

Julie ROSSIGNOL

---

MSc2 Marketing Digital & E-Business  
INSEEC Campus de Chambéry

# MÉMOIRE PROFESSIONNEL

---

Le développement d'une démarche RSE dans les entreprises du secteur de l'énergie a-t-il un impact sur la réputation de l'entreprise ?


2018 - 2020



Ludovic LOUIS



Isabelle BLANGERO



Merci à toutes les personnes qui m'ont accompagnées au cours de la rédaction de ce mémoire.

Je tiens à remercier ma tutrice en entreprise, Madame Isabelle BLANGERO pour sa patience, son soutien et son accompagnement tout au long de mon alternance.

Je remercie également Monsieur Eric MERILHOU, Directeur Régional Alpes Dauphiné d'IDEX Energies, pour m'avoir accueillie au sein de ses équipes.

Mes remerciements vont aussi à toute l'équipe de la Direction Régionale Alpes Dauphiné d'IDEX Energies pour leur accueil et la bonne ambiance au sein de l'entreprise.

Enfin je remercie mon tuteur de l'INSEEC, Monsieur Ludovic LOUIS, pour ses conseils et sa disponibilité ainsi que pour l'attention qu'il a portée pour aider au bon déroulement de cette année.

**R E M E R  
C I E M E N T S**

# S U M M A R Y

Nowadays, there is a lot of talk about Corporate Social Responsibility (CSR) and even more about sustainable development, which has become a hot topic among the general public. Between the global warming and overall climate change, and the different crises we've been through over the past few years, people are more and more concerned about the impact companies have on the society and more particularly on the environment. Therefore, businesses that prioritize corporate social responsibility will tend to be more attractive.

The purpose of this thesis is to determine if there is a link between CSR and reputation in companies within the energy sector by answering the following question: «Does the development of a Corporate Social Responsibility strategy in companies in the energy sector have an impact on the company's reputation ?»

To answer this question, I've made some researches on the topic in order to highlight some studies that specifically talk about CSR and reputation. I have also interviewed several CSR and business reputation specialists to try to understand the impact specific CSR actions may have on a company's reputation.

I have used IDEX Energies as a case study. By utilizing LinkedIn and other social media as indicators to measure the e-reputation of the company, we can see that IDEX has been communicating more and more about its CSR actions and that the posts that are directly related to CSR and environmental sustainability are the ones with the most interactions and that attract the most followers to its pages.

Because of their privileged link with the environment and the ecological transition, it is clear that the development of a CSR strategy in companies in the energy sector will have a positive impact on the company's reputation, provided that the companies communicate about their actions.

Future studies should be able to highlight and measure what proportion of a company's reputation is impacted by CSR.

# SYNTHÈSE DES RECOMMANDATIONS

## RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES

### La stratégie de RSE

Les étapes pour définir une stratégie RSE dans l'entreprise.

- 1** Monter une équipe dédiée à la RSE dirigée par un responsable RSE.
- 2** Définir les enjeux RSE que l'entreprise souhaite défendre en établissant une cartographie des risques extra-financiers.
- 3** Définir pour chaque enjeu des objectifs chiffrés et mesurables.
- 4** Choisir des actions pour répondre aux objectifs de chaque enjeu. Commencer par des actions ponctuelles pour un impact rapide et à court-terme, puis mettre en place des actions continues pour un impact sur le plus long-terme.
- 5** Améliorer la stratégie en continu et l'adapter aux nouvelles réglementations.
- 6** L'équipe dédiée à la RSE doit avoir un rôle de conseiller auprès du conseil d'administration et du service commercial, afin de proposer de nouvelles offres complémentaires à notre cœur de métier qui sont à la fois responsables et à forte valeur ajoutée pour les clients.

## RECOMMANDATIONS OPÉRATIONNELLES

### Communication sur les réseaux sociaux

#### FACEBOOK

- Publications très régulières sur des actions RSE d'IDEX.
- Relayer les événements IDEX sur la page Facebook de l'entreprise et via un événement Facebook.
- Faire des publications sponsorisées.
- Faire des sondages ou des questionnaires.
- Être plus présent dans les commentaires.
- Faire des vidéos en live.

#### TWITTER

- Utiliser un compte dédié à la RSE.
- Utiliser le storytelling.
- Répondre aux tweets, aux commentaires, et être présent dans les commentaires des comptes dédiés à la RSE.
- Faire des sondages.

#### LINKEDIN

- Communiquer régulièrement sur les sujets de la RSE.
- Être présent dans les commentaires pour répondre et échanger avec les abonnés.

### Définir des KPI's

- |                     |                             |                                  |
|---------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| ➤ Taux d'engagement | ➤ Nombre de retweet Twitter | ➤ Utilisation des hashtag d'IDEX |
| ➤ Taux de clics     | ➤ Nombre d'abonnés          | ➤ Porté des posts                |
| ➤ Score EcoVadis    | ➤ Note Google My Business   | ➤ Note des sites de recrutement  |

### Utiliser une stratégie d'Inbound Marketing

- |   |   |
|---|---|
| ➤ Créer des articles de blog sur le site internet d'IDEX. | ➤ Optimiser le SEO du site internet IDEX sur les engagements RSE. |
| ➤ Créer du contenu de qualité sur les réseaux sociaux.    | ➤ Mettre en place une newsletter avec les dernières actualités.   |
| ➤ Optimiser le SEO du contenu publié.                     | ➤ Mettre en place une solution de marketing automation.           |

# G L O S S A I R E

**RSE** : Responsabilité Sociétale des Entreprises

**EnR** : Energies Renouvelables

**ICPE** : Installations Classées pour la Protection de l'Environnement

**SQEÉ** : Sécurité Qualité Environnement Energie

**DR** : Direction Régionale

**SEO** : Search Engine Optimization

**KPI** : Key Performance Indicator aussi appelé **ICP** : Indicateur Clé de Performance

**B2B** : Business To Business : Commerce entreprise à entreprise

**SWOT** : Strengths (Forces), Weaknesses (Faiblesses), Opportunities (Opportunités) et Threats (Menaces) : Outil d'analyse de la stratégie d'une entreprise

**Marronnier marketing** : Il reprend une sélection de dates clés de l'années (fêtes des mères, semaine de la qualité de vie au travail, etc.) et permet d'envoyer les bons messages aux bons moments

**Marketing automation** : Il désigne au sens large l'automatisation de campagnes marketing déclenchées par un ensemble de conditions prédéfinies et en fonction du comportement de l'utilisateur. Il est possible d'automatiser l'envoi d'emails, de sms, la segmentation de contact, etc.

**Inbound marketing** : Principe par lequel une entreprise cherche à ce que ses prospects ou clients s'adressent naturellement ou spontanément à elle en leurs délivrant des informations ou des services utiles dans le cadre d'un besoin éprouvé ou potentiel.

**Storytelling** : Communication narrative : Il s'agit de raconter une histoire à des fins de communication plutôt que de mettre en avant simplement les arguments du produit ou de la marque.

**Millenials / Génération Y** : Personnes nées entre le début des années 80 et la fin des années 90.

**Trafic organique** : Le terme trafic fait référence à l'ensemble des visites d'un internaute sur un site ou une application. Le trafic organique (aussi appelé naturel) correspond au nombre de visiteurs en provenance d'un moteur de recherche.

**Hashtag** : Mot-clé précédé du symbole # que les internautes utilisent dans leurs publications sur les réseaux sociaux. Ils permettent aux autres utilisateurs d'accéder au contenu qui contient ledit mot-clé et ce, sans nécessairement être « ami » ou « follower » de la personne qui en fait usage.

**Bad Buzz** : Phénomène de «bouche à oreille» négatif qui se déclenche généralement sur Internet avant de se prolonger éventuellement sur d'autres médias.

**GreenWashing** : Méthode marketing consistant à communiquer auprès du public en utilisant l'argument écologique. Le but du greenwashing étant de se donner une image éco-responsable, assez éloignée de la réalité... La pratique du greenwashing est trompeuse et peut-être assimilé à de la publicité mensongère.

## ETAT DES LIEUX p 06

---

### 1.1. Cadre conceptuel

Qu'est-ce que la RSE ?	p 09
La RSE, obligatoire ?	p 12
La réputation RSE	p 13
E-Réputation de l'entreprise	p 16
Les salariés et la RSE	p 18

### 1.2. Benchmark

ENGIE Solutions	p 21
Dalkia	p 27
Enedis	p 33
Bilan	p 39

## ETUDE EMPIRIQUE p 42

---

### 2.1. IDEX Energies p 44

### 2.3. Mes missions p 60

### 2.2. IDEX Alpes Dauphiné p 54

### 2.4. Etude empirique

Statistiques LinkedIn	p 69
Evolution de la RSE chez IDEX	p 72
Interviews	p 74

## RECOMMANDATIONS p 80

---

### 3.1. Stratégiques p 84

### 3.2. Opérationnelles p 90

## CONCLUSION p 97

---

Bibliographie	p 99
---------------	------

Annexes	p 104
---------	-------

# INTRODUCTION CONTEXTE

Responsabilité Sociétale des Entreprises, des termes qui paraissent importants et qui pourraient faire peur aux chefs d'entreprises. Mais que veulent-ils vraiment dire ?

C'est depuis la fin des années 90, au début des années 2000, qu'on commence à entendre parler de plus en plus de cette «Responsabilité Sociétale des Entreprises», ou plus communément «RSE». Que ce soit en France ou à l'international, c'est une démarche qui se développe sous différentes formes et avec des degrés différents dans de nombreuses entreprises.

Les entreprises parlent alors de transition énergétique, de développement durable, de qualité de vie au travail, d'achats responsables ou encore de commerce éthique. Ces valeurs mises en avant font-elles partie intégrante d'une démarche RSE ? Sont-elles de simples arguments de vente ?

La responsabilité sociétale des entreprises a pour but de responsabiliser les entreprises. Qu'elles prennent conscience de leurs impacts sur l'environnement et la société.

Un objectif que la France appuie en 2001 avec le vote de la Loi sur les nouvelles régulations économiques (loi NRE). Celle-ci impose aux grandes entreprises cotées de publier un reporting extra-financier comprenant les informations environnementales, sociétales et de gouvernance des entreprises. L'objectif est de mettre en place plus de transparence de la part des entreprises sur leurs activités et leur organisation.

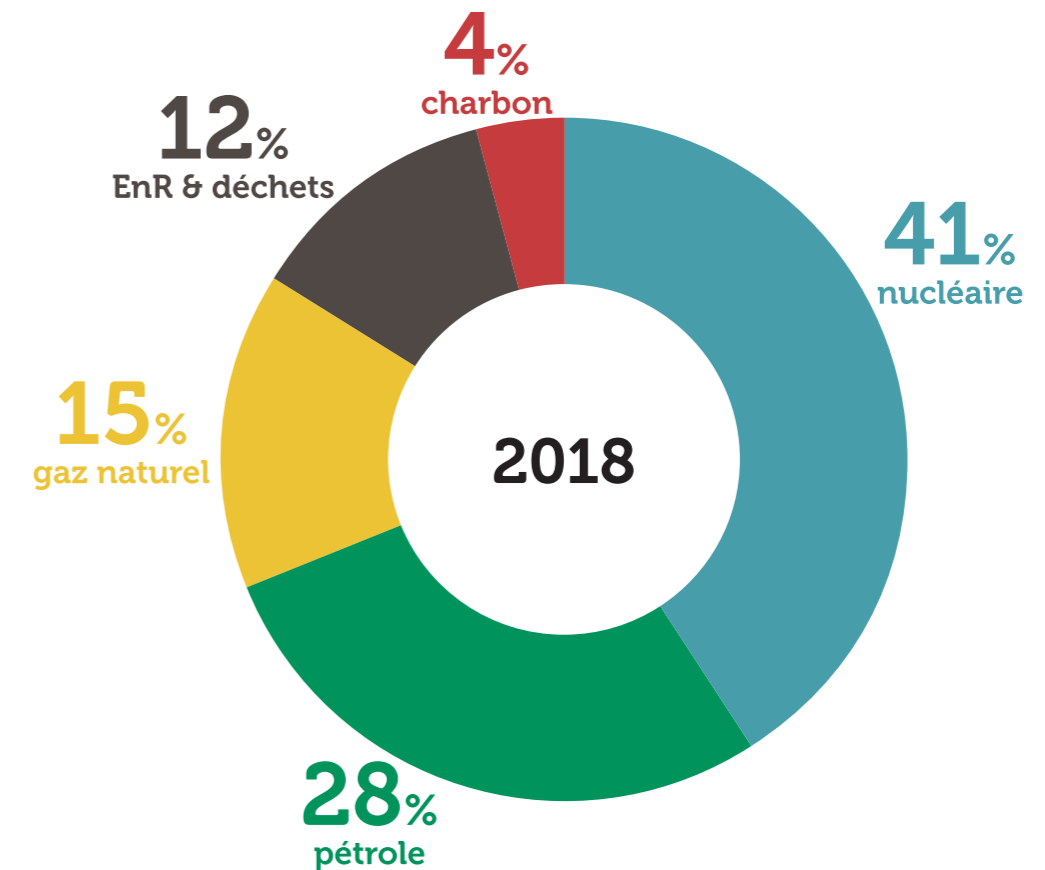
Les entreprises commencent donc à être «obligées» de s'intéresser à la RSE pour ne pas se faire distancer par leurs concurrents et la RSE devient un outil à part entière dans la stratégie des grandes entreprises.

Les entreprises du secteur de l'énergie sont d'autant plus concernées puisqu'elles ont un lien très fort avec l'environnement.

C'est en 2012 que l'on commence à parler de transition écologique et énergétique à la conférence environnementale sur le développement durable. L'objectif est de répondre aux enjeux environnementaux en transformant le système énergétique pour le rendre plus écologique.

Le système énergétique français (ou mix énergétique) représente la répartition des sources d'énergie primaire nécessaires pour répondre aux besoins énergétiques de la France.

Aujourd'hui, il fonctionne en majorité grâce aux énergies du nucléaire et aux énergies fossiles.



Mix énergétique français en 2018

Source : Rapport du Commissariat Général au Développement Durable | Chiffres clés de l'énergie | Édition 2019

La France qui souhaite cependant réduire sa dépendance aux énergies fossiles (pétrole, gaz, charbon) et nucléaire et privilégier les énergies renouvelables (EnR) a adopté en août 2015 une loi de transition énergétique qui a pour objectif de :

- Réduire de **30%** la consommation d'énergies fossiles en 2030 par rapport à 2012
- Réduire de **40%** les émissions de gaz à effet de serre en 2030 par rapport à 1990
- Porter la part des énergies renouvelables (EnR) à **32%** dans le mix énergétique en 2030
- Réduire la consommation énergétique finale de **50%** en 2050 par rapport à 2012
- Réduire de **50%** les déchets mis en décharge à l'horizon 2025
- Diversifier la production d'électricité et baisse à **50%** la part du nucléaire à l'horizon 2025

Encore une fois, les entreprises du secteur de l'énergie sont particulièrement touchées par ces lois et leur impact sur l'environnement. La question se pose alors de savoir si les actions menées pour ces lois peuvent avoir un impact sur la réputation de ces entreprises ?

De nos jours, on parle plus souvent d'e-reputation. Avec Internet qui s'est développé, la réputation des entreprises passe également par le web et la façon dont l'entreprise est perçue par le grand public peut être impactée par de nombreux facteurs.

Une bonne réputation peut permettre aux entreprises de gagner de nouveaux clients et de montrer que l'entreprise est appréciée. Mais les avis vont très vite sur Internet, c'est pourquoi les entreprises doivent être à l'affût de tout ce qui pourrait leur nuire ou au contraire booster leur activité.

On peut donc se demander comment la réputation d'une entreprise influe sur la stratégie de celle-ci ? Est-il possible de mesurer la réputation d'une entreprise ? Quels sont les enjeux de la mise en place d'une démarche RSE dans une entreprise du secteur de l'énergie ? Comment ces entreprises lient-elles transition énergétique et responsabilité sociétale des entreprises ?

## LE DÉVELOPPEMENT D'UNE DÉMARCHE RSE DANS LES ENTREPRISES DU SECTEUR DE L'ÉNERGIE A-T-IL UN IMPACT SUR LA RÉPUTATION DE L'ENTREPRISE ?

---

C'est à ces questions que nous allons tenter de répondre tout au long de ce mémoire.

Dans un premier temps, je vais d'abord faire une revue de l'utilisation de la RSE dans les entreprises du secteur de l'énergie et son lien avec la réputation de ces dernières. Je vais mettre en avant certains chiffres pouvant donner de premières pistes pour répondre à ces questions. Je vais également effectuer un benchmark des différents concurrents d>IDEX Energies pour comprendre leur position sur le sujet.

Dans un second temps, je vais présenter le cas appliqué à l'entreprise dans laquelle je réalise mon alternance en tant que chargée de communication digitale : IDEX Energies. Je vais également analyser les résultats suite aux différentes missions que j'ai effectuées au cours de ces deux dernières années dans l'entreprise.

Enfin je vais mettre en avant certaines recommandations pour les entreprises du secteur de l'énergie afin d'impacter positivement la réputation de l'entreprise grâce à une stratégie de RSE.



# ETAT DES LIEUX

---

- 1.1. Cadres conceptuels
- 1.2. Benchmark

# 01

# CADRES CONCEPTUELS

## 1.1

# Q U ' E S T C E Q U E L A R S E ?

Il existe de nombreuses définitions de la Responsabilité Sociétale des Entreprises ou RSE.

La norme ISO 26000 de l'Organisme National de Normalisation, sortie en 2010, nous donne une définition de la RSE, ou Responsabilité Sociétale des Entreprise :

“

*Responsabilité d'une organisation vis-à-vis des impacts de ses décisions et de ses activités sur la société et sur l'environnement, se traduisant par un comportement transparent et éthique qui :*

- *Contribue au développement durable y compris à la santé et au bien-être de la société*
- *Prends en compte les attentes des parties prenantes*
- *Respecte les lois en vigueur et est compatible avec les normes internationales*
- *Est intégré dans l'ensemble de l'organisation et mis en œuvre dans ses relations*

”

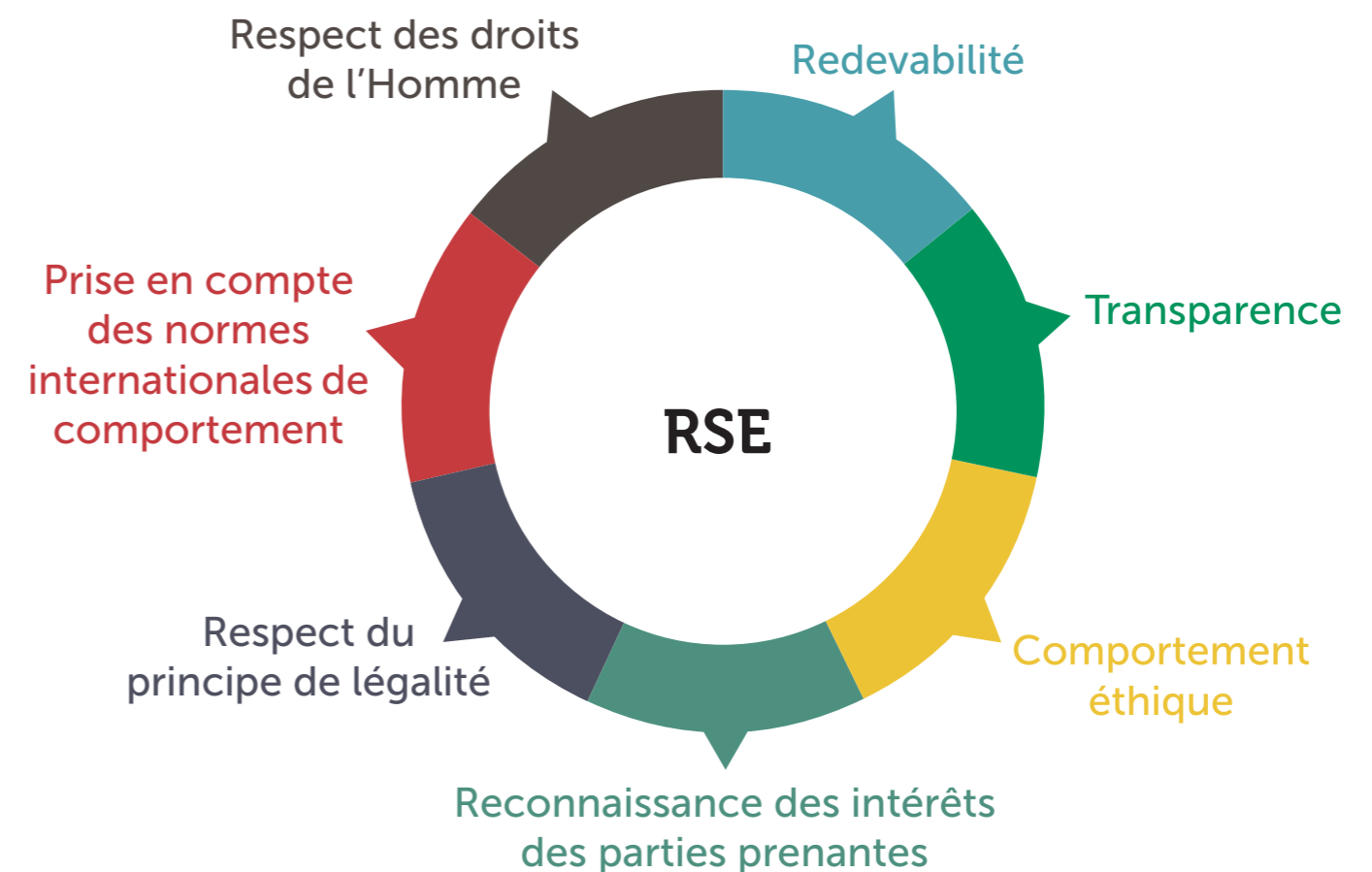
On retrouve dans cette définition plusieurs aspects de la responsabilité sociétale comme le développement durable, le respect des lois, et l'éthique. Ces thématiques sont aujourd'hui devenues indispensables au sein des entreprises et représentent des enjeux majeurs pour leur stratégie et leur organisation.

La Responsabilité Sociétale des Entreprises est devenue un signe de qualité pour les entreprises qui, lorsqu'elles intègrent une stratégie de RSE, montrent une préoccupation sociale et environnementale envers leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes.

Source : [Audit RSE : Définition RSE](#)

La RSE permettrait de valoriser une entreprise autrement que par son profit économique seul. Michael E. PORTER et Mark R. KRAMER définissent la RSE, dans leur article « Strategy & Society » (2006), comme étant un point stratégique à part entière pour une entreprise, qui peut être bénéfique à la fois pour l'entreprise et à la fois pour l'environnement et la société.

La norme ISO 26000 donne aux entreprises sept piliers sur lesquels s'appuyer pour la mise en place de leurs actions RSE.



Source : livre blanc «Découvrir ISO 26000»  
Source : [article de Porter et Kramer «Strategy & Society» - 2006](#)

Une autre des définitions de la Responsabilité Sociétale des Entreprises qui existent à été donnée par la Commission Européenne en 2011.

“

*La responsabilité des entreprises vis-à-vis des effets qu'elles exercent sur la société. Pour assumer cette responsabilité, il faut au préalable que les entreprises respectent la législation en vigueur et les conventions collectives conclues entre partenaires sociaux. Afin de s'acquitter pleinement de leur responsabilité sociale, il convient que les entreprises aient engagé, en collaboration étroite avec leurs parties prenantes, un processus destiné à intégrer les préoccupations en matière sociale, environnementale, éthique, de droits de l'Homme et de consommateurs dans leurs activités commerciales et leur stratégie de base.*

”

On retrouve la encore dans cette définition les différents aspects de la responsabilité sociétale des entreprises :

- l'aspect **économique** : satisfaire ses clients en assurant un service de qualité, mettre en place des tarifications équitables, soutenir les fournisseurs locaux, faire preuve de transparence dans les affaires.
- l'aspect **environnemental** : respecter l'environnement dans lequel l'entreprise se développe, utiliser les ressources naturelles de façon durable, favoriser la diversité biologique, réduire les émissions de gaz à effet de serre.
- l'aspect **social** : respecter les droits de l'Homme, renforcer l'égalité, former le personnel, etc...

Les approches des entreprises concernant la RSE sont presque toutes aussi nombreuses que les définitions de celle-ci. Chaque entreprise construit sa démarche RSE autour d'une définition qui lui convient en fonction de ses caractéristiques propres.

Source : [Commission Européenne : Responsabilité sociale des entreprises: une nouvelle stratégie de l'UE pour la période 2011-2014 - Chapitre 3.1 Une nouvelle définition](#)

## LA RSE, OBLIGATOIRE ?

La démarche de responsabilité sociétale des entreprises est avant tout liée à la volonté de l'entreprise. La norme ISO 26000 donne les lignes directrices de cette mise en œuvre, mais pas d'exigence pour une certification.

Cependant, la France a progressivement adapté ses lois pour prendre en compte la responsabilité sociétale des entreprises.

La loi Grenelle II de 2010 a notamment rendu obligatoire pour les entreprises cotées en bourse et possédant un chiffre d'affaire de plus de 100 millions d'euros ou une masse salariale supérieur à 500 employés la diffusion périodique d'un rapport RSE qui tient compte des différentes actions menée par l'entreprise et les résultats de celle-ci.



Ainsi, la RSE en elle-même n'est obligatoire légalement que pour certaines entreprises qui ont surtout une obligation d'information et de transparence de leur impact sur la société et l'environnement et non une obligation de mener des actions précises en vue de réduire les émissions de gaz à effet de serre par exemple.

En revanche, la mise en place d'une démarche RSE, même pour les entreprises qui ne sont pas concernées par la loi Grenelle II, peut être un atout considérable pour une entreprise par exemple lors d'appel d'offre et peut se révéler être un avantage concurrentiel pour celles-ci. Il serait alors essentiel pour les entreprises de mettre en place une démarche RSE associée avec leur stratégie.

Source : [Culture RH : Démarche RSE, est-elle obligatoire, comment la mettre en place ?](#)

# LA RÉPUTATION RSE

La réputation RSE est l'un des aspects de la réputation d'une entreprise au sens large. Il s'agit de la perception du grand public sur les engagements environnementaux et sociaux d'une entreprise.

Le baromètre de cette réputation est principalement basé sur 3 axes :

- La **citoyenneté** : la protection de l'environnement, le respect des droits de l'Homme, les contributions sociales, etc...
- L'**environnement de travail** : les conditions de travail, la qualité de vie au travail, l'éthique des affaires, etc...
- La **gouvernance** : la transparence et l'ouverture de l'entreprise

On retrouve dans ces axes les différents piliers de la RSE dont on a parlé jusqu'à maintenant.

Une bonne réputation RSE est aujourd'hui signe de performance économique pour une entreprise. Dans une lettre ouverte intitulé « Sense of Purpose », le Président de Blackrock, Larry FINK dit :

“

*Society is demanding that companies, both public and private, serve a social purpose. To prosper over time, every company must not only deliver financial performance, but also show it makes a positive contribution to society.*

”

Ce qui signifie que les consommateurs étant de plus en plus attentifs aux démarches éco-responsables, à la préservation de l'environnement et au commerce équitable, ils auront plutôt tendance à apprécier une entreprise qui propose des démarches dans ce sens-là. De même pour les travailleurs, la qualité de vie au travail, les conditions de travail et l'éthique dans les affaires sont des critères de plus en plus appréciés pour travailler avec ou au sein d'une entreprise.

Le Reputation Institute, publie chaque année des rapport et classements sur la réputation des différentes entreprises en France et dans le monde.

Voici quelques chiffres issues d'une étude réalisée pour les entreprises françaises en 2017 (Source : [Novethic : La RSE, une composante de plus en plus importante de la réputation des entreprises - 2017](#))

## 43.3%

de la réputation d'une entreprise en France est représentée par la RSE (gouvernance, bien être au travail et engagement citoyen)

## 42.9%

pour les Etats-Unis

## 41%

pour la Chine

## 40%

pour le monde

En 2020, le rapport mondial du Reputation Institute (devenu entre temps RepTrack) nous indique que les critères de la RSE représentent 40.7% de la réputation d'une entreprise dans le monde (soit 0.7 point de plus qu'en 2017, une évolution peu significative en 3 ans). (Source : [2020 Global RepTrack - page 1](#))

C'est donc les actions menées par l'entreprise pour répondre à ces différents critères (gouvernance, bien être au travail et engagement citoyen), et qui sont perçues par les différentes parties prenantes de l'entreprise (fournisseurs, partenaires, sous-traitants, clients) ainsi que le grand public, qui définissent la réputation RSE d'une entreprise.

Cependant, dans l'étude française de 2017 citée plus haut, plus de **75%** des personnes interrogées sont indécises et disent ne pas avoir connaissance des actions menées par les entreprises en terme de RSE. C'est la conséquence d'entreprises qui communiquent mal ou peu sur leurs actions. La communication est donc un outil essentiel à manier correctement pour s'assurer une bonne réputation RSE.

Source : YouMatter : [Réputation RSE : définition, pertinence et stratégie de communication - 2019](#)

Source : Reputation Institute : [How CSR impacts corporate reputation - 2018](#)

Communiquer sur la RSE est bénéfique non seulement pour la réputation de l'entreprise, mais également pour l'économie de l'entreprise. C'est un cycle vertueux qui apparaît alors.



Il faut tout de même faire attention au « greenwashing ». Cette stratégie marketing qui consiste à communiquer auprès du grand public en avançant des arguments écologiques et verts pour donner à l'entreprise une image éco-responsable, souvent trompeuse est assimilée à de la publicité mensongère.

Auparavant, le « greenwashing » pouvait fonctionner à court terme pour les entreprises. Aujourd'hui, avec la conscience écologique qui est née dans les esprits des consommateurs, cette pratique est devenue réprouvée par les consommateurs et aurait plus tendance à desservir la réputation de l'entreprise.

# E - R E P U T A T I O N D E L ' E N T R E P R I S E

À l'air du numérique, la réputation d'une entreprise est fortement impactée par Internet. Que ce soit sur les réseaux sociaux, ou dans les avis que laissent les consommateurs, l'e-réputation est aujourd'hui un aspect de la réputation inévitable.

L'Institut Français d'Opinion Publique (IFOP) a réalisé une étude pour Havas Paris et August Debouzy sur l'« [e-réputation des entreprises](#) ».

**55%**

des français ont utilisé Internet pour publier des avis sur les entreprises, des marques, des services ou des dirigeants d'entreprise au cours des 12 derniers mois

**42%**

des utilisateurs de réseaux sociaux cherchent à influencer les autres internautes en donnant leur avis sur des sujets d'actualité



Les expressions liées aux entreprises sur les réseaux sociaux sont plus fréquemment négatives, mais les marques d'adhésion ne sont pas négligeables

**72%**

Sites de presse en ligne

Les sources d'informations incontournables pour s'informer sur une entreprise

**63%**

Sites de d'évaluation

**75%**



Les réseaux sociaux les plus utilisés pour s'informer sur une entreprise

**70%**



**1/2**

français pense qu'il est possible de dire publiquement sur les réseaux tout ce que l'on veut au sujet d'une entreprise.

**40%**

des français pense que l'anonymat sur les réseaux sociaux permet d'être d'avantage protégé lorsqu'on s'exprime

Certaines crises impliquant une baisse de la réputation des entreprises ont marqué les esprits des répondants.

C'est notamment le cas avec Lactalis et son lait infantile contaminé que **69%** des répondants ont considéré comme « très grave ». Cette statistique nous montre que cette crise qui a eu lieu en 2017 est encore aujourd'hui très ancrée dans les mémoires des français. Seuls **7%** des répondants disent qu'ils n'en ont jamais entendu parler.

47%

des français ont déjà renoncé à acheter un produit ou un service suite à une atteinte à la réputation d'une entreprise

65%

des français souhaitent une prise de parole rapide de l'entreprise pour s'expliquer et/ou s'excuser lors d'une crise de réputation

75%

Sites de presse en ligne

54%

Site de l'entreprise

54%

Sites d'évaluation

Lors d'une crise de réputation, les internautes considèrent **les sites de presse en ligne** comme étant une source d'information fiable

Cette étude nous montre l'impact que peut avoir la réputation d'une entreprise sur les consommateurs. Selon l'IFOP, **80%** des consommateurs disent avoir recours à Internet pour se renseigner avant d'acheter. Une mauvaise réputation peut donc être très dissuasive à l'achat.

Source : étude réalisée par l'IFOP pour Havas Paris et August Debouzy sur l'«[e-reputation des entreprises](#)» - 2019

Source : étude réalisée par l'IFOP pour VIP Réputation sur «[l'impact de la réputation sur le processus d'achat](#)» - 2015

# LES SALARIÉS & LA RSE

En plus d'avoir un impact économique, la réputation d'une entreprise peut avoir un impact sur les ressources humaines de l'entreprise et sur le recrutement.

Le bien-être au travail est l'un des piliers de la RSE. Les actions de l'entreprise pour favoriser la qualité de vie au travail compte aussi beaucoup pour les travailleurs.

70%

des salariés déclarent être volontaires pour s'impliquer davantage dans la démarche RSE de leur entreprise

45%

Contribuer à de grands enjeux qui dépassent le cadre de l'entreprise

39%

Donner du sens à son travail

Les principales motivations des salariés à s'impliquer dans la RSE

45%

des salariés déclarent ne pas savoir ce que font leurs entreprises en terme de RSE

Un sujet qui atteint particulièrement les « millenials » selon du étude de Cone Communication relayée par You Matter.

51%

des travailleurs déclarent ne pas vouloir travailler pour une entreprise qui n'a pas d'engagement social ou environnemental fort

79%

des jeunes de la génération Y sont prêts à placer la RSE comme critère de leurs recherches d'emploi

76%

des jeunes de la génération Y placent la RSE au-dessus du salaire dans les critères de recherche d'emploi

Source : [Rapport de Occurrence pour Des Enjeux et des Hommes et Ekodev sur «Les salariés de l'Entreprise Responsable»](#) - 2020

Source : [You Matter : Engagement des salariés : le rôle de plus en plus fort de la RSE](#) - 2020

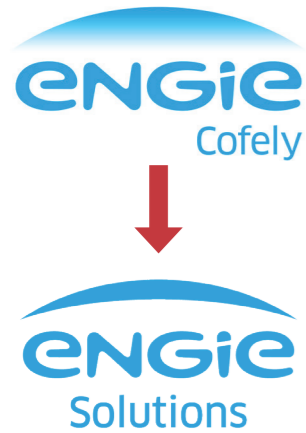
**BENCHMARK**

**1.2**



# ENGIE SOLUTIONS

Société de maintenance énergétique du groupe ENGIE, l'un des premiers énergéticiens mondial. La marque a eu de nombreux noms avant de devenir en Janvier 2020 ENGIE Solutions.



Ce nouveau nom vient du rapprochement de différentes entités du groupe ENGIE : ENGIE Cofely, ENGIE Axima, ENGIE Ineo et ENGIE Réseaux.

Marque B2B, ENGIE Solutions propose des solutions pour accompagner ses clients dans la transition énergétique (énergies renouvelables, travaux d'efficacité énergétique, performances énergétiques, etc...).

**900**

implantations en France

**50 000**

collaborateurs

**9,8**

Millions d'€ de CA en 2019

**ENGIE Solutions, le partenaire de votre transition zéro carbone**

Cette ambition se retrouve au travers de différents enjeux :

Consommer moins de ressources

Passer à l'énergie verte

Réinventer les environnements de vie et de travail

Source : Sites internet de [ENGIE Cofely](#) & [ENGIE Solutions](#)

## RSE

Aucun rapport RSE n'a encore été établi par ENGIE Solutions, la nouvelle marque étant trop récente. En revanche les entités qui composent la nouvelle marque ont elles, pour la plupart des politiques RSE déjà en place.

ENGIE Cofely a lancé sa politique RSE en 2017. Partie intégrante de la stratégie de l'entreprise, elle s'appuie sur 12 objectifs environnementaux, sociaux et territoriaux très précis et 14 objectifs internes.

### Partenaire de la performance environnementale de ses clients

Optimiser la performance énergétique en réduisant de plus de **10%** les consommations des sites clients par rapport à 2012

**100%** des contrats d'efficacité énergétique certifiés ISO 50001

**Tripler** la production des énergies renouvelables et de récupération chez les clients par rapport à 2012

Réduire de **25%** les émissions spécifiques de CO2 par rapport à 2012

### Responsables dans la conduite de leurs activités

Tendre vers **0** accidents graves avec un taux de fréquence des accidents du travail inférieur à **4**

Obtenir une **augmentation continue** de l'indice d'engagement des collaborateurs mesuré par la barométrie sociale

Atteindre plus de **25%** de femmes dans l'effectif des cadres

Sensibiliser **100%** des collaborateurs au respect de la charte éthique

### Engagés à créer de valeur dans les territoires

Favoriser les entreprises locales avec un objectif de **70%** de sous-traitants locaux

Générer **1 500** emplois directs et indirects dans les territoires à travers les projets biomasse

S'engager dans un processus d'achats responsables en imposant à **100%** du panel fournisseurs d'adhérer à leur clause éthique, environnementale et sociale

Soumettre **100%** des projets d'investissement à une évaluation extra-financière intégrant des critères d'acceptabilité environnementale, social, sociétale et éthique

Source : [Rapport RSE - 2019 de ENGIE Cofely](#)

Score \*  
**ecovadis**

**77/100**

Niveau Gold  
Entreprise parmi les 2%  
les mieux notées de  
l'organisme

Malgré un lancement récent d'une démarche RSE, ENGIE Cofely est déjà très bien perçue dans ce domaine.

L'entreprise a mis en place des actions quotidiennes et innovantes pour répondre à ses objectifs chiffrés fixés dans la charte RSE. Par exemple, la mise en place de 36 centres PREDITY partout en France qui permettent d'optimiser l'exploitation des installations à distance grâce à l'analyse des données récoltées en temps réel.

*\*EcoVadis est une plateforme d'évaluation des performances RSE et achats responsables. Elle représente un standard mondial en terme d'évaluation RSE.*

## R É S E A U X   S O C I A U X

10.9 k



- Publications d'actualité (COVID-19) axées sur l'entraide, la santé et la sécurité.
- Présentations de collaborateurs
- Publications axées sur la transition énergétique et la transition zéro carbone
- Présentation d'événements avec des partenaires (école, associations)

#ActWithENGIE

#EngieSolutions

#TransitionZeroCarbone

12 k



- Publications d'actualité (COVID-19) axées sur la continuité des services, la sécurité et la santé
- Présentations de collaborateurs
- Série de vidéos « La minute 30 » de présentation d'outils, prestations de l'entreprise axées sur la transition énergétique et la transition zéro carbone

#ActWithENGIE

#EngieSolutions

#TransitionZeroCarbone

1 456



- Anciennement le compte de ENGIE Cofely, le nom a changé pour devenir ENGIE Solutions
- Présentations collaborateurs & offres de recrutement
- Série de posts « calendrier de l'avant » avec un offre d'emploi par jour (avant de devenir ENGIE Solutions)
- Présentations d'événements
- Des stories à la une principalement axées RH

#ActWithENGIE

#TransitionZeroCarbone

#EngieSolutions

1 025



- Tweets d'actualité (COVID-19) axés sur la continuité des services, l'entraide, la sécurité, la santé
- Série de tweet d'événements pour un suivi des actus de celui-ci tout au long de la journée
- Présentations des solutions proposées par la marque seule ou en partenariat axées sur la transition énergétique et la transition zéro carbone

#ActWithENGIE

#EngieSolutions

#TransitionZeroCarbone

102



- 22 vidéos mises en ligne
- Présentation de collaborateurs
- Présentation des solutions de la marque
- Un support surtout utilisé comme hébergeur des vidéos partagées sur les autres réseaux sociaux

### EN BREF

De manière générale, les thèmes environnementaux et sociaux ressortent bien sur les réseaux sociaux de la marque. En plus de mettre en avant ses solutions la marque axe ses publications vers ses clients et ses collaborateurs pour mettre en avant chacun d'eux.

## A V I S E N L I G N E

Les avis en lignes concernant ENGIE Solutions sont encore peu développés, car la marque est encore très récente.

### Avis Facebook **1.7/5**

- Une note très mauvaise donnée selon l'avis de seulement 22 personnes.
- **Points faibles** : pas de réponse par téléphone, manque de réactivité, problèmes de chauffage, manque de professionnalisme des équipes

### Fiche Google My Business

- Pas de fiche Google My Business avec des avis disponible pour ENGIE Solutions.

### Enquête de satisfaction interne **7.2/10**

- L'enquête d'ENGIE Solutions montre que 73% des clients ont répondu être satisfaits\* par l'entreprise (\*notes entre 7 et 10).
- **Points forts** : sécurité des personnes et des installations (93% des clients satisfaits), qualité du relationnel (91% de clients satisfaits), prestations & services (83% de clients satisfaits), offres et devis (74% des clients satisfaits).
- **Points faibles** : manque de réactivité dans les réclamations, les reportings des installations manque de détails ou pas assez réguliers

### Avis salariés Indeed **4/5**

- Une bonne note donnée par les salariés de la marque selon 3 avis
- **Points forts** : environnement de travail agréable, autonomie, bonne ambiance, technologies innovantes
- **Points faibles** : atmosphère de travail stressante

Source : [Enquête de satisfaction client de ENGIE Solutions](#)

### Talkwalker Free Social Search **17% positif - 0% négatif**

- On observe 156 mentions au cours des 7 derniers jours, principalement dans la presse. Aucun article négatif et quelques article positif notamment pour parler de la mise à disposition de 2 000 véhicules pour les soignants en première ligne lors de cette crise du COVID-19.

*Analyse à prendre avec précaution. Pour une meilleure analyse, il faudrait étendre la recherche sur une période plus longue (une année).*

### EN BREF

On observe des points de vue très différents en fonction des supports étudiés.

C'est notamment le cas entre les avis Facebook et les avis issus de l'enquête de satisfaction client réalisée par l'entreprise. La différence peut venir du fait que les personnes interrogées ne sont pas les mêmes. En interne, l'entreprise à envoyé l'enquête à son client B2B (gérant d'un immeuble par exemple), en revanche les commentaires négatifs de facebook proviennent directement des habitants de l'immeuble. Ces deux personnes n'ont pas les mêmes rapports avec l'entreprise.

Pour les salariés, ils ont dans l'ensemble l'air satisfait de leur poste dans l'entreprise. L'esprit d'équipe et la bonne ambiance sont des critères essentiels pour beaucoup de personnes. On observe aucune remarque particulière sur la RSE de la part des salariés.

# D A L K I A



Société parmi les leaders des services énergétiques en France, Dalkia est une filiale du groupe EDF. Elle définit son métier comme étant « producteur d'efficacité énergétique »

Marque B2B, Dalkia propose des solutions de conception, de réalisation, d'exploitation, de maintenance, des installations énergétiques ou encore de sensibilisation des personnes et occupants pour améliorer la performance énergétique de ses clients.

## 110

implantations en France

## 16 000

collaborateurs

## 4,2

Millions d'€ de CA en 2019

### Dalkia à vos côtés pour accélérer votre performance énergétique durable

Cette ambition se retrouve au travers de différents enjeux :

Développer les énergies renouvelables et de récupération locales dans une logique d'économie circulaire

Faire des économies d'énergie

Améliorer le bien-être durable

Source : site internet de [Dalkia](http://Dalkia)

# R S E

La Responsabilité Sociétale des Entreprises fait partie intégrante des engagements de Dalkia. Depuis sa création Dalkia a toujours mis en avant des valeurs environnementales et sociales.

“

*Stratégie et RSE sont intimement liées chez Dalkia, un parti-pris qui, j'en suis convaincue, est un gage de confiance pour nos clients et nos salariés !*

*Sylvie Jéhanno,  
Présidente-directrice générale de Dalkia*

”

L'entreprise a donc mis en place 12 engagements auprès de ses parties prenantes.

### CLIENTS : Comment consommer mieux et moins ?

4.2Mt de CO2 évitées

38.2% d'énergies renouvelables et de récupération dans le mix énergétique Dalkia

36% de clients connectés

7.5/10 Note de satisfaction client globale

### COLLABORATEURS : Comment mettre l'Homme au centre de la performance de l'entreprise ?

77% des salariés bénéficiaires d'au moins une action de formation

22% de femmes parmi les cadres

5.1 Taux de fréquence des accidents du travail

1080 salariés bénéficiaires d'une évolution professionnelle

### PARTENAIRES : Comment construire l'avenir de nos territoires ?

44 800 sites connectés au SI industriel

100% des contrats-cadres fournisseurs disposent d'une charte développement durable

50 500 emplois directs, indirects et induits en France en 2017

950 000 € pour soutenir des initiatives citoyennes et solidaires

Source : [Rapport RSE 2018 Dalkia](#)

Score \*  
**ecovadis**  
**65/100**

Niveau Avancé  
en 2017

La responsabilité sociétale des entreprises de Dalkia est plutôt bien notée. L'entreprise est dans une optique d'amélioration continue, son score augmente malgré tout doucement (64 en 2016 et 65 en 2017).

Au quotidien Dalkia tend à trouver différents angles d'amélioration par de nombreuses actions, notamment grâce à un questionnaire de satisfaction client pour être à l'écoute de ses différents points forts et faibles.

*\*EcoVadis est une plateforme d'évaluation des performances RSE et achats responsables. Elle représente un standard mondial en terme d'évaluation RSE.*

## R É S E A U X   S O C I A U X

1.2 k



- Compte @dalkiarecrutement : un compte Facebook dédié seulement au recrutement
- Pop-up du chat pour inciter le client à interagir avec l'entreprise
- Photo de couverture vidéo qui présente les différents métiers de l'entreprise
- Publications axées sur les offres d'emplois, les salons de recrutements ou des témoignages de collaborateurs

Pas de hashtag spécifiques

60 k



- Publications d'actualité (COVID-19) axées sur la continuité des services
- Présentations de collaborateurs, offres d'emploi et annonces d'événements
- Posts pour mettre en avant les réalisations pour certains clients

Pas de hashtag spécifiques

1 066



#TeamDalkia

#InstantDalkia

#TransitionEnergetique

- Présentation de réalisations de Dalkia chez ses clients
- Quelques vidéos pour les événements du calendrier (nouvel an, journée internationale des droits de la femme, semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées)
- Présentations de collaborateurs en vidéo
- Des stories à la une sur différents métiers de Dalkia

8 427



#TransitionEnergétique

- Tweets d'actualité (COVID-19) axés sur la continuité des services
- Tweets sur les événements sur lesquels Dalkia est présent
- Partages d'offres d'emploi
- Partages d'articles de presse sur la transition énergétique et le changement climatique

1,85 k



- 131 vidéos mises en ligne
- Présentation de collaborateurs
- Présentation des solutions de la marque
- Un support surtout utilisé comme hébergeur des vidéos partagées sur les autres réseaux sociaux

### EN BREF

Via ses réseaux sociaux, Dalkia fait bien ressortir ses engagements sociaux plus particulièrement auprès de ses salariés, mais on observe plus fortement son engagement environnemental au travers de ses différents partages sur la transition énergétique.

## A V I S E N L I G N E

### Avis Facebook

- Aucun avis disponible sur la page Facebook de Dalkia.
- On observe cependant peu de réactions sur les posts de l'entreprise.

### Fiche Google My Business **3.3/5**

- Les fiches Google My Business sont nombreuses pour Dalkia (une par antenne partout en France). Il n'y a aucun avis laissé sur la fiche du siège social de l'entreprise.
- La note ci-dessus correspond à une moyenne des notes de 51 fiches prises partout en France
- **Points faibles** : problèmes de chauffage ou d'eau chaude dans les habitations

### **dalkia** Enquête de satisfaction interne **7.5/10**

- L'enquête de Dalkia montre que 86% des clients ont répondu être satisfaits par l'entreprise
- **Points forts** : sécurité (8.5/10), relation client (8.1/10), fidélisation (7.9/10), interventions et dépannages (7.9/10), qualité des services et des factures émises (7.7/10)
- **Points faibles** : traitement des réclamations, information générale et contractuelle, facilité d'accès aux services

### Avis salariés Indeed **3.9/5**

- Une bonne note donnée par les salariés de la marque selon 466 avis
- **Points forts** : environnement de travail agréable, formations, diversité des domaines d'intervention
- **Points faibles** : pas d'évolution de carrière, problèmes managériaux

Source : [Enquête de satisfaction client de Dalkia \(réalisée par un prestataire\)](#)

### Free Social Search **30% positif - 0% négatif**

- On observe 95 mentions au cours des 7 derniers jours, principalement dans la presse et sur Twitter. Aucun article négatif et quelques articles ou tweets positifs pour parler de réalisations de l'entreprise par des clients satisfaits.

*Analyse à prendre avec précaution. Pour une meilleure analyse, il faudrait étendre la recherche sur une période plus longue (une année).*

### EN BREF

On observe une concordance entre la note donnée sur Google (3.3) et celle donnée par les clients de l'entreprise lors de l'enquête de satisfaction (3.75). Dans l'ensemble, Dalkia a l'air d'avoir plutôt une bonne réputation auprès de ses clients et de ses salariés.

On observe aucune remarque sur la gestion de la RSE par l'entreprise.

# E N E D I S



Entreprise du service public, Enedis gère le réseau de distribution d'électricité. Elle développe, exploite et modernise le réseau, et gère les données associées.

Enedis détient le monopole de la distribution d'électricité sur le territoire français. Elle réalise les raccordements, le dépannage, le relevé des compteurs et toutes interventions techniques du contrat d'électricité de ses clients.

## 800

implantations en France

## 38 691

collaborateurs

## 14 413

Millions d'€ de CA en 2018

**Enedis est le gestionnaire du réseau public de distribution d'électricité sur 95 % du territoire français continental**

Cette ambition se retrouve au travers de différentes valeurs :

### Le respect

du client, des partenaires, des collègues, du management, des règles de sécurité, du patrimoine de l'entreprise, des délais, etc...

### Le sens du service

dans les efforts de chacun au quotidien, des innovations des salariés, aux attentes des clients

### L'engagement

dans les domaines techniques, environnementaux, sociaux et sociétaux

# R S E

On observe dans les valeurs de l'entreprise un engagement environnemental, social et sociétal. C'est en 2012 qu'Enedis a adhéré au Pacte Mondial des Nations Unies, et ainsi mis en place une démarche RSE au sein de l'entreprise.

Elle a ainsi développé une charte RSE pour ses fournisseurs reprenant ses engagements sociaux et une politique de développement durable reprenant ses engagements environnementaux.

## Les engagements de Responsabilité Sociale d'Enedis

### Une sous-traitance socialement responsable

Partager une ambition commune en matière d'amélioration de la santé, de la sécurité et des conditions de travail des salariés.

### Une politique partenariale avec ses fournisseurs

Favoriser les partenariats dans la durée avec ses fournisseurs pour leur permettre d'investir dans le développement de leurs propres compétences, de stabiliser les emplois

### Une politique d'achats et d'approvisionnements transparente, équitable et performante

qui joue un rôle majeur dans l'amélioration de la qualité et dans la réduction des coûts complets des ouvrages de distribution

## La politique de développement durable d'Enedis

### Être la référence industrielle du service public de distribution en Europe

- Améliorer la sécurité au travail des salariés
- Suivre les accidents liés au risque électrique de nos prestataires de travaux
- Renforcer la résilience du réseau de distribution
- Réduire les émissions de carbone
- Valoriser les déchets

### Prendre la tête de la révolution technologique des réseaux électriques en France et à l'international

- Raccorder les nouvelles installations de production photovoltaïque et éolienne au réseau de distribution
- Expérimenter et optimiser l'usage des véhicules électriques
- Déployer 35 millions de compteurs communicants d'ici 2021
- Mesurer la maturité numérique de la relation client
- Expérimenter des solutions smart grids pour accompagner la transition énergétique

### Être un partenaire de proximité incontestable de la performance énergétique des territoires et de leur développement économique

- Évaluer l'impact économique d'Enedis sur les territoires
- Déployer la fibre optique en utilisant les réseaux de distribution d'électricité
- Impliquer davantage les structures de proximité et de médiation pour faciliter la relation avec les clients
- Développer les achats au secteur de l'insertion par l'activité économique et au secteur protégé et adapté
- Faciliter le recrutement des personnes éloignées de l'emploi

La démarche RSE d'Enedis n'est pas aussi bien développée qu'elle pourrait l'être pour d'autres entreprises : les termes « RSE » ou « Responsabilité Sociétale des Entreprises » sont rarement évoqués.

L'aspect environnemental ressort tout de même plus souvent. Enedis mènent des actions axées sur la transition énergétique comme la mise en place de transformateurs à huile végétale en Poitou-Charente qui fonctionnent grâce à une ressource locale et biodégradable.

## R É S E A U X S O C I A U X

39 k



- Publications d'actualités (COVID-19) sur la continuité des services, l'entraide et la santé (vidéos)
- Publications sur le suivi des interventions d'urgence lors de grosses coupures de courant (tempête Ciara, Fabian, ou autre)
- Annonce d'événements, partenariat

#ServicePublic

#Enedis

#ServicesEssentiels

54 k



- Posts d'actualité (COVID-19) axés sur la continuité des services, l'entraide et la santé
- Interviews collaborateurs, sur les événements
- Posts sur les réalisations pour la transition énergétique d'Enedis

#ServicePublic

#ServicesEssentiels

#Enedis

2 801



- Vidéos IGTV sur la continuité des services pendant la période du COVID-19
- Posts d'événements et de recrutement
- Jeux concours
- Très peu de posts et pas réguliers

#Enedis

#IceTeamEnedis

#ServicesEssentiels

40,6 k



- Tweets d'actualité (COVID-19) axés sur la continuité des services et l'entraide et la sécurité
- Tweets sur les événements sur lesquels Enedis est présent (salons, événement sportif)
- Partages d'articles de presse sur la transition énergétique et le changement climatique

#Enedis

#ServicePublic

#ServicesEssentiels

5,45 k



- 520 vidéos mises en ligne
- Interviews collaborateurs
- Présentation des réalisations d'Enedis et de ses innovations
- Présentation des métiers d'Enedis

### EN BREF

Enedis poste régulièrement sur ses réseaux sociaux pour mettre en avant ses activités et ses solutions. Très peu de posts sur les engagements environnementaux et quelques posts sur de l'entraide (engagement sociétal) surtout liés au COVID-19.



## A V I S   E N   L I G N E

### Avis Facebook

- Aucun avis disponible sur la page Facebook de Enedis.
- On observe cependant un certain nombre de réactions sur les posts de l'entreprise même si beaucoup des commentaires sont négatifs.

### Fiche Google My Business **3.2/5**

- Les fiches Google My Business sont nombreuses pour Enedis (une par antenne partout en France). La note ci-dessus correspond à la note donnée sur la fiche Google My Business du siège social (159 avis).
- **Points faibles** : coupures de courant sans dépannage, problème de connexion aux comptes clients, pose de compteurs connectés « Linky » imposée, des rendez-vous imposés sans avoir prévenu par avance

### Enquête de satisfaction interne **6.8/10**

- L'enquête d'Enedis montre que 68% de ses clients sont très satisfaits de ses services
- Le résumé de l'enquête ne précise pas les points forts et les points faibles de l'entreprise

### Avis salariés Indeed **4.1/5**

- Une bonne note donnée par les salariés de la marque selon 477 avis
- **Points forts** : environnement de travail agréable, formations, évolution de carrière
- **Points faibles** : surcharge de travail, mauvais management, manque de modernité

### Talkwalker Free Social Search **12% positif - 7% négatif**

- On observe 1.6 k mentions au cours des 7 derniers jours, principalement dans la presse et sur Twitter.
- Sur Twitter, la plupart des mentions (qui ne sont pas des tweets d'Enedis) sont négatives et viennent de client mécontents qui refusent l'installation du compteur connecté d'Enedis (Linky) ou qui ont rencontrés des problèmes.

*Analyse à prendre avec précaution. Pour une meilleure analyse, il faudrait étendre la recherche sur une période plus longue (une année).*

### EN BREF

La réputation d'Enedis sur les réseaux sociaux n'est pas au beau fixe. De nombreux Tweets et commentaires proviennent de clients d'Enedis qui sont contre la pose des compteurs connectés Linky. Ces compteurs ont provoqué des vagues de mécontentement, les gens ont accusé Enedis d'imposer l'installation des compteurs qui en plus de ça exposerait les gens à des ondes radioélectrique mauvaises pour la santé.

Avec la crise du COVID-19, une nouvelle rumeur a également circulé sur ces compteurs : ils permettraient d'espionner les français pendant le confinement, notamment dans les résidences secondaires pour vérifier que le confinement est bien respecté. La rumeur a été démentie par Enedis auprès du journal 20 minutes.

Si la réputation d'Enedis auprès de ses clients n'est pas très stable, ses salariés ont en revanche l'air satisfaits de travailler dans cette entreprise. La culture d'entreprise et ses engagements sociaux et environnementaux ne sont pas mentionnés par les salariés.

# B I L A N

En comparant les trois entreprises grâce à l'outil TalkWalker, on observe les résultats suivants :

## MENTIONS

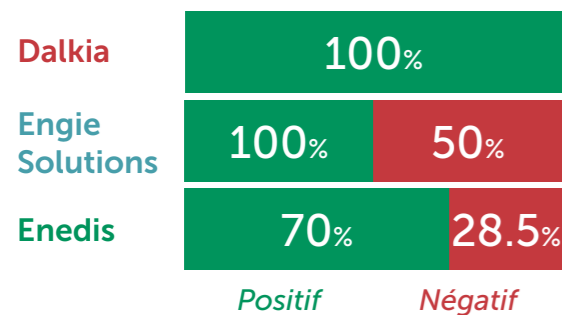


## ENGAGEMENT

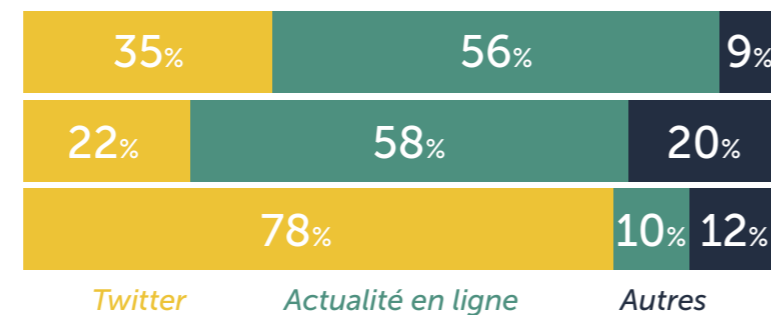


On observe qu'Enedis est beaucoup plus présent en ligne (beaucoup plus de mentions et d'engagement). En revanche malgré le fait que Dalkia soit mentionné plus souvent, on observe un taux d'engagement plus important chez Engie Solutions.

## SENTIMENTS



## REPARTITION DES TYPES DE MEDIAS



On remarque également que, contrairement à Dalkia, Enedis et Engie Solutions sont perçus plus négativement par le public. Cela pourrait s'expliquer par une présence plus importante sur Twitter, un réseau social où ses utilisateurs se plaisent à critiquer et dire ce qu'ils pensent franchement, sans censure.

Même si ces chiffres restent à prendre avec précaution, Engie Solutions et Dalkia semblent dans l'ensemble bien perçus sur internet. La majorité de leurs mentions provient d'articles d'actualité en ligne qui parlent de leurs réussites.

*Les chiffres de TalkWalker sont à prendre avec précaution : il s'agit d'une analyse sur période de 7 jours. Pour une meilleure analyse, il faudrait étendre la recherche sur une période plus longue (une année).*

# ETUDE EMPIRIQUE

---

- 2.1. IDEX Energies
- 2.2. IDEX Alpes Dauphiné
- 2.3. Mes missions
- 2.4. Etude empirique

# 02

**IDEX  
ENERGIES**

**2.1**

# LE GROUPE IDEX

IDEX Energies est une entreprise qui propose des services d'amélioration de la performance énergétique. Elle est spécialisée dans la conduite, l'exploitation et la maintenance des équipements de génie thermique et climatique.

IDEX Energies est un acteur de référence sur le marché de l'énergie locale et de la transition énergétique. En effet, il s'agit du troisième groupe français dans ce domaine, mais c'est aussi le leader des ETI (Entreprises de Tailles Intermédiaire) indépendantes dans le secteur de la transition énergétique et le premier groupe français indépendant du secteur de l'énergie.

Ses activités sont séparées en deux principaux pôles :

- L'exploitation
- Les travaux

Le métier de l'exploitation consiste principalement en la maintenance et l'entretien des installations de chauffage, ventilation et climatisation (CVC) mais également dans le traitement d'eau chaude sanitaire.

Le pôle travaux quant à lui consiste à effectuer les travaux neufs d'installations de ces équipements.

Au fil des années, le groupe a développé plusieurs filiales afin d'élargir ses activités :



L'efficacité au cœur de vos bâtiments

Multidex propose des offres de service pour la gestion des actifs immobiliers



LE MULTISERVICE DÉDIÉ AU BÂTIMENT

Must assure des prestations d'entretiens et de dépannage de logements



Société d'Approvisionnement et de Vente d'Énergies

Save est un fournisseur de gaz naturel



EfficiencE Énergétique

IDEX Environnement est expert en solution durables



FEE accompagne ses clients dans leur démarche de performance énergétique

# L'HISTOIRE DU GROUPE

1963

Création de « L'Industrielle de Chauffage » par Georges PLANCHOT

1970

L'entreprise devient «L'Industrielle d'Exploitation de Chauffage» plus communément appelée IDEX

1990

IDEX devient **un pionnier des énergies renouvelables** avec le rachat de l'usine de méthanisation des déchets ménagers d'Amiens et la création du premier parc éolien français à Port-la-Nouvelle avec la compagnie du Vent

2011

Mise en service de l'usine de méthanisation de déchets agricole Geotexia : une première en France qui couronne des années de développement

2018

Rachat de IDEX par Antin Infrastructure Partners, l'un des plus importants fonds indépendants d'Europe

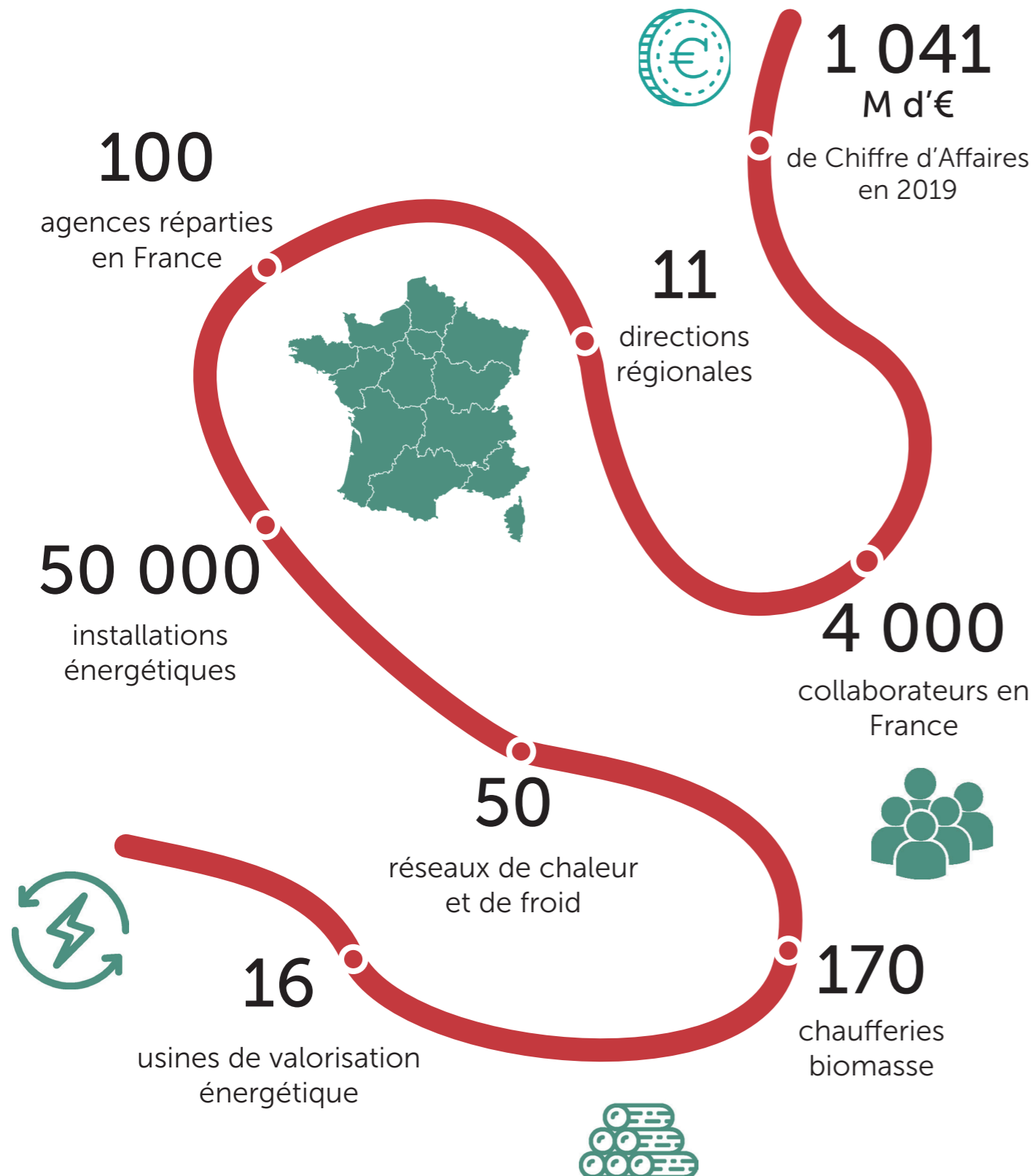
2019

IDEX s'implante à l'international grâce à des acquisitions en Belgique et en Lituanie

AUJOURD'HUI

IDEX maîtrise toutes les énergies renouvelables à l'échelle industrielle : bois, méthanisation, éolien, cogénération, etc.

# IDEX GROUPE EN CHIFFRES



# LA POLITIQUE RSE D'IDEX

Parmi les quatre valeurs fondamentales que sont celles d'IDEX, on retrouve l'indépendance, le respect, l'esprit d'équipe, mais aussi la **responsabilité**. IDEX souhaite montrer à ses clients et à ses partenaires que l'entreprise possède une vraie volonté envers cette responsabilité sociétale et une stratégie RSE pleinement inscrite dans la stratégie du groupe.

Le groupe a donc basé sa stratégie RSE sur cinq enjeux pour lesquels il vise l'exemplarité :

- 1** Préserver l'environnement et s'engager dans la neutralité carbone
- 2** S'engager dans l'intérêt de ses client
- 3** Mettre en place des relations et des conditions de travail responsables
- 4** Respecter des principes et des pratiques éthiques dans la gestion des affaires
- 5** Respecter les droits fondamentaux de l'Homme

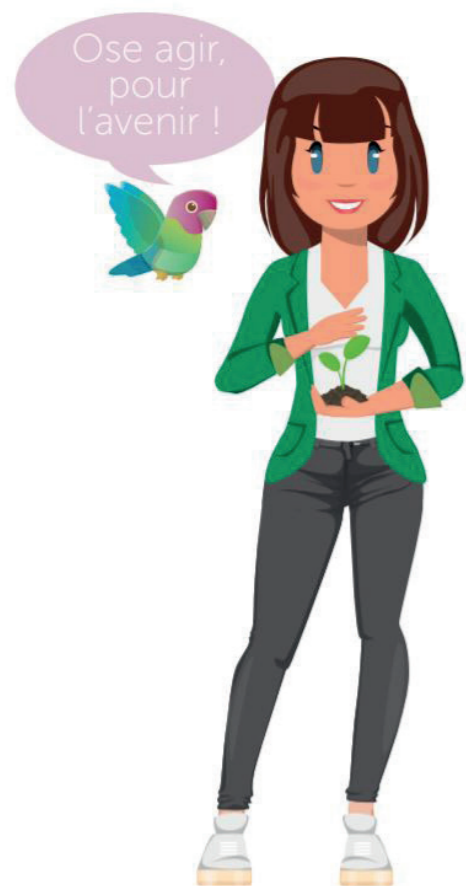
Les différentes certifications que possède IDEX montrent elles aussi l'implication de l'entreprise envers la responsabilité sociétale. C'est en effet la première entreprise française à avoir obtenu une quadruple certification.



Les certifications ISO 9001 (relation client), ISO 14001 (environnement) et OSHAS 18001 (santé et sécurité) permettent à IDEX une organisation structurée afin de préserver la santé et la sécurité de ses salariés, de protéger l'environnement et de satisfaire ses clients.

La certification ISO 50001 a pour but l'amélioration de la performance énergétique des installations et la réduction de leurs impacts sur l'environnement.

Les objectifs d'IDEX en terme de RSE sont donc nombreux et répartis selon les 5 piliers définis dans sa stratégie.



- Favoriser l'égalité des chances et la diversité
- Garantir le bien-être au travail
- Garantir la santé et la sécurité au travail
- Développer les compétences des collaborateurs
- Contribuer par ses activités à l'efficacité énergétique et à la préservation de l'environnement
- Réduire son empreinte environnementale
- Instaurer un partenariat responsable avec ses fournisseurs et sous-traitants
- Maîtriser et anticiper les risques et les crises
- Adopter une pratique éthique des affaires
- Contribuer au développement local
- Développer des actions de mécénat vertueuses pour les territoires
- Favoriser l'accès aux femmes aux fonctions de haut niveau

Les actions concrètes mises en place par l'entreprise sont présentes à différents niveaux du groupe : certaines actions sont mises en place par le siège, mais les directions régionales sont libres elles aussi de mettre en place des actions à leur niveau afin d'impliquer au maximum les salariés de l'entreprise.

Score \*  
**ecovadis**

**60/100**  
Niveau Modéré  
en 2019

\*EcoVadis est une plateforme d'évaluation des performances RSE et achats responsables. Elle représente un standard mondial en terme d'évaluation RSE.

## PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

747



- Publication 1 fois par semaine, parfois moins
- Beaucoup de posts sur le recrutement, offres d'emploi
- Posts d'actualité (Covid-19) pour mettre en avant les collaborateurs sur le terrain (#HérosDuQuotidien) et la continuité des services

#EnergiesHumaines

#IdexRecrute

#Energie

14 k



- Posts très réguliers
- Posts d'actualité (Covid-19) sur la continuité des services et pour mettre en avant les collaborateurs sur le terrain
- Posts sur les réalisations d'IDEX chez les clients
- Posts sur les actions RSE menées par le groupe
- Posts de recrutement, offres d'emploi
- Interviews de collaborateurs

#EnergiesHumaines

#HéroDuQuotidien

#TransitionEnergetique

720



- Publications très régulières : plusieurs fois par jour
- Retweets sur l'actualité de la transition énergétique et le Covid-19, sur de nouvelles offres, la continuité des services
- Tweet sur les interventions dans la presse des dirigeants ou des clients
- Tweet sur les réalisations d'IDEX chez les clients

#EnergiesHumaines

#HéroDuQuotidien

#TransitionEnergetique



- Pas de compte Instagram pour IDEX

178



- 35 vidéos mises en ligne
- Un hébergement des vidéos pour les diffuser sur les réseaux sociaux, l'intranet ou autres supports
- Présentations de collaborateurs, vidéos promotionnelles sur les métiers d'IDEX, présentation du fonctionnement de certains réseaux de chaleur

## EN BREF

De tous les réseaux sociaux d'IDEX, c'est sans conteste LinkedIn qui fonctionne le mieux avec plusieurs milliers d'abonnés. Des publications régulières, mais souvent les mêmes contenus sur les différents réseaux.

IDEX possède également des comptes Twitter liés à ses réseaux de chaleur sous délégation de service public (DSP) auprès de collectivités locales. Ces comptes touchent plus particulièrement les habitants et infrastructures qui bénéficient du réseau de chaleur de la ville. Par exemple «[Novaé](#)» pour la ville de Nantes ou «[Chauffage Urbain Givors](#)» pour Lyon.

# AVIS EN LIGNE



- Aucun avis disponible sur la page Facebook d'IDEX.
- On observe cependant que les publications qui obtiennent le plus de réactions sont celles liées à la mise en avant des collaborateurs ou à la RSE. Ces réactions sont d'ailleurs généralement positives.



- Les fiches Google My Business sont nombreuses pour IDEX (une par antenne partout en France). La note ci-dessus correspond à la note donnée sur la fiche Google My Business du siège social (33 avis).

- **Points faibles** : des foyers sans chauffages ou sans eau chaude, des factures non payées

- **Points forts** : à l'écoute de ses clients, ponctualité, rapport qualité/prix



- Une note donnée par les salariés de la marque selon 59 avis

- **Points forts** : bonne qualité de vie au travail, possibilités d'évolution, possibilité de prendre des initiatives, bonne charge de travail

- **Points faibles** : manque de communication entre les entités (siège - agences), beaucoup de turn-over au niveau du management

## EN BREF

La réputation d'IDEX Energies est mitigée. L'entreprise est très peu connue du grand public et donc peu présente dans la presse. Selon les supports, les avis sont différents : sur Facebook les actions de RSE et la mise en avant des collaborateurs ont du succès, en revanche les notes des nombreuses fiches Google My Business sont très souvent médiocres (exemple de la fiche du siège social ci-dessus).



# IDEX ALPES DAUPHINÉ

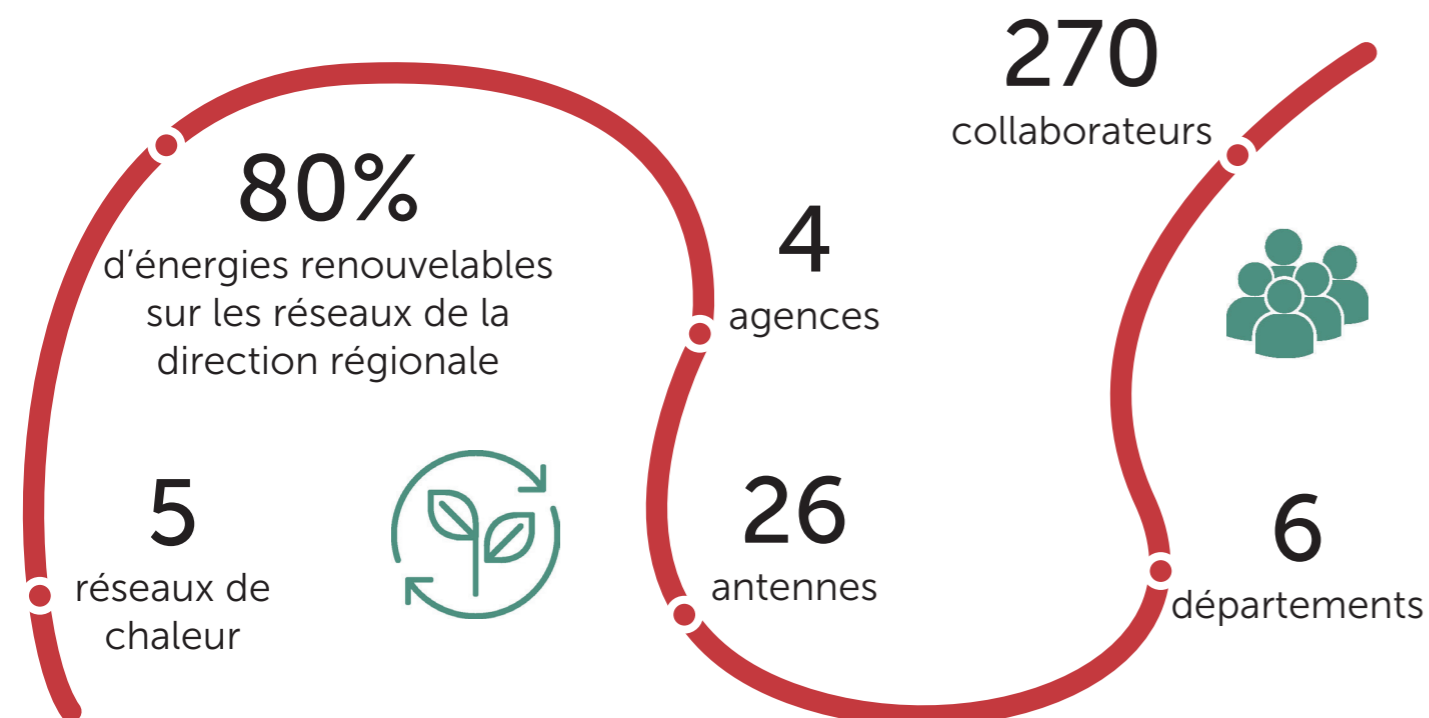
## 2.2

# LA DIRECTION RÉGIONALE ALPES DAUPHINÉ

La direction régionale Alpes Dauphiné s'étend sur 6 départements : la Savoie, la Haute-Savoie, l'Isère, la Drôme, l'Ardèche et l'Ain. Elle est composée de quatre agences : trois agences d'exploitation et une agence travaux:

- Agence Haute-Savoie Oyonnax (exploitation)
- Agence Savoie Mont-Blanc (exploitation)
- Agence Dauphiné (exploitation)
- Agence Installation Alpes (travaux)

Sa spécialité est la maintenance et les travaux de génie climatique. De la chaudière murale aux installations ICPE, les équipes développent leur savoir-faire dans l'exploitation d'installations de chauffage et de climatisation et les travaux de rénovation et d'économie d'énergie.



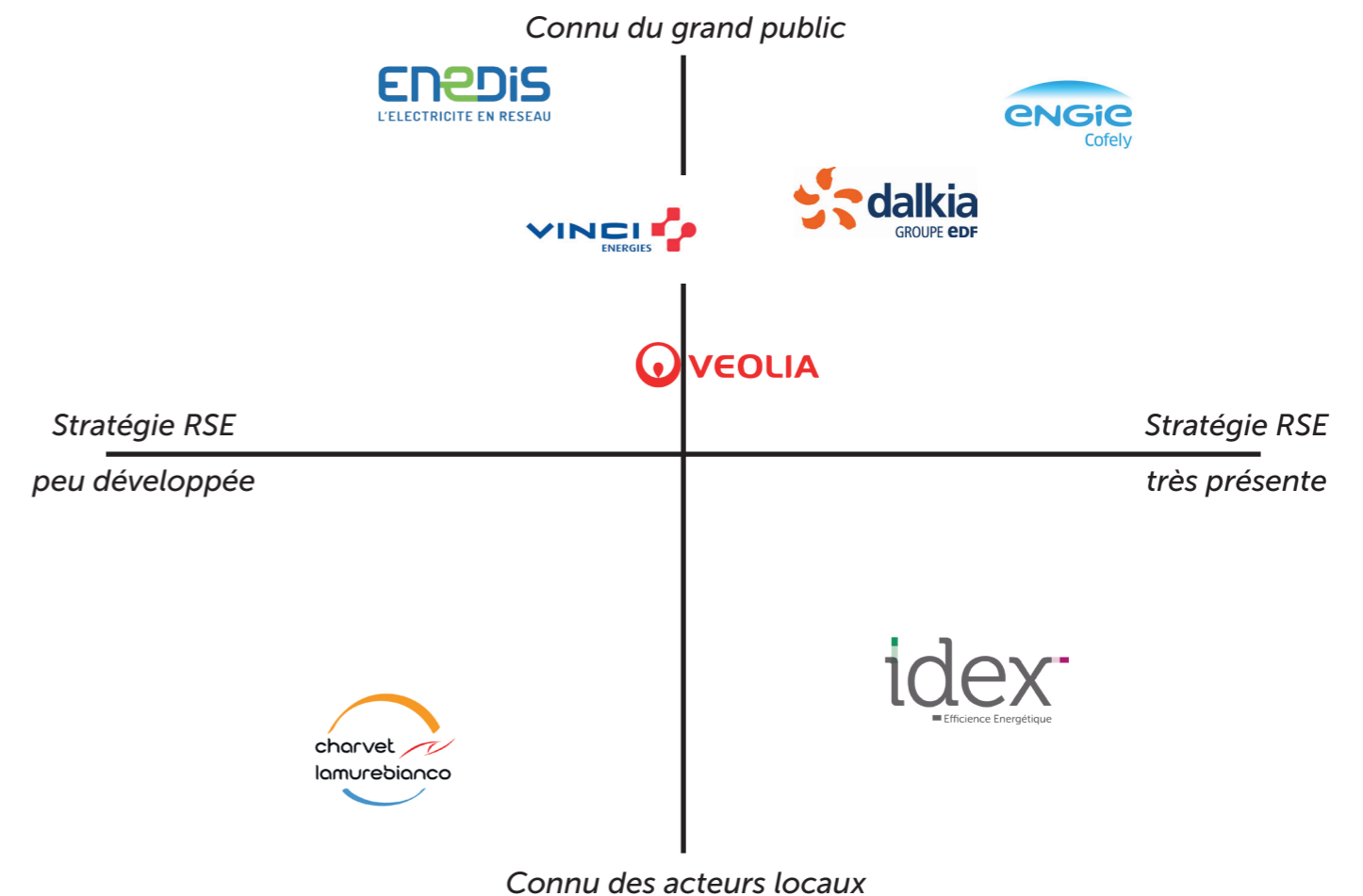
# SA PLACE SUR LE MARCHÉ

Étant située en région montagneuse, la direction régionale a fait de cette localisation une force, en se spécialisant dans l'installation et la maintenance d'équipements de génie thermique et climatique dans l'hôtellerie et les résidences de luxe en station.

Avec une vision tournée vers l'avenir et l'efficacité énergétique, IDEX Alpes Dauphiné développe des réseaux de chaleur dans la région pour privilégier le chauffage collectif et réduire notre dépendance aux énergies fossiles.

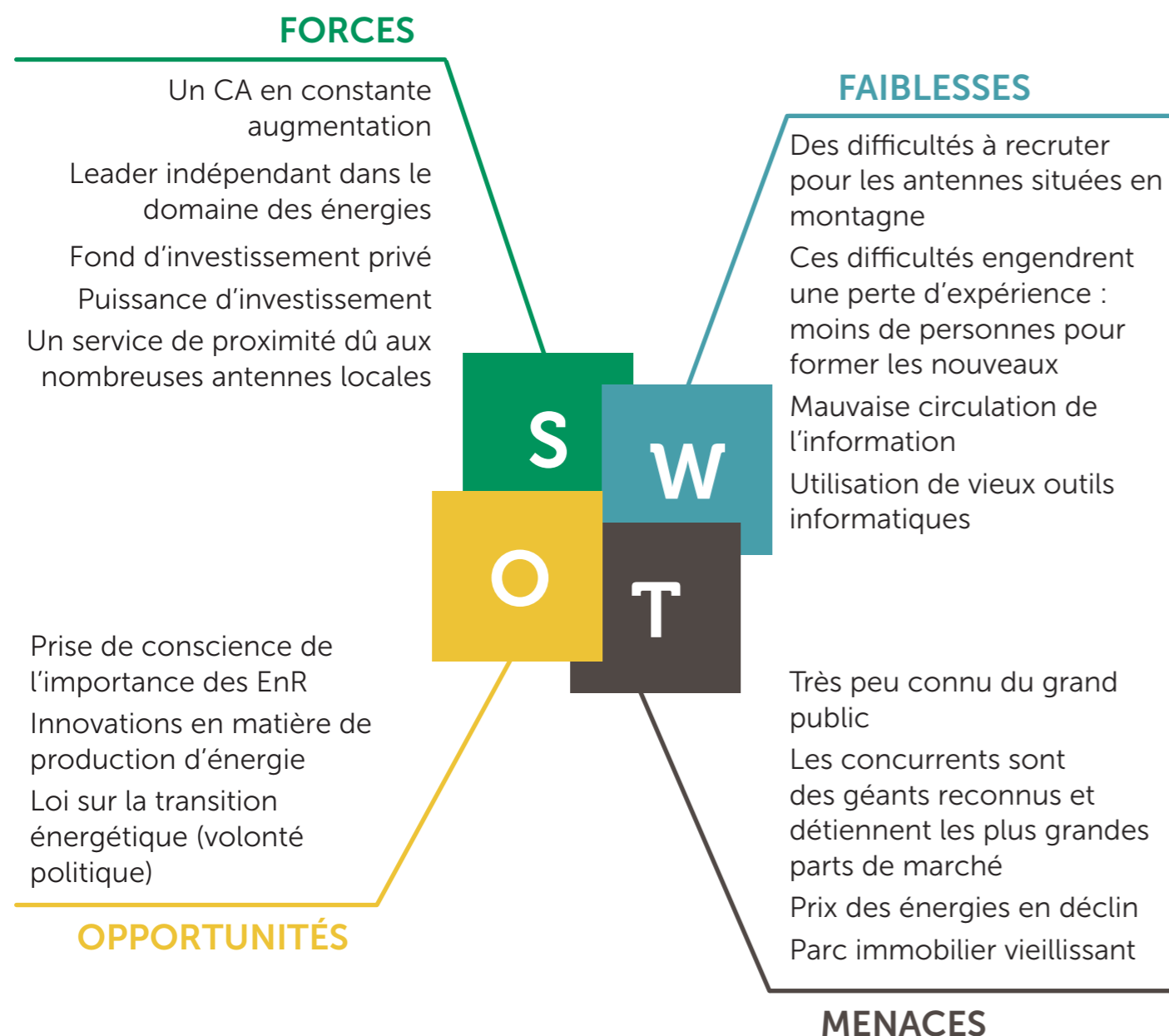
Malgré sa place de leader des entreprises de tailles intermédiaire, IDEX Energies reste peu connu du grand public et fait face à des concurrents très présents sur le marché.

Voici le mapping concurrentiel de la direction régionale Alpes Dauphiné



# BILAN SWOT

Pour mieux comprendre l'environnement dans lequel IDEX Energies évolue, voici son SWOT



# PRÉSENCE EN LIGNE

Les directions régionales d'IDEX Energies sont très indépendantes. En revanche, pour ce qui est des réseaux sociaux, tous les comptes sont gérés au niveau du groupe. Il n'y a que sur LinkedIn que certaines directions régionales ont une page vitrine (dont IDEX Alpes Dauphiné).

708



- 2 posts par semaine
- Posts d'actualité (Covid-19) sur la continuité de service
- Posts sur les réalisations d'IDEX Alpes Dauphiné chez les clients
- Posts sur les actions RSE menées par la direction régionale
- Posts de recrutement, offres d'emploi

#EnergiesHumaines

#TransitionEnergetique

Voici les avis des fiches Google My Business pour la direction régionale et ses agences. On observe que les personnes ayant des avis négatifs donnent plus souvent leur avis que les personnes contentes de leur expérience avec l'entreprise. C'est le cas pour beaucoup d'entreprises de manière générale, et cela ressort également à travers les notes et le nombre d'avis ci-dessous.

 Fiche Google My Business **2.8/5**

• Les notes Google sur la direction régionale sont très différentes en fonction des agences. La note ci-dessus représente la moyenne de ces notes (19 avis).

Direction régionale (Bourget-du-Lac) : **4.5/5** (2 avis)

Agence Haute-Savoie / Oyonnax (Meythet) : **2.4/5** (7 avis)

Agence Savoie Mont-Blanc (Seez) : **5/5** (1 avis)

Agence Dauphiné (Seyssinet-Pariset) : **2.4/5** (9 avis)

MES  
MISSIONS

2.3

En tant que chargée de communication digitale en alternance au sein de la direction régionale IDEX Alpes Dauphiné, mes missions sont nombreuses. Pour ce mémoire, je laisserai de côté mes missions de communication interne pour me concentrer uniquement sur de mes missions en rapport avec la communication externe et la RSE.

## R S E

Une de mes missions consiste à organiser les différents événements de la direction régionale, ainsi qu'à gérer la communication liée à tous ces événements.

De ce fait, je participe beaucoup à la mise en place des actions de notre démarche RSE au sein de la direction régionale (DR).

En collaboration avec la responsable SQEÉ (Sécurité, Qualité, Environnement, Énergie), Madame Véronique DAVIET, qui est également la référente RSE de notre DR, j'ai participé au déploiement des «**Trophées de la RSE**» au sein de notre région.

Ce challenge a été lancé en avril 2019 par le service SQEÉ et le service communication du siège, le but étant de donner aux collaborateurs la possibilité d'exprimer leurs idées pour améliorer la démarche RSE de l'entreprise.

Pour participer, il fallait envoyer sa candidature via une adresse mail dédiée et proposer une idée d'action RSE dans une ou plusieurs des trois catégories suivantes:

- Meilleure action réalisée
- Meilleure action projetée
- Le coup de coeur du jury






Les délibérations ont eu lieu en juin 2019 et les gagnants ont remporté la possibilité de faire un don pour une association de leur choix, sous la forme d'un chèque de 10 000 € ou de 10 jours sur leur temps de travail pour aider l'association liée à leur projet.

Afin de déployer au mieux ce challenge dans notre direction régionale, nous avons organisé des réunions avec nos collaborateurs et avons ainsi récolté 9 idées d'actions qui entrent dans le cadre de la RSE.

Les idées c'est bien ! Mais les concrétiser c'est mieux !

Avant même notre inscription aux Trophées de la RSE, notre but était déjà de réaliser toutes les actions proposées. J'ai eu l'occasion de mettre en place plusieurs de ces actions au cours de l'année 2019.

Toutes ces actions répondent aux 5 piliers de la démarche RSE d'IDEX :

- Préserver l'environnement 
- Respecter les droits fondamentaux de l'Homme 
- S'engager dans l'intérêt du client 
- Mettre en place des relations et des conditions de travail responsables 
- Respecter des principes et pratiques éthiques dans la gestion des affaires 

### 1 DUODAY 2019

C'est la seule action que nous avons déjà réalisée au sein de notre direction régionale (DR) avant les Trophées de la RSE.



Nous nous sommes inscrits au projet DUODAY 2019.

Le but de ce projet est d'accueillir des personnes en situation de handicap au sein de l'entreprise pour leur faire découvrir le monde du travail. Il s'agit d'une journée nationale dédiée à l'inclusion des personnes en situation de handicap. Cette journée représente une opportunité de rencontre pour changer de regard et, ensemble, dépasser nos préjugés.

Cette action s'est déroulée le 16 mai 2019. Elle nous a permis d'accueillir 2 personnes au sein de la DR et de former deux duos, un à la direction régionale, l'autre à l'agence Haute-Savoie Oyonnax à Meythet.

J'ai partagé la mise en place de cette action sur la page LinkedIn de la direction régionale. Le post a ensuite été relayé sur la page du groupe ainsi que sur les autres réseaux sociaux d'IDEX.

Au cours de cette journée, Savoie News, une web-télé, est venu nous interviewer au Bourget-du-Lac pour en savoir plus sur l'opération qui s'est déroulée chez nous (interview disponible [ici](#)).

Ce projet développé au niveau régional a été une vraie réussite puisqu'il nous a permis de **remporter le trophée RSE de la meilleure action réalisée** ainsi que le chèque de 10 000€ au profit de l'association FACE (Fondation Agir Contre l'Exclusion) pour les soutiens dans leurs actions au quotidien.



Remise des prix des Trophées de la RSE organisée par IDEX à la fondation Good Planet (Paris)

L'action a également été reprise au niveau national afin de déployer le DUODAY pour tout le groupe IDEX et former un maximum de duos en 2020 (reporté en 2021 à cause du COVID-19).

## 2 CleanUp By IDEX



Inspiré du #TrashTagChallenge très présent sur les réseaux sociaux à ce moment là, nous avons proposé la mise en place d'une journée de ramassage des déchets autour de nos locaux.

En partenariat avec l'association World Clean Up Day et avec l'accord de la ville, j'ai organisé cette journée le 20 septembre 2019 (veille de la journée mondiale de nettoyage).



Deux équipes de «Serial Cleaners IDEX» constituées de collaborateurs volontaires ont parcouru le Bourget-du-Lac pour nettoyer tous les recoins de Savoie Technolac. Nous nous sommes ensuite tous retrouvés au bord du lac du Bourget pour savourer ensemble un barbecue (constitué seulement de produits locaux).



Lors de cette journée, nous avons récolté et trié environ 30 Kg de déchets et plus de 1 100 mégots de cigarette.

Un beau projet basé sur des valeurs communes pour la protection de l'environnement qui a récolté du succès sur les réseaux sociaux.

## 3 Rentrée Solidaire



Il s'agit de l'organisation d'une récolte de fournitures scolaires auprès des collaborateurs dans toutes les antennes et agences de la région au profit de l'association Solidarité Laïque. Une idée née suite à la réalisation de collectes similaires dans mes années collège/lycée.

J'ai organisé cette collecte au sein des différentes agences de la direction régionale entre septembre et décembre 2019.

Nous avons ainsi récolté de nombreuses fournitures que j'ai ensuite inventoriées et emballées pour les donner à l'association Solidarité Laïque. L'association se charge ensuite de les envoyer dans un pays différent chaque année. Cette année, les fournitures étaient à destination des écoles de la République Démocratique du Congo.



Nous avons également organisé une seconde action similaire en février-mars 2020 : Don't Clothes The Doors.

Cette fois il s'agissait de récolter auprès de nos collaborateurs des vêtements et des tenues pour les donner aux jeunes de l'École de la Deuxième Chance de Savoie, pour les aider dans leurs futurs entretiens d'embauche ou faciliter leur insertion en entreprise.



## 4 Bibliothèque partagée



Une autre des actions RSE que j'ai mise en place à la direction régionale, a été la construction d'une bibliothèque partagée en matériaux recyclés.

Les travaux qu'IDEX réalise dans ses missions au quotidien laissent des déchets, notamment des palettes. Au lieu de les jeter, et avec l'aide de deux collègues, nous avons construit cette bibliothèque en novembre 2019 en nous basant sur les plans que j'avais créé.

Elle se trouve désormais dans le hall de notre bâtiment au Bourget-du-Lac, à disposition de tous : collaborateurs, entreprises voisines et la crèche qui se trouve dans le bâtiment d'à côté.

En une semaine à peine, de nombreux livres ont été ajoutés dans la bibliothèque !



## 5 ODYSSEA 2020



Participer à un événement sportif pour venir en aide à une association est une idée qui est revenue souvent dans les candidatures aux trophées de la RSE. Nous avons donc décidé d'inscrire IDEX Alpes Dauphiné à la course ODYSSEA 2020 pour la lutte contre le cancer du sein. Une course qui aurait dû se dérouler le 16 mai 2020 dernier. Cependant avec la crise sanitaire actuelle, la course a été reportée en septembre. Je vais donc relancer les inscriptions d'ici peu de temps.



Ces projets ne sont qu'une partie des nombreuses idées RSE de la direction régionale, c'est un sujet qui est récurrent et très présent dans les esprits.

## LINKEDIN

Comme je l'ai expliqué plus haut, la direction régionale est présente sur LinkedIn, et l'une de mes missions consiste à alimenter cette page vitrine afin de dynamiser la communication régionale en externe.

Cette page a été créée peu de temps après mon arrivée chez IDEX suite à notre demande auprès du siège. Elle nous permet de mettre en avant les actualités de notre région et de cibler un public plus local.

Aucune publication sponsorisée n'est faite sur LinkedIn, le trafic de la page est seulement un trafic organique.



12/2018

création de la page vitrine  
IDEX Alpes Dauphiné

708

abonnés

2

posts par semaine

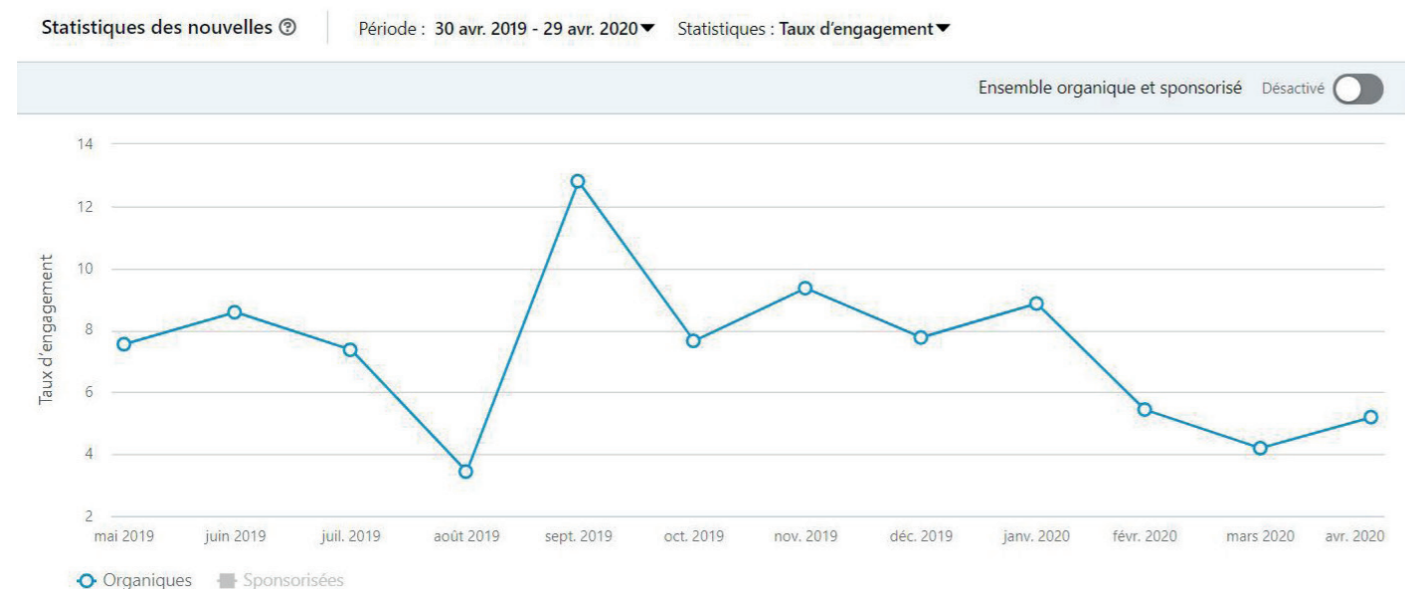
# ETUDE EMPIRIQUE

## 2.4



# STATISTIQUES LINKEDIN

En analysant les statistiques de la page vitrine IDEX Alpes Dauphiné, on observe que les posts avec le taux d'engagement le plus important sont les posts portant sur les actions RSE menées par l'entreprise.



Capture d'écran des statistiques de la page IDEX Alpes Dauphiné sur les 12 derniers mois

On observe un pic important au mois de septembre 2019 (12.81%), qui correspond à la mise en place de plusieurs actions RSE décrites plus haut.



**2 septembre 2019**

13 Réactions    0 Commentaires    0 Partages

496 Impressions    1.81 % CTR (Taux de clics)

4.44 % Taux d'engagement



**16 septembre 2019**

12 Réactions    0 Commentaires    1 Partages

441 Impressions    2.27 % CTR (Taux de clics)

5.22 % Taux d'engagement

11 septembre 2019

3 Réactions    0 Commentaires    1 Partages

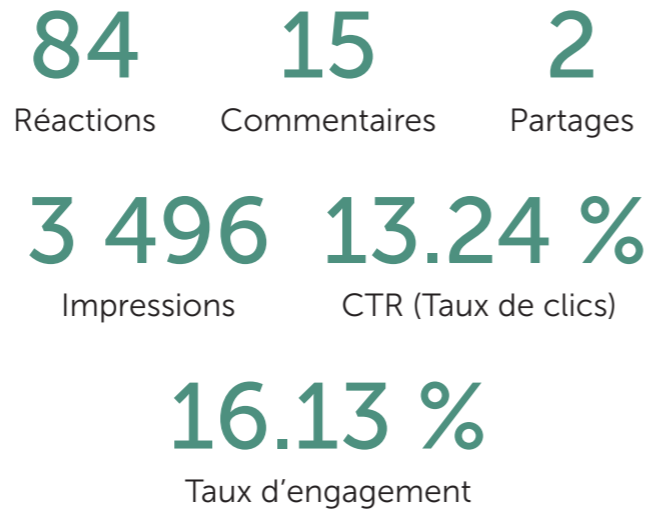
252 Impressions    1.19 % CTR (Taux de clics)

2.78 % Taux d'engagement

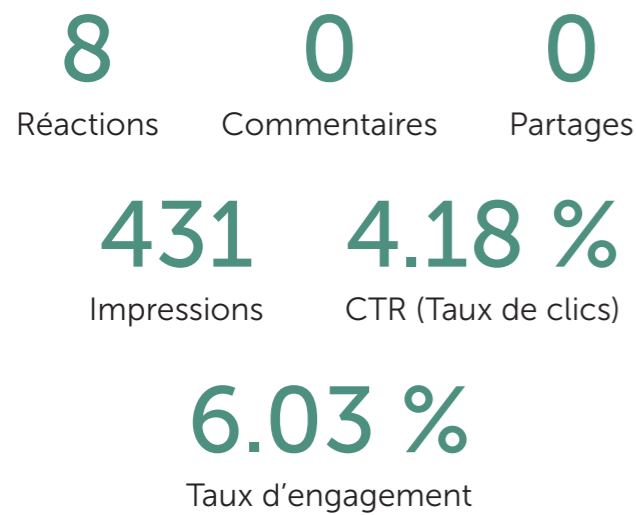




20 septembre 2019



24 septembre 2019



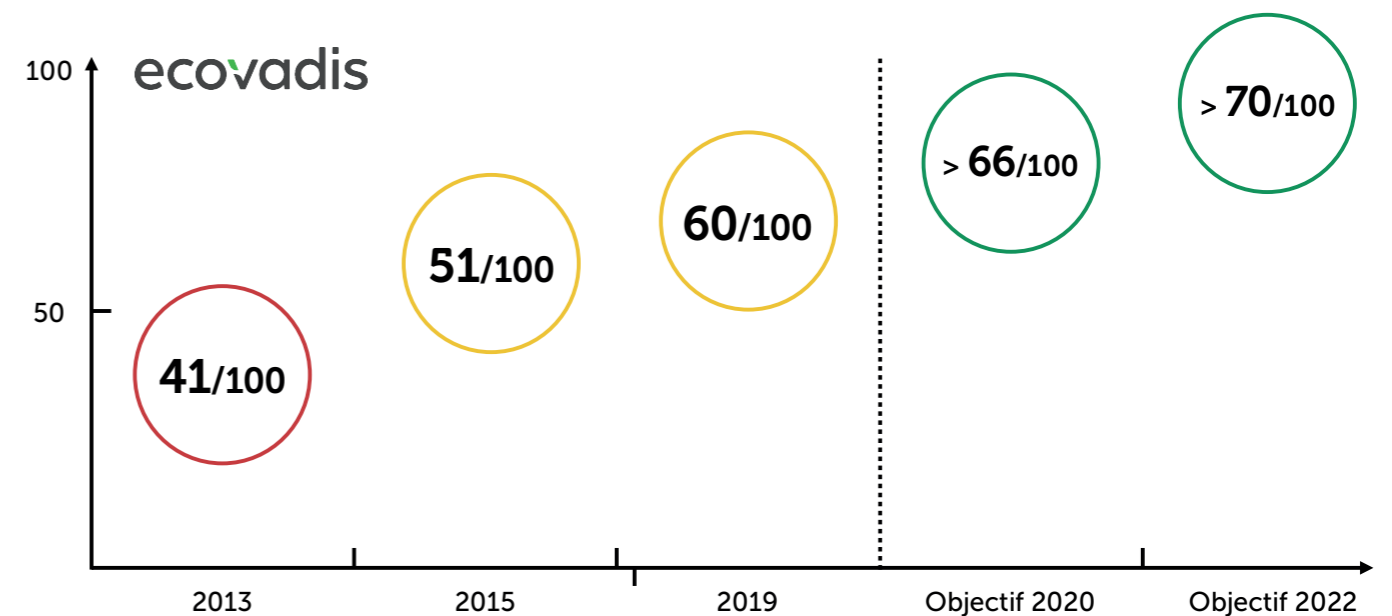
On remarquera que 4 des 5 posts de ce mois de septembre parlent de RSE. De manière générale, ces posts ont un taux d'engagement et un nombre d'impressions plus important, mais l'un d'eux ressort tout particulièrement.

L'action de ramassage des déchets (CleanUp By IDEX), en plus d'avoir été une réussite appréciée par les collaborateurs, a également été très suivie sur LinkedIn et a touché beaucoup de monde, comme le fort taux d'engagement et le grand nombre d'impressions le démontre.

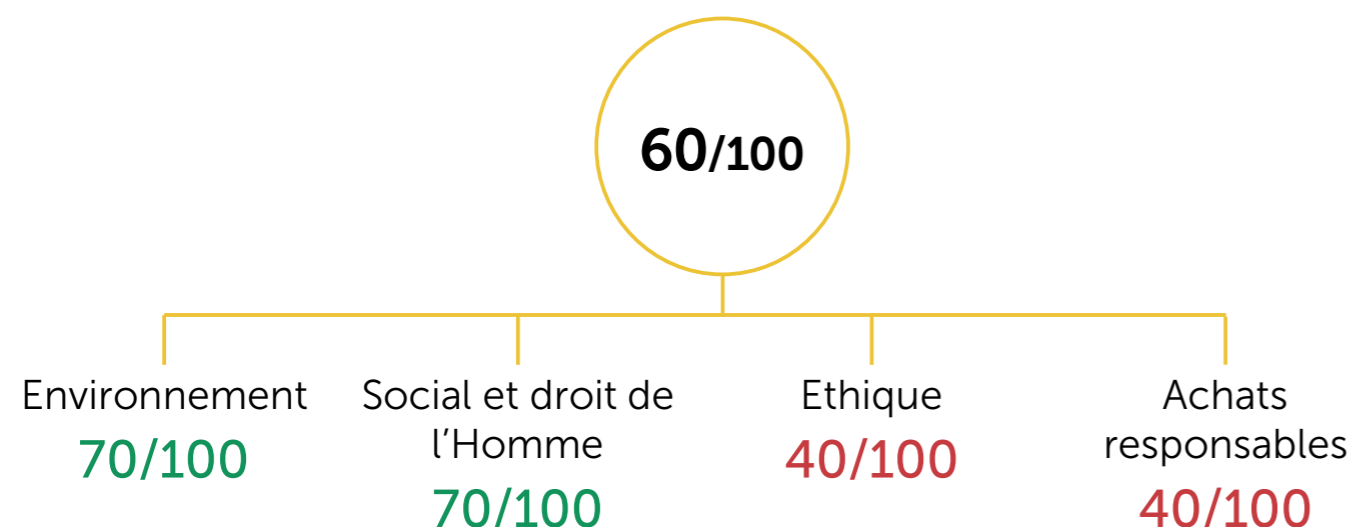
De manière générale, en analysant les statistiques de la page, on observe que les posts ayant le plus de succès sont les posts ayant un rapport avec les actions RSE ou les valeurs de l'entreprise.

# EVOLUTION DE LA RSE CHEZ IDEX

IDEX Energies a commencé à développer sa démarche RSE qu'à partir de 2013. En analysant les scores EcoVadis qu'IDEX a reçu au fil des ans, on se rend compte que sa stratégie a beaucoup évoluée. IDEX démontre également sa volonté d'améliorer sa stratégie RSE en fixant des objectifs pour les années à venir.



Pour comprendre les axes d'améliorations possibles, IDEX a également analysé sa note de 2019 et identifié ses points faibles : l'éthique et les achats responsables.



En regardant de plus près la note, on se rend compte que les points négatifs viennent surtout d'un manque de suivi des actions menées. Les points ont été retirés à cause du manque de justificatifs des actions et de la politique menée par IDEX.

Le problème n'est donc pas de faire, mais d'écrire ce qu'il est fait. En mettant en place un meilleur suivi des actions qu'elle réalise, IDEX Energies sera en mesure d'augmenter son score EcoVadis et d'atteindre ses objectifs fixés pour 2021.

## INTERVIEWS

Afin d'appuyer ces données, j'ai fait appel à plusieurs spécialistes, que ce soit dans le domaine de la RSE ou dans le domaine de la réputation des entreprises, afin de connaître leur opinion sur le sujet.

J'ai tout d'abord interviewé un spécialiste de la RSE : **Guillaume Guesdon**, Responsable RSE et RGPD chez **IDEX Energies**.

M. Guesdon a rejoint IDEX il y a bientôt 10 ans. Durant 8 ans, il a occupé le poste de coordinateur SQEE au Siège d'IDEX Energies, où son rôle consistait à mettre en oeuvre et à garantir les conditions d'amélioration continue d'un système de management intégré basé sur quatre référentiels de certification (ISO, OHSAS). En juillet 2019, il a évolué au poste de responsable RSE et RGPD.

Avant de rejoindre IDEX, il a occupé différents postes dans le secteur du transport, en commençant par l'aéronautique chez THALES Microelectronics, où il a animé la démarche Sécurité du site, puis à la SNCF, où il a déployé le système de management de l'environnement selon l'ISO 14001 pour la branche Infrastructure et logistique, et enfin chez RENAULT, où il assurait le suivi opérationnel du dossier ICPE d'un site classé SEVESO\_ seuil bas.

### **Selon vous, quels sont les avantages d'une démarche RSE pour une entreprise ?**

Je ne poserais pas la question dans ce sens. Poser la question ainsi nous ramène 10 ans en arrière. De nos jours et vu les enjeux auxquels les organisations vont devoir faire face (crise écologique, effondrement de la biodiversité, crise sociale, crise économique et financière (les Etats n'ont jamais été aussi endettés), il ne s'agit plus de se demander si la RSE constitue un avantage concurrentiel ou non, mais bien de placer le développement durable au coeur de la stratégie des organisations, d'être un levier incontournable dans les instances de décision.

### Quels sont les ingrédients indispensables pour une bonne démarche RSE ?

Ce doit être une prise de conscience collective appropriée par tous et à tous les niveaux (du conseil de surveillance au technicien d'exploitation, en passant par les investisseurs) : la prise de conscience de l'impact des activités humaines sur la planète, le monde du vivant, des enjeux sociétaux est indispensable pour le bien de notre belle planète et des générations qui nous suivront.

Le service en charge du développement durable a un rôle central de pédagogie. Pour cela, il faut s'informer, se documenter, s'instruire. Avoir des notions solides en finance de manière à pouvoir tenir un rôle de conseiller auprès de l'administration et orienter les choix sur les nouveaux secteurs de marché pour répondre aux nouveaux enjeux de demain.

A la base, les ingrédients nécessaires pour une stratégie RSE passent par une cartographie des risques majeurs incluant les risques extra-financiers pour les organisations. Cette cartographie doit également se baser sur les attentes des différentes parties prenantes (fournisseurs, clients, consommateurs lambda, salariés). Il faut une vraie stratégie basée sur une analyse des risques (outil réglementaire majeur la DPEF) de manière à construire une démarche qui se focalise sur les enjeux majeurs de l'entreprise.

A mon sens, au démarrage de notre démarche, nous sommes tombés dans cet écueil, où nous voulions mener des actions en ordre dispersé quels que soient les sujets... tant que c'est de la RSE, ça fait bien et c'est ce que veut le client.

### Pensez-vous que les termes «RSE» ou «Responsabilité Sociétale des Entreprises» soient parlants pour le grand public ?

Je pense que le terme «Développement Durable» est mieux compris du grand public. La première définition du développement durable a été proposée par la Première Ministre norvégienne Gro Harlem Brundtland en 1987, dans le rapport intitulé «Notre avenir à tous». Elle est définie comme « *un mode de développement qui répond aux besoins des générations présentes, sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs* ». Lire l'article [ici](#).

### Comment faire percevoir les engagements RSE d'une entreprise auprès de ses clients ?

Justement en se positionnant en tant qu'expert sur la réglementation et en leur proposant des projets ayant de la valeur ajoutée pour eux et les amenant à amorcer une démarche responsable vis-à-vis de notre planète et de nos sociétés.

Les entreprises du secteur de l'énergie ont, en tant qu'acteurs de la transition énergétique, un statut de privilégié. C'est en effet nous qui avons la main sur la façon dont on produit l'énergie et la manière dont elle impacte la biodiversité. Nous sommes directement liés à des enjeux climatiques et c'est un statut qui nous oblige à montrer l'exemple.

### Selon vous, le développement d'une démarche RSE peut-il influencer sur la réputation d'une entreprise ? Si oui, comment ?

Complètement. Penser le contraire serait une faute.

Les investisseurs l'ont d'ailleurs bien compris. ANTIN IP publie d'ailleurs chaque année auprès de ses investisseurs un rapport sur l'investissement responsable faisant état des engagements de leurs actifs en matière de développement durable. Les thèmes récurrents abordés sont : l'environnement, les conditions de travail responsables et la sécurité, l'éthique des affaires et les achats responsables.

Idex ensuite, s'est doté d'un service dédié (en cours de construction). Nous avons construit un plan d'actions RSE à moyen terme (2020-2024) et les priorités RSE (2020-2021), Ce dernier se décline autour de 6 axes :

1. Progresser
2. Préserver
3. S'engager
4. Communiquer
5. Prendre soin
6. Innover

J'ai également souhaité connaître l'avis de **Laetitia Pelletier**, Responsable Méthodes et Ressources Humaines au sein d'IDEX Environnement, filiale du groupe IDEX en charge de la gestion et de la valorisation énergétique et organique des déchets ménagers, industriels, agricoles, ainsi que la valorisation de la biomasse.

### **Selon vous, quels sont les avantages d'une démarche RSE pour une entreprise dans le secteur de l'énergie ?**

La mise en place d'une démarche RSE doit permettre d'être au plus proche des ses parties prenantes (clients, fournisseurs, actionnaires, syndicats etc.) en gérant au mieux les risques et en saisissant les opportunités.

### **Quels sont les ingrédients indispensables pour une bonne démarche RSE dans les entreprises du secteur de l'énergie ?**

L'économie d'énergie et l'innovation sont des ingrédients indispensables.

### **Selon vous, quelle est l'importance de la réputation pour une entreprise dans le secteur de l'énergie ?**

La réputation est importante lors de réponses aux marchés mais il faut éviter le «greenwashing».

### **Selon vous, le développement d'une démarche RSE peut-il influencer sur la réputation d'une entreprise ? Si oui, comment ?**

Certains de nos clients (collectivités / syndicats) sont également dans une démarche RSE (développement durable), la démarche RSE peut avoir une influence sur la réputation de notre entreprise, le volet social de la démarche RSE est important pour nos clients. La démarche RSE d'une entreprise doit pouvoir se démontrer par des actions concrètes.

Article mentionné lors de l'interview (en accord total avec ses propos) : [ici](#)

Afin de connaître les avis de spécialistes de la réputation, j'ai également interviewé **Marianne Ferlay**, Docteur en Marketing et actuellement consultante en marketing (e-réputation & profilage internet).

### **Selon vous, quelle est l'importance d'une bonne réputation pour une entreprise ?**

Elle est juste primordiale. Les relations interpersonnelles sont devenues bien plus importantes que les médias. De ce fait, une réputation peu tout déterminer au niveau d'une entreprise. Je viens par exemple de voir qu'il y a un article sur Ferrero qui vient de sortir où ils parlent d'emplois d'enfants mineurs dans des pays étrangers pour ramasser les noisettes. Ces enfants mineurs étant donc déscolarisés. Ce genre de scandale peut faire bien plus de mal par rapport aux médias qui nous rabâchent que l'huile de palme c'est mal ;).

### **Quelles sont les ingrédients pour s'assurer une bonne réputation ?**

Je pense que l'honnêteté et la transparence sont primordiales quand on est tout blanc. Après je pense qu'il n'y a aucune solution quand on cache quelque chose. Tout finit par se savoir.

### **Comment mesurer la réputation d'une entreprise ?**

On peut identifier toutes les sources parlant de nous sur internet et mesurer le degré de positivité ou négativité de ces sources. Avec un petit calcul derrière on se trouve avec un taux de e-reputation.

### **Selon vous, le développement d'une démarche RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) peut-il influencer sur la réputation d'une entreprise ?**

Je pense que oui même si actuellement c'est la norme de toutes les entreprises. J'ai l'impression qu'elles font toutes de la RSE pour que l'opinion publique les laisse tranquille.

### **Si oui, comment ?**

Et bien elle donne une image pro-active dans le sens où l'entreprise semble concernée par des problématiques sociales. Sachant par contre que 99% des français ne savent pas vraiment ce qu'est la RSE et la confondent avec le développement durable.

J'ai souhaité interviewer **Manal ES-SLASSI**, community manager depuis 3 ans chez **SoLike**, une agence de communication digitale et de conseil en e-réputation.

### **Selon vous, quelle est l'importance d'une bonne réputation pour une entreprise ?**

La réputation d'une entreprise est très importante, encore plus aujourd'hui avec les avis clients et les réseaux sociaux qui se sont beaucoup développés.

L'e-réputation c'est l'image de l'entreprise en ligne, elle mérite une grande attention pour améliorer en permanence sa notoriété.

### **Quels sont les ingrédients pour s'assurer une bonne réputation ?**

Selon moi pour s'assurer une bonne réputation, Il faut optimiser au maximum sa présence en ligne et s'assurant d'être présent et actif sur les principaux points d'interactions des clients et prospects c'est à dire:

- Sur les moteurs de recherche
- Les réseaux sociaux
- Les sites d'avis
- Les blogs et les forums

Il faut également penser à la modération de contenu qui doit se faire en permanence pour éviter les «bad buzz» . Cette veille permanente permet aussi d'entretenir l'e-réputation et de protéger les personnes réunies autour de l'entreprise.

### **Comment assurer la bonne réputation d'une entreprise ?**

Selon moi, la meilleure façon de «mesurer» la réputation d'une entreprise c'est dans un premier temps d'aller voir les notes qu'elle obtient sur les différents sites d'avis mais surtout sur google my business. D'aller lire également les commentaires, voir si cette entreprise reçoit plutôt des feedback positifs ou négatifs et de là nous pouvons déjà nous faire une première impression sur ce que reflète cette entreprise et sur sa réputation en ligne. Ensuite je dirais que l'on peut aller voir si cette entreprise est présente sur les réseaux sociaux et si sa communauté est importante et active.

Enfin, je pense qu'on peut mesurer l'e-réputation d'une entreprise par son référencement et son positionnement sur les moteurs de recherche, en tapant des mots clés et voir si celle-ci apparaît dans les premiers résultats.

### **Selon vous, le développement d'une démarche RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) peut-il influencer sur la réputation d'une entreprise ? Si oui, comment ?**

Selon moi, la RSE peut en effet influencer la réputation d'une entreprise.

Tout d'abord selon ce que l'entreprise a entrepris pour la société ou l'environnement, cela peut avoir un effet positif et impactant.

Ce sont donc bien sûr des points que l'entreprise peut mettre en avant sur son site internet pour valoriser ses actions, et ajouter cela aux valeurs de l'entreprise.

Si l'entreprise est fortement engagée dans le développement durable ou dans un comportement éthique par exemple c'est une bonne chose et une opportunité de communiquer ces engagements de manière responsable auprès de ses clients et de ses prospects.

# RECOMMANDATIONS

---

- 3.1. Recommandations stratégiques
- 3.2. Recommandations spécifiques à IDEX

# 03

# RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES

## 3.1



# DEFINIR UNE STRATEGIE DE RSE

Comme nous avons pu le voir dans la partie précédente, bien définir une stratégie de Responsabilité Sociétale des Entreprises est une étape indispensable. Cette démarche RSE doit montrer l'implication de l'entreprise tant au niveau environnemental que sociétal.

**1** Avant de se lancer tête baissée dans la construction d'une stratégie de RSE, il faut tout d'abord monter un service dédié. Mettre en place un équipe et **nommer un responsable RSE** est une première étape indispensable pour construire une stratégie RSE dans l'entreprise. Cette équipe représentera un pont entre les différentes parties-prenantes et servira de repère interne au sein de l'entreprise pour tous les collaborateurs. Elle aura également un rôle pédagogique auprès de l'administration de l'entreprise pour la conseiller et l'aider à construire une stratégie plus verte afin de répondre aux enjeux environnementaux et sociaux futurs. Finalement, elle aura un rôle de conseil auprès du service commercial de l'entreprise, afin de l'aider à construire de nouvelles offres plus vertes et donc à forte valeur ajoutée pour le client.

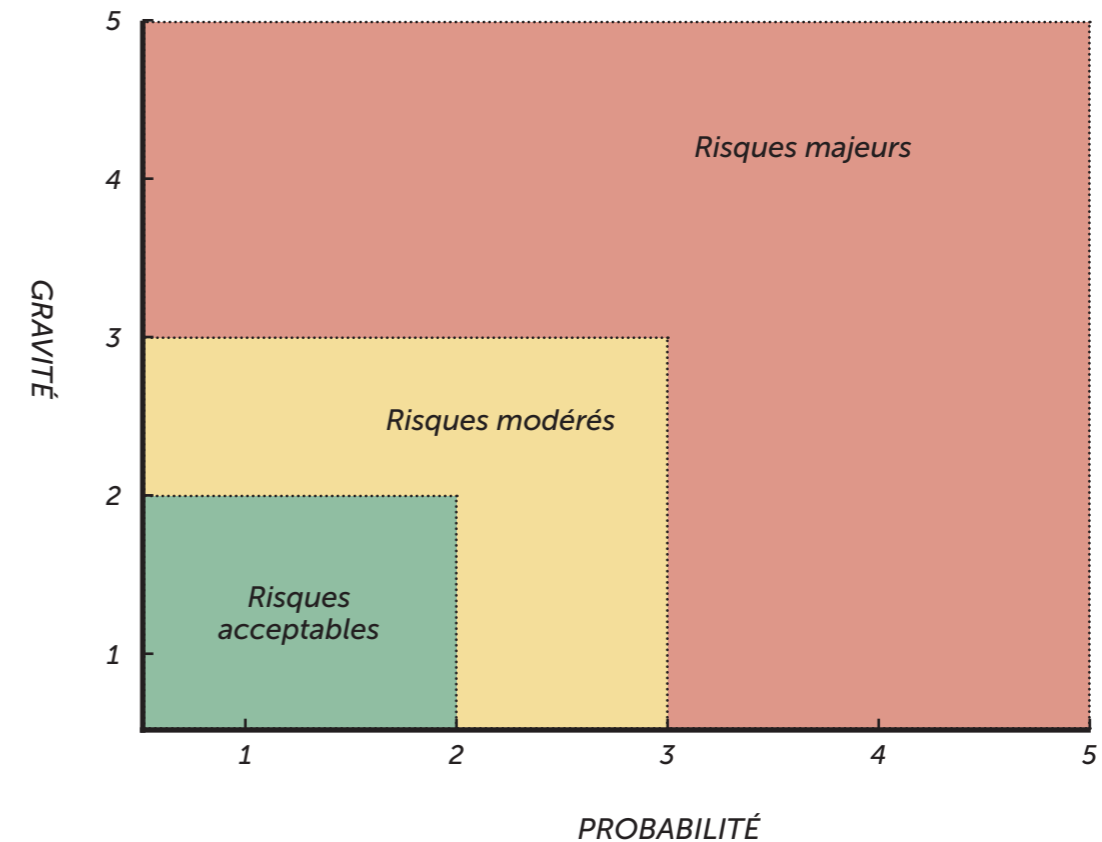
**2** La deuxième étape consiste à se poser les bonnes questions afin de savoir **quels sont les enjeux que l'entreprise veut défendre** : quels changements pourraient rendre l'entreprise plus responsable ? Dans quels domaines les axes d'amélioration sont-ils les plus importants ?

Il faut également comprendre ce qu'attendent les parties prenantes de l'entreprise. Quelle est la volonté des salariés de s'impliquer dans la stratégie RSE de l'entreprise ? Quelles sont les attentes des clients ? Les fournisseurs, les sous-traitants, sont-ils déjà dans une optique de RSE ?

Des groupes de travail entre le département RSE et les différents services de l'entreprise (sécurité, communication, commercial, etc) ainsi qu'avec la direction peuvent aider à collecter les différents points de vue et comprendre sur quels domaines l'entreprise peut s'améliorer.

Pour répondre à toutes ces questions, les groupes de travail doivent construire ensemble **une cartographie des risques extra-financiers** pour l'entreprise.

Une cartographie des risques se présente généralement de cette façon. Le but est d'identifier les différentes catégories d'enjeux et les risques associés, et de les classer dans un graphique en fonction de leur gravité et de leur probabilité.



En faisant ressortir les différentes **thématiques extra-financières** (risques environnementaux, risques réglementaires, risques sociétaux, risques technologiques, risques politiques) dans cette cartographie et en les mettant en relation avec les thématiques considérées comme importantes pour les parties prenantes, l'entreprise saura où agir en priorité.

Cette cartographie définira le fondement de la stratégie RSE de l'entreprise et lui permettra de mettre en avant les différents enjeux sur lesquels elle souhaite se positionner.

**3** Pour chacun des enjeux définis, il convient également de **fixer des objectifs chiffrés et mesurables**. C'est grâce à ces objectifs que l'entreprise va pouvoir analyser son évolution au fil du temps.

Ces objectifs doivent ressortir dans le rapport RSE ou la déclaration extra-financière publiée chaque année par l'entreprise.

**4** Afin d'atteindre les différents objectifs fixés, il faut également **mettre en place différentes actions**. Il s'agit d'un travail continu pour le service RSE et les différents groupes de travail.

Plusieurs types d'actions sont à prévoir avec des impacts différents :

- **Les actions ponctuelles** : Ce sont des actions faciles à mettre en oeuvre rapidement. Elles peuvent être basées sur un marronnier marketing à l'occasion de fêtes ou d'autres moments spécifiques pour un impact plus important. L'impact des actions ponctuelles est rapide mais sur le court-terme. Ce sont donc de bonnes actions à lancer surtout au début de la mise en place de la stratégie RSE pour obtenir des retombées rapides.
- **Les actions continues** elles, sont recommandées pour des retombées sur du plus long-terme. Elles amèneront des changements durables dans le quotidien de l'entreprise. Cela peut aller de la mise en place de partenariats avec des fournisseurs plus éco-responsables à l'utilisation de matériaux locaux en circuit court, en passant par le changement pour des ampoules LED ou à basse consommation, ou l'établissement d'un plan de réduction de déchets, en réduisant par exemple la consommation de papier.

**5** La mise en place d'une démarche RSE prend du temps et ne s'arrête pas à la mise en place de quelques actions. Il s'agit d'un processus d'**amélioration continue** qui est amené à évoluer au fil de la vie de l'entreprise et des changements dans les réglementations en vigueur.

RECOMMANDATIONS  
APPLIQUÉES À  
IDEX ENERGIES

3.1

## LA RSE AU COEUR DE LA STRATEGIE

Comme l'a dit Guillaume GUESDON dans son interview précédemment, le démarrage de la stratégie RSE d'IDEX manquait de structure. Il n'y avait pas d'objectif défini précisément, il s'agissait seulement de mener des actions correspondant aux critères donnés par la loi de 2001 concernant la publication d'un rapport annuel.

Des actions étaient menées ponctuellement sur de nombreux sujets juste pour dire «on fait de la RSE, ça rend bien», mais sans vraiment inclure la RSE à part entière dans la stratégie de l'entreprise.

Aujourd'hui la RSE est beaucoup plus présente dans la stratégie d'IDEX et des enjeux ont été définis clairement afin de ne pas se disperser. Même s'il reste encore beaucoup de chemin, l'entreprise est sur la bonne voie.

Une équipe RSE a été mise en place chez IDEX : le responsable RSE, Guillaume GUESDON et son assistant Anthony LANNELUC sont présents au siège et des référents RSE ont été nommés dans chaque direction régionale pour représenter les différentes fonctions des support.

Bien que la démarche RSE soit en constante amélioration depuis 2013, elle reste trop peu présente dans la stratégie commerciale de l'entreprise.

Je pense que les offres commerciales d'IDEX sont encore trop «classiques» et ne prennent pas assez en compte les enjeux environnementaux et sociétaux. **Proposer à nos clients de nouvelles offres directement liées à ces enjeux** permettrait de mettre en avant notre démarche RSE et la rendre ainsi plus visible. La RSE est un outil puissant pour attirer et fidéliser des clients car ils s'identifieront d'autant plus facilement à l'entreprise si nous mettons en avant des valeurs communes, qui répondent à leurs attentes en matière de développement durable et de responsabilité sociétale.

Des offres pourraient être développées à partir de projets déjà mis en place par et pour IDEX, mais en les adaptant spécifiquement pour nos clients.

Je m'explique: IDEX a réalisé l'année dernière un premier bilan carbone pour calculer l'impact de ses activités sur l'environnement. Ce bilan carbone est quelque chose que l'on pourrait proposer dans nos contrats en complément de l'offre de base. Une belle valeur ajoutée pour notre client qui pourra alors se faire une idée précise de son impact environnemental et réfléchir à la manière dont il pourrait réduire cet impact sur certains postes.

À cela, on peut également ajouter une offre de conseil suite à ce bilan, avec des propositions concrètes pour l'aider à réduire son empreinte carbone dans les différents postes énergétiques : rénovation énergétique, utilisation de bois plutôt que du gaz, etc.

Un autre exemple consisterait à proposer à nos clients de les aider dans la rénovation de leur isolation thermique en complément de la rénovation de leurs installations de chauffage. Cela apporterait une forte valeur ajoutée pour le client, tout en permettant de rester dans notre cœur de métier : la transition énergétique. Plus IDEX peut conseiller et aider son client à devenir plus respectueux de l'environnement, plus celui-ci se rendra compte de **la volonté d'IDEX de montrer son engagement environnemental**.

La stratégie RSE d'IDEX **doit démarrer au niveau du Groupe et être appliquée dans toutes les directions régionales**. Même si des actions et une volonté d'action doivent venir aussi des directions régionales, il faut tout de même que les projets mis en place par le siège soient développés en région.

## LES RÉSEAUX SOCIAUX

Comme on a pu le voir tout au long de ce mémoire, la communication est un moyen indispensable pour montrer son engagement de responsabilité sociale et environnementale.

Les réseaux sociaux sont aujourd'hui l'outil n°1 de la communication externe. Ils permettent de créer une communauté autour de notre entreprise et d'échanger avec nos clients et partenaires.

Une chose commune à tous les réseaux sociaux : les hashtags. Je pense qu'il est important de créer **un hashtag fédérateur autour des engagements de l'entreprise**. Sans forcément utiliser l'expression « RSE », il faut que ce hashtag permette d'identifier directement l'entreprise et que les abonnés se sentent concernés et s'identifient à l'entreprise. Prenons comme exemple Engie : sur de nombreuses publications, on peut voir ressortir **#ActWithEngie**. C'est un hashtag qui inclut ses abonnés et les fédère autour d'actions responsables.



La page Facebook d'IDEX est peu suivie en comparaison à sa page LinkedIn. Pourtant, c'est le réseau sur lequel IDEX peut atteindre ses consommateurs finaux : les abonnés de ses réseaux de chaleur ou les habitants des maisons et appartements sur lesquels IDEX intervient.

Ce réseau doit servir de plateforme d'échange avec les consommateurs. Un moyen d'échanger avec eux, de comprendre leurs attentes et d'adapter la stratégie.

Trop peu de publications montrent l'aspect responsable et éthique d'IDEX, la grande majorité de ces publications sont des offres d'emploi (qui ont très peu de succès, tant en terme de partage, que de «like» ou de commentaires).

- Faire des publications très régulières sur des actions RSE d'IDEX ou de ses prestataires/fournisseurs
- Relayer les événements IDEX tels que les récoltes de déchets ou l'organisation d'un don du sang (ouverts à tous) sur la page Facebook de l'entreprise et via un événement Facebook
- Faire des publications sponsorisées pour booster les messages RSE d'IDEX (des actions, événements, décisions stratégiques, etc.)
- Faire des publications plus engageantes, en proposant des sondages ou des questionnaires à la communauté
- Être plus présent dans les commentaires, répondre régulièrement afin d'enclencher le dialogue
- Faire des vidéos en live pour couvrir des événements et susciter des réactions. Cela permet également d'échanger avec sa communauté



Le nombre d'abonnés sur Twitter est assez proche du nombre d'abonnés sur Facebook. Pourtant, Twitter est la meilleure plateforme pour toucher les collectivités et les consommateurs. La particularité de Twitter, c'est le caractère instantané et viral des tweets, cela demande donc de la réactivité.

- Utiliser un compte dédié à la RSE permet de créer sa communauté autour de ces thématiques
- Le storytelling sur Twitter est très important pour un meilleur taux d'engagement
- Reprendre les hashtags en tendance à condition que ceux-ci soit en lien avec le sujet
- Twitter est un très bon réseau pour échanger. Il faut répondre aux tweets, aux commentaires et être présent dans les commentaires des tweets des comptes dédiés à la RSE
- Faire des tweets avec des sondages pour un meilleur taux d'engagement



Le compte LinkedIn d'IDEX fonctionne très bien. Il a de nombreux abonnés et est alimenté régulièrement.

Il s'agit d'un réseau professionnel qui permet à IDEX de toucher principalement ses clients et fournisseurs/prestataires.

Sur la page LinkedIn de la direction régionale Alpes Dauphiné, on a pu observer précédemment que les posts ayant le plus de succès sont ceux qui parlent de RSE et de qualité. Il s'agit donc d'un canal à ne pas négliger dans sa stratégie de communication RSE.

- Communiquer régulièrement sur les sujets en lien avec la RSE
- Être présent dans les commentaires pour répondre et échanger avec les abonnés

## KPI's

Définir de bons indicateurs de performance est primordial. Ils permettent de suivre les avancées de la démarche mise en place, d'évaluer les résultats obtenus et éventuellement d'adapter la stratégie en conséquence.

### Réseaux sociaux

Il faut avant tout suivre les statistiques de chaque réseau social.

- Taux d'engagement
- Nombre de retweet Twitter
- Utilisation des hashtag d'IDEX
- Taux de clics
- Nombre d'abonnés
- Portée des publications

### ecovadis

Le score EcoVadis est un indicateur important pour montrer la performance RSE de l'entreprise. Celui d'IDEX était de **60/100** en 2019. Un score « Modéré » sur lequel IDEX à encore beaucoup de progrès à faire. L'idéal serait d'obtenir au minimum une note « Gold », comprise entre 70 et 90.

- Score EcoVadis

### Avis en ligne

**80%** des consommateurs disent avoir recours à Internet pour se renseigner avant d'acheter. Les avis en ligne ont donc une grande influence sur la réputation d'une entreprise.

Il est indispensable de répondre aux commentaires négatifs, si possible rapidement et en évitant les réponses standard.

Il faut également **inciter les clients satisfaits à laisser une note** sur les sites d'avis afin de contrer les notes actuelles qui sont pour la plupart plutôt moyennes.

- Note Google My Business
- Note des sites de recrutement

## I N B O U N D M A R K E T I N G

L'InBound Marketing est une stratégie de création de contenu qui a pour but d'amener naturellement les prospects ou les clients à s'adresser spontanément à l'entreprise. Elle s'appuie sur les besoins de sa cible afin de lui proposer le contenu le plus adapté.

Une stratégie de marketing digital qui pourrait s'appliquer à la RSE.

Les consommateurs cherchent de plus en plus à se procurer des produits ou services responsables. C'est donc en faisant ressortir IDEX comme étant une entreprise responsable que les prospects se dirigeront naturellement vers elle et vers ses services. De plus, comme dit précédemment, en incitant les clients satisfaits à laisser des avis et des notes sur Google ou les différents sites d'avis, IDEX améliorera sa réputation en ligne, ce qui contribuera également à amener de nouveaux prospects.

- Créer du contenu de qualité. Des articles de blogs sur le site internet d'IDEX dans lequel l'entreprise partage ses engagements RSE au quotidien.
- Créer du contenu de qualité sur les réseaux sociaux (articles LinkedIn, publications sponsorisées et ciblées)
- Optimiser le référencement naturel du contenu publié pour qu'il ressorte lors des recherches internet des prospects.
- Le site internet IDEX est actuellement en cours de refonte. Le nouveau site devra être optimisé en terme de SEO pour référencer les services IDEX bien sûr, mais également pour faire ressortir la stratégie RSE de l'entreprise.
- Mettre en place une newsletter avec les dernières actualités.
- Mettre en place une solution de «marketing automation» pour envoyer des mails ciblés à chacun des prospects d'IDEX en fonction du type de services auxquels ils font appel

# C O N C L U S I O N

Ce mémoire avait pour but de comprendre si le développement d'une démarche RSE dans les entreprises du secteur de l'énergie peut avoir un impact sur la réputation de l'entreprise.

La responsabilité sociétale des entreprises a beaucoup évolué au cours de ces dernières années, elle est devenue aujourd'hui un outil indispensable à leur bon fonctionnement. Tant au niveau commercial, des ressources humaines ou de l'image de l'entreprise, la RSE impacte énormément les entreprises.

En revanche, dans l'esprit du grand public, la RSE est plus souvent reliée à l'aspect environnemental plutôt que sociétal. La conscience écologique qui commence à voir le jour ces dernières années montre que les personnes sont de plus en plus soucieuses de l'impact que peuvent avoir les entreprises sur l'environnement et elles auront tendance à mieux s'identifier à des entreprises dites éco-responsables.

La mise en place d'une stratégie RSE aura un impact d'autant plus important sur la réputation des entreprises du secteur de l'énergie, que celles-ci se trouvent en première ligne dans le domaine de la transition énergétique. Ce sont des entreprises qui contrôlent la manière dont est produite l'énergie et comment elle est utilisée. C'est donc à elles de montrer l'exemple et de s'assurer que l'énergie produite ne soit pas néfaste pour notre planète. Et elles doivent le faire savoir.

La réputation de ces entreprises du secteur de l'énergie est directement liée à l'image écologique qu'elles renvoient au grand public, c'est pourquoi il est important qu'elles puissent intégrer la RSE au cœur de leur stratégie afin de s'efforcer de devenir des entreprises responsables.

Mais, malgré tous leurs efforts, si les entreprises ne communiquent pas sur les actions qu'elles mènent pour devenir plus responsables, la mise en place d'une démarche RSE ne pourra pas impacter leur réputation de façon positive. Cela pourrait même avoir l'effet inverse, leur réputation en serait dégradée du fait de ne pas démontrer une volonté de protéger l'environnement et la société. La communication doit donc faire partie intégrante de la stratégie de RSE.

Si la RSE doit devenir partie intégrante de la stratégie des entreprises du secteur de l'énergie, les législations la concernant seront amenées à évoluer pour que les entreprises s'impliquent au maximum.

# B I B L I O G R A P H I E

## LIVRES BLANC / RAPPORTS

- Rapport du Commissariat Général au Développement Durable | Chiffres clés de l'énergie | Édition 2019
- Organisation Internationale de Normalisation | Découvrir ISO 26000 | 2014
- Communication de la Commission Européenne | Responsabilité sociale des entreprises: une nouvelle stratégie de l'UE pour la période 2011-2014 | 2011 | Chapitre 3.1 Une nouvelle définition
- Rapport de RepTrack | 2020 Global Trends in Reputation | 2020
- Résultats d'un sondage de l'Institut Français d'Opinion Publique pour Havas Paris et August Debouzy | E-Réputation des entreprises | 2019
- Résultats d'une étude de l'Institut Français d'Opinion Publique pour VIP Réputation | L'impact de la réputation sur le processus d'achat | 2015
- Rapport de Occurrence pour Des Enjeux et des Hommes et Ekodev | Les salariés de l'entreprise responsable | 2020
- Engie Cofely | Rapport RSE | 2019
- Dalkia | Rapport RSE | 2018
- Enedis | Charte RSE fournisseurs Enedis | 2017
- Enedis | Politique Développement Durable | 2016
- Enedis | Rapport sur la qualité de service d'Enedis | 2018
- IDEX Energies | Rapport RSE | 2019

## PAGES INTERNET

- Audit RSE | Définition RSE  
<http://audit-rse.com/definition-rse/>
- Culture RH | Démarche RSE, est-elle obligatoire, comment la mettre en place ?  
<https://culture-rh.com/demarche-rse-definition-mise-en-place-utilite-obligation-loi/>
- YouMatter | Réputation RSE : définition, pertinence et stratégie de communication | 2019  
<https://youmatter.world/fr/definition/reputation-rse-definition-pertinence-et-strategies-de-communication/>
- Engie Cofely  
<https://www.engie-cofely.fr/>
- Engie Solution  
<https://www.engie-solutions.com/fr>
- Engie Cofely | Enquête de satisfaction  
<https://www.engie-cofely.fr/service-clients/enquete-de-satisfaction/>
- Dalkia  
<https://www.dalkia.fr/fr>
- Dalkia | Baromètre de satisfaction client | 2018  
<https://www.dalkia.fr/fr/service-client/enquete-satisfaction>
- Enedis  
<https://www.enedis.fr/>
- IDEX Energies  
<https://www.idex.fr/>
- LinkedIn | IDEX Alpes Dauphiné  
<https://www.linkedin.com/showcase/idex-alpes-dauphine/>



## ARTICLES

- GreenUnivers | La lente progression des EnR dans le mix énergétique français | 2019  
<https://www.greenunivers.com/2019/09/la-lente-progression-des-enr-dans-le-mix-energetique-francais-rapport-210511/>
- Porter et Kramer | Strategy & Society | Harvard Business Review | 2006  
<http://sustainability.psu.edu/fieldguide/wp-content/uploads/2015/08/Strategy-and-Society-The-link-between-competitive-advantage-and-corporate-social-responsibility.pdf>
- RepTrack | How CSR impacts corporate reputation | 2018  
<https://www.reptrak.com/blog/how-csr-impacts-corporate-reputation/>
- Novethic | La RSE, une composante de plus en plus importante de la réputation des entreprises | 2017  
<https://www.novethic.fr/actualite/entreprise-responsable/isr-rse/la-rse-une-composante-de-plus-en-plus-importante-de-la-reputation-des-entreprises-144519.html>
- YouMatter | Pour engager vos salariés, investissez dans la RSE |2020  
<https://youmatter.world/fr/engagement-salaries-rse-communication/>

# ANNEXES

---

1. Interview de Guillaume Guesdon p. 105
2. Interview de Manal Es-Slassi p. 109
3. Interview de Laetitia Pelletier p. 111
4. Interview de Marianne Ferlay p. 113
5. Statistiques de la page vitrine IDEX Alpes Dauphiné p. 115
6. Analyse IDEX du score EcoVadis p. 119
7. Graphique de l'évolution du score EcoVadis d'IDEX p. 124



Julie ROSSIGNOL <julie.rossignol@idex.fr>

## Interview mémoire professionnel

5 messages

Julie ROSSIGNOL <julie.rossignol@idex.fr> 15 mai 2020 à 13:44  
À : Guillaume GUESDON <guillaume.guesdon@idex.fr>

Bonjour Guillaume,

Je suis actuellement en pleine rédaction de mon mémoire de fin d'étude. Celui-ci porte sur l'impact de la mise en place d'une démarche RSE sur la réputation des entreprises du secteur de l'énergie.

Afin de compléter mon mémoire, je souhaiterais connaître ton avis et t'interviewer au travers de 6 questions écrites. Est-ce que je peux t'envoyer mes questions ?

Merci d'avance,

Bonne journée,



**Julie ROSSIGNOL**  
Chargée de communication digitale  
IDEX Alpes Dauphiné

**Tél confinement : 06 17 03 06 12**  
Tél : 04 79 65 43 10  
Savoie Technolac - BP 10220  
30 Allée du Lac d'Aiguebelette - Passerelle 7  
73374 Le Bourget du Lac cedex  
julie.rossignol@idex.fr

Suivez nous sur

Partenaire des Pionniers de Chamonix



Adoptez l'éco-attitude : n'imprimez cet e-mail que si nécessaire

Guillaume GUESDON <guillaume.guesdon@idex.fr> 15 mai 2020 à 17:24  
À : Julie ROSSIGNOL <julie.rossignol@idex.fr>

Bonjour Julie,

Cale nous un call mardi à 11h. Prends le temps qu'il te faudra pour ton interview.

Si tu peux me passer tes questions en amont, j'essaierai de préparer les éléments en amont

Bon week-end.  
[Texte des messages précédents masqué]

Julie ROSSIGNOL <julie.rossignol@idex.fr> 15 mai 2020 à 19:43  
À : Guillaume GUESDON <guillaume.guesdon@idex.fr>

Guillaume,

Super merci !

Voici les questions :

1. Peux tu te présenter ?
2. Selon toi, quels sont les avantages d'une démarche RSE pour une entreprise ?
3. Quels sont les ingrédients indispensables pour une bonne démarche RSE ?
4. Penses-tu que les termes "RSE" ou "Responsabilité Sociétale des Entreprises" soient parlants pour le grand public ?
5. Comment faire percevoir les engagements RSE d'une entreprise auprès de ses clients ?
6. Selon toi, le développement d'une démarche RSE peut-il influencer sur la réputation d'une entreprise ?
7. Si oui, comment ?

Bon weekend, à mardi,



**Julie ROSSIGNOL**  
Chargée de communication digitale  
IDEX Alpes Dauphiné

**Tél confinement : 06 17 03 06 12**  
Tél : 04 79 65 43 10  
Savoie Technolac - BP 10220  
30 Allée du Lac d'Aiguebelette - Passerelle 7  
73374 Le Bourget du Lac cedex  
julie.rossignol@idex.fr

Suivez nous sur

Partenaire des Pionniers de Chamonix



Adoptez l'éco-attitude : n'imprimez cet e-mail que si nécessaire

[Texte des messages précédents masqué]

Guillaume GUESDON <guillaume.guesdon@idex.fr>

2 juin 2020 à 11:57

À : Julie ROSSIGNOL <julie.rossignol@idex.fr>

#### 1. Peux tu te présenter ?

Je m'appelle Guillaume Guesdon, j'ai rejoint IDEX il y a bientôt 10 ans. Durant 8 ans, j'ai occupé le poste de coordinateur SQEE au Siège d'IDEX Energies où mon rôle consistait à mettre en œuvre et à garantir les conditions d'amélioration continue d'un système de management intégré basé sur quatre référentiels de certification (ISO, OHSAS). En juillet 2019, j'ai évolué au poste de responsable RSE et RGPD, comme un retour à la source.

Avant de rejoindre IDEX, j'ai occupé différents postes dans tous les secteurs du transport, en commençant par l'aéronautique chez THALES Microelectronics où j'ai animé la démarche Sécurité du site, puis à la SNCF où j'ai déployé le système de management de l'environnement selon l'ISO 14001 pour la branche Infrastructure et logistique et enfin chez RENAULT où je m'assurais du suivi opérationnel du dossier ICPE d'un site classé SEVESO\_ seuil bas.

Formation (si utile)

J'ai un master en développement durable et gestion des relations publiques, ainsi qu'un diplôme d'ingénieur en Génie Industriel de l'Environnement à l'EME (partenaire de l'École des Mines de Saint-Etienne)

#### 2. Selon toi, quels sont les avantages d'une démarche RSE pour une entreprise ?

Je ne poserai pas la question dans ce sens. Poser la question ainsi nous ramène 10 ans en arrière. De nos jours et vu les enjeux auxquelles les organisations vont devoir faire face (crise écologique, effondrement de la biodiversité, crise sociale, crise économique et financière (les États n'ont jamais été aussi endettés)), il ne s'agit plus de se demander si la RSE constitue un avantage concurrentiel ou non, mais bien de placer le développement durable au cœur de la stratégie des organisations, d'être un levier incontournable dans les instances de décision.

#### 3. Quels sont les ingrédients indispensables pour une bonne démarche RSE ?

Une démarche collective appropriée par tous et à tous les niveaux : Du conseil de surveillance au technicien d'exploitation, la prise de conscience de l'impact des activités humaines sur la planète, le monde du vivant, des enjeux sociétaux.

Le service en charge du développement durable a un rôle central de pédagogie. Pour cela, il faut s'informer, se documenter, s'instruire. Avoir des notions solides en finances de manière à

Une implication forte de la direction à son plus haut niveau

Engagement des investisseurs

Une stratégie

Notre prise de conscience à tous et à tous les niveaux : Du conseil de surveillance au technicien d'exploitation, la prise de conscience des enjeux planétaires pour le bien de notre belle planète et des générations qui nous suivront.

A la base, les ingrédients nécessaires pour une stratégie RSE passent par une cartographie des risques majeurs incluant les risques extra-financiers pour les organisations. Comprendre les attentes d'une vraie stratégie basée sur une analyse des risques (outil réglementaire majeur la DPEF) de manière à construire une démarche qui se focalise sur les enjeux majeurs de l'entreprise.

A mon sens, au démarrage de notre démarche, nous sommes tombés dans cet écueil, où nous voulions mener des actions en ordre dispersé quels que soient les sujets... tant que c'est de la RSE, ça fait bien et ce que veut le client.

#### 4. Penses-tu que les termes "RSE" ou "Responsabilité Sociétale des Entreprises" soient parlants pour le grand public ?

Je pense que le terme "Développement Durable" est mieux compris du grand public. La première définition du développement durable a été proposée par le Premier ministre norvégien Gro Harlem Brundtland en 1987, dans le rapport intitulé "**Notre avenir à tous**". Elle est définie comme "un mode de développement qui répond aux besoins des générations présentes, sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs."

Lire l'article : <https://www.geo.fr/environnement/le-rapport-brundtland-pour-le-developpement-durable-170566>

#### 5. Comment faire percevoir les engagements RSE d'une entreprise auprès de ses clients ?

Justement en leur proposant des projets ayant de la valeur ajoutée pour eux et les amenant à amorcer une démarche responsable vis-à-vis de notre planète et de nos sociétés.

#### 6. Selon toi, le développement d'une démarche RSE peut-il influencer sur la réputation d'une entreprise ?

Complètement. Penser le contraire serait une faute.

#### 7. Si oui, comment ?

Les investisseurs l'ont d'ailleurs bien compris. ANTIN IP publie d'ailleurs chaque année auprès de ses investisseurs un rapport sur l'investissement responsable faisant état des engagements de leurs actifs en matière de développement durable. Les thèmes récurrents abordés sont : l'environnement, les conditions de travail responsables et la sécurité, l'éthique des affaires et les achats responsables.

IDEX ensuite, s'est doté d'un service dédié (en cours de construction). Nous avons construit un plan d'actions RSE à moyen terme (2020-2024) et les priorités RSE (2020-2021). Ce dernier se décline autour de 6 axes

- 1 - Progresser
- 2 - Préserver
- 3 - S'engager
- 4 - Communiquer
- 5 - Prendre soin
- 6 - Innover

## Coronavirus

COVID-19

Gestes barrières

23/05/2020

Re: Interview mémoire pro



Box Mobile Box + Mobile Assistance

Re: Interview mémoire pro

vendredi 22 mai, 11:49

De : Manal Es-slassi

A : julie-rossignol@sfr.fr

Bonjour Julie,

1. Je suis Manal, community manager et chargée de compte chez SoLike depuis 3 ans.  
SoLike est une agence de communication digitale et de conseil en e-réputation.

2. La réputation d'une entreprise est très importante, encore plus aujourd'hui avec les avis clients et les réseaux sociaux qui se sont beaucoup développés.  
L'e-réputation c'est l'image de l'entreprise en ligne, elle mérite une grande attention pour améliorer en permanence sa notoriété.

3. Selon moi pour s'assurer une bonne réputation, Il faut optimiser au maximum sa présence en ligne et s'assurant d'être présent et actif sur les principaux points d'interactions des clients et prospects c'est à dire:

- sur les moteurs de recherche
- les réseaux sociaux
- les sites d'avis
- les blogs et les forums

Il faut également penser à la modération de contenu qui doit se faire en permanence pour éviter les "bad buzz". Cette veille permanente permet aussi d'entretenir l'e-réputation et de protéger les personnes réunies autour de l'entreprise.

4. Selon moi, la RSE peut en effet influencer la réputation d'une entreprise.

5. Tout d'abord selon ce que l'entreprise a entrepris pour la société ou l'environnement, cela peut avoir un effet positif et impactant.  
C'est donc bien sûr des points que l'entreprise peut mettre en avant sur son site internet pour valoriser ses actions, et ajouter cela aux valeurs de l'entreprise.  
Si l'entreprise est fortement engagée dans le développement durable ou dans un comportement éthique par exemple c'est une bonne chose et une opportunité de communiquer ses engagements de manière responsable auprès de ses clients et de ses prospects.

Cordialement,

Manal Es-slassi

Le ven. 15 mai 2020 à 13:35, julie-rossignol &lt;julie-rossignol@sfr.fr&gt; a écrit :

23/05/2020

Re: Interview mémoire pro

Coucou Manal,

Voilà les questions pour mon interview dont je t'avais parlé ! :)

1. Présentez-vous :
2. Selon vous, quelle est l'importance d'une bonne réputation pour une entreprise ?
3. Quelles sont les ingrédients pour s'assurer une bonne réputation ?
4. Comment mesurer la réputation d'une entreprise ?
5. Selon vous, le développement d'une démarche RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) peut-il influencer sur la réputation d'une entreprise ?
6. Si oui, comment ?

Merci d'avance,  
Si tu as des questions n'hésite pas,

Bonne journée,  
Julie

SFR Box Mobile Box + Mobile Assistance Portail SFR • Boutiques • Mes mails 18 • X

Re: Interview mémoire Marketing Digital

dimanche 7 juin, 21:11  
De : Marianne Ferlay  
A : julie-rossignol@sfr.fr

Bonsoir Julie,  
Ci-jointes mes réponses.  
Avec toutes mes excuses pour le retard...

Marianne

Le 15 mai 2020 à 13:41, [julie-rossignol@sfr.fr](mailto:julie-rossignol@sfr.fr) a écrit :

Marianne,

Super merci beaucoup 😊  
Tout va très bien merci, j'espère que pour vous aussi.

Voici mes questions :

1. Présentez-vous :

Marianne Ferlay, Docteur en Marketing et actuellement consultant en marketing (e-réputation & profilage internet)

2. Selon vous, quelle est l'importance d'une bonne réputation pour une entreprise ?

Elle est juste primordiale. Les relations interpersonnelles sont devenues bien + importantes que les médias de ce fait un réputation peu tout déterminer au niveau d'une entreprise. Je viens par exemple de voir qu'il y a un article sur Ferrero qui vient de sortir ou ils parlent d'emplois d'enfants mineurs dans des pays étrangers pour ramasser les noisettes. Ces enfants mineurs étant donc scolarisés. Ce genre de scandale peut faire bien + de mal par rapport aux médias qui nous rabâchent que l'huile de palme c'est mal ;).

3. Quelles sont les ingrédients pour s'assurer une bonne réputation ?

Je pense que l'honnêteté et la transparence sont primordiales quand on est tout blanc. Après je pense qu'il n'y a aucune solution quand on cache quelque chose. Tout finit par se savoir.

4. Comment mesurer la réputation d'une entreprise ?

On peut identifier toutes les sources parlant de nous sur internet et mesurer le degré de positivité ou négativité de ces sources. Avec un petit calcul derrière on se trouve avec un taux de e-reputation

5. Selon vous, le développement d'une démarche RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) peut-il influencer sur la réputation d'une entreprise ?

Je pense que oui même si actuellement c'est la norme de toutes les entreprises. J'ai l'impression qu'elles font toutes de la RSE pour que l'opinion publique les laisse tranquille.

6. Si oui, comment ?

Et bien elle donne une image pro-active dans le sens où l'entreprise semble concernée par des problématiques sociales. Sachant par contre que 99% des français ne savent pas vraiment ce qu'est la RSE et la confondent avec le développement durable.

Merci d'avance,

Bonne journée,  
Julie

De : "Marianne Ferlay"  
A : "[julie-rossignol@sfr.fr](mailto:julie-rossignol@sfr.fr)"  
Envoyé: vendredi 15 mai 2020 13:32  
Objet : Re : Interview mémoire Marketing Digital

Bonjour Julie.  
Aucune souci envoie moi ton guide d'entretien et je te fais ça ce soir 😊

J'espère que tout va bien pour toi,  
Belle journée,

Marianne

----- Message original -----

De : julie-rossignol <[julie-rossignol@sfr.fr](mailto:julie-rossignol@sfr.fr)>  
Date : ven. 15 mai 2020 à 13:31  
À : [marianne.ferlay@gmail.com](mailto:marianne.ferlay@gmail.com)  
Objet : Interview mémoire Marketing Digital

Bonjour Marianne,

Je suis actuellement en pleine rédaction de mon mémoire qui porte sur l'impact de la mise en place d'une démarche de Responsabilité Sociétale sur la réputation des entreprises du secteur de l'énergie.

J'aurais aimé vous interviewer par mail (6 questions), pour connaître votre avis. Est-ce que je peux vous envoyer mes questions ?

Merci de votre retour,

Bonne journée,

Julie ROSSIGNOL  
MSc2 Marketing Digital



Julie ROSSIGNOL <julie.rossignol@idex.fr>

## Interview mémoire master 2

3 messages

Julie ROSSIGNOL <julie.rossignol@idex.fr>  
À : Laetitia PELLETIER <laetitia.pelletier@idex.fr>

28 mai 2020 à 18:46

Bonsoir Laetitia,

Suite à notre conversation téléphonique, voici les questions de l'interview.  
Idéalement, une réponse d'ici le mercredi 3 juin prochain serait parfait.

1. Pouvez-vous vous présenter ?
2. Selon vous, quels sont les avantages d'une démarche RSE pour une entreprise dans le secteur de l'énergie ?
3. Quels sont les ingrédients indispensables pour une bonne démarche RSE dans les entreprises du secteur de l'énergie ?
4. Selon vous, quelle est l'importance de la réputation pour une entreprise dans le secteur de l'énergie ?
5. Selon vous, le développement d'une démarche RSE peut-il influencer sur la réputation d'une entreprise ?
6. Si oui, comment ?

Je reste à votre disposition, si besoin.  
Merci d'avance pour votre aide,

Bonne soirée,  
À bientôt,



### Julie ROSSIGNOL

Chargée de communication digitale  
IDEX Alpes Dauphiné

Tél : 04 79 65 43 10  
Portable : 06 17 03 06 12  
Savoie Technolac - BP 10220  
30 Allée du Lac d'Aiguebelette - Passerelle 7  
73374 Le Bourget du Lac cedex  
julie.rossignol@idex.fr

Suivez nous sur

Partenaire des Pionniers de Chamonix



Adoptez l'éco-attitude : n'imprimez cet e-mail que si nécessaire

Laetitia PELLETIER <laetitia.pelletier@idex.fr>  
À : Julie ROSSIGNOL <julie.rossignol@idex.fr>

2 juin 2020 à 14:20

Bonjour Julie,

Voici les réponses au questionnaire:

1. Laëtitia PELLETIER, Responsable Méthodes et Ressources Humaines au sein d'IDEX Environnement (cf. plaquette activité UVE)
2. La mise en place d'une démarche RSE doit permettre d'être au plus proche des ses parties prenantes (clients, fournisseurs, actionnaires, syndicats etc.) en gérant au mieux les risques et en saisissant les opportunités
3. Économie d'énergie / Innovation
4. Réputation importante lors de réponses aux marchés mais éviter le "greenwashing"
5. Certains de nos clients (collectivités / syndicats) sont également dans une démarche RSE (développement durable), la démarche RSE peut avoir une influence sur la réputation de notre entreprise, le volet social de la démarche RSE est importante pour nos clients. La démarche RSE d'une entreprise doit pouvoir se démontrer par des actions concrètes.

Pour plus de détails, je suis en parfait accord avec l'article suivant:

<https://www.novethic.fr/entreprises-responsables/la-rse-dans-lentreprise.html>

A disposition pour échanger plus précisément.

Cordialement.



### Laëtitia PELLETIER

Responsable Méthodes et Ressources Humaines

IDEX ENVIRONNEMENT

Tél. 01 47 12 43 39 / 06 35 12 75 07

[148/152 Route de la Reine](#)

92513 Boulogne-Billancourt Cedex

[laetitia.pelletier@idex.fr](mailto:laetitia.pelletier@idex.fr)

### EVOLUTION DU NOMBRE D'ABONNÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS

idex IDEX Alpes Dauphiné [Vue administrateur](#) [Voir en tant que membre](#)

Accueil Contenu **Statistiques** Activité NOUVEAU Outils d'administration

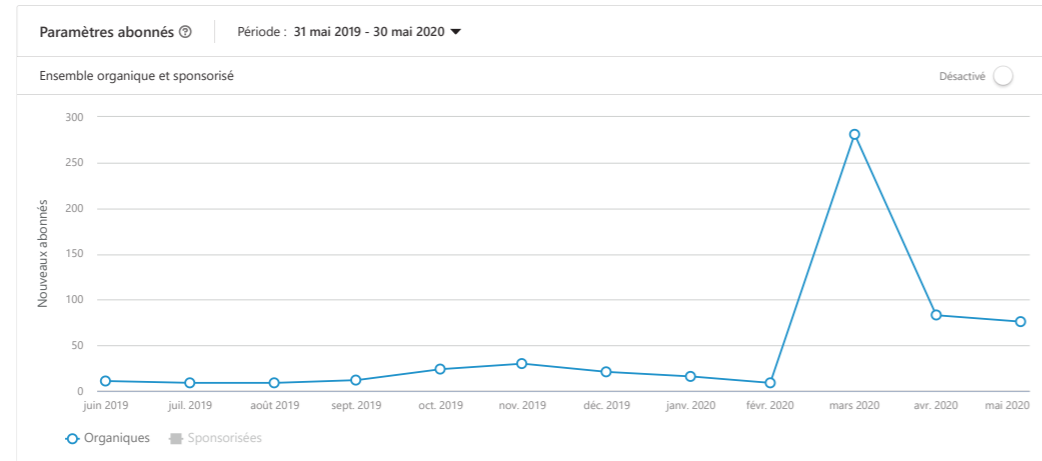
#### Statistiques sur les abonnés

Les dates et heures des statistiques sont toutes indiquées en UTC.

**L'essentiel sur les abonnés**

692 Total d'abonnés

39 Nouveaux abonnés sur les 30 derniers jours (14/5/2020 - 13/6/2020) **54%**



**Données démographiques des abonnés** Données sur : Lieu

Lieux principaux	Abonnés	% d'abonnés
Région de Paris, France	118	19,8%
Région de Lyon, France	98	16,44%
Région de Grenoble, France	86	14,43%
Région de Chambéry, France	43	7,21%
Région de Rouen, France	33	5,54%
Région du Havre, France	30	5,03%
Région de Rhone-Alpes, France	26	4,36%
Région de Metz, France	13	2,18%
Région de Bordeaux, France	12	2,01%
Région de Nantes, France	11	1,85%

### EVOLUTION DES CLICS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS

idex IDEX Alpes Dauphiné [Vue administrateur](#) [Voir en tant que membre](#)

Accueil Contenu **Statistiques** Activité NOUVEAU Outils d'administration

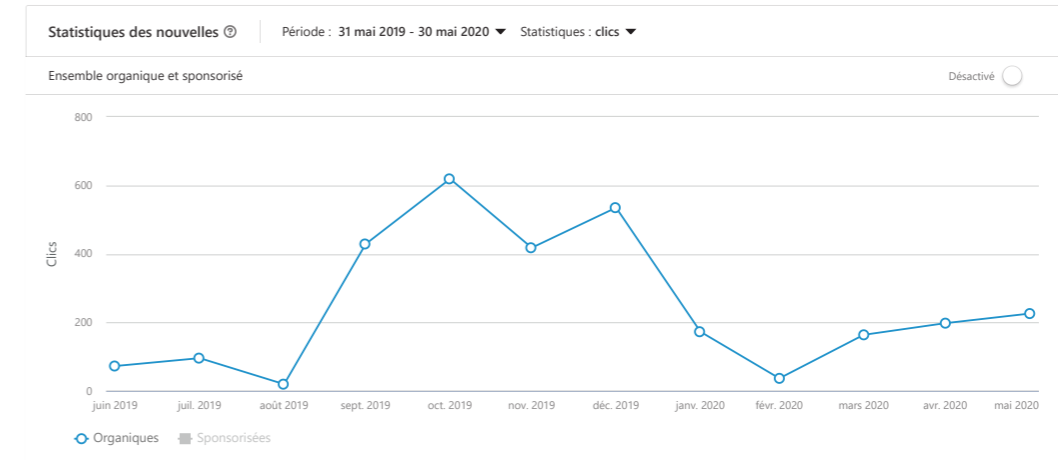
#### Statistiques des nouvelles

Les dates et heures des statistiques sont toutes indiquées en UTC.

**L'essentiel des nouvelles**

Données sur les 30 derniers jours, du 14/5/2020 au 1/6/2020

220 Réactions **41%** | 2 Commentaires **33%** | 12 Partages **9%**



**Engagement sur les nouvelles** Période : 13 juin 2019 - 13 juin 2020 Afficher : 10

Titre de la nouvelle	Publiée par	Créée	Impressions	Vues des vidéos	Clics	CTR	Réactions	Commentaires	Partages
[ #IoT ] IDEX Alpes Dauphiné utilise les objets connectés pour garantir le confort... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	12/6/2020	800	-	30	3,75%	30	0	1
La #sécurité et la santé de ses collaborateurs est une priorité pour IDEX... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	10/6/2020	1250	-	19	1,52%	24	0	1
#Recrutement À la recherche d'opportunités ? Rejoignez la team IDEX... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	4/6/2020	1562	-	42	2,69%	22	1	2
#travaux Nos équipes travaux de Bourg-Saint-Maurice finalisent la remise à niveau... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	2/6/2020	861	-	88	10,22%	20	0	1
#renegociation   ARaymond renouvelle une fois de plus sa confiance en IDEX Alpes... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	28/5/2020	1404	-	39	2,78%	41	0	2
IDEX & L'Hôtel L'Incomparable**** Tous vos abonnés	Julie Rossignol	26/5/2020	698	225	5	0,72%	19	0	1
#Focus ISO 50001 : l'énergie Certifiée depuis 2012, IDEX Alpes Dauphiné... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	20/5/2020	2432	-	34	1,4%	40	0	0
#Focus OHSAS 18001 : la sécurité Certifiée depuis 2011, IDEX Alpes Dauphiné prend tr... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	18/5/2020	2099	-	10	0,48%	20	0	1
#Focus ISO 14001 : l'environnement Certifiée depuis 2010, IDEX Alpes Dauphin... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	14/5/2020	1239	-	9	0,73%	24	0	0
#Focus ISO 9001 : la qualité Certifiée depuis 2016, IDEX Alpes Dauphiné souhaite avant... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	12/5/2020	10152	-	97	0,96%	94	1	6



### EVOLUTION DES IMPRESSIONS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS

Recherche
Accueil
Réseau
Emplois
Message
Notifications
Vous
Produits
Réactiver Premium

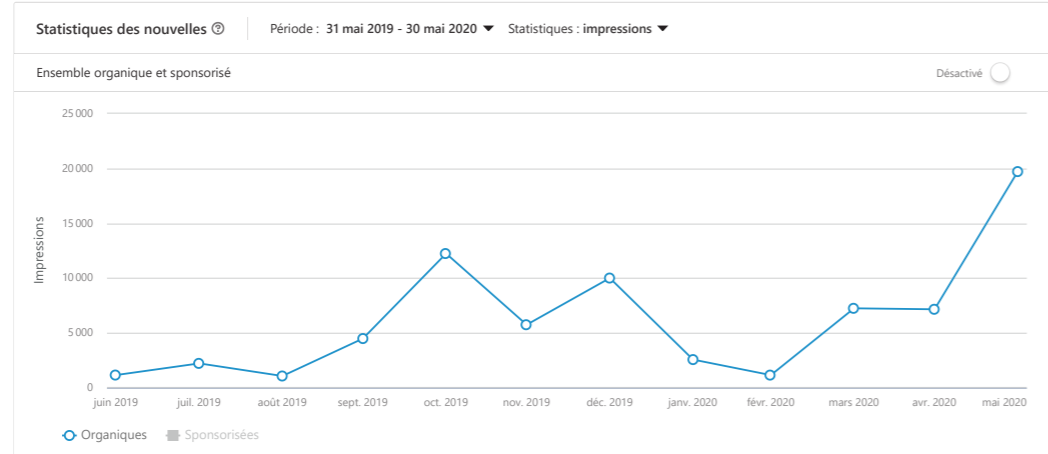
idex IDEX Alpes Dauphiné
Vue administrateur
Voir en tant que membre

Accueil
Contenu
Statistiques
Activité
NOUVEAU
Outils d'administration

**Statistiques des nouvelles**
  
 Les dates et heures des statistiques sont toutes indiquées en UTC

**L'essentiel des nouvelles**  
Données sur les 30 derniers jours, du 14/5/2020 au 1/6/2020

**220** 41% Réactions
 **2** 33% Commentaires
**12** 9% Partages



**Engagement sur les nouvelles**
Période : 13 juin 2019 - 13 juin 2020
Afficher : 10

Titre de la nouvelle	Publiée par	Créée	Impressions	Vues des vidéos	Clics	CTR	Réactions	Commentaires	Partages
[ #IoT ] IDEX Alpes Dauphiné utilise les objets connectés pour garantir le confort... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	12/6/2020	800	-	30	3,75%	30	0	1
La #sécurité et la santé de ses collaborateurs est une priorité pour IDEX... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	10/6/2020	1250	-	19	1,52%	24	0	1
#Recrutement À la recherche d'opportunités ? Rejoignez la team IDEX... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	4/6/2020	1562	-	42	2,69%	22	1	2
#travaux Nos équipes travaux de Bourg-Saint-Maurice finalisent la remise à niveau... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	2/6/2020	861	-	88	10,22%	20	0	1
#renegotiation   ARaymond renouvelle une fois de plus sa confiance en IDEX Alpes... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	28/5/2020	1404	-	39	2,78%	41	0	2
IDEX & L'Hôtel L'Imcomparable**** Tous vos abonnés	Julie Rossignol	26/5/2020	698	225	5	0,72%	19	0	1
#Focus ISO 50001 : l'énergie Certifiée depuis 2012, IDEX Alpes Dauphiné... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	20/5/2020	2432	-	34	1,4%	40	0	0
#Focus OHSAS 18001 : la sécurité Certifiée depuis 2011, IDEX Alpes Dauphiné prend tr... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	18/5/2020	2099	-	10	0,48%	20	0	1
#Focus ISO 14001 : l'environnement Certifiée depuis 2010, IDEX Alpes Dauphiné... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	14/5/2020	1239	-	9	0,73%	24	0	0
#Focus ISO 9001 : la qualité Certifiée depuis 2016, IDEX Alpes Dauphiné souhaite avant... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	12/5/2020	10152	-	97	0,96%	94	1	6

### EVOLUTION DU TAUX D'ENGAGEMENT AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS

Recherche
Accueil
Réseau
Emplois
Message
Notifications
Vous
Produits
Réactiver Premium

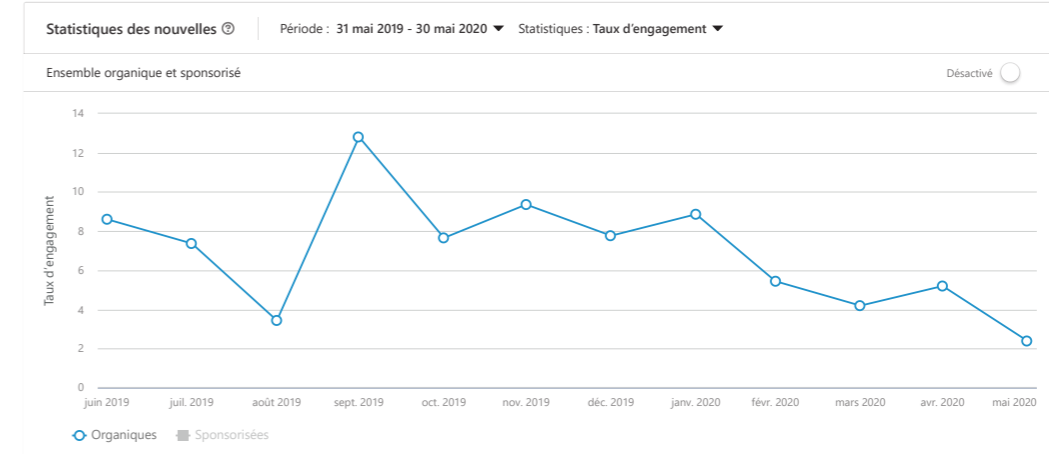
idex IDEX Alpes Dauphiné
Vue administrateur
Voir en tant que membre

Accueil
Contenu
Statistiques
Activité
NOUVEAU
Outils d'administration

**Statistiques des nouvelles**
  
 Les dates et heures des statistiques sont toutes indiquées en UTC

**L'essentiel des nouvelles**  
Données sur les 30 derniers jours, du 14/5/2020 au 1/6/2020

**220** 41% Réactions
 **2** 33% Commentaires
**12** 9% Partages



**Engagement sur les nouvelles**
Période : 13 juin 2019 - 13 juin 2020
Afficher : 10

Titre de la nouvelle	Publiée par	Créée	Impressions	Vues des vidéos	Clics	CTR	Réactions	Commentaires	Partages
[ #IoT ] IDEX Alpes Dauphiné utilise les objets connectés pour garantir le confort... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	12/6/2020	800	-	30	3,75%	30	0	1
La #sécurité et la santé de ses collaborateurs est une priorité pour IDEX... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	10/6/2020	1250	-	19	1,52%	24	0	1
#Recrutement À la recherche d'opportunités ? Rejoignez la team IDEX... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	4/6/2020	1562	-	42	2,69%	22	1	2
#travaux Nos équipes travaux de Bourg-Saint-Maurice finalisent la remise à niveau... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	2/6/2020	861	-	88	10,22%	20	0	1
#renegotiation   ARaymond renouvelle une fois de plus sa confiance en IDEX Alpes... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	28/5/2020	1404	-	39	2,78%	41	0	2
IDEX & L'Hôtel L'Imcomparable**** Tous vos abonnés	Julie Rossignol	26/5/2020	698	225	5	0,72%	19	0	1
#Focus ISO 50001 : l'énergie Certifiée depuis 2012, IDEX Alpes Dauphiné... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	20/5/2020	2432	-	34	1,4%	40	0	0
#Focus OHSAS 18001 : la sécurité Certifiée depuis 2011, IDEX Alpes Dauphiné prend tr... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	18/5/2020	2099	-	10	0,48%	20	0	1
#Focus ISO 14001 : l'environnement Certifiée depuis 2010, IDEX Alpes Dauphiné... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	14/5/2020	1239	-	9	0,73%	24	0	0
#Focus ISO 9001 : la qualité Certifiée depuis 2016, IDEX Alpes Dauphiné souhaite avant... Tous vos abonnés	Julie Rossignol	12/5/2020	10152	-	97	0,96%	94	1	6

**SILVER**  
2019  
**ecovadis**  
CSR Rating

**Evaluation RSE Ecovadis**  
CODIR du 5 novembre 2019

idex

### Une demande de nos clients

**Acheteurs**

- Indicateurs fiables
- Scorecard accessible
- Effet de levier sur les fournisseurs

**Partenaires**

- Identifier les plates d'opportunités
- Benchmark sectoriel
- Réduire le fardeau administratif

ecovadis

idex

05/11/2019 Présentation Idex

### Qu'est ce que l'évaluation Ecovadis ?

**ecovadis**  
Création en 2007  
Présence dans 155 pays  
Quelques références: Verizon, Nestlé, Johnson & Johnson, Heineken, Coca-Cola Enterprises, Nokia, L'Oréal, Bayer, Alcatel-Lucent, ING Bank, Air France-KLM, Centrica/British Gas, BASF et Merck ...  
Plus de 55 000 entreprises évaluées

- UNE ÉVALUATION RSE**  
Observer l'intégration des principes du développement durable dans l'activité de l'entreprise
- UNE VISION CLAIRE**  
Obtenir une vision claire de nos pratiques en matière d'environnement, de social, d'éthique et de gestion de tous les acteurs des achats responsables
- UN POSITIONNEMENT**  
Comprendre comment notre entreprise se positionne tout en utilisant ses résultats pour la communication avec nos parties prenantes
- UN ETAT DES LIEUX**  
Rassembler, analyser et examiner toutes les informations relatives aux enjeux de RSE sur les services, les produits et les processus décisionnels de notre entreprise

idex

05/11/2019 Présentation Idex

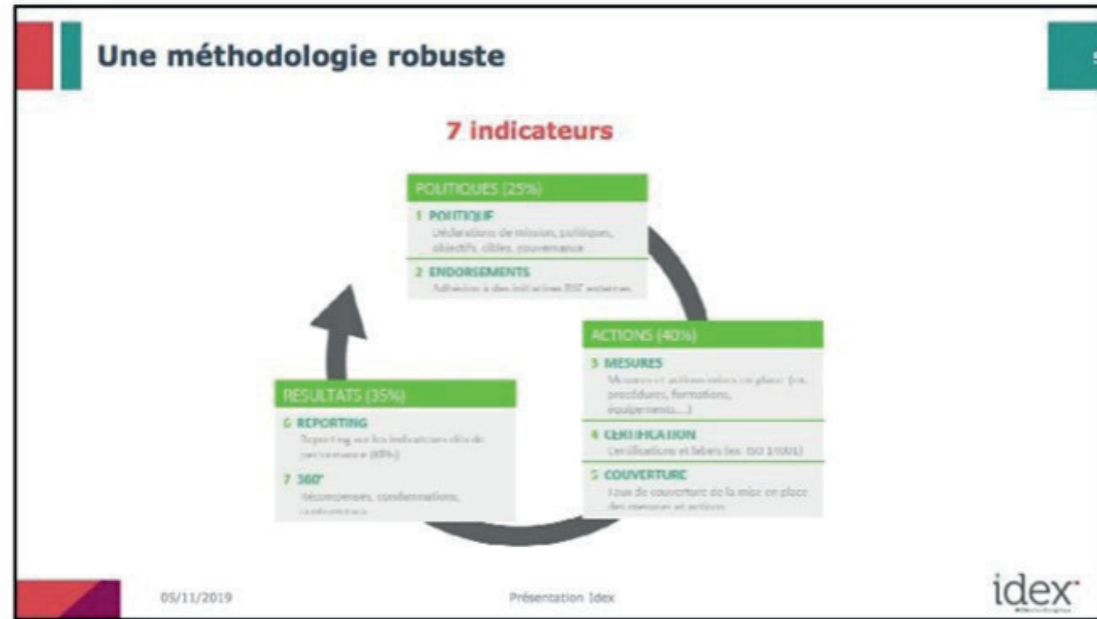
### Une méthodologie robuste

**21 critères ESG répartis dans 4 catégories**

<b>1. ENVIRONNEMENT</b> Consommation d'énergie & émissions de GES Eau Biodiversité Polluants locaux Matières, produits chimiques & Déchets Utilisation du Produit Fin de Vie Produits Santé / Sécurité Consommateurs Consommation durable	<b>2. SOCIAL</b> Santé & Sécurité des employés Conditions de travail Dialogue Social Gestion des carrières & formation Travail des enfants & travail forcé Discrimination Droits de l'Homme fondamentaux	<b>3. ETHIQUES</b> Corruption & extorsion Pratiques Anticoncurrentielles Gestion Responsable de l'Information	<b>4. SUPPLY CHAIN</b> Performances environnementales Performances sociales
---	---	--	---

idex

05/11/2019 Présentation Idex



### Nos résultats 2019

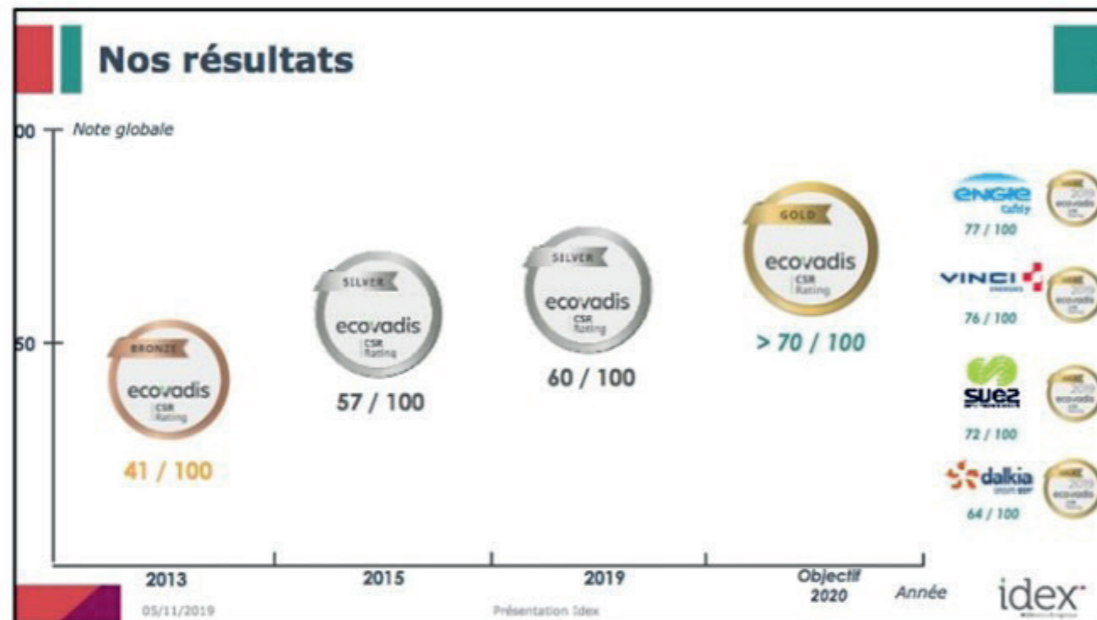
Poids: ●●●●

**ENVIRONNEMENT**

70 / 100

Priorité	Points d'amélioration
Moyenne	<b>Politique (25 %)</b> Justifications manquantes ou élémentaires sur certains enjeux (ex : eau, biodiversité, produits chimiques et déchets etc.)
Élevée	<b>Actions (40 %)</b> Déclare un pourcentage de sites certifiés ISO 14001, mais les certificats ou les éléments de preuve envoyés ne sont pas concluants
Faible	Pas de suivi du mix énergétique (SI non structuré)
Élevée	<b>Résultats (35 %)</b> Déclare faire du reporting au sujet des mesures mises en œuvre pour atténuer son empreinte environnementale. Cependant aucun KPI'S ne permet pas de formaliser l'efficacité.
Faible	Pas d'information sur les émissions directes de CO2

05/11/2019 Présentation IDEX idex



### Nos résultats 2019

Poids: ●●●●

**SOCIAL & DROITS DE L'HOMME**

70 / 100

Priorité	Points d'amélioration
Faible	<b>Politique (25 %)</b> Pas de politique formalisée de l'entreprise affichant des objectifs et cibles chiffrées sur des enjeux des ressources humaines et des droits de l'homme
Élevée	<b>Actions (40 %)</b> Aucun document justifiant la couverture des actions relatives aux ressources humaines et aux droits de l'homme (KPI)
Moyenne	Déclare un % de sites certifiés OHSAS 18001, mais les certificats ou les éléments de preuve envoyés ne sont pas concluants (certificats multi-sites non probants)
Élevée	<b>Résultats (35 %)</b> <b>Veille 360°</b> : Identification d'une controverse, d'une amende ou une pénalité significative concernant les questions sociales et les droits de l'Homme au cours des cinq dernières années : Accident mortel de SAREN condamnation pénale avec sursis de DR.
Faible	Pas d'information sur le nombre moyen d'heures de formation à la sécurité (normal : réponse au questionnaire faite début 02/2019)

05/11/2019 Présentation IDEX idex

