégrer le Parcours Responsabilité Globale qui leur permet, tout au long de leur scolarité à Audencia, de suivre un ensemble d'expériences apprenantes, mettant en particulier l'accent sur la réalisation de projets concrets. Les répondants à cette enquête n'ont pas bénéficié de ces innovations pédagogiques.

### Préparation des étudiants aux enjeux de la responsabilité globale

Plus de la moitié des jeunes diplômés ne s'estime que peu ou pas du tout préparé aux enjeux de la responsabilité globale. Il conviendra de vérifier si ce sentiment évoluera pour les prochaines promotions qui ont pu bénéficier d'une préparation différente depuis 2004.

*Estimez-vous que votre formation à Audencia vous a suffisamment préparé pour aborder les enjeux de la responsabilité globale dans votre vie professionnelle ?*

Très bien préparé	7,4%
Moyennement préparé	38,4%
Peu préparé	38,6%
Pas du tout préparé	15,6%

### Le choix de suivre des électifs sur la responsabilité globale

Le thème de la responsabilité globale est depuis longtemps présent dans les électifs proposés à Audencia. Cette option a permis de sensibiliser presque un quart des étudiants aux enjeux de la responsabilité globale et correspond donc depuis longtemps à une attente de leur part.

*Avez-vous suivi des électifs sur l'éthique, le développement durable ou la responsabilité globale à Audencia ?*

Oui	23,3%
Non	76,7%

### L'intégration de la responsabilité globale dans l'ensemble des cours

Au-delà des cours dédiés à la responsabilité globale, l'enjeu pour les institutions d'enseignement supérieur consiste à intégrer ces aspects dans l'ensemble de leur cours pour montrer que tous les métiers dans l'entreprise sont concernés.

L'enquête montre que la responsabilité globale est en effet déjà abordée dans de nombreux cours enseignés à Audencia.

Presque un tiers des diplômés ont ainsi déjà abordé des la responsabilité globale dans des cours non spécifiquement dédiés à ce thème.

*Les aspects sur l'éthique, le développement durable ou la responsabilité globale ont-ils été abordés dans le cadre des cours à Audencia **non spécifiquement dédiés à ces sujets** ?*

Oui	31,3%
Non	68,9%

Les disciplines qui abordent le plus souvent la responsabilité globale sont le cours en Management des ressources humaines, le droit et la stratégie.

7,3% des répondants mentionnent aussi spontanément qu'ils ont suivi des cours sur la responsabilité globale dans les écoles et universités partenaires d'Audencia.

*Si oui, dans quels cours ? (plusieurs réponses possibles)*

Management des Ressources Humaines	22,0%
Droit	17,1%
Stratégie	13,8%
Marketing	8,1%
Finance	4,9%
Cours suivis à l'étranger	7,3%

### **Les stages dédiés à la responsabilité globale**

Très peu de répondants (7,2%) ont fait des stages dont la mission a été spécifiquement dédiée à la responsabilité globale. Ce nombre a augmenté ces dernières années.

Si le nombre de stages spécifiquement dédiés à la responsabilité globale reste marginal, les étudiants peuvent néanmoins aborder les enjeux de la responsabilité globale dans leurs stages, même s'il ne s'agit pas là de leur mission principale.

## **7. Le profil particulier des jeunes diplômés ayant des postes dédiés à la responsabilité globale**

Le Centre pour la Responsabilité Globale d’Audencia ne vise pas à former des spécialistes de la responsabilité globale, mais à sensibiliser l’ensemble des étudiants à ces enjeux et à permettre à ceux, qui le souhaitent, de les approfondir quel que soit leur futur métier.

Néanmoins, l’enquête a montré que 3,9% de nos jeunes diplômés – 15 sur l’échantillon de 426 – ont des postes dédiés à la responsabilité globale.

Si le nombre très réduit de diplômés travaillant dans ces postes ne permet pas de tirer des enseignements généraux de l’enquête, leur profil se distingue sur plusieurs points de ceux de l’ensemble des jeunes diplômés ayant répondu à l’enquête.

### **Les fonctions des 15 diplômés ayant des postes dédiés à la responsabilité globale**

Auditeur social et environnemental	4
Salarié dans une ONG	3
Salarié dans une organisation internationale ou publique	3
Consultant	2
Analyste financier	1
Scénariste	1
Directeur du développement durable	1

### **Les spécialisations de ces diplômés à Audencia**

Toutes les spécialisations semblent pouvoir mener aux postes dédiés à la responsabilité globale. La répartition entre les différentes Majeures est similaire à celle de l’ensemble des répondants, avec cependant une légère sur-représentation des diplômés ayant suivi la spécialisation dans la Majeure Management des institutions culturelles.

Finance	26,6%
International consulting	20%
Marketing	13,3%
Management des institutions culturelles	13,3%

### **Leurs expériences en matière de responsabilité globale au cours de leur scolarité**

Les diplômés ayant un poste dédié à la responsabilité globale ont beaucoup plus souvent que la moyenne eu des expériences liées à la responsabilité globale pendant leur scolarité à Audencia.

Ils ont donc déjà manifesté un fort intérêt pour ces enjeux lors de leur scolarité et fait des choix pour mieux les comprendre, voire le plus souvent agir dans ce domaine. C’est cette approche que Audencia poursuit aujourd’hui avec le Parcours Responsabilité Globale.

	<b>Echantillon des 15</b>	<b>Population totale des répondants</b>
Choix d’un électif responsabilité globale	46,7%	23,3%
Stage dans le domaine de la responsabilité globale	66,6%	7,2%
Projet humanitaire pendant une année	20%	6,6%

### Leur engagement hors de l'entreprise

Les diplômés ayant un poste dédié à la responsabilité globale ont un comportement et un engagement personnels bien plus conforme aux principes de la responsabilité globale que la moyenne des jeunes diplômés. Cela est surtout vrai pour l'achat de produit issus du commerce équitable ou de l'agriculture biologique, mais aussi pour l'appartenance à des ONG engagées en matière de responsabilité globale.

*Achetez-vous des produits issus du commerce équitable ?*

	<b>Echantillon des 15</b>	<b>Population totale des répondants</b>
A chaque fois que c'est possible	26,7%	4,5%
Souvent	33,3%	16,9%
Parfois	40%	55,4%
Jamais	0%	23,2%

*Privilégiez-vous les transports publics ?*

	<b>Echantillon des 15</b>	<b>Population totale des répondants</b>
A chaque fois que c'est possible	86,7%	46,9%
Souvent	13,3%	32,6%
Parfois	0%	12,7%
Jamais	0%	7,7%

*Faites-vous des dons à des associations engagées dans la responsabilité globale ?*

	<b>Echantillon des 15</b>	<b>Population totale des répondants</b>
A chaque fois que c'est possible	6,6%	2,1%
Souvent	26,7%	12,1%
Parfois	46,7%	34,0%
Jamais	20%	51,7%

*Etes-vous membre d'une association engagée dans la responsabilité globale ?*

	<b>Echantillon des 15</b>	<b>Population totale des répondants</b>
Oui	46,6%	10,8%
Non	53,4%	89,2%

---

Une enquête du Centre pour la Responsabilité Globale d'Audencia Nantes Ecole de Management

André Sobczak  
 Gervaise Debucquet  
 Christelle Havard