

LABEL ENTREPRISE ÉCODYNAMIQUE

janvier 2024



GAME CHANGERS



CONTENU

INTRODUCTION

PROFIL

RÉSULTATS

3.1 Gestion de l'environnement

3.2 Label Entreprise Ecodynamique

3.2.a Sensibilisation

3.2.b Intérêts

4. CONCLUSION GÉNÉRALE

5. ANNEXE

5.1 Marchés publics

5.2 Informations détaillées

INTRODUCTION

1

CONTEXTE ET OBJECTIFS



ARRIÈRE-PLAN

Le label Bruxelles Environnement Entreprise Ecodynamique récompense les organisations bruxelloises pour leurs efforts en matière de gestion de l'environnement.

Actuellement, une centaine d'entreprises ont obtenu ce label, mais Bruxelles Environnement souhaite aller plus loin et élargir le public cible.

Outre les résultats de cette enquête, une campagne de sensibilisation/information sera menée par le biais des médias sociaux et de quelques suppléments dans la presse. Les résultats de l'enquête seront utilisés pour la stratégie de communication à long terme. Les résultats de l'enquête serviront à élaborer plusieurs messages clés visant à convaincre les entreprises de l'importance des "labels".



LES OBJECTIFS




Avec cette étude, Bruxelles Environnement souhaite avoir une meilleure idée des moteurs et surtout des barrières dans la gestion environnementale et plus spécifiquement pour le label Ecodynamic.

- Que font déjà les entreprises en matière de gestion de l'environnement ? Qu'envisagent-elles encore ? Qu'est-ce qui les empêche d'investir davantage dans ce domaine ?
- Connaît-on le label Ecodyn de Bruxelles Environnement ? Que pense-t-on du label ? Quels sont les éléments qui plaisent/disparaissent ?
- Qu'est-ce qui les empêche de demander le label ? Comment convaincre les entreprises ? Comment Bruxelles Environnement peut-elle aider les entreprises ?
- Quels profils pouvons-nous distinguer et comment devons-nous les atteindre : avec quel message, quel style, quelle approche, etc.

CETTE RECHERCHE EST UNE COMBINAISON DE RECHERCHES QUANTITATIVES ET QUALITATIVES. LE PRÉSENT RAPPORT SE CONCENTRE SUR LA PHASE 1 DE CETTE RECHERCHE :




PHASE 1 - QUANTITATIVE ENTRETIENS TÉLÉPHONIQUES

Dans la première phase, Ipsos a mené des entretiens téléphoniques avec des entreprises bruxelloises. Cela nous a permis de sonder un large groupe d'entreprises bruxelloises et d'obtenir une bonne vue d'ensemble des différents moteurs et obstacles auxquels sont confrontées les entreprises bruxelloises.

-  Mesurer l'importance des différentes barrières dans les différents secteurs
-  Mieux connaître les domaines qu'Environnement Bruxelles peut le mieux soutenir
-  Données pour un profilage plus approfondi dans la phase qualitative

ÉTAPE 2 - QUALITATIVE ENTRETIENS INDIVIDUELS

Dans le cadre d'entretiens individuels, nous développons les différents profils que nous avons pu distinguer lors de la phase quantitative (par exemple, convaincus de la pertinence mais non informés, informés mais non convaincus de l'importance, etc.)

-  L'objectif est d'**enrichir les** données quantitatives et de donner vie aux résultats en développant différents personnages.
-  Elle permettra de **mieux comprendre** les principaux moteurs et obstacles à la gestion de l'environnement et au label en particulier.
-  En outre, cette approche qualitative permet de mieux comprendre le **contexte spécifique et la réalité commerciale** de l'entreprise, ainsi que les considérations **émotionnelles** du décideur, etc.

Les informations recueillies au cours de cette phase aideront l'agence de communication à créer des communications personnalisées afin d'éliminer les obstacles pour chaque profil.

MÉTHODOLOGIE PHASE 1

DESCRIPTION DE L'ÉCHANTILLON



Entreprises ayant un bureau à Bruxelles
(à l'exclusion des résidences privées)

TAILLE DE L'ÉCHANTILLON



N = 200

QUOTA



■ Secteur

La construction	8
L'industrie	7
Services	60
Commerce	20
Autres	5

MÉTHODE DE COLLECTE DES DONNÉES



Entretiens téléphoniques (CATI)

DURÉE MOYENNE DE L'ENTRETIEN



15 minutes

PÉRIODE DE TRAVAIL SUR LE TERRAIN



13/11/2023 - 06/12/2023

COMMENT LIRE LES RÉSULTATS

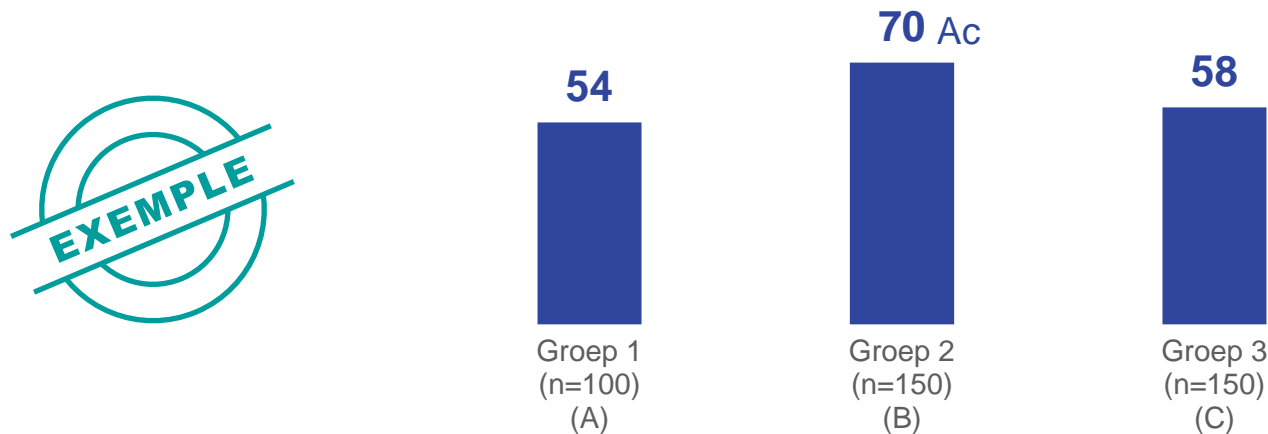
Tous les résultats sont exprimés en **pourcentage (%)**, sauf indication contraire.

Les échantillons de petite taille, c'est-à-dire $n < 30$, sont indiqués par un astérisque (*).

Les différences significatives ont toujours été testées au moyen d'un test de signification à un niveau de confiance de 95 %.

- Les différences significatives entre les groupes sont indiquées par A, B, C, ...
 - Les différences sont toujours indiquées au niveau du **résultat le plus élevé** de la comparaison.
 - Par exemple, la désignation AC dans le groupe 2 indique une différence significative entre 70% (B) et 54% (A), et entre 70% (B) et 58% (C).

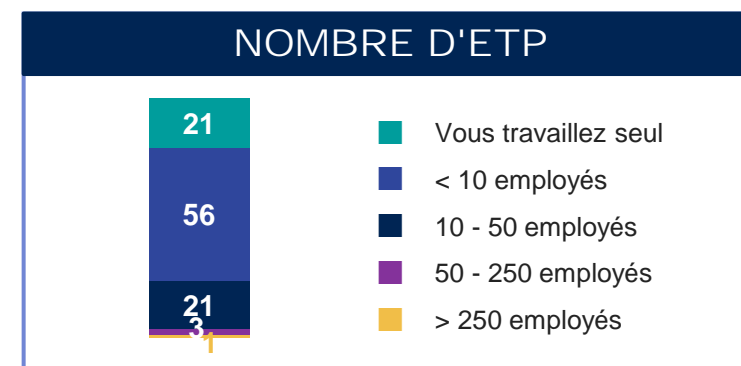
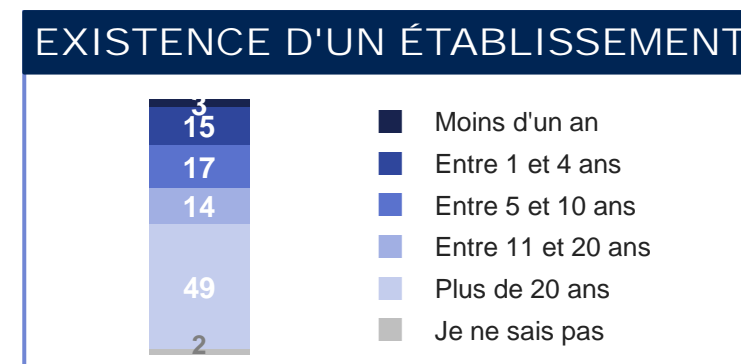
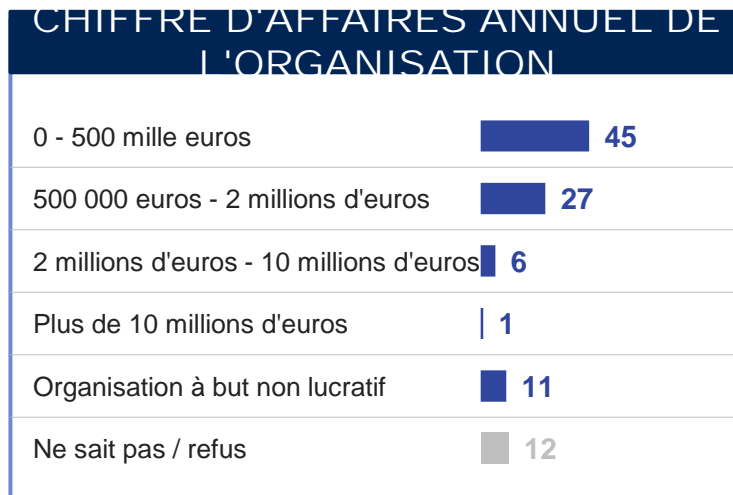
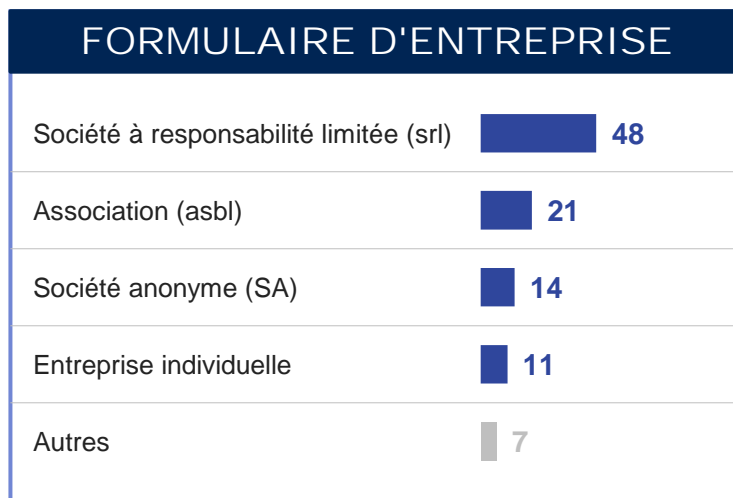
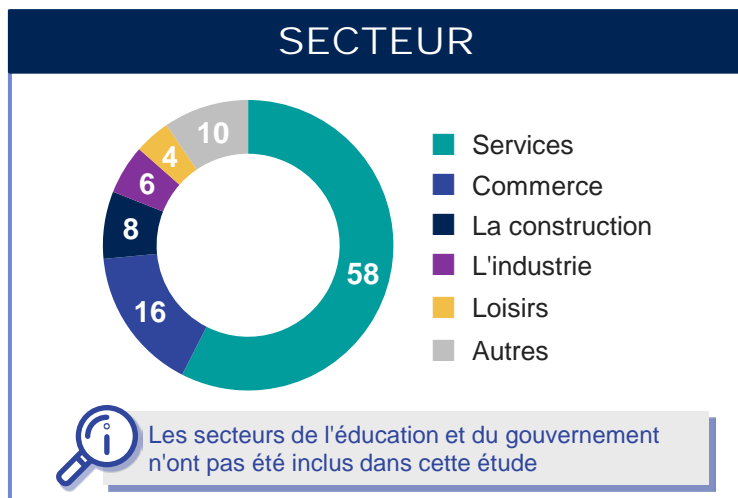
Les différences significatives pertinentes à un niveau de confiance de 90 % sont indiquées par a, b, c,...



PROFIL

2

UN LARGE ÉVENTAIL D'ENTREPRISES BRUXELLOISES A ÉTÉ INTERROGÉ :



RÉSULTATS

3

GESTION DE L'ENVIRONNEMENT

3.1

3. Les résultats

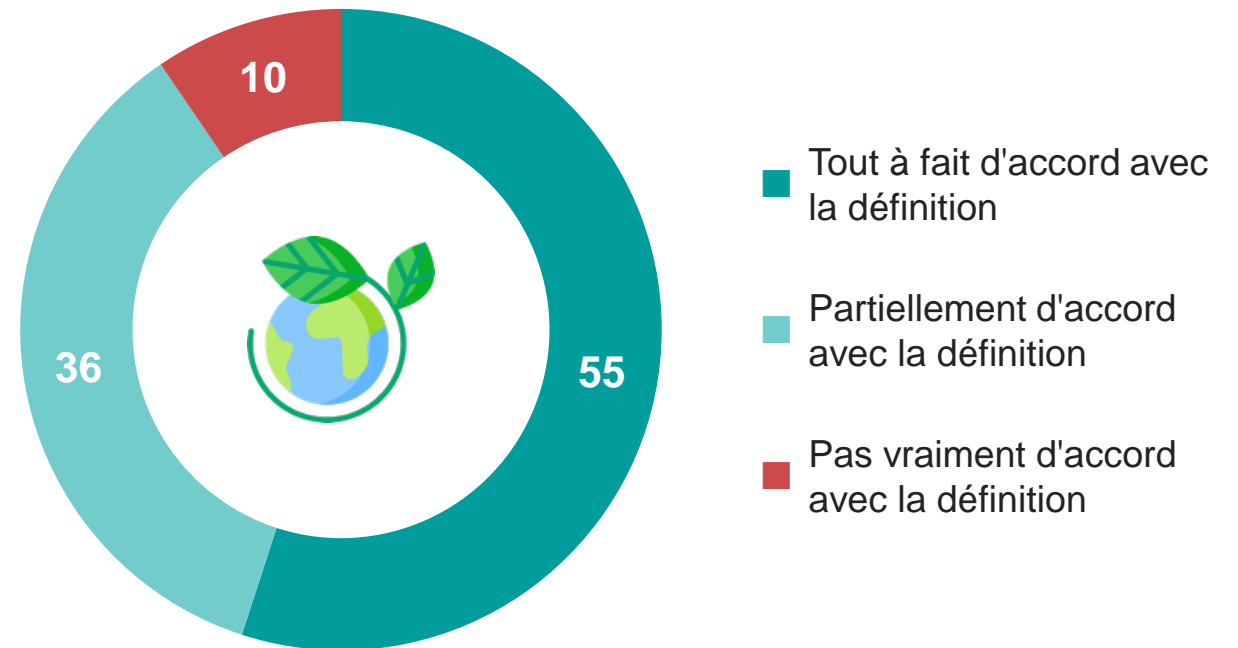
Au moins 60 %
des entreprises
bruxelloises sont
déjà activement
engagées dans la
gestion
environnementale
de base : gestion
des déchets,
économies
d'énergie et/ou
mobilité.

- 1 entreprise sur 3 fait preuve d'un engagement élevé en matière de gestion de l'environnement, en prenant au moins 5 à 8 mesures sur différents thèmes. 1 entreprise sur 2 fait preuve d'un engagement moyen de 3 à 4 actions.
- L'aspect financier : l'investissement financier est un obstacle et les entreprises qui s'engagent le plus sont généralement celles dont les revenus sont les plus élevés. La réduction des coûts est également l'une des motivations les plus importantes (et les plus réalistes) qui poussent les entreprises à s'engager davantage dans la gestion de l'environnement.
- Les entreprises qui louent un espace commercial se sentent souvent limitées ou n'ont pas voix au chapitre, mais ce n'est pas nécessairement le cas : bien que les entreprises à fort engagement environnemental soient plus susceptibles de posséder leur propre espace commercial, la majorité d'entre elles sont basées dans des espaces loués et peuvent toujours mener à bien un large éventail d'initiatives.
- La finance durable et les espaces verts sont les thèmes les plus difficiles à réaliser en termes de gestion environnementale.

CONCEPT DE GESTION DE L'ENVIRONNEMENT

Au niveau fondamental, 1 organisation sur 2 ayant une succursale à Bruxelles comprend parfaitement la gestion environnementale comme la définition de Bruxelles Environnement. Seule 1 organisation sur 10 n'est pas vraiment d'accord avec cette définition.

"Par management environnemental, nous entendons que l'organisation intègre l'environnement dans sa gestion quotidienne dans le but de réduire l'impact environnemental causé par les activités de l'organisation".



SA PROPRE PERCEPTION DE LA GESTION ENVIRONNEMENTALE DE L'ENTREPRISE

Par rapport aux autres, 27% des entreprises bruxelloises pensent qu'elles en font plus que les autres dans leur propre secteur. La majorité (65%) pense qu'elles sont au même niveau que les autres.

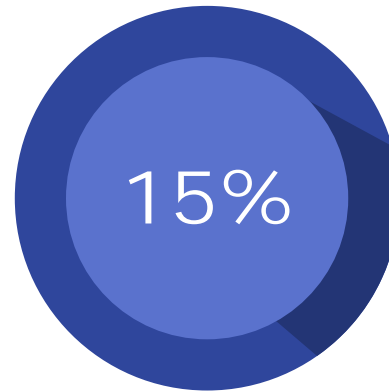


EFFORTS ACTUELS ENTREPRISES BRUXELLOISES : INITIATIVES ENVIRONNEMENTALES DANS DIVERS DOMAINES

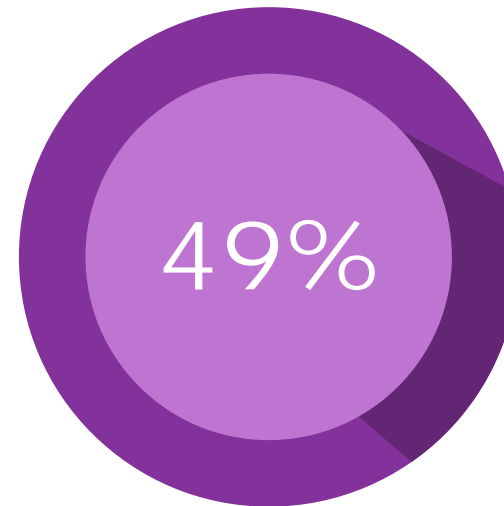
La majorité des entreprises bruxelloises ont déjà pris des mesures pour réduire leur impact sur l'environnement - une entreprise sur trois s'est déjà attaquée à cinq domaines ou plus. Cela montre qu'il existe un potentiel considérable pour les entreprises de se qualifier pour le label Ecodyn.

Les entreprises peuvent opérer sur plusieurs Domaines de la gestion de l'environnement :

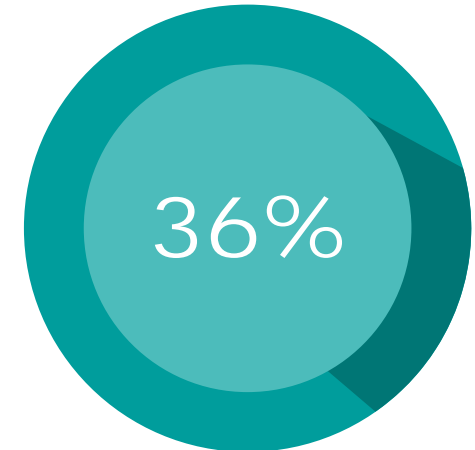
- ★ Gestion des déchets
- ★ Économie d'énergie
- ★ Mobilité
- ★ Politique d'achat durable
- ★ Construction ou rénovation durable
- ★ Économies d'eau
- ★ Espaces verts et nature
- ★ Finance durable



Engagement
faible
0 - 2 actions



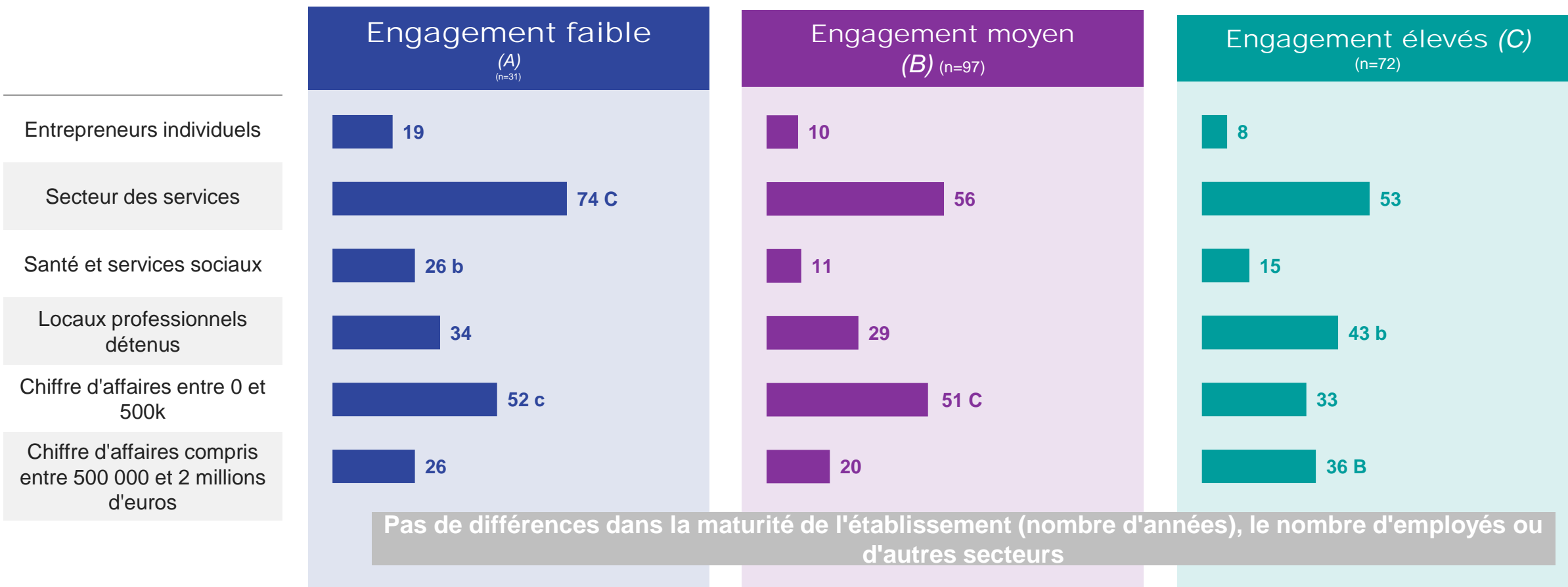
Engagement
moyen
3 - 4 actions



Engagement
important
5 - 8 actions

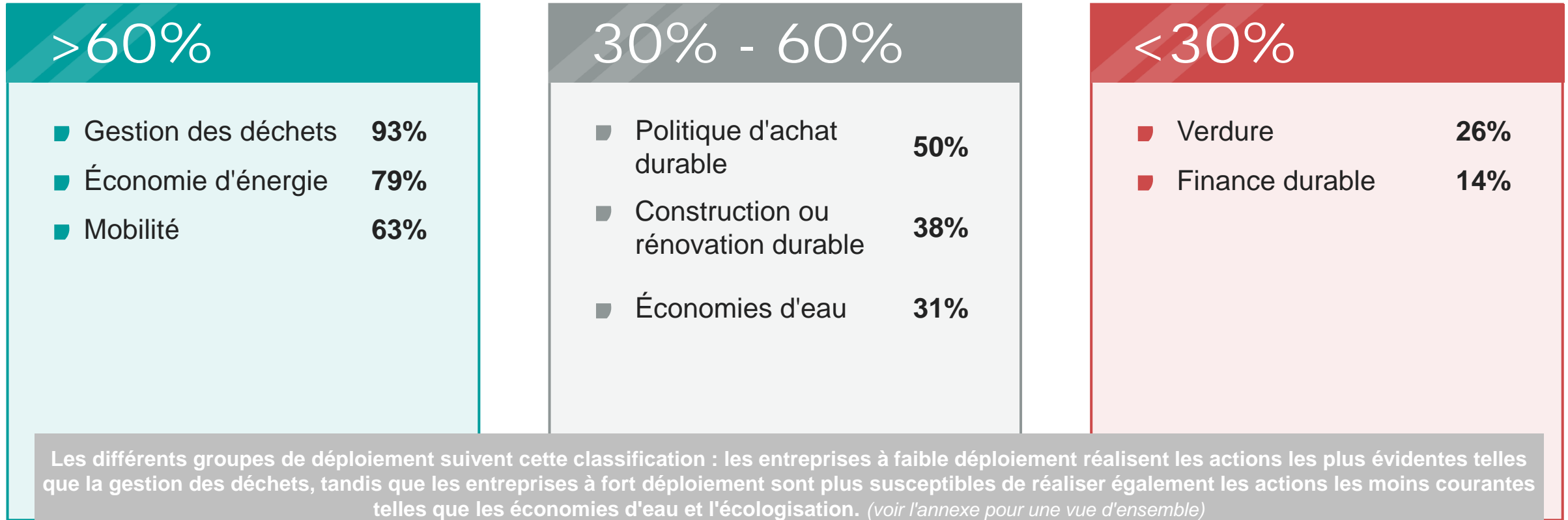
EXISTE-T-IL DIFFÉRENTS PROFILS D'ENTREPRISE EN FONCTION DE LA GESTION DE L'ENVIRONNEMENT ?

Les entreprises dont l'engagement environnemental est le plus fort sont nettement plus susceptibles d'avoir un chiffre d'affaires plus élevé et sont également plus susceptibles de posséder des locaux commerciaux. Les entreprises dont l'engagement est faible sont plus susceptibles d'avoir un chiffre d'affaires plus faible et sont davantage axées sur les soins de santé / dans le secteur des services.



ENGAGEMENT ACTUEL ENTREPRISES BRUXELLOISES : INITIATIVES ENVIRONNEMENTALES DANS DIVERS DOMAINES

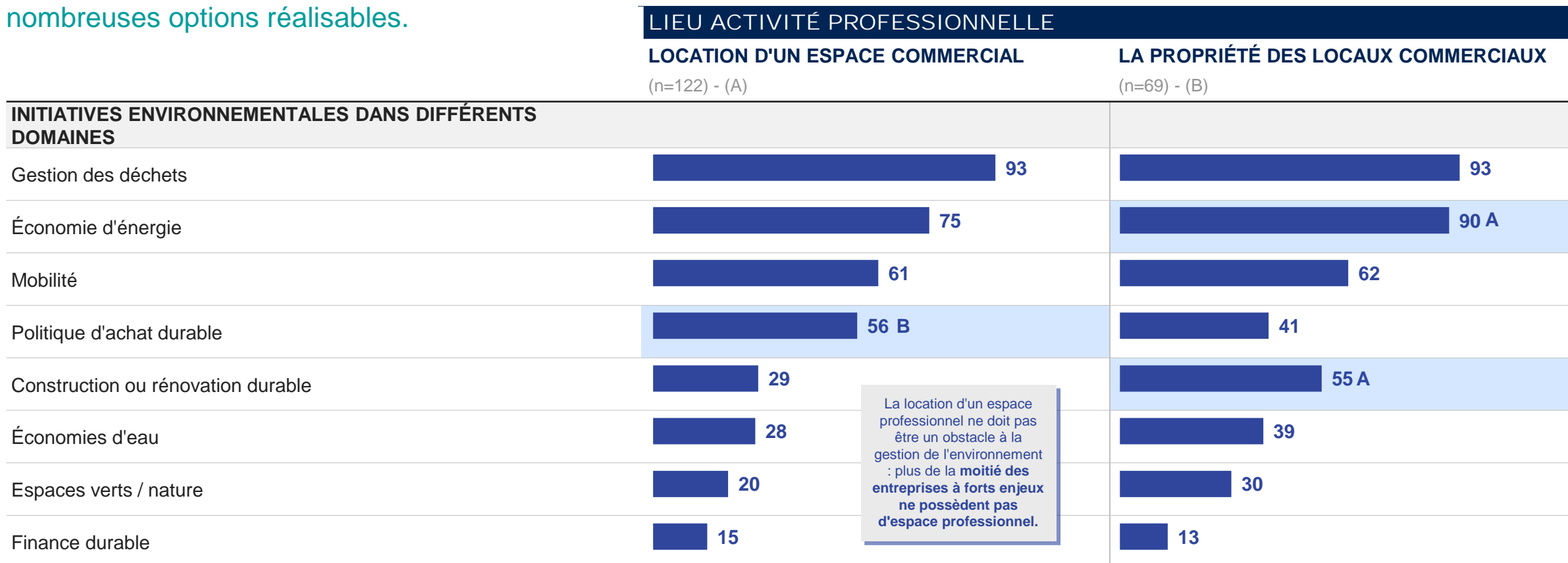
Environ 3 organisations sur 5 ayant une succursale à Bruxelles sont déjà activement engagées dans les actions les plus évidentes qu'une organisation peut prendre pour réduire l'impact environnemental de ses activités, telles que la gestion des déchets, les économies d'énergie et la mobilité.



i Échelle de 6 points : niveau supérieur 1 : l'organisation a déjà entrepris ou travaille activement sur ce sujet.

DÉPLOIEMENT DU MANAGEMENT ENVIRONNEMENTAL - ORGANISATIONS LOCATAIRES ET ORGANISATIONS PROPRIÉTAIRES

Le type d'espace professionnel utilisé par une organisation a un impact sur certaines activités de gestion environnementale, en particulier les actions plus radicales telles que la construction/rénovation durable. La possession d'un espace professionnel donne plus de liberté pour appliquer des mesures de gestion environnementale, mais la location d'un espace offre encore de nombreuses options réalisables.



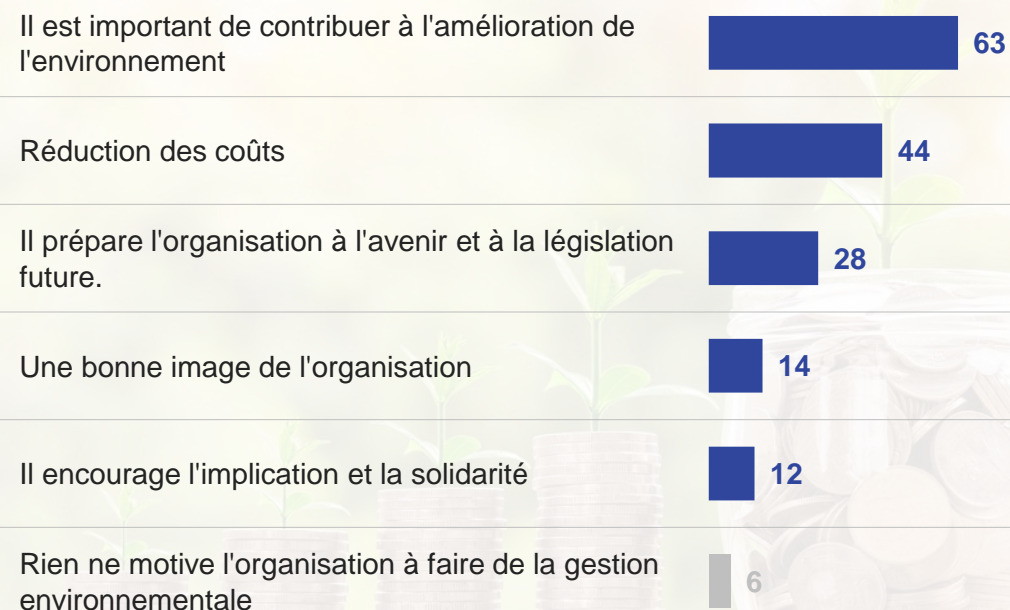
i Échelle de 6 points : niveau supérieur 1 : l'organisation a déjà entrepris ou travaille activement sur ce sujet.

FACTEURS ET OBSTACLES À LA GESTION DE L'ENVIRONNEMENT

L'importance de contribuer à la protection de l'environnement est le principal facteur (socialement souhaitable) cité par les entreprises. L'investissement financier à consentir pour s'engager dans la gestion environnementale est le principal obstacle, mais le fait qu'il permette d'économiser des coûts est également une grande source de motivation.

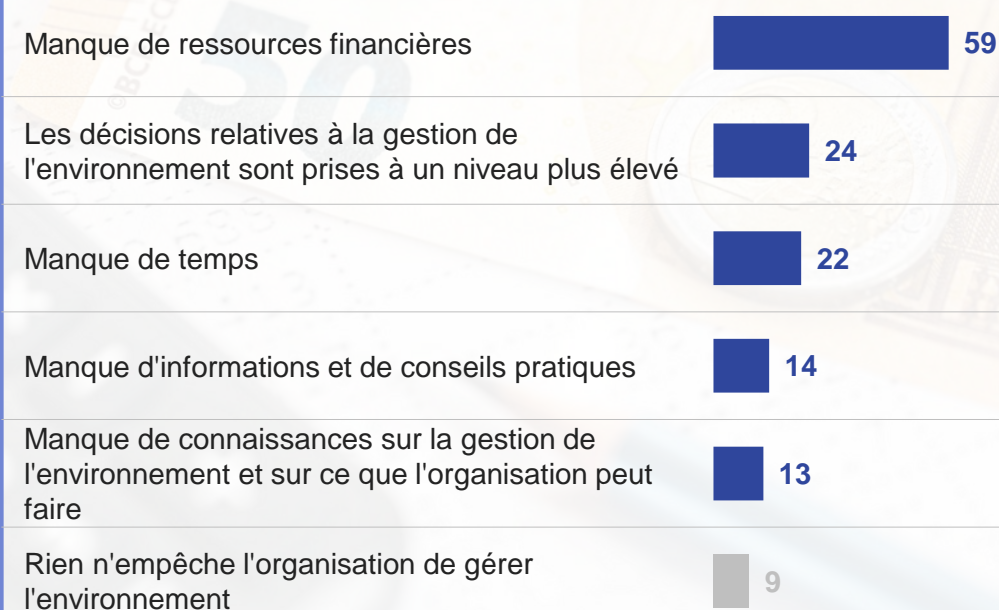
MOTEURS

Les 5 meilleurs résultats



BARRIÈRES

Les 5 meilleurs résultats



FACTEURS ET OBSTACLES À LA GESTION DE L'ENVIRONNEMENT

Les motivations sont les mêmes pour les différents groupes, bien que la motivation intrinsèque et les économies de coûts soient plus prononcées dans les entreprises qui s'engagent fortement en faveur de l'environnement. Les ressources financières constituent un obstacle pour chaque type d'entreprise, mais la plus grande différence réside souvent dans la capacité à prendre ses propres décisions en matière de gestion environnementale.

	Engagement faible (A) (n=31)	Engagement moyen (B) (n=97)	Engagement élevé (C) (n=72)
TOP 3 % DE PROSPÉRITÉ	Il est important de contribuer à l'amélioration de l'environnement	62	68
	Réduction des coûts	41	50
	Préparer l'organisation à la future législation	23	32
TOP 3 BARRIÈRES %	Manque de ressources financières	60	57
	Les décisions relatives à la gestion de l'environnement sont prises à un niveau plus élevé	30C	26
	Manque de temps	17	17

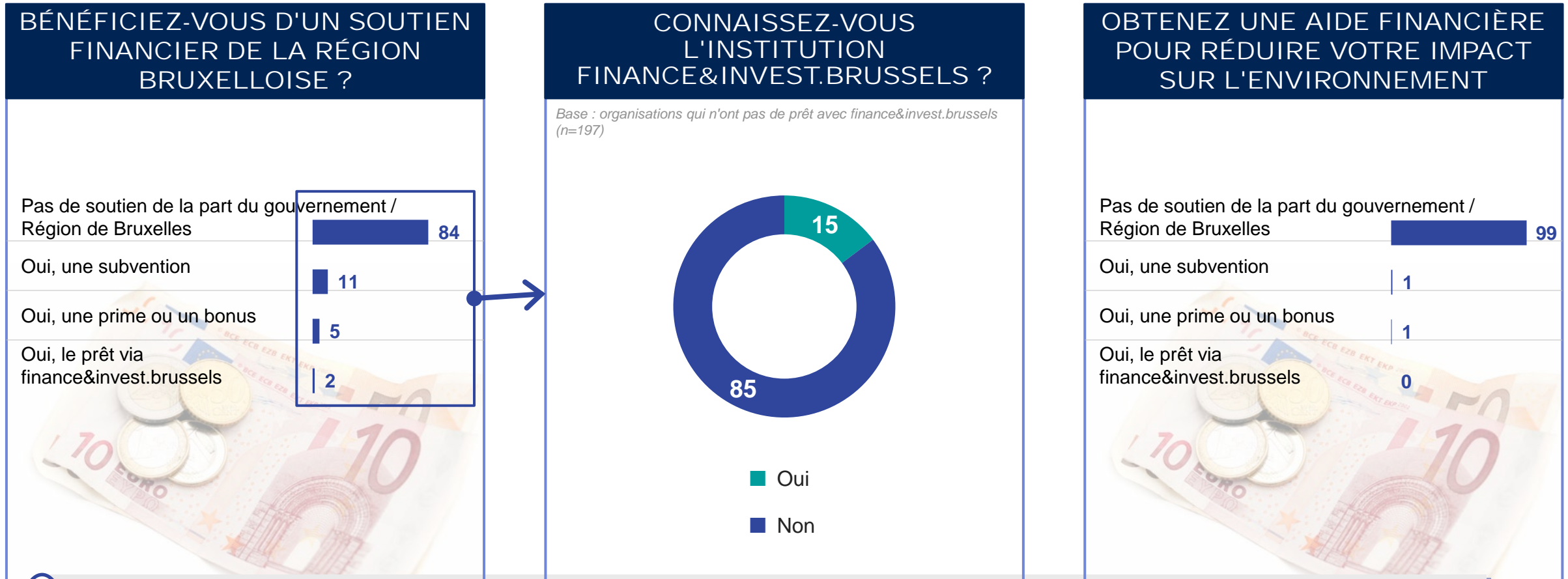
ORGANISATIONS LOCATAIRES ET ORGANISATIONS PROPRIÉTAIRES

Bien que les motivations des entreprises possédant des locaux propres par rapport à celles des entreprises louant des locaux soient similaires, les entreprises louant des locaux sont plus susceptibles de se sentir limitées dans leurs décisions environnementales. En outre, le manque de connaissances est également un obstacle pour les entreprises propriétaires.

	LIEU ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE	
	LOCATION D'UN ESPACE COMMERCIAL (n=122) - (A)	LA PROPRIÉTÉ DES LOCAUX COMMERCIAUX (n=69) - (B)
MOTIVATION POUR LA GESTION DE L'ENVIRONNEMENT		
Il est important de contribuer à l'amélioration de l'environnement	64	58
Réduction des coûts	42	43
Il prépare l'organisation à l'avenir et à la législation future.	29	28
Une bonne image de l'organisation	11	19
Il encourage l'implication et la solidarité	12	12
Rien ne motive l'organisation à faire de la gestion environnementale	6	6
OBSTACLES À LA GESTION DE L'ENVIRONNEMENT		
Manque de ressources financières	59	58
Les décisions relatives à la gestion de l'environnement sont prises à un niveau plus élevé	29 B	12
Manque de temps	23	23
Manque d'informations et de conseils pratiques	12	16
Manque de personnel	12	16
Manque de connaissances sur la gestion de l'environnement et sur ce que l'organisation peut faire	7	19 A
Rien n'empêche l'organisation de gérer l'environnement	9	9

FINANCE&INVEST.BRUSSELS ET AUTRES PRIMES / SUBSIDES

16% des entreprises bruxelloises bénéficient actuellement d'un soutien financier public (principalement des subventions), mais ce soutien n'est pas destiné à la gestion de l'environnement. L'institution Finance&invest n'est pas très connue.



Les entreprises de 10 à 50 ETP (27 %) sont plus susceptibles de déclarer qu'elles reçoivent déjà un soutien financier du gouvernement que les entreprises individuelles (3 %) et les organisations de moins de 10 ETP (9 %).

2222 Base : échantillon total (n=200)
Question : E12. Bénéficiez-vous déjà d'un soutien financier de la Région bruxelloise ? / E12B. Connaissez-vous l'institution finance&invest.brussels de la Région bruxelloise ? / E12D. Recevez-vous déjà un soutien financier de la Région bruxelloise pour réduire votre impact environnemental ?

LABEL ENTREPRISE ECODYNAMIQUE

3.2

3. Les résultats



LABEL ECODYNAMISCHE ONDERNEMING

NOTORIETE

a



LABEL ECODYNAMISCHE ONDERNEMING

LES LABELS ENVIRONNEMENTAUX SONT PEU CONNUS DES ENTREPRISES BRUXELLOISES

81%

Jamais entendu parler du label Ecodyn

77%

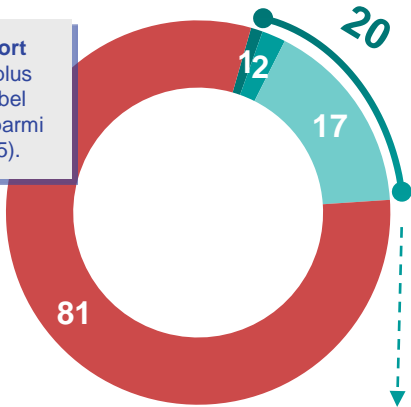
Ne connaît pas d'autres labels environnementaux

DÉTAILS : NOTORIÉTÉ LABEL ECODYN ET AUTRES LABELS ENVIRONNEMENTAUX ET DE DURABILITÉ

Seule une organisation sur cinq ayant une succursale à Bruxelles a entendu parler du label Ecodyn, mais un minuscule 3% sait ce que le label implique pleinement. Si les gens en ont déjà entendu parler, c'est principalement par le bouche à oreille.

FAMILY ECODYN LABEL

Base : (n=200)



- Oui, mon entreprise possède ce label
- Oui, je le connais parfaitement
- Oui, j'en ai entendu parler, mais je ne le connais pas.
- Non, je n'en ai jamais entendu parler

Les entreprises à fort enjeu sont déjà les plus familières avec le label ecodyn, mais même parmi elles, il est limité (25).

PAR QUEL CANAL ?

Base : (n=39)

- Via le site Internet de Bruxelles Environnement (36)
- Par l'intermédiaire de collègues ou de pairs du secteur (36)
- Par l'intermédiaire de connaissances ou d'amis (33)

AUTRES LABELS ÉCOLOGIQUES

CERTITUDE DES AUTRES LABELS ENVIRONNEMENTAUX

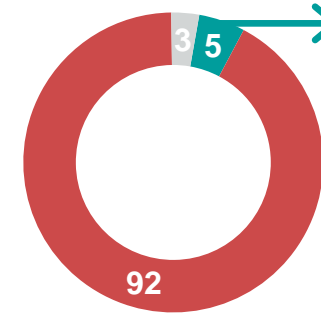
Base : (n=200)



Les entreprises à forts enjeux sont les plus familières avec les autres labels environnementaux (32)

POSSÈDE DES LABELS ENVIRONNEMENTAUX

Base : Organisations ayant un ou plusieurs labels environnementaux ou de durabilité (n=10*)



- Oui
- Non
- Ne sait pas

- ISO14001 / ISO15001
- EMAS
- Clé verte
- Ecovadis

*Petit échantillon !

ASSOCIATIONS ET MARQUES D'INTERÊT AU LABEL ECODYN

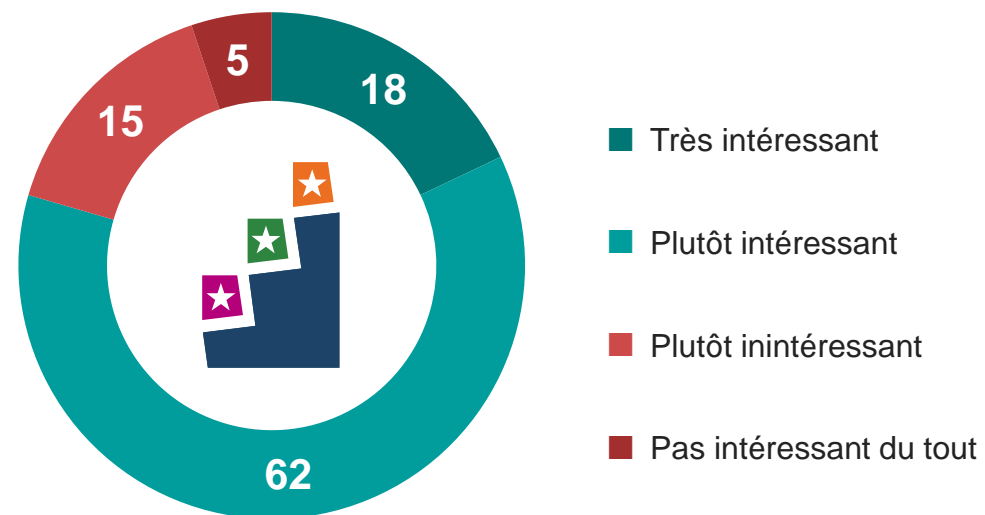
Les organisations qui ont déjà entendu parler du label Ecodyn associent largement le label à la gestion environnementale, mais sont moins convaincues que le label apporte un soutien ou peut offrir de nombreux avantages. La majorité d'entre elles trouvent le label "plutôt" intéressant mais ne sont pas totalement convaincues.

QUESTION UNIQUEMENT AUX ORGANISATIONS QUI ONT ÉTÉ EN CONTACT AVEC LE LABEL ECODYN (n=39)

A QUOI FAIT PENSER LE LABEL ECODYN



QUEL EST L'INTÉRÊT DU LABEL ECODYN ?



INTÉRÊT

b



LABEL ECODYNAMISCHE ONDERNEMING

14%

Est intéressé par la candidature au label "Entreprise écodynamique" après une brève explication du label.

35 % pourraient en faire la demande, mais ne disposent pas encore de suffisamment d'informations pour prendre une décision.

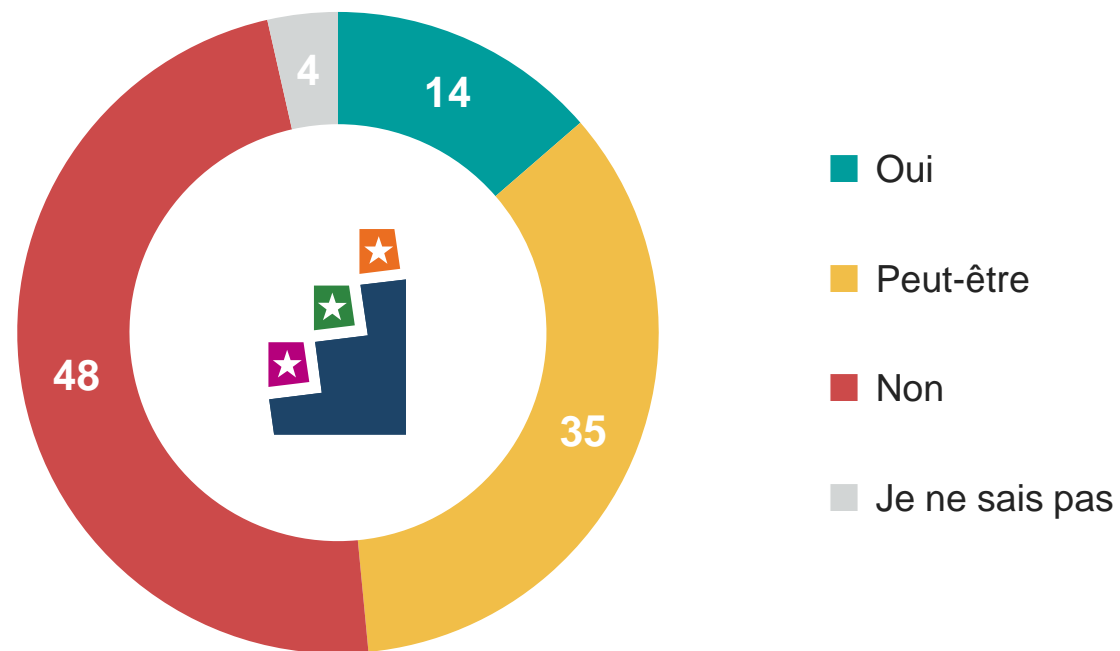
- Plus l'engagement des entreprises en matière de gestion environnementale est élevé, plus elles sont enclines à demander le label (peut-être) sur la base de la brève explication.
- Cela dit, tous les niveaux de déploiement sont manifestement à la recherche de plus d'informations sur la valeur ajoutée et les avantages du label, ainsi que d'un soutien dans le processus de candidature. Les entreprises qui embauchent se concentrent davantage sur cette orientation supplémentaire et ces conseils pratiques parce qu'elles se sentent plus limitées.
- Le public cible du label n'est pas encore tout à fait clair : entre les sceptiques et les récalcitrants, "mon entreprise ne remplit pas les conditions requises" est une barrière évidente.
- Outre des informations supplémentaires, une incitation financière bien expliquée (par le biais de primes, etc.) constitue clairement une grande motivation pour les entreprises dont le niveau d'engagement est particulièrement moyen ou élevé. Les entreprises peu engagées sont moins susceptibles d'être convaincues de s'engager davantage dans cette voie.

INTÉRESSÉ(E) PAR LE LABEL

Après une brève explication du label Ecodyn, seules 14 % des entreprises sont suffisamment convaincues pour vouloir en faire la demande, tandis qu'un tiers d'entre elles sont encore incertaines et ont besoin d'informations supplémentaires pour prendre une décision.

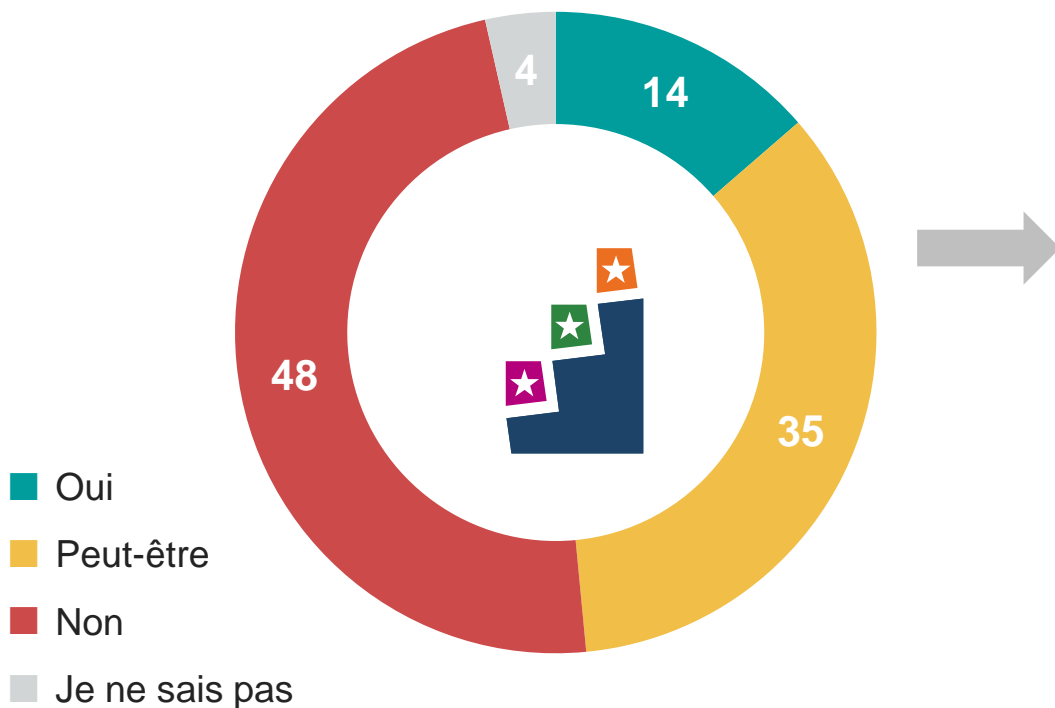
"Le Label 'Entreprise Ecodynamique' est une reconnaissance officielle et gratuite attribuée par Bruxelles Environnement. Ce label récompense les entreprises bruxelloises qui ont pris des mesures pour réduire leur impact sur l'environnement."

"Le label " Entreprise Écodynamique " est une reconnaissance officielle et gratuite décernée par Bruxelles Environnement. Ce label récompense les entreprises bruxelloises qui ont entrepris des mesures pour réduire leur impact sur l'environnement."



INTÉRESSÉ(E) PAR LE LABEL

Les entreprises dont l'engagement en faveur de l'environnement est déjà élevé sont donc plus susceptibles de demander le label après avoir entendu une brève explication.



% qui s'appliquerait pour le label (après la brève explication) :

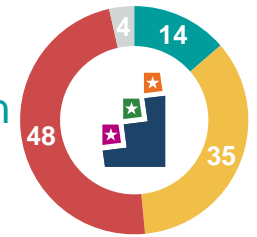
	OUI	MISSCHIEN
FAIBLES ENGAGEMENT	3	29
ENGAGEMENT MOYENS	11	35
DES ENGAGEMENTS IMPORTANTS	21	37



Les soins de santé, les services sociaux et les professions libérales sont les secteurs les moins intéressés par le label. Pas de différences entre les autres secteurs.

FACTEURS ET OBSTACLES À L'OBTENTION DU LABEL

Le manque d'information et de compréhension concernant la valeur ajoutée du label ou les modalités d'obtention du label constituent actuellement les principaux obstacles. L'image et la reconnaissance sont les moteurs des candidats potentiels. Les avantages financiers et les aides sont peu connus, si l'on se réfère à la brève présentation du label.



POSEZ VOTRE CANDIDATURE POUR LE LABEL

Base : Organisations qui demanderaient le label (n=27*)
Les 5 meilleurs résultats

Bonne image de l'organisation <i>(clients, partenaires...)</i>	44
Reconnaître les efforts de l'entreprise	26
C'est important pour nos clients et/ou partenaires	19
Je pense que mon entreprise remplit les conditions requises	19
Permet d'accéder à un soutien supplémentaire pour s'engager dans la gestion de l'environnement <i>(soutien financier, conseils...)</i>	15



SCEPTIQUES

Base : Organisations hésitant à demander le label (n=69)
Les 5 meilleurs résultats

Manque d'informations sur le label <i>(avantages, conditions...)</i>	48
Je ne pense pas que mon organisation soit éligible / qu'elle remplisse les conditions requises	16
Manque de temps	13
Cette décision n'est pas (seulement) à moi	13
L'organisation ne possède aucun bien immobilier	12



NE PAS POSTULER AU LABEL

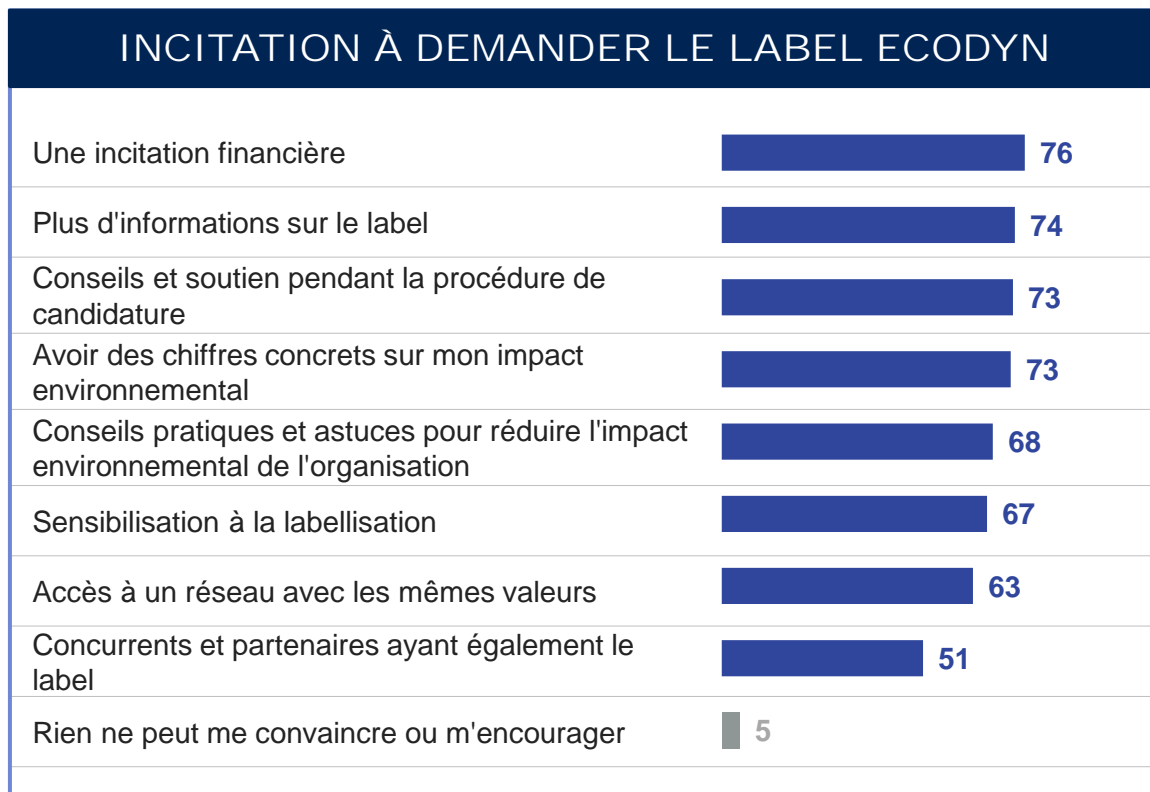
Base : Organisations qui ne demanderaient pas le label (n=95)
Les 5 meilleurs résultats

Je ne vois pas la valeur ajoutée	27
Manque de temps	15
Je ne pense pas que mon organisation soit éligible / qu'elle remplisse les conditions requises	14
Je ne connais pas le label / trop peu d'informations sur le label	14
La décision ne m'appartient pas / les décisions sont prises à un niveau supérieur	14

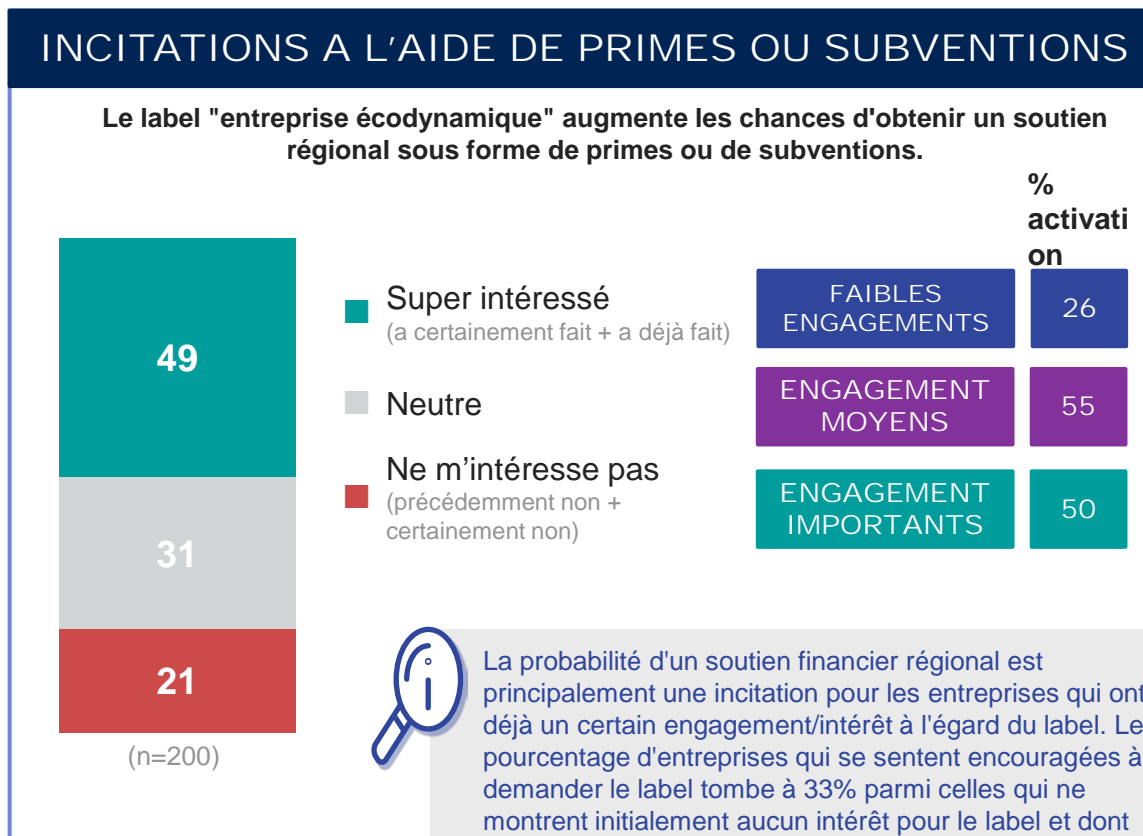
*Taille de base réduite !

DIFFÉRENTES INCITANTS À DEMANDER LE LABEL ECODYN

Les entreprises bruxelloises se montrent ouvertes à diverses incitations pour être convaincues de demander le label, mais se concentrent principalement sur les incitations financières ; la moitié des entreprises bruxelloises estiment également que la possibilité d'obtenir des primes ou des subventions par le biais du label constitue une incitation supplémentaire. A côté de cela, elles demandent principalement plus d'informations et de conseils pour prendre leur décision.



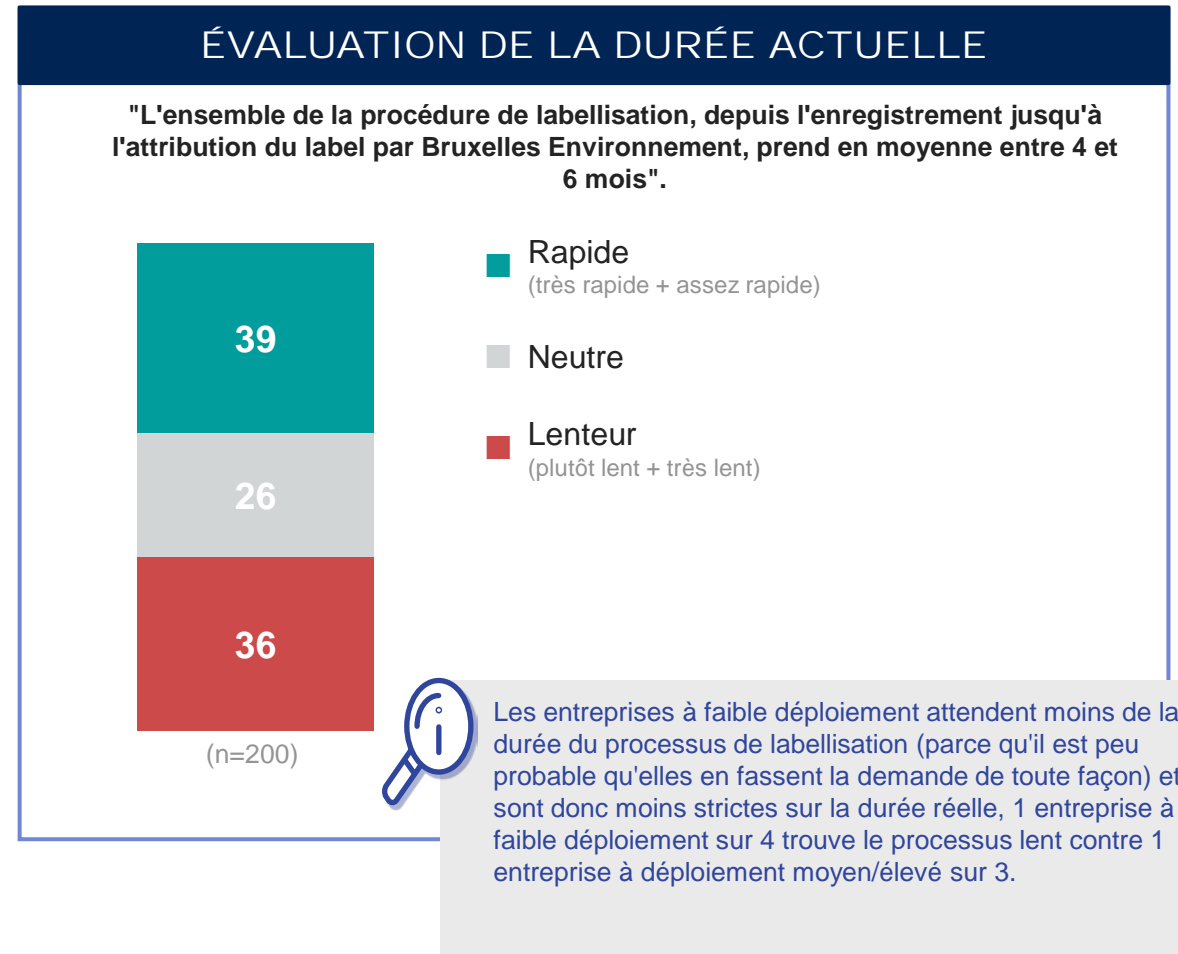
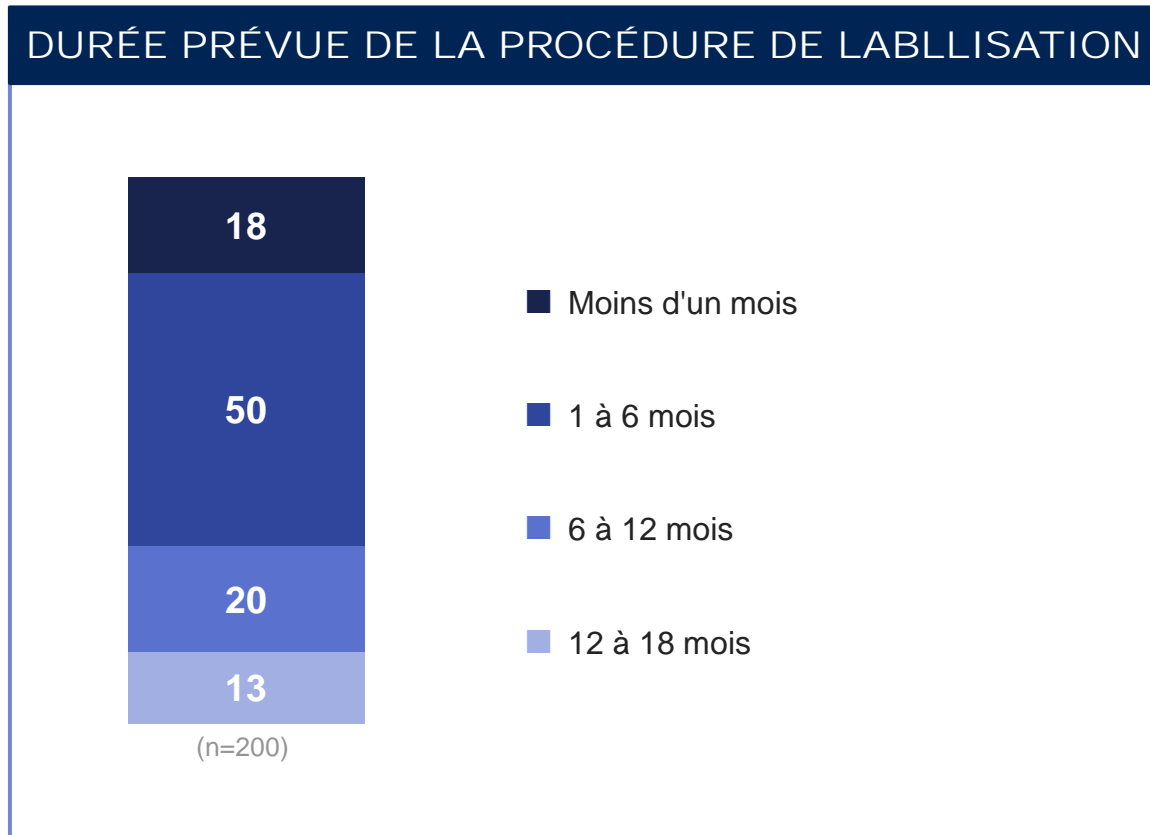
Il y a peu de nuances dans les incitations entre les trois groupes de déploiement différents ou entre ceux qui louent des espaces commerciaux et ceux qui en sont propriétaires. Ceux qui louent recherchent relativement plus de conseils, de soutien et d'astuces pratiques, car ils sont plus susceptibles de se sentir "impuissants" face à ce qu'ils peuvent ou ne peuvent pas faire.



La probabilité d'un soutien financier régional est principalement une incitation pour les entreprises qui ont déjà un certain engagement/intérêt à l'égard du label. Le pourcentage d'entreprises qui se sentent encouragées à demander le label tombe à 33% parmi celles qui ne montrent initialement aucun intérêt pour le label et dont l'engagement en matière de gestion environnementale est déjà faible ; elles ne sont pas convaincues.

DURÉE DE LA PROCÉDURE D'ÉTIQUETAGE

La durée de la procédure d'étiquetage n'est actuellement pas un obstacle majeur à la candidature. 1 organisation sur 2 ayant une succursale à Bruxelles s'attend à une durée de 1 à 6 mois



CONCLUSION GÉNÉRALE

4

COMMENT LE LABEL ECODYN PEUT-IL SE DÉVELOPPER AU MIEUX ?



SENSIBILISER

Le label "entreprise écodynamique" **n'est pas encore suffisamment connu** des entreprises bruxelloises pour permettre au label de se développer suffisamment, celles qui le connaissent ne le connaissant généralement que par le bouche à oreille. Une première étape consiste donc à lancer une **campagne de publicité auprès des entreprises** par le biais de canaux ciblés afin de leur présenter le label et ses avantages.



FOURNIR DES INFORMATIONS CLAIRES

Le principal obstacle à l'obtention du label est le **manque d'informations sur ce qu'il implique exactement**. En outre, le public cible doit **également être clair** : certaines organisations (en particulier celles qui louent des espaces) supposent qu'elles ne sont pas éligibles et ne font donc pas beaucoup d'efforts pour en savoir plus. Il est donc essentiel de communiquer clairement sur la manière dont chaque entreprise a le potentiel d'obtenir le label et sur la manière de le demander facilement, en bénéficiant d'un soutien si nécessaire.



METTRE EN ÉVIDENCE LES AVANTAGES (FINANCIERS)

Si les réponses socialement souhaitables indiquent rapidement que les entreprises veulent demander ce label pour contribuer à la protection de l'environnement, il est clair qu'elles ne sont guère disposées à le faire si on ne leur explique pas clairement les avantages et la valeur ajoutée du label - "pourquoi devrais-je faire des efforts dans ce sens ? Qu'est-ce que j'obtiens en retour ?" Les entreprises se montrent plus disposées à demander le label s'il y a des avantages financiers (primes/incitations). Elles veulent également être rassurées sur le fait que cela peut se faire sans trop d'apport financier de leur part.

L'APPROCHE DES DIFFÉRENTES ÉTAPES DE LA GESTION DE L'ENVIRONNEMENT :

GÉNÉRALITÉS :

- La plupart des entreprises ne bénéficient pas actuellement d'un soutien régional pour la mise en œuvre d'initiatives environnementales. Pourtant, une telle incitation financière est importante pour les entreprises à tous les stades de la gestion de l'environnement.
- Les trois groupes de déploiement et les groupes de locataires et de propriétaires reflètent les différences les plus évidentes et les angles de déploiement du label. Différents secteurs et différentes tailles d'entreprises opèrent dans chaque groupe de déploiement - il est donc plus pertinent d'élaborer une stratégie à partir de ces groupes plutôt que par secteur. L'élaboration de cas spécifiques (par secteur ou par maturité de l'entreprise) peut toutefois contribuer à étoffer les informations destinées aux entreprises.

ENGAGEMENT Faible

Groupe difficile à atteindre. Ils sont moins motivés par la gestion de l'environnement et disposent souvent de budgets plus modestes. Ils sont moins convaincus d'obtenir le label en échange d'une incitation financière. **Pas de priorité pour le ciblage.**

ENGAGEMENT moyen

Ce groupe a un intérêt et une motivation similaires à ceux des entreprises ayant un engagement environnemental élevé, mais il est encore en recherche et dispose plus souvent de moins de ressources. Outre les informations figurant sur l'étiquette, ces entreprises souhaitent également disposer de chiffres concrets pour poursuivre leurs initiatives en matière d'environnement.

ENGAGEMENT important

Ces entreprises ont déjà une motivation intrinsèque pour la gestion de l'environnement et ont déjà pris un certain nombre de mesures + connaître un peu mieux les labels écologiques. Malgré cela, peu d'entre elles ont franchi le pas. Outre l'incitation financière, ces entreprises peuvent déjà obtenir des informations plus concrètes sur le label et la procédure de demande.

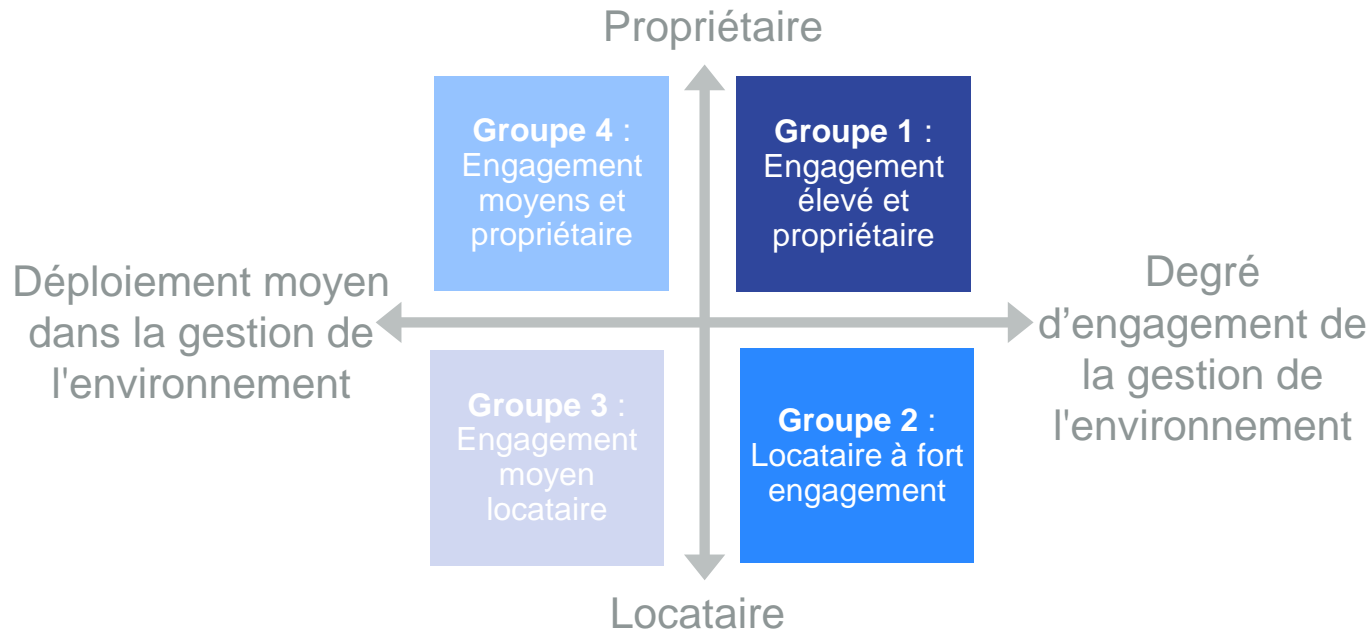
Locataire ou propriétaire

Les entreprises qui louent doivent savoir qu'elles ont de nombreuses possibilités de gérer l'environnement et d'obtenir le label ecodyn - il est essentiel qu'elles se sentent tout d'abord interpellées et soutenues par des conseils pratiques et des astuces.

PROCHAINES ÉTAPES DE LA RECHERCHE QUALITATIVE

PHASE 1 - QUANTITATIVE
DES ENTRETIENS TÉLÉPHONIQUES POUR
IDENTIFIER LES PRINCIPAUX GROUPES CIBLES

ÉTAPE 2 - QUALITATIVE
ENTRETIENS INDIVIDUELS



- De quelle manière les gens entrent-ils en contact avec la gestion de l'environnement ?
- Quels sont les domaines de la gestion environnementale les plus difficiles à mettre en œuvre ?
- Quels sont les plus grands obstacles dans un espace loué ? Comment les entreprises à fort enjeu qui occupent un espace loué parviennent-elles à tirer leur épingle du jeu ?
- Quels sont les avantages du label Ecodyn les plus intéressants ? Quel type d'incitation financière est le plus intéressant ? De quoi les entreprises à enjeux moyens et élevés ont-elles besoin pour franchir le pas ?

=> avec un mélange de secteurs et d'entreprises à faible ou à fort chiffre d'affaires par groupe - 3 entretiens par groupe

Remarque : les entreprises à faible engagement sont peu motivées pour s'efforcer de mettre en œuvre d'autres actions sur la base de leur bilan et pour passer par le processus de labellisation d'Ecodyn. Elles ne sont pas prioritaires pour les questions qualitatives.

THANK YOU!

CYNTHIA MAES

Responsable de la recherche

✉ cynthia.maes@ipsos.com

☎ +32 9 216 22 39

ELINE AERTSEN

Sr. Responsable de la recherche

✉ eline.aertsen@ipsos.com

☎ +32 9 216 22 52

XYMIRA SIMOENS

Sr. Chargé de recherche

✉ xymira.simoens@ipsos.com

☎ +32 9 216 22 17

GAME CHANGERS



 SUIVEZ-NOUS SUR LINKEDIN

© 2024 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

**BE
SURE.
MOVE
FASTER.**

GAME CHANGERS



A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est la troisième société d'études de marché au monde, présente sur 90 marchés et employant plus de 18 000 personnes.

Nos professionnels de la recherche, nos analystes et nos scientifiques ont développé des capacités multispécialistes uniques qui fournissent des informations puissantes sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients ou des employés. Nos 75 solutions commerciales sont basées sur des données primaires provenant de nos enquêtes, de la surveillance des médias sociaux et de techniques qualitatives ou d'observation.

Notre slogan "Game Changers" résume notre ambition d'aider nos 5 000 clients à s'orienter plus facilement dans un monde en profonde mutation.

Fondée en France en 1975, Ipsos est cotée sur Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. La société fait partie des indices SBF 120 et Mid-60 et est éligible au Service de Règlement Différé (SRD).

Code ISIN FR0000073298, Reuters ISOS.PA,
Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

CHANGEURS DE JEU

Dans notre monde en mutation rapide, le besoin d'informations fiables pour prendre des décisions en toute confiance n'a jamais été aussi grand.
pour prendre des décisions en toute confiance n'a jamais été aussi grand.

Chez Ipsos, nous pensons que nos clients ont besoin de plus qu'un fournisseur de données, ils ont besoin d'un partenaire capable de produire des informations précises et pertinentes et de les transformer en vérité actionnable.

C'est pourquoi nos experts, passionnément curieux, ne se contentent pas de fournir les mesures les plus précises, mais les transforment en une véritable compréhension de la société, des marchés et des personnes.

Pour ce faire, nous utilisons le meilleur de la science, de la technologie et du savoir-faire.
et le savoir-faire et appliquons les principes de sécurité, de simplicité, de rapidité et de substance à tout ce que nous faisons.

Pour que nos clients puissent agir plus rapidement, plus intelligemment et plus audacieusement.
En fin de compte, le succès se résume à une simple vérité :
On agit mieux quand on est sûr de soi.

ANNEXE

5

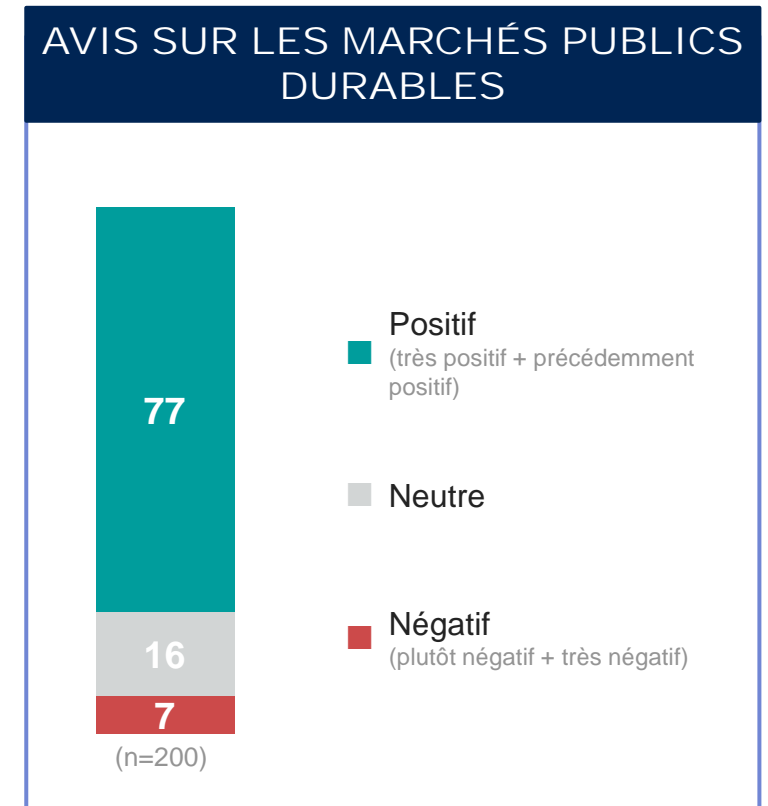
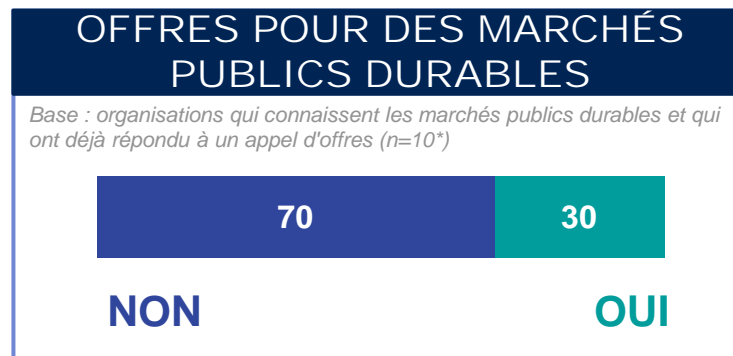
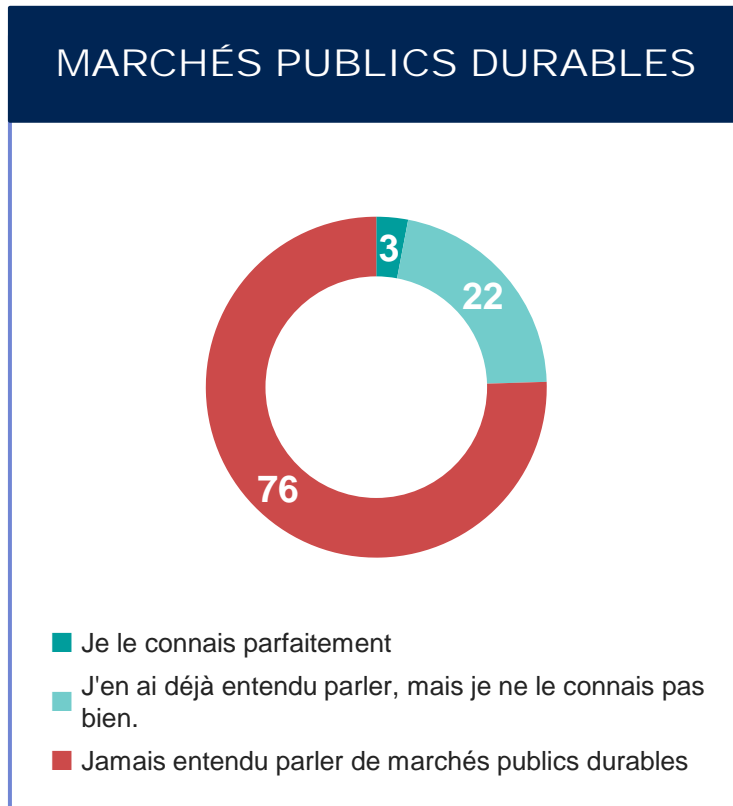
GOUVERNEMENT CONTRATS

5.1

5. Annexe

MARCHÉS PUBLICS

La majorité des entreprises n'ont pas encore soumissionné pour des marchés publics et la sensibilisation aux marchés publics durables est également limitée.



Les entreprises comptant moins de 10 ETP (22%) et de 10 à 50 ETP (27%) sont plus susceptibles d'avoir soumissionné à des marchés publics que les entreprises individuelles (3%).

***Petit échantillon !**