

## **COMMUNIQUE DE PRESSE**

### **Responsabilité sociale et éthique : des critères déterminants pour 3 Français sur 4.**

La nouvelle enquête, réalisée par Kelly Services, un des leaders mondiaux du recrutement et des services de ressources humaines, révèle que la majorité des Français veut travailler dans un cadre intégrant une dimension éthique, un souci de l'environnement et une politique socialement responsable.

#### **Des critères déontologiques pour le choix d'une entreprise**

- 78% des répondants Français préfèrent travailler pour une entreprise considérée comme éthique et socialement responsable. Tous pays confondus ils sont 87% à rejoindre cette préférence ;
- 74% préfèrent travailler pour une entreprise respectueuse de l'environnement ;
- 70% considèrent que lorsqu'ils doivent faire un choix d'employeur, la réputation en terme d'éthique est "très importante" ;
- 50% jugent aussi « très important » le fait que les entreprises adoptent des mesures pour limiter le réchauffement climatique, alors que ce critère ne préoccupe que 30% des salariés au niveau international ;
- 36% seraient prêts à accepter des responsabilités moindres ou un salaire inférieur pour travailler dans une entreprise socialement responsable. Ils sont 47 % de cet avis aux Etats-Unis et même 57% en Australie.

#### **Gagnez moins, pour respecter plus**

En France, 44% des salariés (50% au niveau international) sont prêts à accepter un salaire inférieur ou être rétrogradés pour travailler dans une entreprise ayant bonne réputation en terme d'éthique. Toutes générations confondues, les questions d'éthique l'emportent sur les questions environnementales quand il s'agit de faire un choix d'entreprise.

Pour Marc Riou, Directeur général de Kelly Services, *"Les salariés ne retirent pas uniquement de la fierté du poste qu'ils occupent, mais aussi de ce que leur entreprise représente et de la manière dont elle est perçue. Appartenir à une organisation qui n'est pas exclusivement centrée sur la performance économique mais qui a des objectifs de responsabilité sociale affirmés, procure un sentiment d'épanouissement."*

**Des attentes différentes à chaque tranche d'âge :**

Ces chiffres démontrent que chaque tranche d'âge se positionne de manière significative sur des critères particuliers.

- 83% des 48-65 ans (« Baby boomers »), sont attirés par le fait de travailler pour une entreprise considérée comme socialement responsable ;
- 79% des 30-47 ans, Génération X, préfèrent travailler pour une entreprise respectueuse de l'environnement ;
- 65% des moins de 29 ans, Génération Y, veulent choisir une entreprise ayant une bonne réputation en matière de pratiques éthiques.

*«Les organisations qui développent une culture de responsabilité sociale marquée envoient un message fort sur le type de talents qu'elles souhaitent attirer et fidéliser. Elles servent de référence.»* conclut Marc Riou.

Méthodologie de l'étude réalisée par Internet de manière aléatoire.

Le *Kelly Global Workforce Index* a recueilli l'avis de 100,000 personnes provenant de 34 pays, dont plus de 4000 en France.

---

**A propos de Kelly Global Workforce Index**

*Le Kelly Global Workforce Index est une étude internationale sur le monde du travail qui prend en compte les différents points de vue générationnels.*

*Kelly Services, un des leaders mondiaux du conseil en recrutement et des solutions de ressources humaines fait travailler plus de 650 000 personnes chaque année dans le monde pour un chiffre d'affaires global de 4.2 milliards d'euros. En France depuis 1972, la société anime un réseau de 90 agences à vocation tertiaire et technique, avec une présence forte dans des spécialités comme l'Informatique, la Santé, la Finance ou la Recherche Scientifique.*

[www.kellyservices.fr](http://www.kellyservices.fr)

**Contact presse : Press & Vous**

Tél : 01 44 37 00 19

[amelie.lebreton@press-et-vous.fr](mailto:amelie.lebreton@press-et-vous.fr)

Amélie Lebreton