



# Attentes et pratiques des acteurs de la Place de Paris en matière d'ISR<sup>1</sup> et de RSE<sup>2</sup>

Résultats de l'enquête de la Commission Finance Durable de Paris EUROPLACE

20 janvier 2015

En collaboration avec  
**BCG**

# Synthèse des attentes et pratiques des Investisseurs et sociétés de gestion de la Place de Paris en matière d'ISR

**L'approche ISR permet aux investisseurs de réduire leurs risques, grâce à la prise en compte de critères extra-financiers et à la notion de performance globale, et également d'avoir un impact sur la société (p.12)**

- Les sociétés de gestion mettent en avant la prise en compte grâce à l'ISR de risques à long terme (sociaux, environnementaux...)
- Les investisseurs institutionnels mettent en avant leur responsabilité sociale et sont sensibles au risque de réputation
- Les clients particuliers veulent avoir un impact sur la société et accorder leurs investissements à leurs valeurs

**Si en 2011<sup>1</sup> un tiers des répondants estimaient que la certification des processus était prématurée, cette démarche est aujourd'hui largement acceptée : 75% des sociétés de gestion seraient prêtes à faire certifier leurs processus ISR**

- Cependant aucun consensus n'existe sur l'acteur qui serait le mieux placé pour effectuer cette certification (p.29)
- Par ailleurs, 75% des sociétés de gestion et 64 % des banques/assureurs sont favorables à la certification des démarches et 70% des sociétés de gestion et 85% des banques /assureurs à la labellisation des produits (p.27)

**Les distributeurs confirment une demande pour les produits ISR dans les réseaux, mais l'ISR reste cependant segmenté aux investisseurs institutionnels<sup>2</sup> et connaît un déficit auprès des particuliers**

- Les clients particuliers souffrent d'une **méconnaissance de l'offre ISR** alors que **93% des banques et assureurs interrogés déclarent pourtant proposer des produits ISR dans leurs réseaux**, via notamment les PEA et l'Assurance Vie pour 70% d'entre eux (p. 13 et 14)
  - Les méthodes de gestion les plus appréciées des clients sont les plus lisibles (thématique, exclusion) mais pas les plus utilisées par les sociétés de gestion ("best-in-class", engagement actionnarial) (p.16 et 19)
- La **difficulté des conseillers à parler d'ISR** reste le principal frein au développement de l'ISR pour la clientèle de particuliers (p.23)
- Les clients particuliers, distributeurs et institutionnels expriment une **inquiétude par rapport à la performance des fonds ISR** (p. 22 et 23)

**Avantages fiscaux, sensibilisation et renforcement de l'information sont mis en avant par les sociétés de gestion, les banques et les assureurs pour développer le marché de l'ISR (p.24)**

- 50% des sociétés de gestion et investisseurs institutionnels mentionnent spontanément la mise en place d'incitations fiscales pour l'ISR, tout comme 1/3 des banques et assureurs interrogés
- La sensibilisation reste également un des leviers sur lesquels insistent les différents acteurs :
  - Organisation de conférences et d'évènements, publication d'articles sur le sujet
  - Formation des équipes commerciales et des conseillers clients
  - Promotion de l'offre commerciale et mise en avant d'un engagement du distributeur pour ce type de produit

1. Enquête réalisée en 2011 par le Collège Investisseurs de Paris EUROPLACE sur les attentes des Investisseurs et Sociétés de gestion de la Place de Paris en matière d'ISR.

2. Cf. données Novethic p. 9

# Synthèse des attentes et pratiques des Émetteurs de la Place de Paris en matière de RSE

**Pour les émetteurs de la Place de Paris, les politiques RSE mises en place contribuent à la performance globale de l'entreprise (p 36 et 37). Les principaux axes de valeur ajoutée mentionnés sont :**

- Une meilleure maîtrise des risques
- Une contribution à la performance globale de l'entreprise, grâce aux gains d'appels d'offre et aux revenus générés par les "produits RSE"
- L'arrivée de nouveaux investisseurs (ISR)
- La réduction des coûts, grâce notamment à la maîtrise des consommations (eau et énergie) et de la production de déchets

**La reconnaissance des démarches RSE est jugée essentielle par les entreprises et le dialogue régulier avec les Investisseurs et les différentes parties prenantes est mis en avant pour améliorer la crédibilité de ces politiques (p.44 et 45)**

- Les principales parties prenantes identifiées sont les clients, les investisseurs, les salariés et les ONG
- La mesure de la crédibilité est réalisée à travers les notations extra-financières, les sollicitations des actionnaires, les résultats obtenus aux appels d'offre et les enquêtes réalisées auprès des clients

**La politique RSE est considérée comme faisant entièrement partie de la stratégie des groupes et les initiatives préconisées pour promouvoir les démarches RSE comprennent également la mise en place d'un rapport intégré (p.50)**

- 2/3 des émetteurs interrogés déclarent que leur rapport d'activité inclut le rapport de développement durable ou que ce sera bientôt le cas
- Cependant un tiers des répondants émettent des critiques envers l'initiative de l'IIRC sur le rapport intégré. La démarche est jugée notamment trop complexe et chronophage

**Les émetteurs jugent utiles le rôle des agences de notation extra-financière ainsi que les démarches ISR des investisseurs et des sociétés de gestion (p.39 et 42)**

- Cependant ils expriment les mêmes critiques à l'égard de ces différents acteurs sur leur **manque de transparence et le manque de fiabilité de leurs démarches**
  - Les méthodologies des agences de notation extra-financière sont jugées trop hétérogènes et les notations trop opaques
  - Les démarches ISR des investisseurs sont perçues comme incitatives au développement des politiques RSE des émetteurs mais là encore les émetteurs interrogés jugent que les méthodologies des sociétés de gestion sont peu communiquées et expliquées et que le suivi n'est pas assez régulier

# Agenda

---

## **Echantillon/Profils des répondants**

### **Eléments de contexte sur l'ISR**

#### **Analyse des réponses –**

#### **Attentes et pratiques des Investisseurs et sociétés de gestion de la Place de Paris en matière d'ISR**

- Définition et motivation pour l'ISR
- Méthodes de gestion
- Développement de l'ISR
- Crédibilité et communication

### **Eléments de contexte sur la RSE**

#### **Analyse des réponses –**

#### **Attentes et pratiques des Emetteurs de la Place de Paris en matière de RSE**

- Mise en œuvre et valorisation de la politique RSE
- Relations avec les analystes et investisseurs
- Crédibilité et communication
- Démarche internationale et rapport intégré

# Echantillon

- ❖ **Actualisation des données de l'enquête réalisée en 2011 par le Collège Investisseurs de Paris EUROPLACE auprès des Investisseurs et Sociétés de gestion concernant leurs attentes en matière d'ISR**
- ❖ **Élargissement de cette enquête auprès des Émetteurs afin de mieux connaître leurs attentes en matière de RSE**

Enquête menée du **15 juillet au 15 novembre 2014** et envoyée à 109 entreprises émettrices et institutions financières de la Place de Paris

**69 réponses reçues (soit un taux de réponse de 63%)**

**32 Émetteurs** sur 50 interrogés ont répondu, soit un taux de réponse de 64%.

**15 banques et sociétés d'assurances** sur 26 interrogées ont répondu, soit un taux de réponse de 57 %

9 banques sur 12 interrogées et 6 sociétés d'assurance sur 14 interrogées

**22 sociétés de gestion, investisseurs institutionnels et autres institutions non orientées grand public** sur 33 interrogés ont répondu, soit un taux de réponse de 67%

15 gestionnaires d'actifs sur 25 interrogés et 7 investisseurs institutionnels et autres institutions non orientées grand public sur 8 interrogés

**Une participation beaucoup plus forte qu'en 2011**

26% de taux de réponses pour les banques, assureurs et sociétés de gestions en 2011 (2 banques de détail, 2 sociétés d'assurances, 13 sociétés de gestion et 3 autres investisseurs)

## Profils des répondants

### ❖ **Banques et sociétés d'assurance**

- Principales banques de détail et sociétés d'assurance de la place de Paris
- Directions générales, Communication/marketing, Développement durable/RSE, Responsables produits/distribution

### ❖ **Sociétés de gestion et Investisseurs Institutionnels**

- Sociétés de gestion : 10 répondants sur les 15 gèrent des actifs supérieurs à 25 Milliards d'euros
- Investisseurs Institutionnels : Caisses de retraites et autres Investisseurs institutionnels
- Directions générales, Développement durable/ISR, Recherche ESG/ISR

### ❖ **Émetteurs**

- 18 sociétés du CAC 40 et 14 sociétés du SBF 120
- Directions générales, Relations Investisseurs, Directions financières, Communication/Marketing, Développement durable/RSE



# **Attentes et pratiques des Investisseurs et Sociétés de gestion de la Place de Paris en matière d'ISR**

Résultats de l'enquête de la Commission Finance Durable de Paris EUROPLACE

Janvier 2015

# Agenda

---

## Echantillon/Profils des répondants

### **Éléments de contexte**

#### Analyse des réponses –

#### Attentes et pratiques des Investisseurs et sociétés de gestion de la Place de Paris en matière d'ISR

- Définition et motivation pour l'ISR
- Méthodes de gestion
- Développement de l'ISR
- Crédibilité et communication

### **Éléments de contexte sur la RSE**

#### Analyse des réponses –

#### Attentes et pratiques des Emetteurs de la Place de Paris en matière de RSE

- Mise en œuvre et valorisation de la politique RSE
- Relations avec les analystes et investisseurs
- Crédibilité et communication
- Démarche internationale et rapport intégré



# L'information des investisseurs particuliers, enjeu clé pour le développement de l'ISR en France

## Définition de l'ISR

*"L'ISR (Investissement Socialement Responsable) est un placement qui vise à concilier performance économique et impact social et environnemental en finançant les entreprises et les entités publiques qui contribuent au développement durable quel que soit leur secteur d'activité. En influençant la gouvernance et le comportement des acteurs, l'ISR favorise une économie responsable."*

Publiée en juillet 2013  
par l'AFG et le FIR

## Intérêt des clients particuliers pour l'ISR<sup>1</sup>

**52% des investisseurs particuliers disent accorder une place importante à très importante aux critères environnementaux, sociaux et éthiques dans leurs décisions d'investissement**

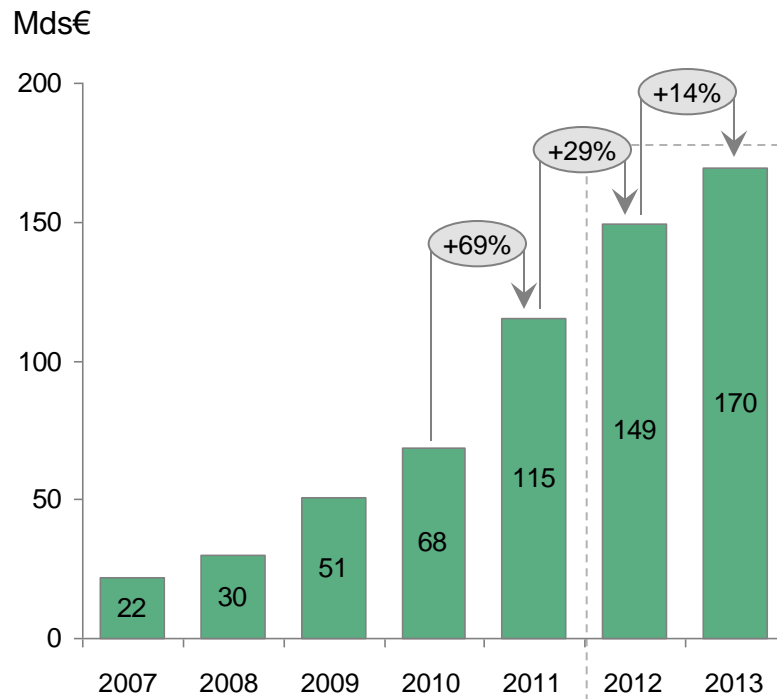
- Mais 94% n'ont jamais entendu parler d'ISR et ne sauraient pas le définir
- Et seulement 3% déclarent avoir déjà été informés par leur conseiller clientèle

**20% des investisseurs particuliers seraient prêts à investir une part de leur épargne en ISR si on le leur proposait**

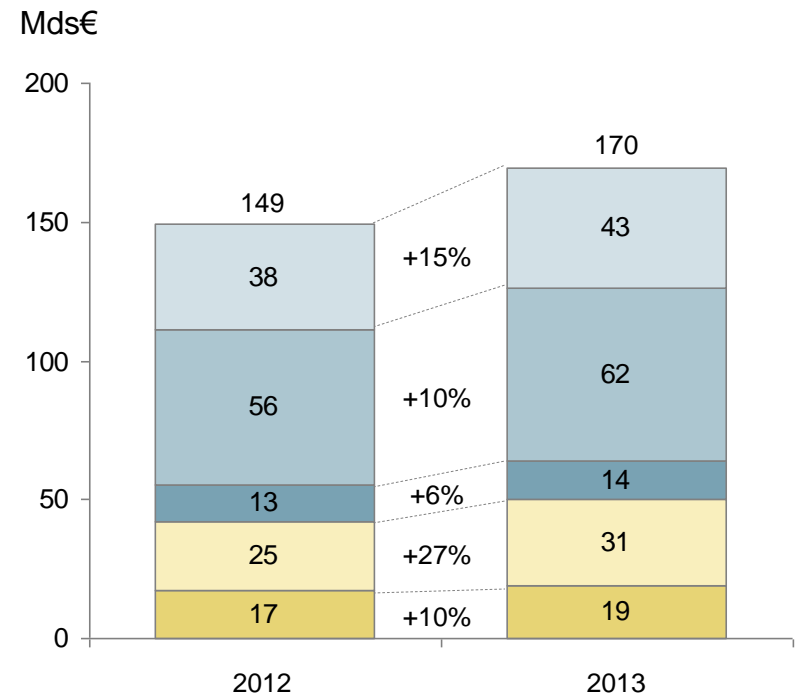
- Cette part monte à 38% parmi les épargnants sachant précisément ce qu'est l'ISR
- Pour 43%, les conseillers financiers restent les mieux placés pour les informer sur l'ISR

# Malgré un léger ralentissement, une croissance régulière des encours ISR sur le marché français en 2013

## Evolution des encours ISR sur le marché français



## Répartition des encours ISR français par clientèle



**Investisseurs institutionnels +14%**

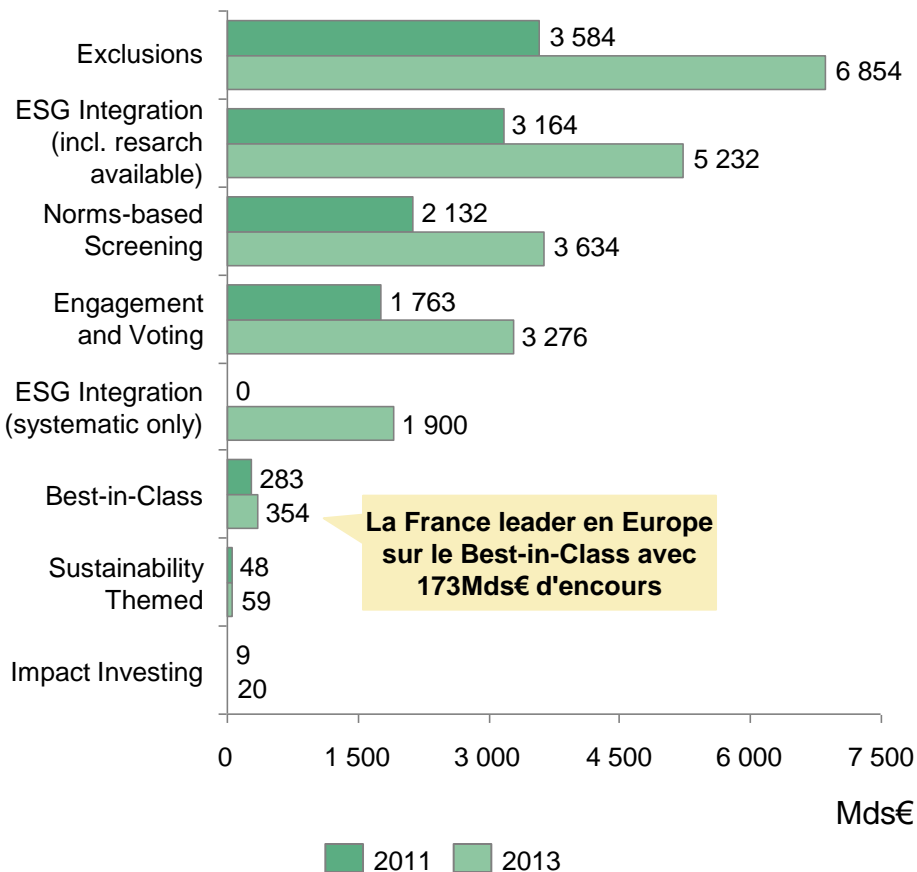
- Gestion collective
- Gestion déléguée
- Gestion interne

**Investisseur particuliers +20%**

- Gestion collective
- Epargne Salariale

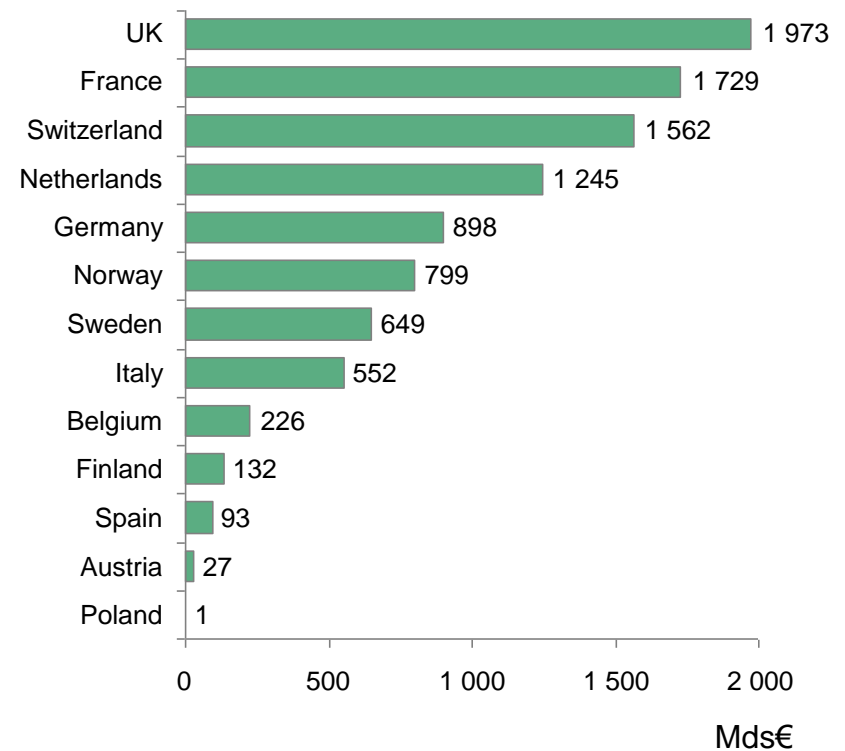
# Un marché européen de l'ISR en progression constante

## Évolution des encours ISR en Europe selon les différents types de stratégies



**La France leader en Europe sur le Best-in-Class avec 173Mds€ d'encours**

## La France au deuxième rang européen en termes d'encours ISR<sup>1</sup>



1. Incluant: Exclusions, Norms-based screening, Engagement and voting, ESG integration (systematic only), Best-in-class, Sustainability theme  
Source: Données Eurosif (European SRI Study 2014)

# Agenda

---

Échantillon/Profils des répondants

Eléments de contexte sur l'ISR

**Analyse des réponses –  
Attentes et pratiques des Investisseurs et sociétés de gestion de la Place de Paris en matière d'ISR**

- Définition et motivation pour l'ISR
- Méthodes de gestion
- Développement de l'ISR
- Crédibilité et communication

Eléments de contexte sur la RSE

**Analyse des réponses –  
Attentes et pratiques des Emetteurs de la Place de Paris en matière de RSE**

- Mise en œuvre et valorisation de la politique RSE
- Relations avec les analystes et investisseurs
- Crédibilité et communication
- Démarche internationale et rapport intégré

# Responsabilité et impact, réduction des risques, maîtrise de la réputation sont mis en avant par les SdG et leurs clients

## Intérêt de l'ISR pour les sociétés de gestion

**Les sociétés de gestion se réfèrent à la définition de l'ISR publiée en juillet 2013 par l'AFG et le FIR (cf. encadré p. 8)**

- L'objectif est de concilier performance économique et impact social et environnemental en favorisant les entreprises et entités qui contribuent au développement durable

**La démarche ISR permet une définition plus globale de la notion de performance et l'analyse des critères extra-financiers permet de mieux évaluer les opportunités et les risques à long terme :**

- Impact sur la durabilité du business model de l'entreprise
- Capacité à intégrer les impacts des grands enjeux de société et le poids de plus en plus déterminant de la société civile

## Intérêt de l'ISR pour les clients institutionnels et particuliers

**Les clients veulent donner un sens à leur investissement et avoir un impact sur la société**

- Les clients institutionnels mettent en avant leur responsabilité sociale
- Les particuliers accordent leur investissement – notamment leur épargne salariale – à leurs valeurs

**Les clients institutionnels sont particulièrement sensibles au risque de réputation**

- Le financement de sociétés controversées est perçu comme un risque croissant

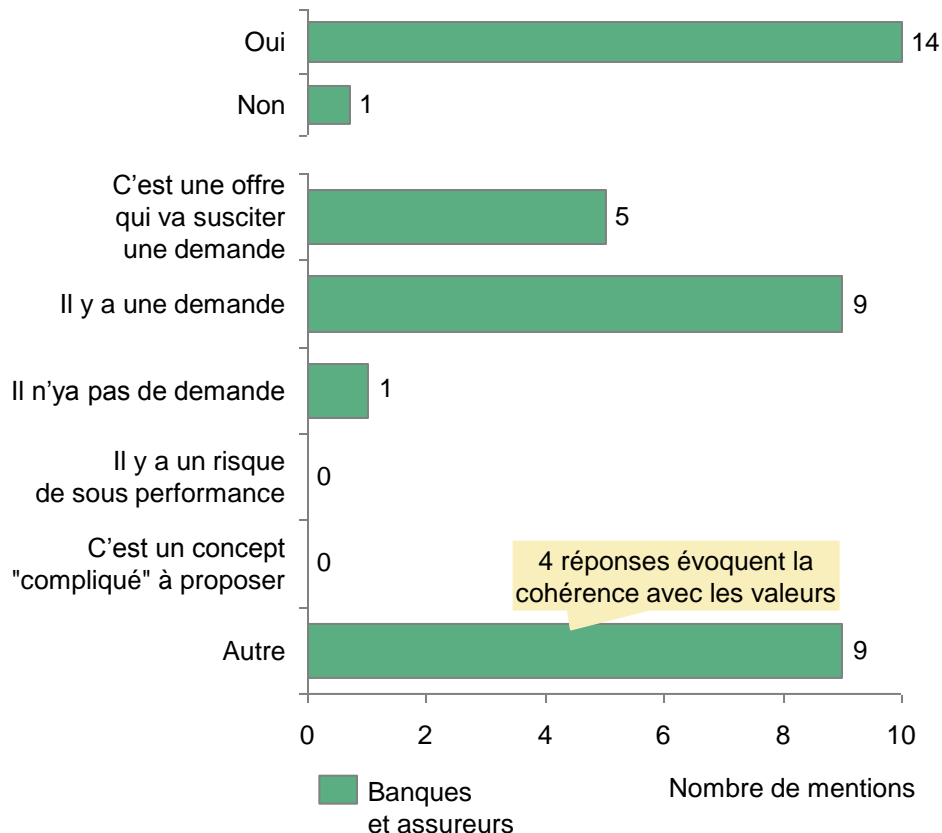
**La performance long terme est aussi un facteur important**

- Les investisseurs institutionnels cherchent à sécuriser leurs investissements vis-à-vis de risques systémiques

# Pour plus de 90% des banques et sociétés d'assurance, il existe ou il va exister une demande pour les produits ISR

## Produits ISR pour les clients particuliers

Proposez-vous des produits ISR à vos clients particuliers ? Pourquoi ? (15 répondants)



## Commentaires

**14 banques et assureurs sur 15 (soit 93%) déclarent proposer des produits ISR à leurs clients particuliers**

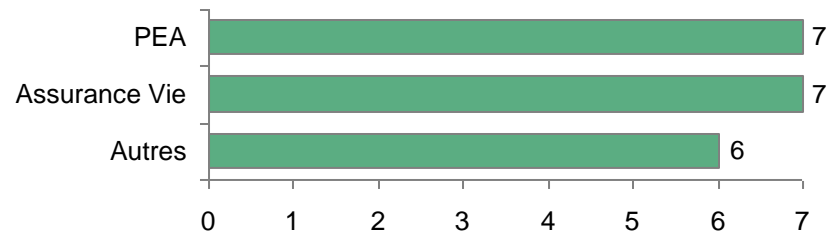
**Pour 60% des répondants, il existe déjà une demande pour ce type de produits et pour 33% des répondants l'offre va susciter une demande**

**Par ailleurs, au delà de la demande, les répondants évoquent également l'argument de la cohérence de ce type de produits avec leurs valeurs pour expliquer leur commercialisation**

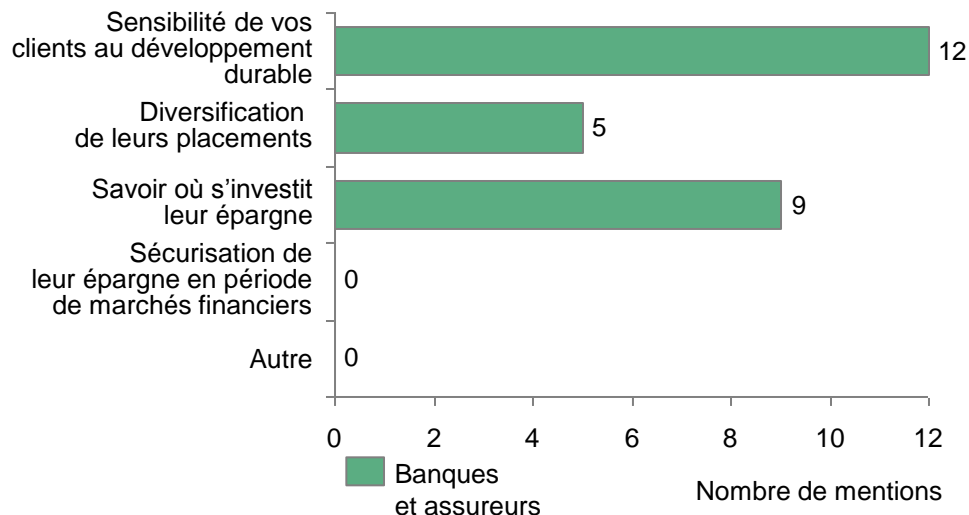
# La sensibilité des clients au développement durable explique la demande pour les produits ISR

## Besoins des produits ISR pour les clients particuliers

Quel type de produits ISR distribuez-vous dans vos réseaux ? (10 répondants)



A quels besoins répondent-ils à vos clients particuliers ? (14 répondants)



## Commentaires

**70% des répondants déclarent distribuer des produits ISR éligibles au PEA et à l'Assurance Vie**

- Les autres produits évoqués concernent les plans d'épargne en entreprise (PEE, PEI, PERCO)

**Pour 85% des banques et sociétés d'assurance, la sensibilité des clients au développement durable est le premier critère expliquant la demande pour les produits ISR**

**65% des répondants évoquent le besoin des clients de savoir où est investi leur épargne et 35% le besoin de diversification des placements**

**Par ailleurs, aucun répondant ne mentionne le besoin de sécurisation de l'épargne**

# Agenda

---

## Échantillon/Profils des répondants

### Eléments de contexte sur l'ISR

#### Analyse des réponses –

#### Attentes et pratiques des Investisseurs et sociétés de gestion de la Place de Paris en matière d'ISR

- Définition et motivation pour l'ISR
- **Méthodes de gestion**
- Développement de l'ISR
- Crédibilité et communication

### Eléments de contexte sur la RSE

#### Analyse des réponses –

#### Attentes et pratiques des Emetteurs de la Place de Paris en matière de RSE

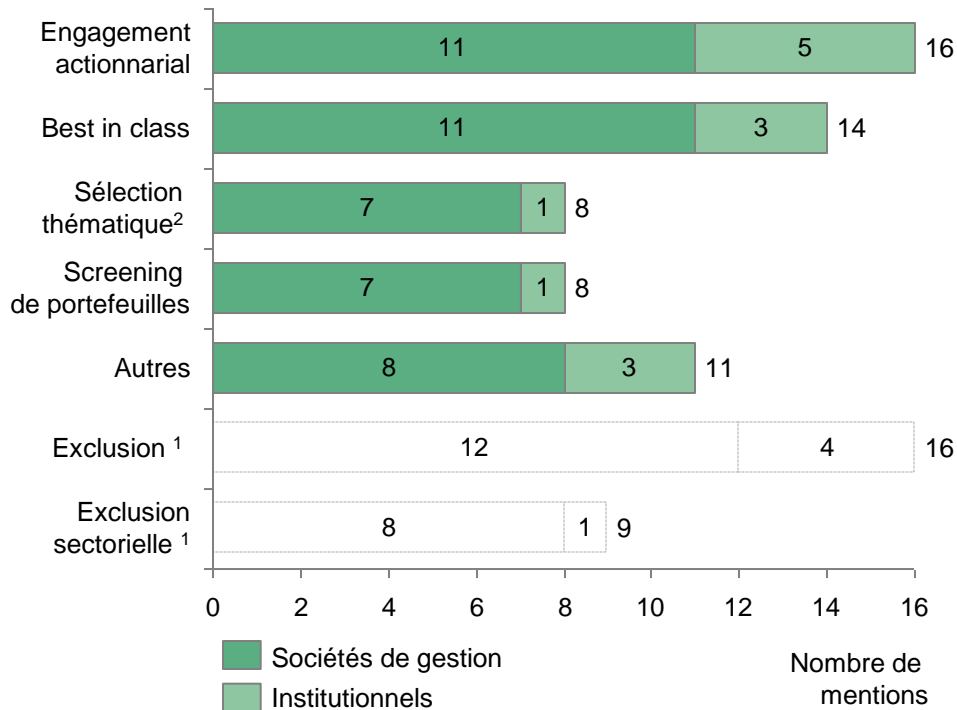
- Mise en œuvre et valorisation de la politique RSE
- Relations avec les analystes et investisseurs
- Crédibilité et communication
- Démarche internationale et rapport intégré



# Les sociétés de gestion utilisent une large gamme de méthodes de gestion

## Stratégies de gestion utilisées

Quelles sont les méthodes de gestion ISR que vous proposez ? (20 répondants)



## Commentaires

**L'engagement actionnarial est utilisé par 75% des sociétés de gestion. Elle permet de faire évoluer le comportement des émetteurs**

- Grâce au dialogue avec les entreprises
- Grâce à l'exercice des droits de vote

**L'exclusion est citée par un nombre important de gérants qui éliminent de leur univers d'investissement les émetteurs ne respectant pas certains critères normatifs**

- Principes du Pacte Mondial<sup>3</sup>
- Conventions internationales sur l'armement

**Certains gérants excluent entièrement certains secteurs de leurs fonds**

**55% des sociétés de gestion déclarent utiliser d'autres stratégies de gestion, notamment des méthodes spécifiques d'intégration des paramètres ESG des émetteurs**

1. L'exclusion ne représente pas une méthode générale mais une exception appliquée dans peu de cas.

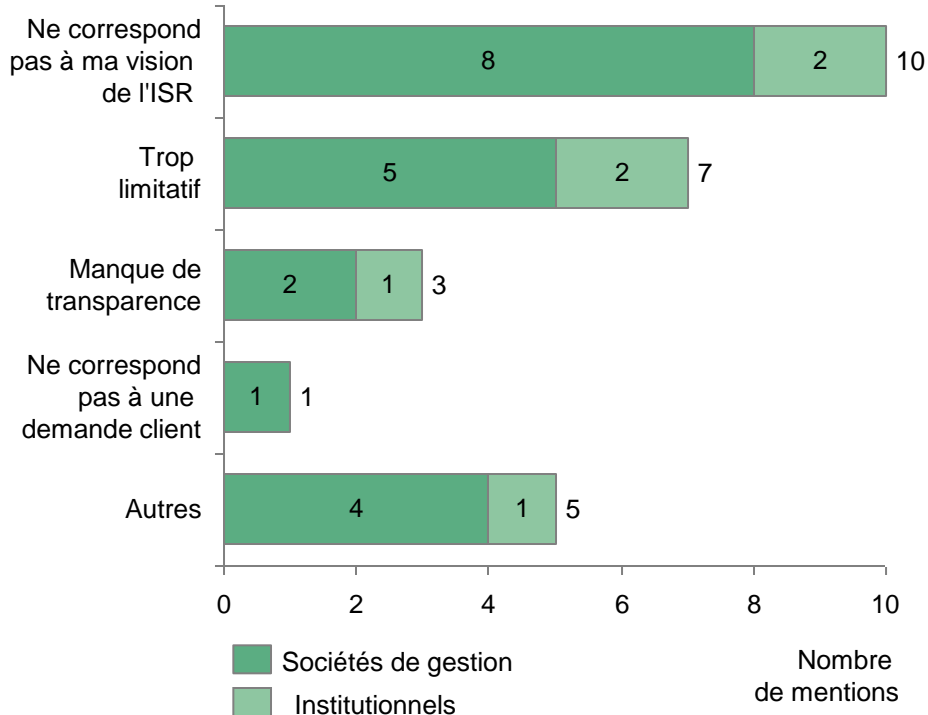
2. Fonds thématiques tels que Capital humain, Environnement, Solidarité...

3. Ensemble de principes définis par l'ONU sur le comportement à appliquer par les entreprises dans les domaines des droits de l'homme, normes du travail et de l'environnement et de la lutte contre la corruption.

# Les sociétés de gestion disent adapter leurs méthodes de gestion à leur vision de l'ISR

## Inconvénients des méthodes non utilisées

Quels sont les inconvénients éventuels des autres méthodes selon vous ? (17 répondants)



## Commentaires

Comme en 2011, la principale raison évoquée pour expliquer la non-utilisation de certaines méthodes de gestion reste la non-adéquation avec leur vision de l'ISR

Par ailleurs, certaines sociétés de gestion soulignent qu'il est important d'adapter la méthode de gestion aux objectifs du fonds

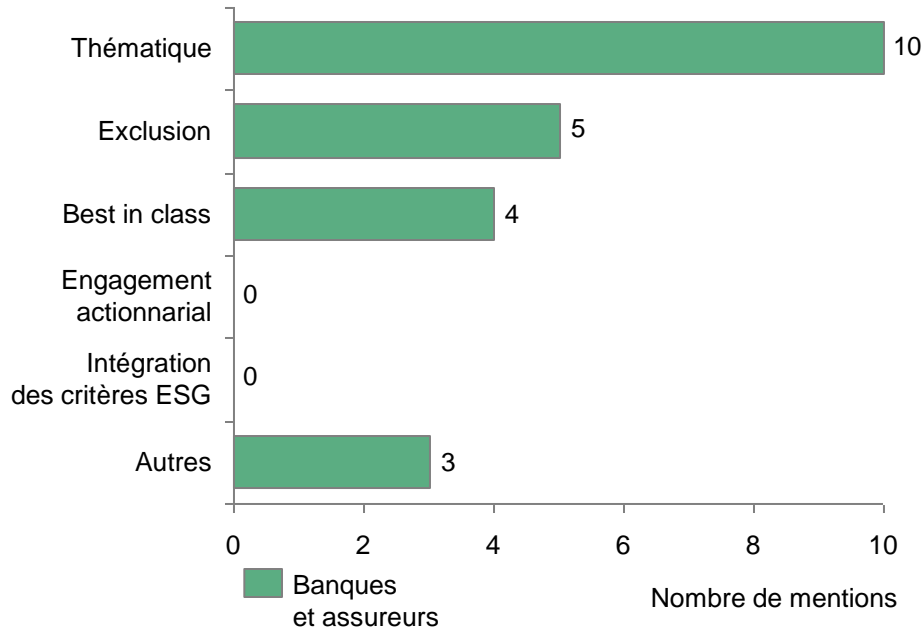
- Best-in-class pour un fond benchmarké
- Engagement pour un fond indiciel
- Pas de grilles ESG pour les PME-TPE

Le manque de transparence des méthodes de gestion et la non correspondance avec une demande client ne sont en revanche cités que par 5 répondants

# Les clients particuliers apprécient l'approche thématique et la simplicité de la méthode d'exclusion

## Stratégies de gestion – vue des clients

*Certaines approches ISR sont elles plus appréciées par les clients particuliers ? (13 répondants)*



## Commentaires

**Comme en 2011, les approches privilégiées par la clientèle de particuliers sont celles qui sont les plus lisibles**

- Les thématiques
- L'exclusion

**Celles qui sont plébiscitées par les sociétés de gestion sont encore mal connues**

- Elles manquent de lisibilité par rapport aux méthodes plus simples

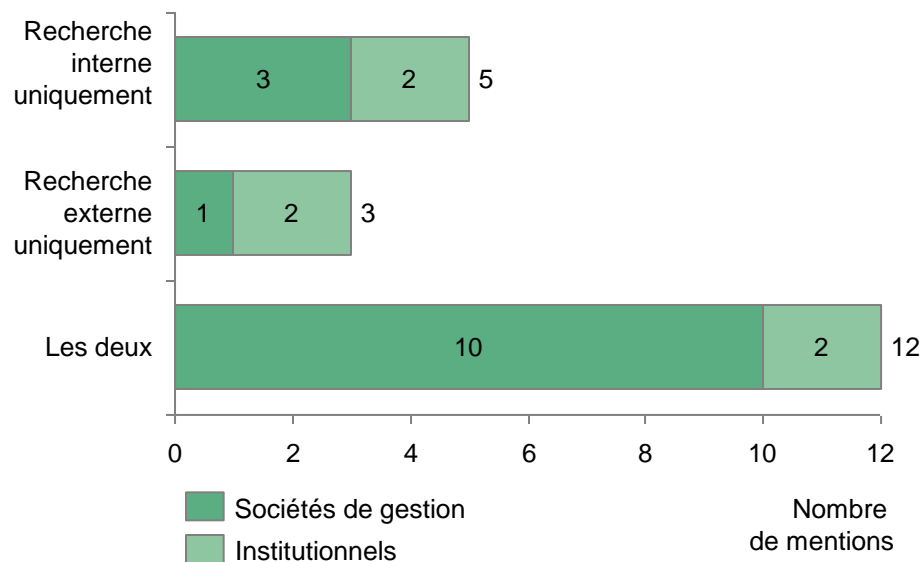
**On peut cependant noter que l'approche "best in class" est citée par 4 répondants (30%) alors qu'aucune mention n'en avait été faite en 2011**

**La méconnaissance de l'offre ISR par les clients est à l'origine de ce différentiel entre clients particuliers et gestionnaires**

# Sociétés de gestion et clients institutionnels utilisent à 80% des agences externes de recherche

## Type de recherche utilisée dans les processus ISR

Quelle recherche ESG utilisez vous dans vos processus ISR : interne ? externe ? (21 répondants)



## Commentaires

**Comme en 2011, la plupart des sociétés de gestion ont une équipe de recherche interne**

- Ces dernières comprennent de 2 à 15 ETP (5 ETP en moyenne)
- Elles suivent des encours compris entre 0.6 et 20 Md€ (8.2 Md€ en moyenne)

**La recherche externe passe par des agences de notation extra-financière**

- Certaines sont citées à plusieurs reprises : Vigeo (40%), Sustainalytics (25%) et MSCI (20%)

**Les attentes principales à l'égard des prestataires externes sont**

- Un approfondissement des analyses (liens avec le modèle économique, impact financier des critères ESG, ...)
- L'établissement de contacts directs avec les entreprises et pas seulement une analyse basée sur les documents publics
- La réactivité et l'anticipation sur les informations
- Un plus grand périmètre de recherches

# Agenda

---

## Échantillon/Profils des répondants

### Eléments de contexte sur l'ISR

#### Analyse des réponses –

#### Attentes et pratiques des Investisseurs et sociétés de gestion de la Place de Paris en matière d'ISR

- Définition et motivation pour l'ISR
- Méthodes de gestion
- **Développement de l'ISR**
- Crédibilité et communication

### Eléments de contexte sur la RSE

#### Analyse des réponses –

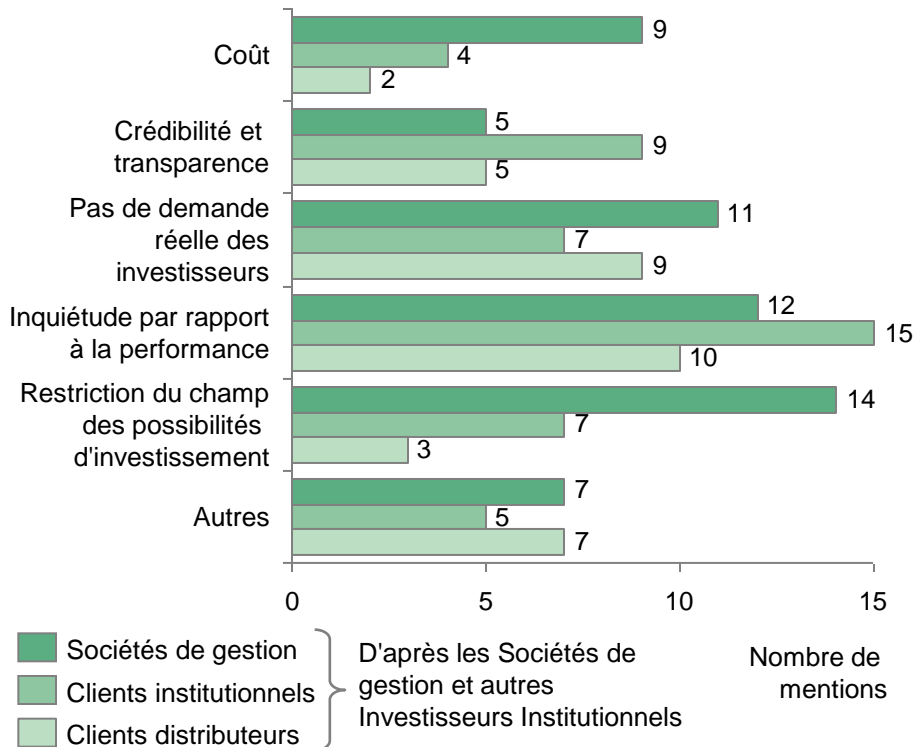
#### Attentes et pratiques des Emetteurs de la Place de Paris en matière de RSE

- Mise en œuvre et valorisation de la politique RSE
- Relations avec les analystes et investisseurs
- Crédibilité et communication
- Démarche internationale et rapport intégré

# Les gérants inquiets des restrictions du champ d'investissement, leurs clients de la performance

## Les principaux freins au développement de l'ISR – Sociétés de gestion

Quels sont les principaux freins au développement de l'ISR pour les gestionnaires d'actifs ? Pour leurs clients institutionnels ? Pour leurs clients distributeurs ? (22 / 18 / 17 répondants)



## Commentaires

**Comme en 2011, pour les clients institutionnels et distributeurs, la principale préoccupation est la performance des fonds ISR**

- Les gérants soulignent les études favorables aux performances de l'ISR
- Une meilleure sensibilisation pourraient aider à convaincre les clients

**La transparence apparaît également comme un frein important pour les clients institutionnels**

**Pour les clients distributeurs, c'est le manque de formation des conseillers qui est ensuite évoqué**

**Pour les gérants, c'est la restriction du champ de l'univers d'investissement qui est le principal frein**

- La démarche ISR est encore considérée comme une contrainte, et la motivation des gérants est remise en cause

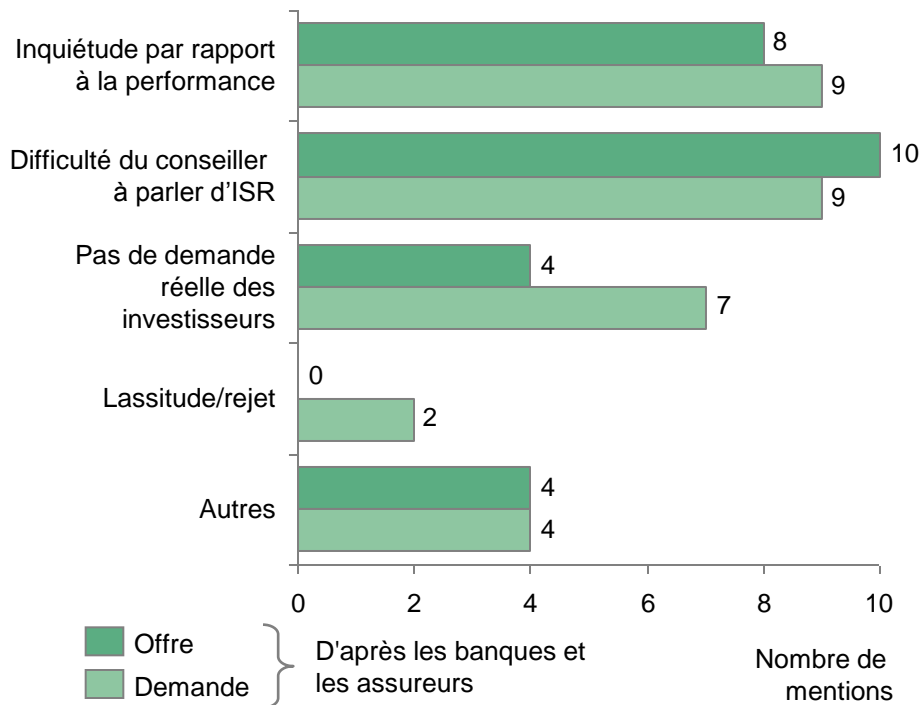
**Les sociétés de gestion pointent également la faible demande des investisseurs et le problème de la rémunération de l'ISR**

- Les investisseurs s'interrogent sur la performance de l'ISR mais ne sont pas prêts à le rémunérer lorsqu'ils en font

# La performance et la difficulté des conseillers à parler d'ISR principaux freins pour les distributeurs et les particuliers

## Les principaux freins au développement de l'ISR – Banques et assureurs

Quels sont les principaux freins au développement d'une offre ISR retail ? à la demande ISR par les clients particuliers ? (14 / 14 répondants)



## Commentaires

**Les banques et les sociétés d'assurance pointent la difficulté des conseillers à parler d'ISR (70%)**

- Complexité du discours à mettre en place
- Méfiance de la part des consommateurs à l'égard de ce qu'ils peuvent percevoir comme du marketing ou du greenwashing

**Comme pour les gestionnaires de fonds et les clients institutionnels, l'inquiétude par rapport à la performance apparaît comme un frein important (65%)**

- Développement durable et marché financiers semblent antinomiques pour les clients
- Perception d'une approche qui favorise le social au détriment de la performance de l'épargne

# Avantages fiscaux, sensibilisation et renforcement de l'information sont nécessaires au développement de l'ISR

## **50% des sociétés de gestion et des investisseurs institutionnels sont favorables à la mise en place d'incitations fiscales pour l'ISR**

Viennent ensuite la promotion de l'ISR, à travers des conférences, des événements, des publications et également grâce à la formation des équipes commerciales et des conseillers clients

Le renforcement du reporting, pour les émetteurs comme pour les gestionnaires et les investisseurs institutionnels apparaît également comme un levier important

Enfin la création d'un label est également mentionnée

## **55% des sociétés de gestion se sont fixés des objectifs d'encours ISR**

Pour 4 acteurs l'objectif est d'appliquer une démarche ISR maistream pour la totalité des encours

Une majorité d'acteurs ne serait pas prête à suivre des normes chiffrées fixées par l'industrie – un objectif de quantité remettrait en cause la crédibilité et la qualité de la démarche

## **20% uniquement des banques et des assureurs se sont fixés des objectifs d'encours**

## **2/3 des banques et sociétés d'assurances ont formé leurs réseaux à la démarche et aux produits ISR**

Elles soulignent la nécessité de continuer à développer une offre ISR crédible à présenter à la clientèle de particuliers

La sensibilisation et la visibilité commerciale de l'ISR sont également des éléments clés ; les banques et les assureurs participent à des campagnes d'information destinées au grand public et n'hésitent pas à mettre en avant les produits ISR

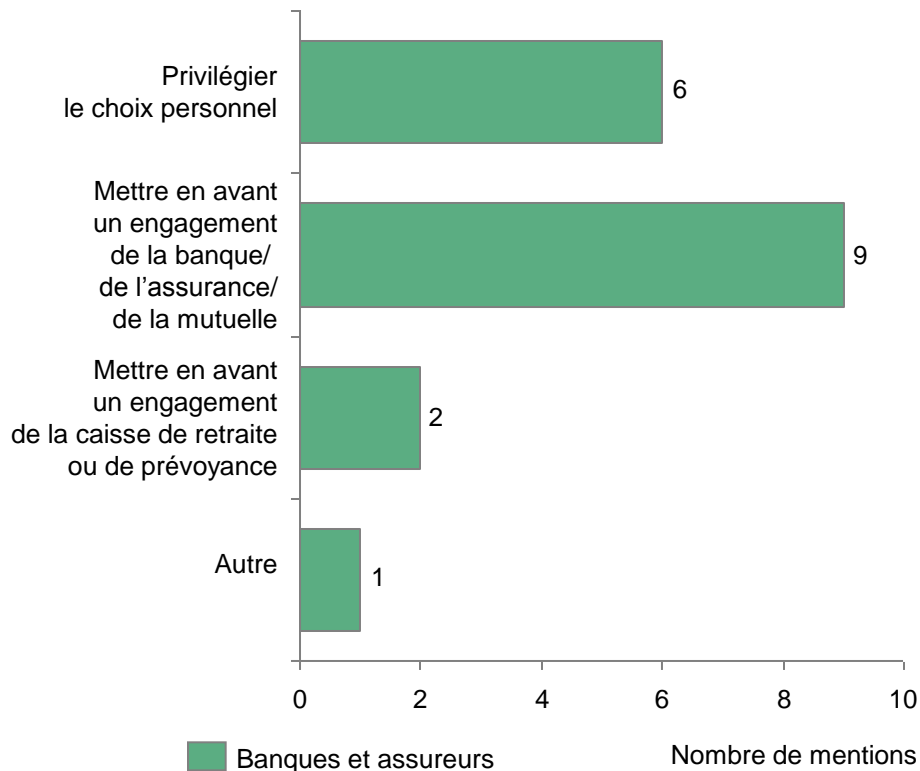
Les labels et les avantages fiscaux sont également cités pour développer l'ISR auprès de la clientèle de particuliers



# Pour 65% des banques et assureurs il faut faire preuve de sensibilisation et de pédagogie pour susciter l'intérêt

## Meilleure approche pour la clientèle de particuliers

Au niveau de la clientèle de particuliers, quelle est, selon vous, la meilleure approche? (14 répondants)



## Commentaires

**Pour 65% des banques et sociétés d'assurance, la meilleure approche pour développer l'ISR auprès de la clientèle de particuliers est de mettre en avant un engagement du distributeur**

- Certains clients font la demande de ce type de produit, mais il est important de présenter systématiquement l'offre ISR aux clients afin de "démocratiser" cette approche pour le plus grand nombre

# Agenda

---

## Echantillon/Profils des répondants

### Eléments de contexte sur l'ISR

#### Analyse des réponses –

#### Attentes et pratiques des Investisseurs et sociétés de gestion de la Place de Paris en matière d'ISR

- Définition et motivation pour l'ISR
- Méthodes de gestion
- Développement de l'ISR
- **Crédibilité et communication**

### Eléments de contexte sur la RSE

#### Analyse des réponses –

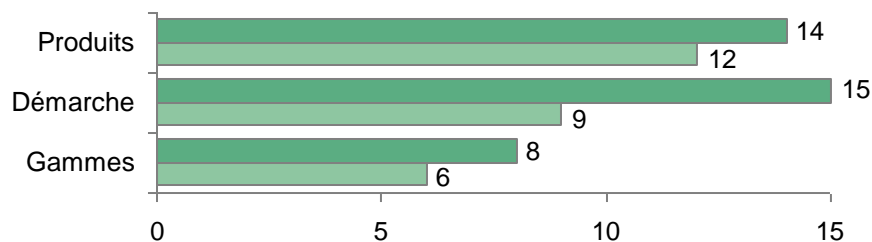
#### Attentes et pratiques des Emetteurs de la Place de Paris en matière de RSE

- Mise en œuvre et valorisation de la politique RSE
- Relations avec les analystes et investisseurs
- Crédibilité et communication
- Démarche internationale et rapport intégré

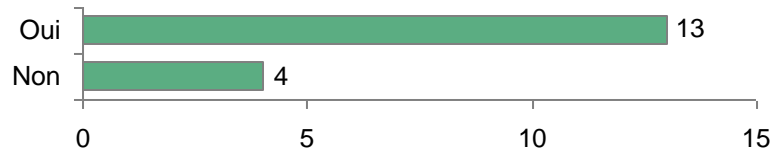
# La certification des processus largement acceptée

## Labellisation des produits et de la démarche

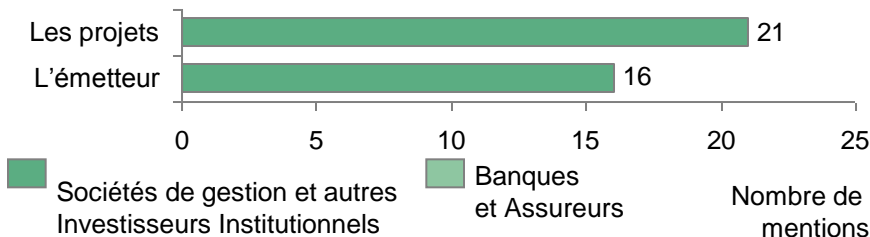
*Vaut-il mieux labelliser / certifier les produits ?  
La démarche ? Les gammes ? (20 / 14 répondants)*



*En tant que gestionnaire d'actifs seriez-vous prêt à vous faire certifier / labelliser vos processus ISR ? (17 répondants)*



*Dans le cadre d'une émission obligatoire, vaudrait-il mieux certifier/labelliser : (22 répondants)*



## Commentaires

**Toutes les banques et les sociétés d'assurance jugent "essentielle", ou "plutôt essentielle" la question de la crédibilité de la démarche ISR pour les particuliers**

**75% des sociétés de gestion et 64 % des banques/assureurs sont favorables à la certification des démarches et 70% des sociétés de gestion et 85% des banques /assureurs à la labellisation des produits**

**75% des sociétés de gestion seraient prêtes à faire certifier leurs processus ISR**

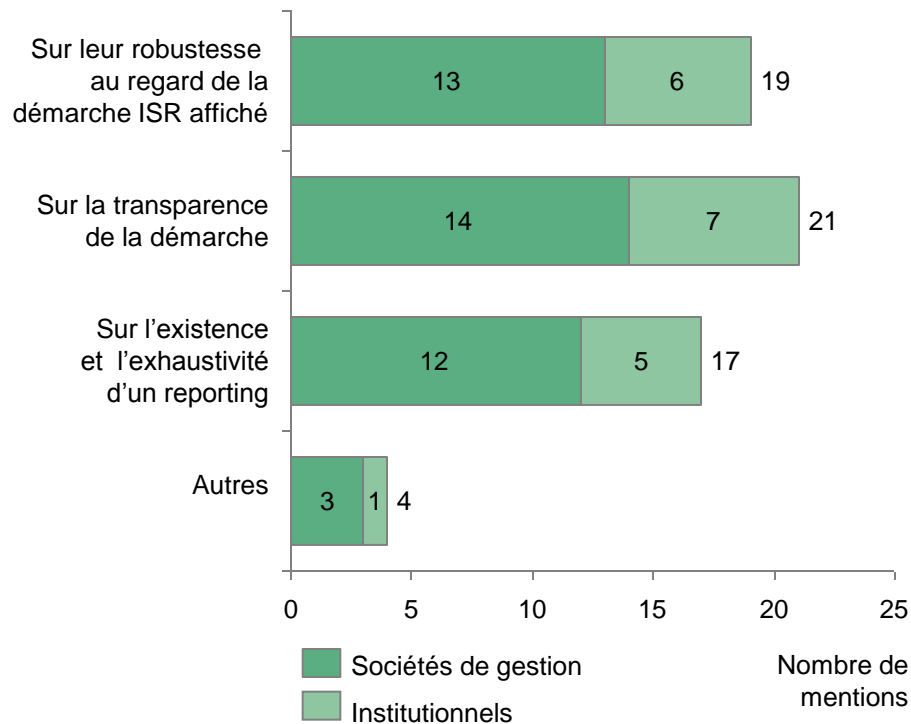
- Une démarche de ce type est considérée comme un vecteur de confiance et de crédibilité notamment auprès des clients
- Par rapport à 2011, les répondants semblent être d'avantage prêts à cette démarche
  - Un tiers des répondants pointaient à l'époque qu'une labellisation était prématurée

**Dans le cadre des émissions obligatoires, 95% des répondants sont favorables à la certification / labellisation des projets et 70% à la certification/labellisation de l'émetteur**

# Transparence, robustesse et reporting sont les principaux critères retenus pour l'évaluation des processus

## Les critères d'évaluation des processus

Sur quels critères faudrait-il évaluer les processus ? (22 répondants)



## Commentaires

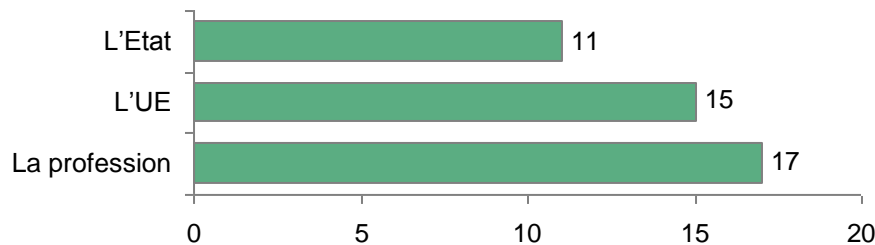
La transparence, la robustesse et le reporting sont retenus pour l'évaluation des processus

Les autres critères avancés évoquent notamment l'analyse des moyens mis en œuvre en matière de recherche ESG

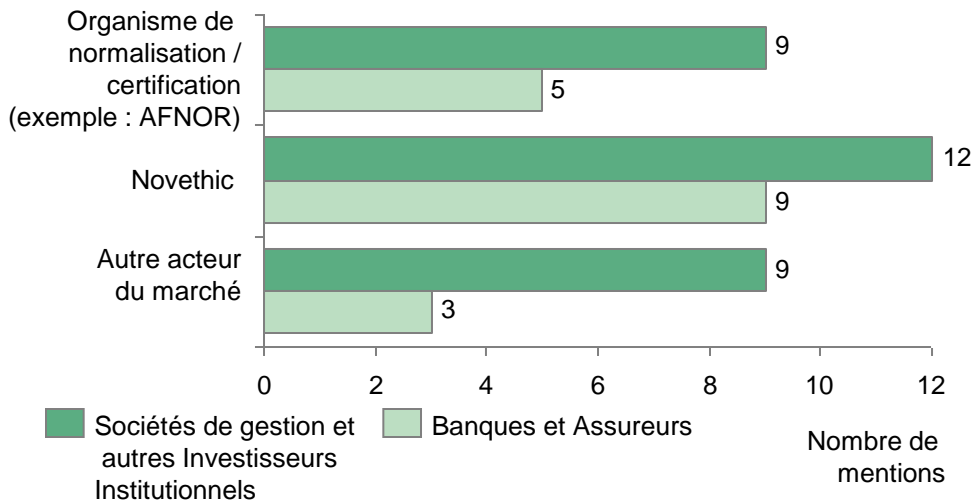
# Pas de consensus sur un acteur pour certifier / labelliser les processus

## Acteur pour impulser la démarche et acteurs pour évaluer les processus

Quel acteur devrait impulser la démarche ?  
(22 répondants)



Quels acteurs seraient le mieux placés pour certifier / labelliser ? (21 / 13 répondants)



## Commentaires

**Pour les sociétés, la démarche de labellisation doit être impulsée en premier lieu par la profession, suivie par les pouvoirs publics**

- Une démarche européenne est d'avantage mise en avant qu'une impulsion nationale uniquement

**Il n'existe pas de consensus clair sur l'acteur le mieux placé pour certifier / labelliser les processus**

- Novethic est cependant l'acteur le plus cité par les banques et assureurs comme par les sociétés de gestion
- Les organismes de certification (AFNOR) sont cités en seconde position
- Les autres réponses sont favorables notamment à des sociétés d'audit classique ou alors mettent en avant la nécessité d'inclure dans la démarche un acteur européen



# **Attentes et pratiques des Émetteurs de la Place de Paris en matière de RSE**

Résultats de l'enquête de la Commission Finance Durable de Paris EUROPLACE

Janvier 2015

# Agenda

---

## Échantillon/Profils des répondants

### Eléments de contexte sur l'ISR

#### Analyse des réponses –

#### Attentes et pratiques des Investisseurs et sociétés de gestion de la Place de Paris en matière d'ISR

- Définition et motivation pour l'ISR
- Méthodes de gestion
- Développement de l'ISR
- Crédibilité et communication

### Eléments de contexte sur la RSE

#### Analyse des réponses –

#### Attentes et pratiques des Emetteurs de la Place de Paris en matière de RSE

- Mise en œuvre et valorisation de la politique RSE
- Relations avec les analystes et investisseurs
- Crédibilité et communication
- Démarche internationale et rapport intégré

# En France, des pratiques RSE plutôt avancées

## Législation

En France, l'article 116 de la loi NRE (2001) a instauré pour la première fois une obligation de reporting social et environnemental. Cette législation a été modifiée par l'article 225 de la loi Grenelle 2 (2010)

- Il ajoute la nécessité de faire certifier ces données extra-financières par un tiers et introduit l'idée de pertinence des indicateurs laissée au libre choix des entreprises

Au niveau européen les dates clés sont

- 2011 : publication de la stratégie RSE de la Commission Européenne
- Avril 2014 : Obligation de reporting extra-financier pour toutes les entreprises cotées de plus de 500 salariés de l'Union Européenne

## Reporting intégré

Au niveau international, la démarche du reporting intégré est apparue en 2009.

- Cette initiative, qui vise à créer un cadre international pour un rapport intégré, doit permettre aux entreprises de produire des évaluations globales sur leurs performances financières, sociales, environnementales et de gouvernance
- Elle est devenue une organisation à part entière (IIRC), en 2012, et a mis en place un programme pilote associant entreprises et investisseurs.

## Lignes directrices

**Global Compact** : Lancé en 1999 par les Nations Unies, le Global Compact propose d'adhérer à 10 grands principes dans les domaines des droits de la personne, du travail, de l'environnement et de la corruption

- Depuis 2003, les signataires doivent publier des bonnes pratiques dans au moins l'un des dix principes du Pacte
- Au 1er janvier 2014, plus de 8000 entreprises avaient signé le Global Compact dans 145 pays

**Principes Directeurs de l'OCDE** : Ces principes sont l'instrument le plus complet sur la RSE qui s'applique aux entreprises multinationales

- 43 Etats se sont engagés à les faire respecter par les entreprises opérant sur leur territoire
- Une révision importante de ces Principes a été réalisée en 2011

**Norme ISO 26000** : Elle constitue la première définition de la RSE à l'échelle mondiale et doit s'appliquer à tout type d'organisation, entreprises, collectivités locales ou encore ONG.

## Organisation et contenu du reporting

**Global Reporting Initiative (GRI)** : Initiative internationale qui a progressivement proposé des standards de reporting extra-financier aux entreprises sur une base volontaire (référentiels par secteur d'activité)



# Agenda

---

## Échantillon/Profils des répondants

### Eléments de contexte sur l'ISR

#### Analyse des réponses –

#### Attentes et pratiques des Investisseurs et sociétés de gestion de la Place de Paris en matière d'ISR

- Définition et motivation pour l'ISR
- Méthodes de gestion
- Développement de l'ISR
- Crédibilité et communication

### Eléments de contexte sur la RSE

#### Analyse des réponses –

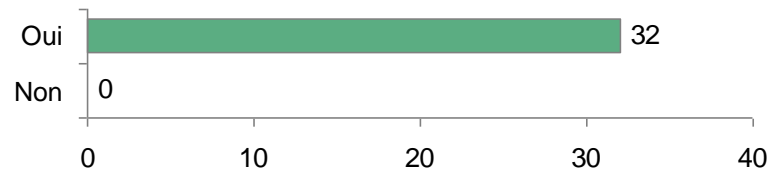
#### Attentes et pratiques des Emetteurs de la Place de Paris en matière de RSE

- Mise en œuvre et valorisation de la politique RSE
- Relations avec les analystes et investisseurs
- Crédibilité et communication
- Démarche internationale et rapport intégré

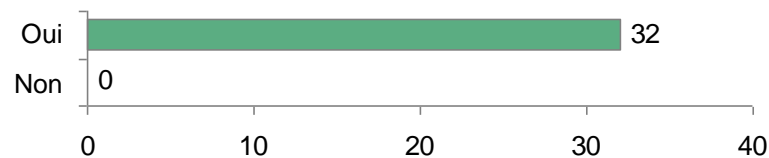
# Le Comité Exécutif pleinement impliqué dans la politique RSE de l'entreprise...

## Politique RSE et implication du Comex

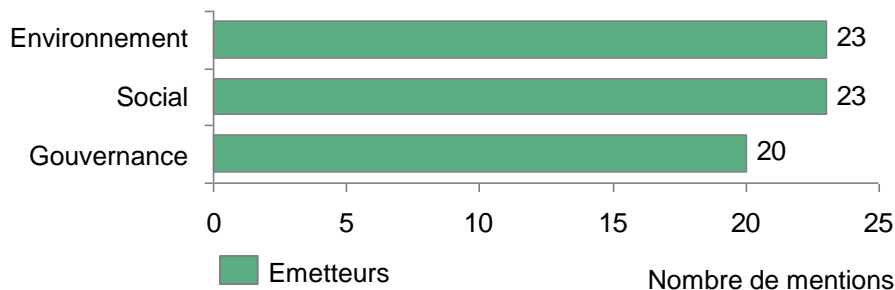
*Avez-vous défini une politique RSE?  
(32 répondants)*



*Le Comex est-il impliqué ?  
(32 répondants)*



*Quels indicateurs ESG apparaissent dans le tableau de bord du Comex ? (24 répondants)*



## Commentaires

**Toutes les sociétés émettrices interrogées déclarent avoir défini une politique RSE et avoir un Comex impliqué**

- Pour 70% d'entre elles le sujet est inscrit à l'ordre du jour du Comex
- Pour 85%, un membre du Comex est en charge de la politique RSE

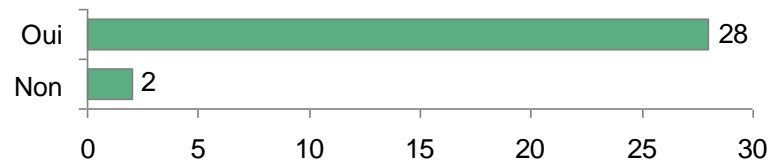
**Les indicateurs les plus souvent cités sont**

- **pour l'environnement** : indicateurs liés aux émissions de gaz, à la consommation d'eau et d'énergie et à la production de déchets
- **pour le social** : indicateurs liés à la sécurité au travail, à la formation, à la diversité et à l'égalité, à l'absentéisme et au turnover
- **pour la gouvernance** : indicateurs liés à la participation des administrateurs, à la composition du conseil d'administration, aux fraudes et au contrôle interne

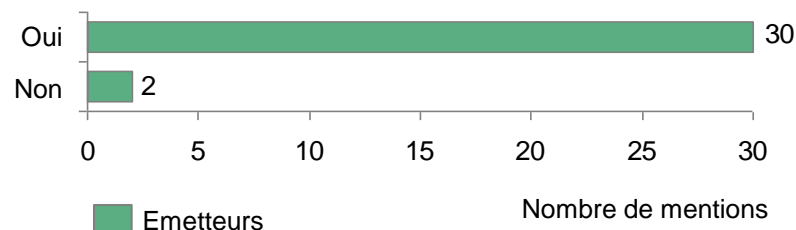
# ... tout comme le conseil d'administration et l'assemblée générale

## Implication du CA et de l'AG

*Le Conseil d'administration est-il saisi ?  
(30 répondants)*



*Le sujet est-il abordé en AG  
(32 répondants)*



## Commentaires

**95% des émetteurs déclarent que le conseil d'administration est saisi sur le sujet de la RSE**

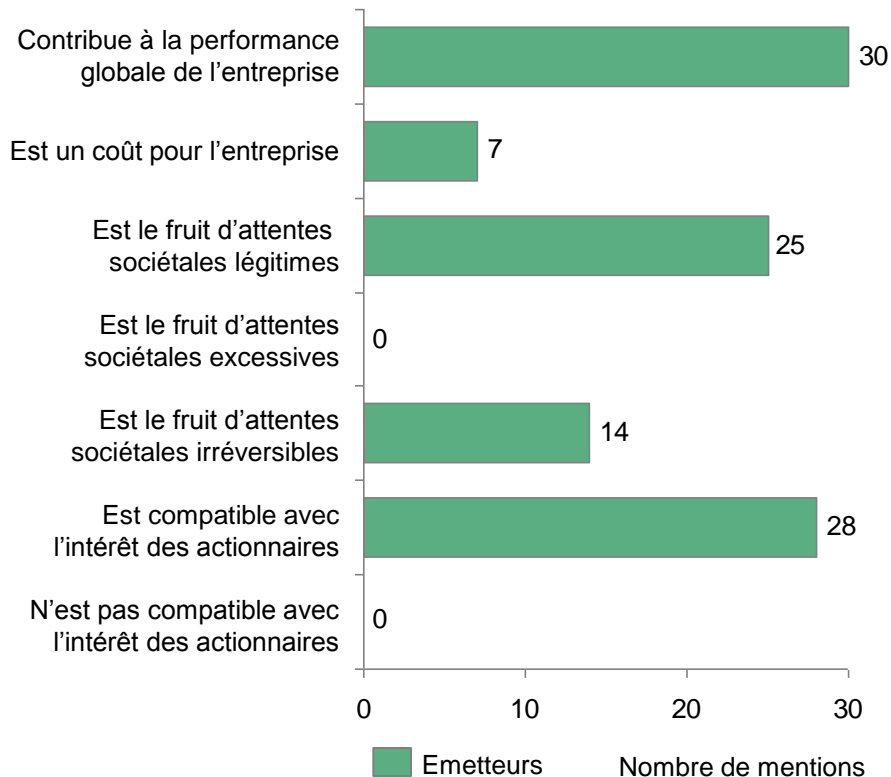
- dans 40% des cas, la politique RSE est abordée sous la forme d'un reporting périodique avec présentation du bilan, des enjeux et du plan d'action
- dans les autres cas, la RSE est traitée de manière ad hoc ou lors du comité des risques

**95% des émetteurs déclarent également que le sujet de la RSE est abordé lors des assemblées générales, souvent à travers une présentation synthétique des engagements, des principales actions et de leurs résultats**

# La politique RSE contribue à la performance globale de l'entreprise

## Perception de la politique RSE

*Diriez-vous qu'une politique RSE :  
(32 répondants)*



## Commentaires

**Pour les entreprises émettrices, une politique RSE est perçue de manière très nette (plus de 80% de mentions) comme**

- Contribuant à la performance de l'entreprise
- Etant compatible avec l'intérêt des actionnaires
- Etant le fruit d'attentes sociétales légitimes

**Si pour 20% des répondants elle est perçue comme un coût pour l'entreprise, elle n'est cependant jamais incompatible avec l'intérêt des actionnaires**

# De nombreux axes de création de valeur pour la politique RSE

## Valeur ajoutée des critères ESG

Quelle est la valeur ajoutée des critères ESG dans le développement de votre entreprise? (31 répondants)



## Commentaires

**Une meilleure maîtrise des risques, une contribution à la performance globale à travers le gain d'appels d'offre et l'arrivée de nouveaux investisseurs sont les trois contributions de la politique RSE les plus citées (>60%)**

- Les entreprises reconnaissent qu'il est maintenant indispensable d'être performant sur les critères RSE pour remporter un appel d'offre

**La contribution à la performance grâce aux revenus générés directement par des produits répondants à des problématiques RSE est mentionnée par 55% des répondants**

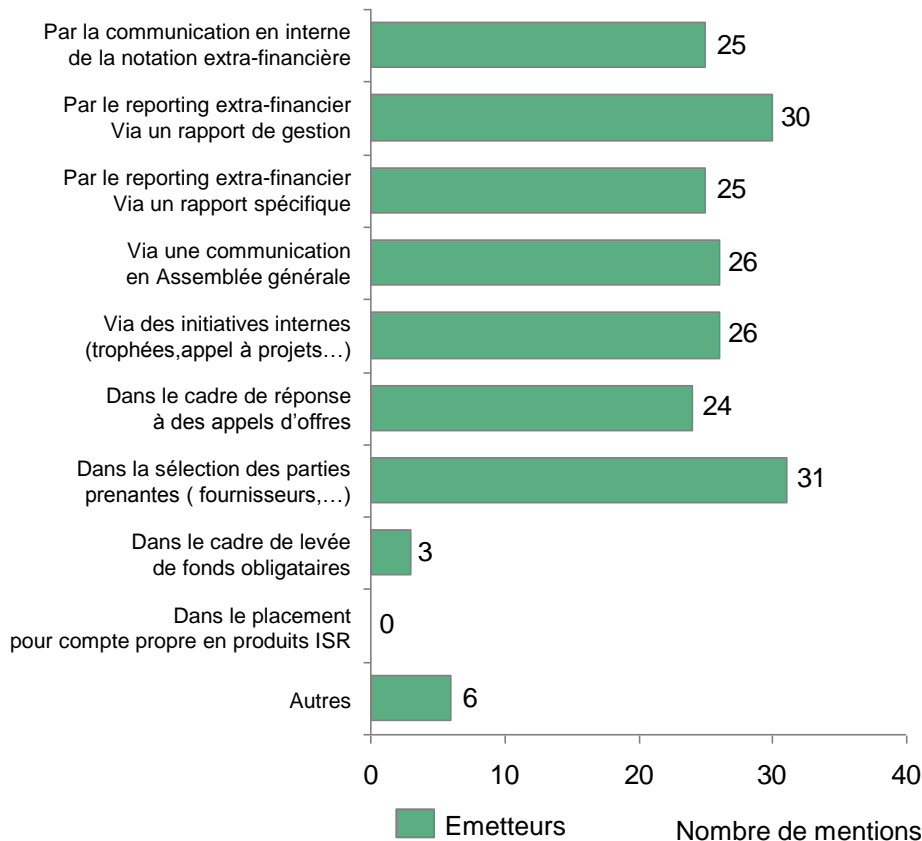
**Au même niveau, les entreprises citent la diminution des controverses et du risque de réputation**

**Enfin, les sociétés émettrices mentionnent, parmi les autres critères, la réduction des dépenses (consommation d'énergie), une meilleure cohésion sociale et une meilleure attractivité (recrutement, marché du travail)**

# Valorisation de la performance RSE par la communication interne et externe et dans la relation client-fournisseur

## Valorisation des politiques RSE et de leur performance

*Comment valorisez-vous votre politique et votre performance RSE? (32 répondants)*



## Commentaires

**Comme évoquée précédemment, les entreprises valorisent leur performance RSE lors des réponses aux appels d'offre, ainsi que lors de la sélection de leurs fournisseurs et partenaires**

**Les politiques RSE sont également largement valorisées par les entreprises dans leur communication**

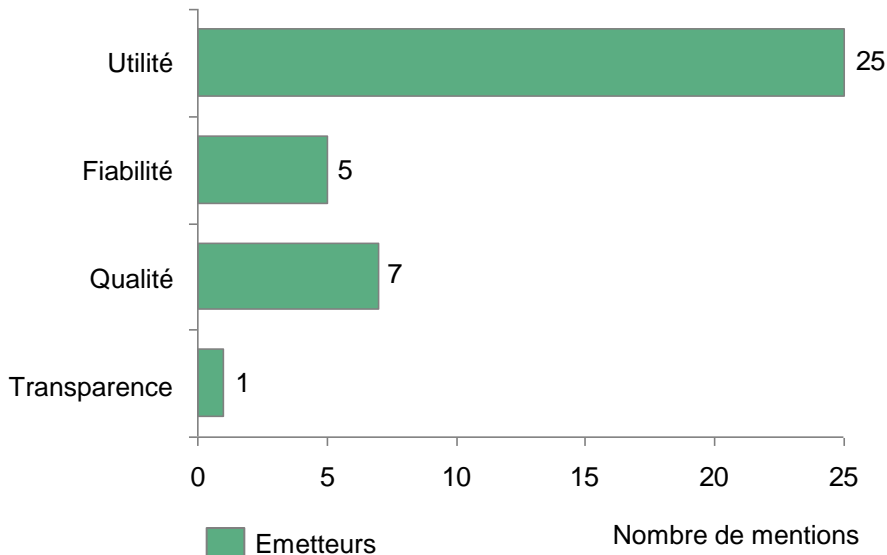
- En externe à travers le reporting extra-financier (rapports et communication en AG)
- En interne à travers une communication classique mais aussi via de nombreuses initiatives (événement, concours, appel à projets...)

**Cependant on note que très peu d'entreprises valorisent leur politique RSE dans le cadre de levée de fonds ou par le placement en compte propre en produits ISR**

# Une marge de progression importante pour les agences de notation extra-financière malgré une utilité reconnue

## Opinion sur les agences de notation extra-financières

Quelle opinion portez-vous sur les agences de notation extra-financières? (28 répondants)



## Commentaires

**Si 90% des répondants estiment que les agences de notation extra-financières sont utiles, en revanche, moins de 25 % mentionnent la qualité, la fiabilité et la transparence de leur démarche**

**Les sociétés émettrices estiment que les processus manquent de professionnalisation, que les méthodologies sont trop hétérogènes et les notations trop opaques**

- La multiplicité des questionnaires induit un besoin de ressources coûteux pour les entreprises. Plusieurs répondants suggèrent la mise en place d'un référentiel unique avec des indicateurs sectoriels communs
- Les conflits d'intérêts entre activité de notation et de conseil sont également pointés du doigt

**Certaines sociétés reprochent également une approche parfois trop systématique et bornée aux chiffres sans prendre en compte les spécificités de l'activité**

# Agenda

---

## Échantillon/Profils des répondants

### Eléments de contexte sur l'ISR

#### Analyse des réponses –

#### Attentes et pratiques des Investisseurs et sociétés de gestion de la Place de Paris en matière d'ISR

- Définition et motivation pour l'ISR
- Méthodes de gestion
- Développement de l'ISR
- Crédibilité et communication

### Eléments de contexte sur la RSE

#### Analyse des réponses –

#### Attentes et pratiques des Emetteurs de la Place de Paris en matière de RSE

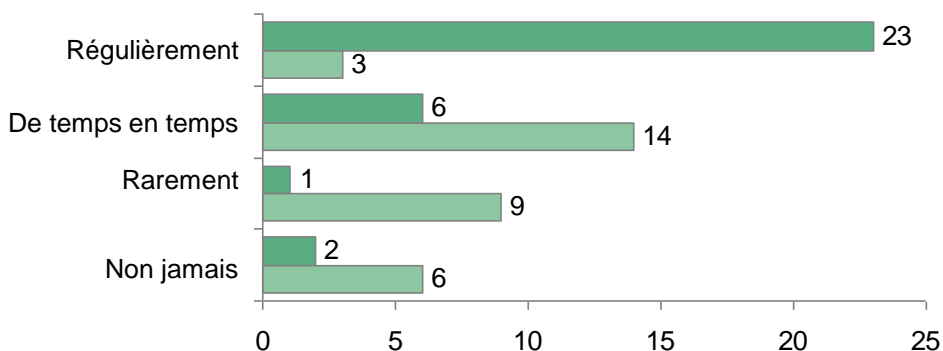
- Mise en œuvre et valorisation de la politique RSE
- **Relations avec les analystes et investisseurs**
- Crédibilité et communication
- Démarche internationale et rapport intégré



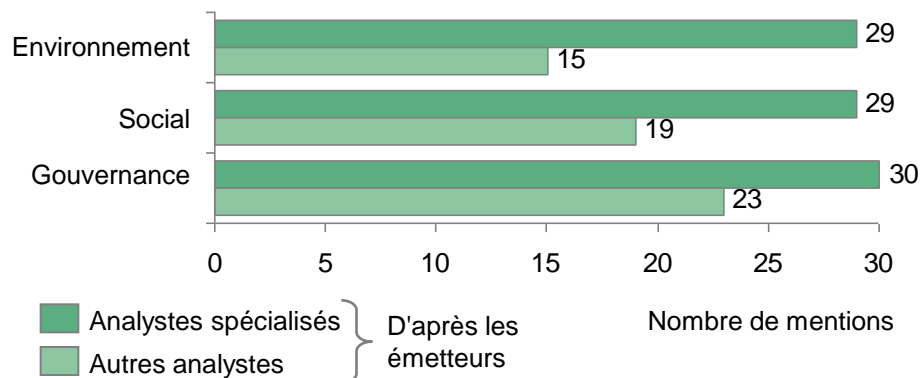
# Des échanges réguliers avec les analystes spécialisés

## Analystes / Thématiques ESG

*Etes-vous interpellés sur des thématiques ESG par les analystes spécialisés ? Par les autres analystes ?*  
(32 répondants)



*Sur quels thèmes en particulier ?* (30 répondants)



## Commentaires

**Les entreprises émettrices déclarent à 70% être interrogées de manière régulière sur les critères ESG par les analystes spécialisés**

- Le chiffre n'est que de 10% pour les autres analystes
- Cependant la majorité des entreprises déclarent que les autres analystes les interrogent au moins de temps en temps

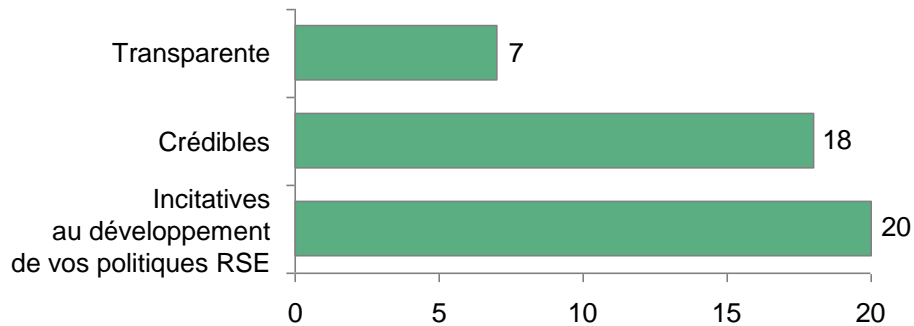
**On note par ailleurs que si les analystes spécialisés abordent quasi unanimement les thèmes de l'environnement, du social et de la gouvernance, les autres analystes sont plus intéressés par le thème de la gouvernance (75%) que celui de l'environnement**

- Les sujets abordés sont ceux suivis par les entreprises dans le cadre de leurs indicateurs

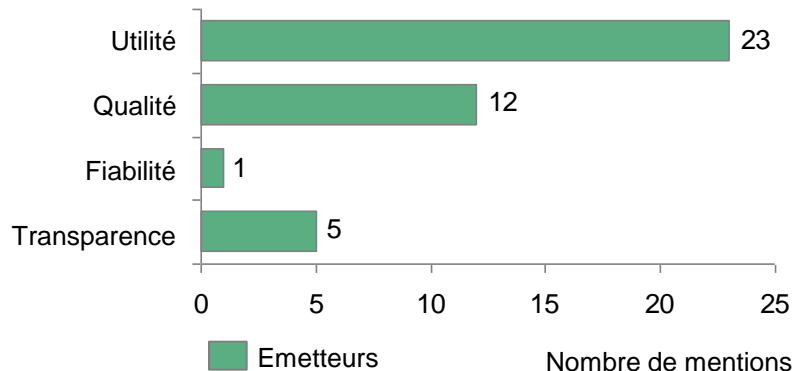
# La transparence des démarches des investisseurs et des sociétés de gestion est à améliorer

## Opinion sur les démarches ISR

*D'après vous, les démarches ISR des investisseurs sont-elles ? (27 répondants)*



*Quelle opinion portez-vous sur la démarche des sociétés de gestion de portefeuille? (28 répondants)*



## Commentaires

**65% des répondants jugent que les démarches ISR des investisseurs sont crédibles et incitent au développement des politiques RSE**

**Cependant, comme pour les agences de notations, le manque de transparence est évoqué**

**Concernant la démarche des sociétés de gestion, 80% des répondants reconnaissent son utilité, notamment vis-à-vis de l'externe (Investisseurs...)**

**Une fois encore, la transparence et la fiabilité de la démarche ne sont mentionnés que très rarement**

- Les méthodologies de notation sont peu communiquées et expliquées
- Le suivi n'est pas assez régulier

# Agenda

---

## Échantillon/Profils des répondants

### Eléments de contexte sur l'ISR

#### Analyse des réponses –

#### Attentes et pratiques des Investisseurs et sociétés de gestion de la Place de Paris en matière d'ISR

- Définition et motivation pour l'ISR
- Méthodes de gestion
- Développement de l'ISR
- Crédibilité et communication

### Eléments de contexte sur la RSE

#### Analyse des réponses –

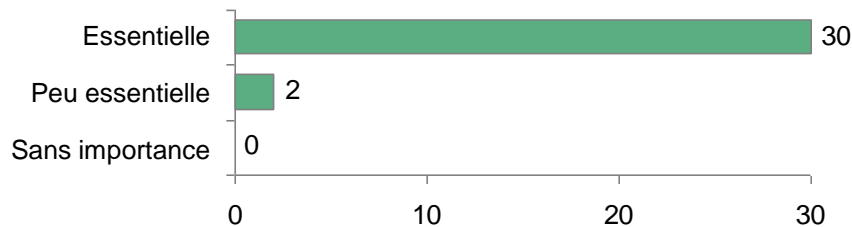
#### Attentes et pratiques des Emetteurs de la Place de Paris en matière de RSE

- Mise en œuvre et valorisation de la politique RSE
- Relations avec les analystes et investisseurs
- **Crédibilité et communication**
- Démarche internationale et rapport intégré

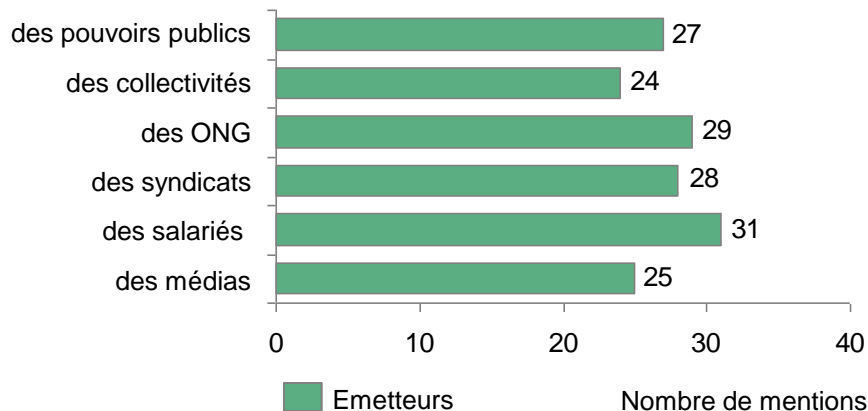
# Le dialogue régulier est préconisé pour améliorer la reconnaissance des démarches RSE

## Crédibilité/reconnaissance de la démarche RSE

*La question de la crédibilité/reconnaissance de la démarche RSE de votre entreprise par les actionnaires individuels, les investisseurs et les autres parties prenantes vous paraît-elle importante? (32 répondants)*



*Concernant les parties prenantes, précisez s'il s'agit : (32 répondants)*



## Commentaires

**Pour 30 émetteurs sur 32 la question de la crédibilité de leur démarche RSE est essentielle**

**Les principaux éléments évoqués par les entreprises pour mesurer cette crédibilité sont**

- Les notations extra-financières réalisées par les agences externes et l'inclusion dans des indices ISR
- Les sollicitations des actionnaires individuels et des investisseurs (questions en AG, dialogue en comité consultatif, demande de rendez-vous, ...)
- Des études de perception et des enquêtes réalisées par les entreprises

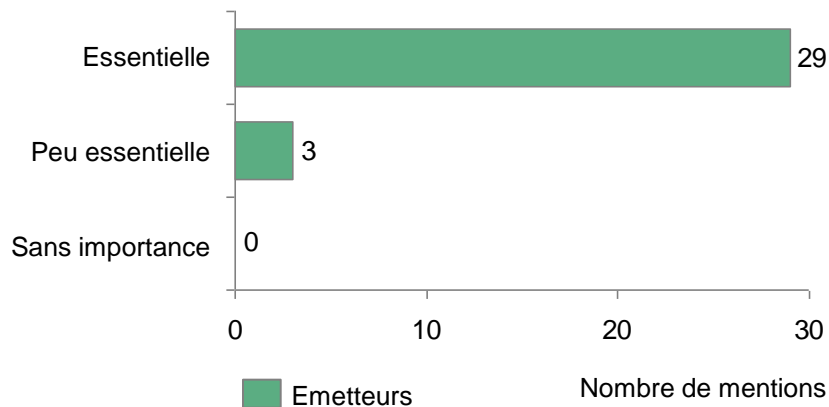
**Les initiatives préconisées pour la promotion et la diffusion des démarches RSE auprès des parties prenantes sont**

- Le dialogue et la communication sur une base régulière (séminaires transversaux et multi-acteurs, concertations, conférences)
- Un reporting plus intégré avec la stratégie et performance globale de l'entreprise

# Les clients, parties prenantes essentielles des politiques RSE

## Crédibilité/reconnaissance de la démarche RSE par les clients

*La question de la crédibilité/reconnaissance de la démarche RSE de votre entreprise par les clients vous paraît-elle importante? (32 répondants)*



## Commentaires

**Pour les répondants, la question de la reconnaissance de leurs démarches RSE par les clients est également essentielle**

**Les principaux éléments évoqués par les entreprises pour mesurer cette crédibilité sont**

- Les résultats et les retours suite aux appels d'offre, de plus en plus exigeants sur ces critères
- Les enquêtes de satisfaction réalisées auprès des clients
- La confiance que les clients témoignent

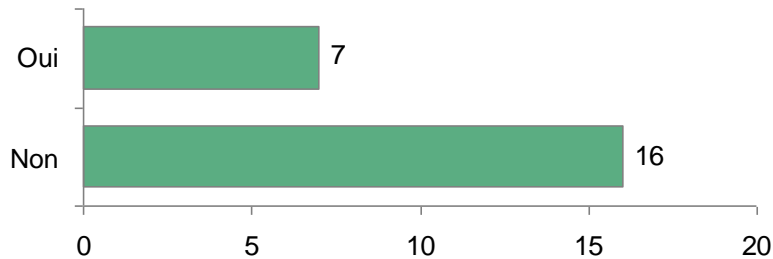
**En plus de celles précédemment évoquées, les initiatives préconisées pour la promotion et la diffusion des démarches RSE auprès des clients sont**

- Une communication axée sur les avantages compétitifs que cette politique RSE leur fournit
- Une aide à la mise en place de leur propre politique RSE
- L'intégration, dans les prestations de service et les produits, d'éléments de RSE

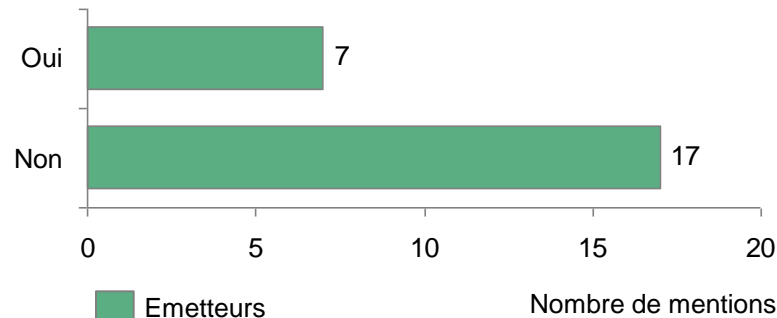
# Les émetteurs non convaincus par un label "vert" pour favoriser les émissions obligataires

## Label vert et émission d'obligation

*Pensez-vous qu'un label "vert" pourrait favoriser l'émission d'obligation? (23 répondants)*



*Seriez-vous prêt à lier l'obtention de ce label à votre note ESG globale? (24 répondants)*



## Commentaires

**70% des entreprises émettrices ne pensent pas qu'un label "vert" puisse favoriser l'émission d'obligation**

**Les principaux arguments cités par les répondants sont**

- Des interrogations sur l'acteur pouvant accorder le label
- Un scepticisme sur la méthodologie et la transparence de la démarche
- L'aspect trop spécifique d'un label "vert" par rapport aux enjeux ESG

# Agenda

---

## Échantillon/Profils des répondants

### Éléments de contexte sur l'ISR

#### Analyse des réponses –

#### Attentes et pratiques des Investisseurs et sociétés de gestion de la Place de Paris en matière d'ISR

- Définition et motivation pour l'ISR
- Méthodes de gestion
- Développement de l'ISR
- Crédibilité et communication

### Éléments de contexte sur la RSE

#### Analyse des réponses –

#### Attentes et pratiques des Emetteurs de la Place de Paris en matière de RSE

- Mise en œuvre et valorisation de la politique RSE
- Relations avec les analystes et investisseurs
- Crédibilité et communication
- Démarche internationale et rapport intégré

# Une volonté de mettre en œuvre la politique RSE à l'international malgré les différences de maturité

---

## **Tous les répondants déclarent que leurs politiques RSE concernent à l'ensemble des entités internationales de leur groupe**

Dans la majorité des cas, la politique est globalisée ; elle s'applique uniformément sans différence entre la France et les entités internationales

20% des répondants déclarent à l'inverse que si la politique est globale, la déclinaison et la mise en œuvre locale sont adaptées en fonction des spécificités culturelles et des besoins

## **Un tiers des sociétés émettrices interrogées déclarent spontanément s'appuyer sur un réseau de correspondants développement durable ou RSE présents dans les différentes entités du groupe pour la mise en œuvre de la politique RSE.**

Il peut s'agir soit de correspondants opérationnels pour déployer la politique RSE soit de correspondants fonctionnels permettant de faire remonter les informations, notamment dans les filiales.

## **La principale difficulté rencontrée dans la mise en œuvre de la politique RSE à l'international demeure les différences de maturité entre les pays sur ces sujets**

Les niveaux d'exigences réglementaires sont très variables d'une zone à l'autre

La difficulté de trouver des partenaires adaptés et les produits recherchés est également mentionnée

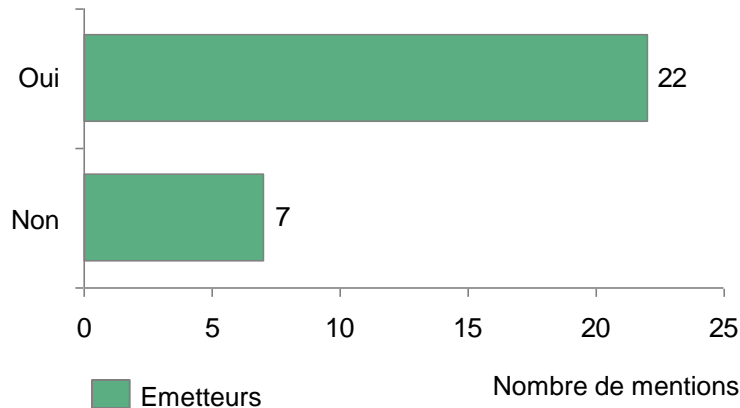
La valorisation des démarches RSE par les parties prenantes (clients, société civile) est très différente d'un pays à l'autre



# Des différences dans l'appréciation des politiques RSE par les parties prenantes en fonction de la nationalité

## Différence dans l'appréciation des politiques RSE

*Selon la nationalité des parties prenantes, constatez-vous des différences importantes dans l'appréciation de vos politiques RSE ? (29 répondants)*



## Commentaires

**75% des répondants constatent des différences dans l'appréciation des politiques RSE selon la nationalité des parties prenantes**

- Les approches sont jugées plus idéologiques en France, et plus pragmatique chez les Anglo-saxons

**Mais les différences ne sont pas insurmontables : les demandes sont traitées au cas par cas et le discours est adapté**

- Le dialogue et la pédagogie sont mis en avant

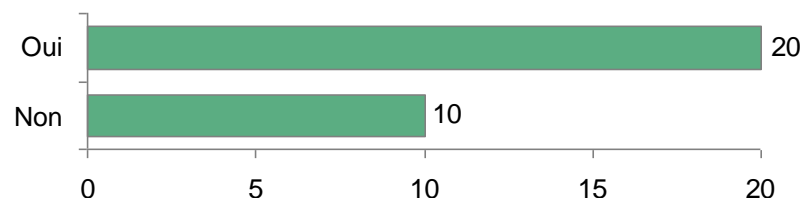
**Pour aller plus loin, de nombreuses entreprises sont favorables à la mise en place d'un référentiel commun de reporting**

- La Global Reporting Initiative est notamment donnée en exemple

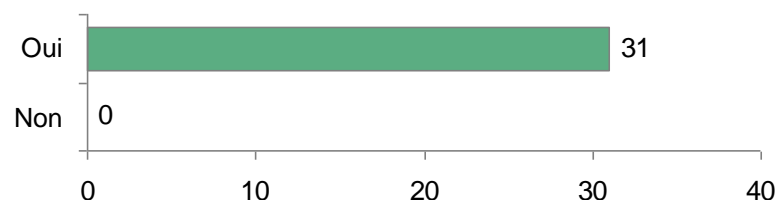
# De plus en plus d'émetteurs incluent leur rapport développement durable à leur rapport d'activité

## Rapport intégré

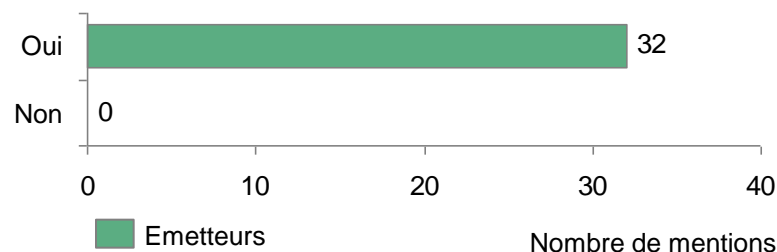
*Votre entreprise établit-elle un rapport d'activité incluant le rapport développement durable? (30 répondants)*



*Les informations ESG sont-elles intégrées à votre document de référence? (31 répondants)<sup>1</sup>*



*Avez-vous connaissance de l'initiative de l'IIRC sur le rapport intégré ? (32 répondants)*



## Commentaires

**Deux tiers des répondants déclarent que leur rapport d'activité inclut le rapport développement durable**

- La politique RSE est considérée comme faisant entièrement partie de la stratégie des groupes

**Parmi les autres, 4 sur 10 déclarent que le projet est à l'étude**

**Par ailleurs toutes les entreprises interrogées déclarent avoir connaissance de l'initiative de l'IIRC**

- Cependant seulement 3 répondants déclarent être engagés dans son expérimentation et 3 envisagent de la rejoindre

**Un tiers des répondants émettent des critiques**

- La démarche est jugée trop complexe et chronophage
- Le coût de la démarche est également jugé excessif

1. Le taux de 100% de réponses « oui » à cette question s'explique par le fait qu'en France, depuis 2010, l'article 225 de la loi Grenelle 2 oblige les sociétés cotées et non cotées de plus de 500 salariés à publier dans leur rapport de gestion des informations sur les "conséquences sociales et environnementales de leur activité et sur leurs engagements sociétaux en faveur du développement durable".