

GEODD

Diagnostic Perception Développement Durable

Analyse des résultats (Octobre 2010).

Rappel : le Diagnostic Perception Développement Durable a été créé par les experts du groupe GEODD dans le cadre d'un groupe de travail Centrale Ethique. Ce diagnostic est accessible gratuitement sur geodd.net à titre individuel. Ce site présente aussi le réseau de consultants disponibles pour vous aider à le mettre en œuvre dans votre entité.

Ce Diagnostic Perception Développement Durable est un questionnaire constitué de 37 questions couvrant l'ensemble des facettes du développement durable et permettant de qualifier le participant et son entité.

Dès la réponse à la dernière question, le participant découvre son profil sur 5 critères :

- environnement*
- société civile*
- clients*
- fournisseurs*
- social*

Fin 2010, la base de données des réponses au questionnaire porte maintenant sur plus de 4.500 réponses.

Plusieurs entités ont aussi fait appel aux possibilités d'utilisation du diagnostic en interne pour mieux cerner les perceptions de leurs salariés, préparer les plans d'action.

Ce document présente quelques informations portant à la fois sur

- l'évolution des réponses,
- les acteurs, les partenaires,
- les résultats synthétiques par critères,
- les résultats détaillés par question.

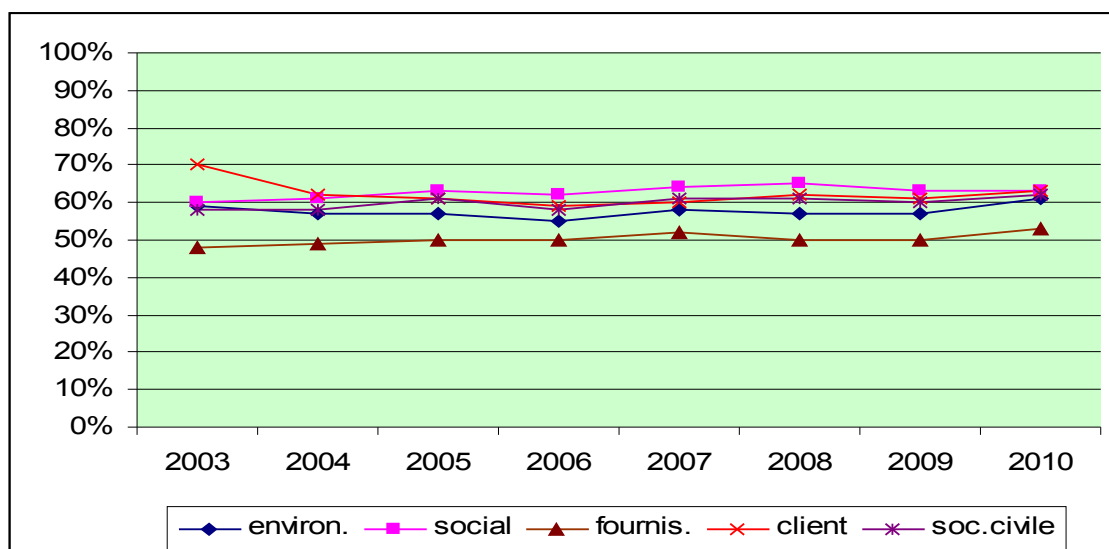
L'évolution des réponses.

Le Diagnostic Perception Développement Durable GEODD est maintenant accessible gracieusement en ligne depuis plusieurs années. Il semble donc intéressant de jeter un regard sur l'évolution des réponses au cours des ans.

Tout d'abord, d'un point de vue quantitatif : pas de signe d'essoufflement. En dehors des pics provoqués par une utilisation au sein d'une entreprise, le nombre de passages reste stable.

Il était aussi opportun de tenter de déceler une évolution des résultats par critères au fil des ans. Les notions de développement durable s'étant développées au sein de nombreuses entreprises, il serait logique de s'attendre à une évolution positive d'un ou plusieurs des axes mesurés.

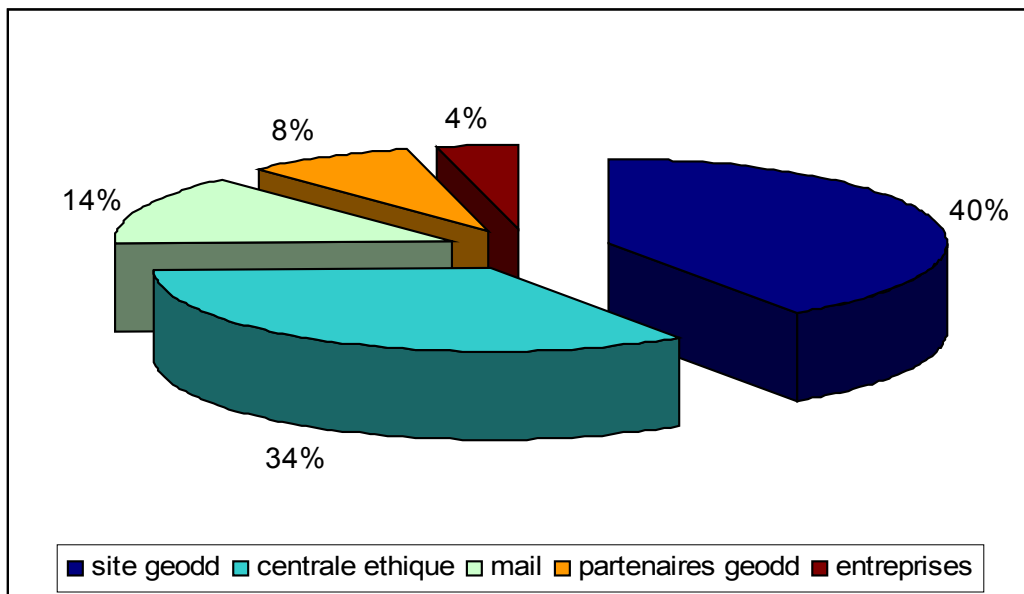
Cela n'est hélas pas le cas : les faibles variations mesurées peuvent difficilement être différenciées de la marge d'incertitude sur ce type de questionnaires :



Différentes populations utilisent le diagnostic en même temps : accès direct à titre individuel par le site geodd.net, le site centrale-ethique.net ou les sites des partenaires GEODD. Par ailleurs plusieurs entreprises ont aussi utilisé en interne le diagnostic dans le cadre de leur démarche développement durable. Le principe d'utilisation en entreprise est alors très simple :

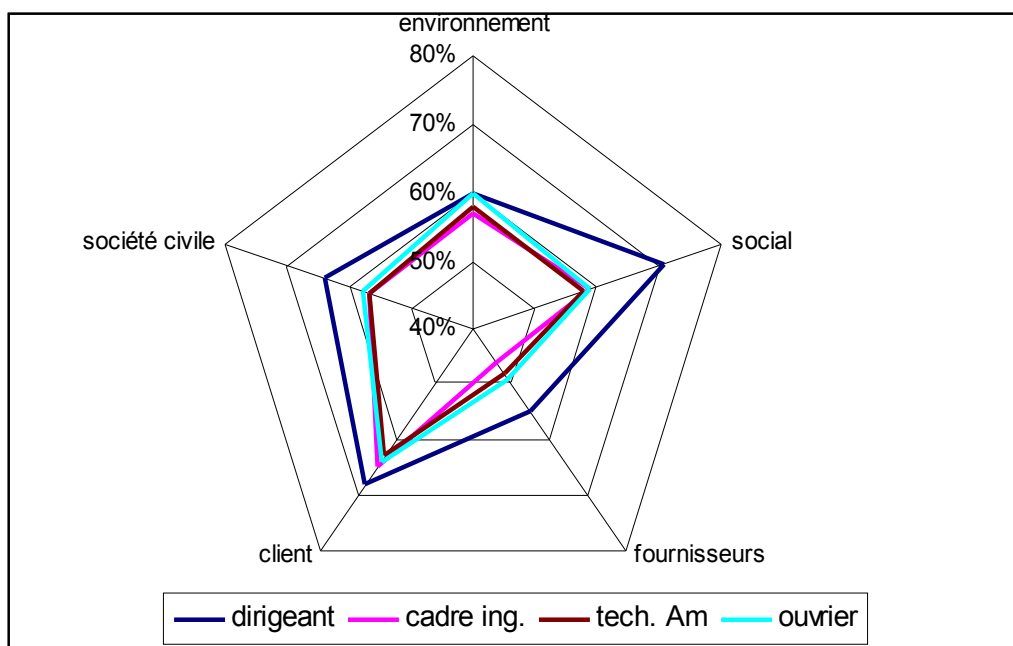
- un lien pour faire répondre les participants,
- un lien pour analyser les résultats de l'entreprise, les comparer avec l'ensemble des réponses

Comme le montre ce graphique, les utilisations à titre individuels (toutes en bleu) restent très largement majoritaires par rapport aux utilisations collectives, en entreprise.



Les acteurs, les partenaires.

L'analyse de l'ensemble des réponses a permis de valider qu'il s'agissait bien d'une mesure de la **perception des différents acteurs**. En effet, le graphique ci-dessous montre clairement « l'emboîtement » des différences de perception entre les différentes catégories d'acteurs, visibles lorsqu'on l'analyse l'ensemble des réponses.



La perception des dirigeants est plus optimiste sur tous les axes, avec plus de 10 points d'écart sur l'axe social sociétal. Cette question portant sur le niveau hiérarchique est celle pointant les différences de perception les plus importantes. Ainsi, pour la question portant sur le sexe, la différence entre les hommes et les femmes est de moins de 1%, quel que soit l'axe retenu !

Ces différences de perception, visibles entre les niveaux hiérarchiques, sont aussi valables au sein de groupes plus homogènes. Les entités qui l'ont utilisé en interne, sur de petits groupes de personnes (bien souvent des comités de direction dans un premier temps) ont aussi pu constater des différences importantes de perception entre les participants au groupe.

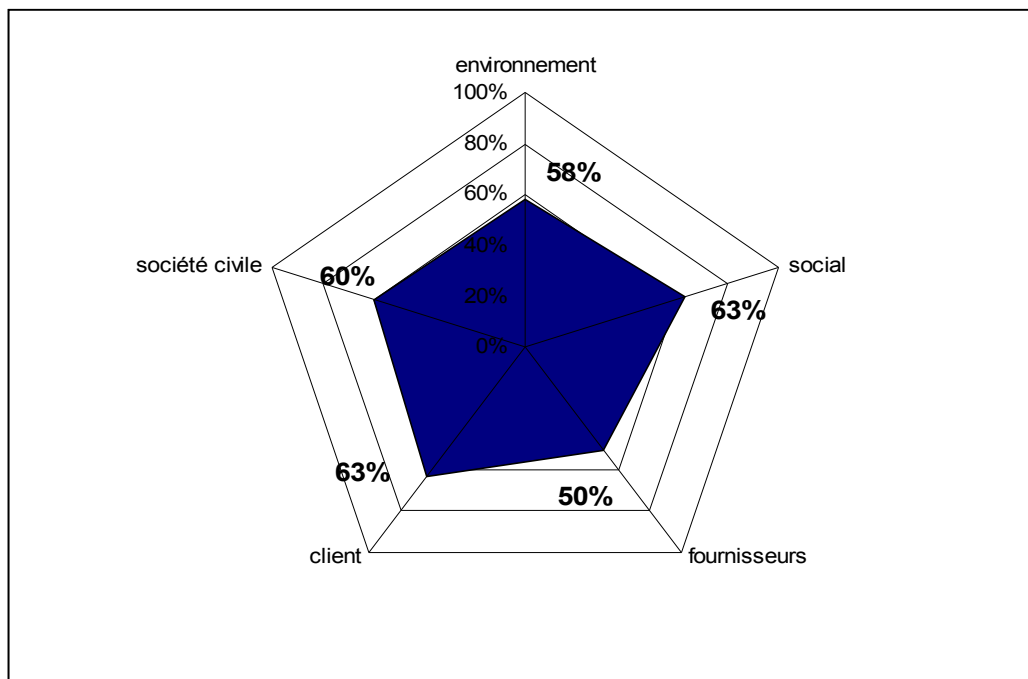
A titre d'exemple, voici un extrait de la matrice de suivi des réponses dans une des entreprises utilisatrices. Les répondants avaient tous des postes de dirigeants. Chaque ligne représente un participant et le code couleur indique pour chaque critère si le score est bon (vert, vert foncé si supérieur à 80%) ou mauvais (jaune, rose, voire rouge en dessous de 20%). On distingue clairement des visions très positives (lignes 3,4, 8 ou 9) mais aussi des visions nettement plus négatives (en particulier la ligne 7 avec plusieurs cases en rose ou rouge).

	Profil	Diag.	envir.	social	fourn.	clients	soc.civ.
	Profil	Diag.	79	70	58	73	70
	Profil	Diag.	92	62	58	61	57
	Profil	Diag.	87	68	62	69	64
	Profil	Diag.	96	76	72	60	75
	Profil	Diag.	90	62	88	73	48
	Profil	Diag.	87	50	72	67	50
	Profil	Diag.	81	33	32	77	11
	Profil	Diag.	94	70	88	84	52
	Profil	Diag.	94	92	80	96	66
	Profil	Diag.	90	67	44	63	20
	Profil	Diag.	88	38	64	71	50
	Profil	Diag.	79	44	44	51	55
	Profil	Diag.	100	73	74	83	73
	Profil	Diag.	87	83	56	87	55
	Profil	Diag.	81	65	62	76	66
	Profil	Diag.	77	62	32	87	30
	Profil	Diag.	94	48	68	74	48
	Profil	Diag.	92	50	50	77	30

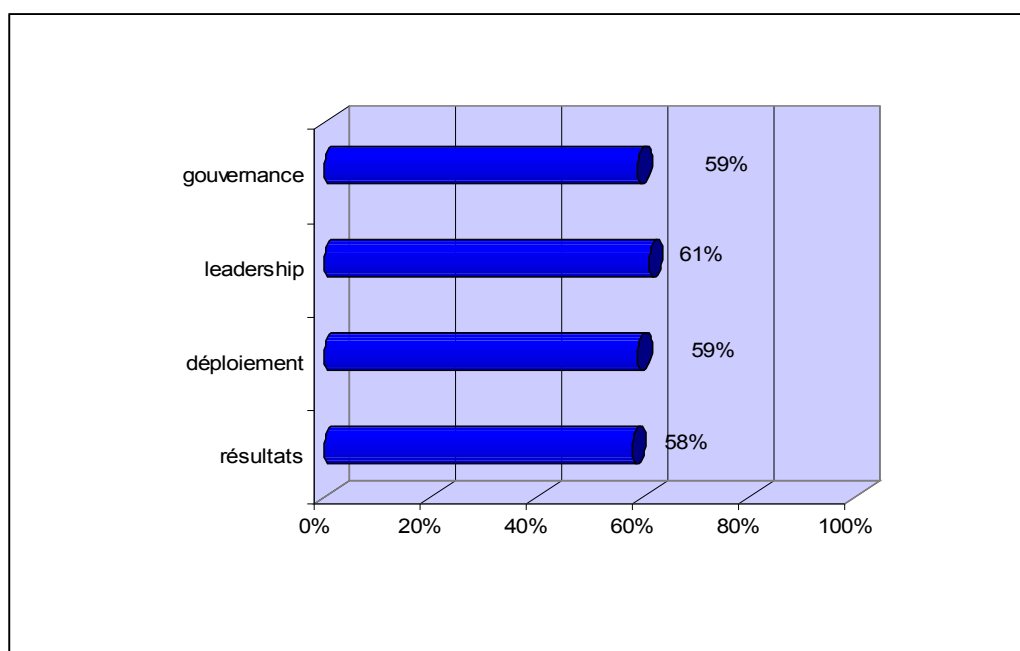
Ces divergences soulignent l'intérêt d'un tel outil en début de démarche : il semble difficile de construire un plan d'action efficace sans avoir conscience de différences de perception aussi importantes parmi les gens qui vont être chargés de le piloter !

Les résultats synthétiques par critère

Sur les résultats proprement dit, le profil moyen par critères montre que des progrès restent à faire sur chacun des axes.



Les réponses aux questions sont aussi analysées pour évaluer le degré de maturité de la démarche en entreprise. Quelque soit l'axe, le score moyen reste très faible et n'est pas en augmentation au fil des ans :



Les résultats détaillés par question

L'analyse plus détaillée des réponses à chaque question permet de mettre en évidence les éléments sur lesquels les entreprises se sentent le plus en avant (pas ou peu d'éléments rouges dans le graphique ci dessous) :

- attention portée au client,
- dialogue, expression des salariés,
- information du client claire

et ceux sur lesquels des efforts importants restent à faire (éléments verts en minorité sur le graphique) :

- prise en compte de critères sociaux pour la sélection des fournisseurs,
- choix des fournisseurs basé sur le moins disant,
- accès au public défavorisé,
- et information interne.

On notera au passage l'opposition apparente entre « mon entreprise favorise le dialogue social, l'expression des salariés » (parmi les meilleurs scores) et je suis personnellement mal informé « du mal à savoir ce qui se passe dans mon entreprise » (un des plus mauvais scores).

