

# QU'EST-CE QU'UNE RAISON D'ÊTRE PERTINENTE ET DISTINCTIVE ?

Étude en ligne menée auprès de 40 directeurs et directrices de la communication de grands groupes français. 69,2 % des répondants travaillent dans une entreprise de plus de 5 000 collaborateurs, 30,8 % dans une ETI.

## 1. LA RAISON D'ÊTRE EST UN QUESTIONNEMENT MAJEUR POUR LES ENTREPRISES.

**69,2 %**

ont déjà évoqué le sujet en interne ou entamé une réflexion.

**2/3**

estiment que les entreprises se doteront massivement d'une raison d'être dans les années à venir.



## 2. UN ENJEU QUI PRENDRA DE PLUS EN PLUS D'IMPORTANCE À L'AVENIR.

**100 %**

des répondants pensent qu'adopter une raison d'être sera de plus en plus exigé par les parties prenantes de l'entreprise.



pour **69 %**, la raison d'être n'est pas un effet de mode

pour **62 %**, la raison d'être n'est pas méthode de « greenwashing » supplémentaire

## 3. S'ENGAGER OUI, MAIS PAS TROP.

**28,6 %**

seuls de ceux qui ont défini une raison d'être l'ont inscrite dans leurs statuts ou souhaitent le faire.



## 4. LA RAISON D'ÊTRE APPORTE À L'ENTREPRISE DES BÉNÉFICES POUR SON AVENIR ET SA PRODUCTIVITÉ...

**77 %**

pensent que la raison d'être donne un avenir à l'entreprise



**69 %**

pensent qu'elle permet d'augmenter sa productivité

### ... ET DES RISQUES LIMITÉS

**92 %** des répondants ne sont pas d'accord avec l'affirmation selon laquelle adopter une raison d'être serait dangereux pour l'entreprise car trop engageant.

## 5. LES PIÈGES À ÉVITER

Les directeurs (trices) de la communication interrogés ont souligné 5 écueils à éviter dans la définition de la raison d'être :

### LA BANALITÉ

Un plus petit dénominateur commun, passe-partout

### LA COMPLEXITÉ

Trop conceptuelle ou trop longue, incompréhensible pour le grand public

### L'ABSENCE DE LÉGITIMITÉ

En décalage avec la réalité de l'activité de l'entreprise

### L'ABSENCE D'IMPACT

Du déclaratif sans impact sur la stratégie de l'entreprise

### LE MANQUE D'APPROPRIATION

Un discours imposé que ne porteraient pas les salariés



## 6. POUR UNE RAISON D'ÊTRE CRÉATRICE DE VALEUR

### UNE MOBILISATION AU PLUS HAUT NIVEAU

**35 %** pensent que la raison d'être doit être principalement portée par la direction générale seule et 21 % par toutes les directions.



### UN EXERCICE PARTICIPATIF

**92,3 %** estiment que la définition de la raison d'être doit être une démarche collective au sein de l'entreprise, impliquant l'ensemble de l'équipe de direction.

### UN PRINCIPE DE COHÉRENCE ET DE LÉGITIMITÉ

Notre raison d'être...

