



Global Compact
Réseau France

Baromètre ODD et entreprises

Édition 2021

en partenariat avec 



« Ce qui ne se mesure pas ne s'améliore pas »

Les 17 Objectifs de Développement Durable (ODD) sont toujours facilement mis en avant... la vraie difficulté c'est de les mettre en œuvre ! Définissant autant de priorités pour des modèles sociétaux réinventés autour d'une justice sociale et d'un équilibre économique et environnemental nouveau, ils constituent un enjeu de taille pour les entreprises françaises, premières actrices de leur bonne réalisation.

Ma conviction sur ce point a toujours été que ce qui ne se mesure pas ne s'améliore pas. Aussi, c'est tout le mérite de la troisième enquête « ODD et entreprises françaises en action » de PwC et du Global Compact France que de suivre l'évolution de la dynamique engagée dans l'Agenda 2030 par l'ONU. Ce sont plus de 300 répondants, dont pour moitié des PME, qui indiquent que les ODD sont aujourd'hui un objet largement connu et reconnu, à 93%. Pour plus de 90% d'entre eux, les ODD représentent même une opportunité, tant pour rendre leur démarche RSE pertinente, que pour bénéficier d'un outil de dialogue partagé ou d'un moyen de mesurer la contribution sociétale de l'entreprise, devenue un enjeu de compétitivité tant elles importent aujourd'hui à tous les citoyens, qu'ils soient salariés, investisseurs et bien sûr consommateurs.

Les résultats de cette enquête, dans la droite lignée de mon action en tant que secrétaire d'État à l'Économie sociale, solidaire et responsable, ne font que renforcer ma conviction que nous sommes sur la bonne voie. Je tiens d'ailleurs à saluer l'engagement de Global Compact France sur la plateforme impact.gouv.fr, avec l'ambition de mobiliser largement leurs membres pour la publication de leurs indicateurs ESG. C'est le marqueur fort d'une vision partagée pour améliorer l'effectivité du suivi des actions environnementales, sociales et de bonne gouvernance des entreprises, qui s'inscrivent dans les enjeux des ODD. Il est dès lors à notre charge de répondre aux attentes des entreprises en matière d'ODD, afin que celles-ci puissent, à l'avenir, jouer un rôle encore plus important dans leur réalisation.

Olivia GRÉGOIRE

Secrétaire d'État
auprès du ministre de l'Économie,
des Finances et de la Relance,
chargée de l'Économie sociale,
solidaire et responsable



Global Compact
Réseau France

« Un engagement des entreprises au service d'un monde durable »

En octobre dernier, le Secrétaire général des Nations Unies – et Président du Global Compact – Antonio Guterres a reconnu la grande responsabilité à laquelle sont confrontés les dirigeants du secteur privé pour « *construire un monde durable, neutre en carbone, résilient et équitable* ». La nécessité de mieux aligner les investissements sur les Objectifs de développement durable a été réaffirmée avec une demande forte : mettre en place des cibles et des plans crédibles dans des échéances ciblées. La participation des entreprises à cette édition 2021 du baromètre ODD, qu'elles soient membres ou non du Global Compact, traduit une prise de conscience et un engagement plus important des acteurs économiques au service d'un futur souhaitable.

Au sein du Global Compact France, nous avons comme mission de favoriser l'appropriation des objectifs de l'Agenda 2030 par l'ensemble du tissu économique. C'est pourquoi nous développons nos rendez-vous dans les territoires, à la rencontre des PME et des ETI. Cette volonté de proximité avec les forces vives de nos régions se traduit également par la mise en place de cercles régionaux et par un maillage plus fin du territoire grâce à nos entreprises ambassadrices. Faire vivre les ODD au niveau local est une condition nécessaire au succès de la Décennie d'action et à l'atteinte des 17 Objectifs de développement durable.

L'édition 2021 de notre baromètre démontre une attente plus forte de la part des investisseurs et agences de notation au sujet des ODD, preuve que cette grammaire commune s'impose au-delà des sphères du développement durable. Seuls les projets intégrés, favorisant le développement d'une réelle citoyenneté d'entreprise, disposent d'un pouvoir de transformation à la hauteur des enjeux. Cette citoyenneté d'entreprise implique des partenariats avec la société civile et les organismes publics. Ce type de dialogue permettra d'innover durablement et d'entrer pleinement dans la Décennie d'action. C'est dans cet esprit, conforme à l'ODD 17, que s'inscrit ce baromètre.

Enfin, je veux remercier PwC France et Maghreb, le Secrétariat d'État chargé de l'Économie sociale, solidaire et responsable et l'ensemble de nos partenaires pour leur soutien à la réussite de cette enquête.

**André
RENAUDIN**

Président,
Global Compact France



Global Compact
Réseau France

Les ODD, un vrai cadre éclairant le sens de l'action des entreprises

Depuis quelques années, l'évolution du rôle de l'entreprise comme un acteur sociétal fort se confirme de plus en plus. Les raisons d'être qu'elles choisissent font un lien fort entre les enjeux propres à leur métier et les conséquences sociétales, en termes d'impact, de leurs activités.

On est clairement passé en 20 ans d'une vision de la RSE tournée responsabilité dans son périmètre business élargi à une notion de RSE orientée engagement et prospective. Ces évolutions questionnent la définition traditionnelle de la performance.

Cette notion d'impact et de caractérisation de la performance en regard d'enjeux majeurs s'inscrit pleinement dans la philosophie des ODD. Et au-delà, les ODD confirment cette année encore qu'ils sont plus que jamais le langage commun de l'impact et un élément clé dans la lecture de la performance.

En effet, le nombre de répondants au baromètre 2021 est en augmentation de 20% environ ce qui traduit l'intérêt fort des entreprises dans l'utilisation des ODD. Cela confirme aussi ce que nous observons au quotidien dans nos interactions avec nos clients : le COVID a eu un effet accélérateur sur les questions de durabilité dans les entreprises. Les questions de sens, de résilience et de long terme sont aujourd'hui des éléments pris en compte par les dirigeants, les investisseurs et aussi les collaborateurs et les clients.

Leur lien avec la performance, voire même l'attractivité de l'entreprise, est aussi fortement reconnu en particulier dans les PME puisque 75% d'entre elles indiquent que les ODD leur permettent de se différencier des concurrents.

Ce baromètre confirme aussi toutes les évolutions en matière de tendance de consommation que l'on peut observer depuis la fin du premier semestre 2021. En effet, les attentes en termes de consommation responsable ont fait un bon important ces derniers mois et l'ODD le plus retenu par les entreprises est le 12 (consommation et production responsable) devant les questions de travail décent (ODD 8), d'égalité des sexes (ODD 12), lutte contre le changement climatique (ODD 13) et bonne santé, sans surprise cette année (ODD 3).

Les ODD confirment donc leur rôle central dans l'orientation des stratégies des entreprises pour « éclairer la route » mais aussi dans l'évaluation de leur performance pour clarifier la notion de sens et contribuer à renforcer l'idée qu'il ne pourra y avoir d'entreprise qui gagne dans un monde qui perd.

**Emilie
BOBIN**

Associée,

Co-Responsable du Département
Développement Durable,
PwC France et Maghreb



Global Compact
Réseau France



DROITS DE L'HOMME



NORMES
INTERNATIONALES DU
TRAVAIL



ENVIRONNEMENT



LUTTE CONTRE
LA CORRUPTION

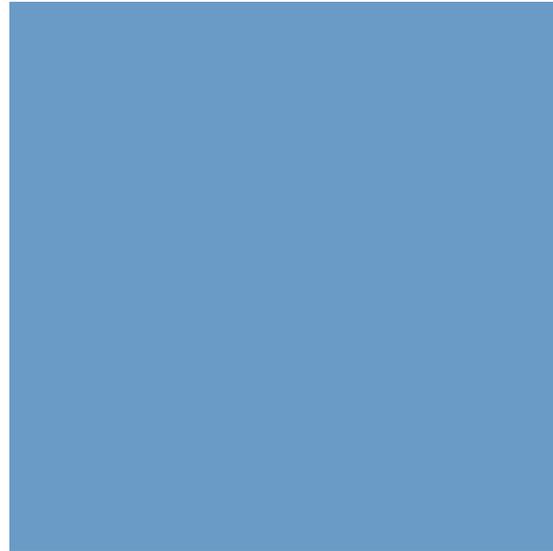
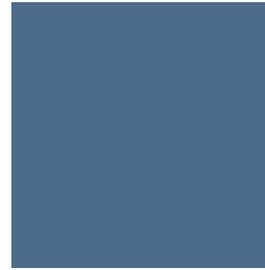
SOMMAIRE

- **L'enquête**
- **Que retenir de l'étude ?**
- **Qui sont les entreprises ?**
- **Que font-elles ?**
- **Quels besoins pour aller plus loin ?**
- **Et après ?**



Global Compact
Réseau France

L'enquête



MÉTHODOLOGIE

Depuis 2019, le Global Compact France et PwC France et Maghreb publient le baromètre « **ODD et entreprises françaises en action** ». L'objectif de l'enquête est d'évaluer le degré d'appropriation des ODD, les raisons qui expliquent l'engagement mais aussi les besoins que les entreprises expriment pour aller plus loin. Dans le cadre de la Feuille de route nationale des ODD, le Global Compact France et PwC France et Maghreb se sont engagés à renouveler cette enquête tous les ans jusqu'à la fin de l'Agenda 2030.

Les résultats des précédentes éditions ([2019](#), [2020](#)) sont disponibles en ligne.

Le baromètre 2021 a recueilli **312 contributions d'entreprises de toutes tailles et de tous secteurs**. L'enquête a été auto-administrée en ligne entre juillet et septembre 2021 auprès des entreprises du réseau Global Compact France et de partenaires.

Le traitement des données a été réalisé par PwC France et Maghreb.

Le Global Compact France et PwC France et Maghreb remercient Olivia Grégoire, secrétaire d'État auprès du ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance, chargée de l'Économie sociale, solidaire et responsable, ainsi que l'Afep, B Corp France, Bpifrance, le Collège des Directeurs du Développement Durable (C3D), le Commissariat général au développement durable, le Comité 21, la CPME, la DGE, EcoVadis, Entreprises pour l'Environnement (EpE), la Fédération des entreprises de propreté, France Chimie, France Invest, la Jeune Chambre Économique Française, le Mouvement des Entreprises de France (MEDEF) et l'Observatoire de la Responsabilité Sociétale des Entreprises (ORSE) pour leur soutien dans la diffusion de cette enquête.

COMITÉ DE PILOTAGE

GLOBAL COMPACT FRANCE

Nils Pedersen

Délégué général

Anthony Ratier

*Responsable droits humains
et éthique*

PWC FRANCE ET MAGHREB

Emilie Bobin

*Associée, Co-Responsable du
Département Développement Durable*

Aïda Aw

Manager Développement Durable

PARTENAIRES

PARTENAIRES INSTITUTIONNELS



Secrétariat d'État chargé
de l'Économie sociale,
solidaire et responsable



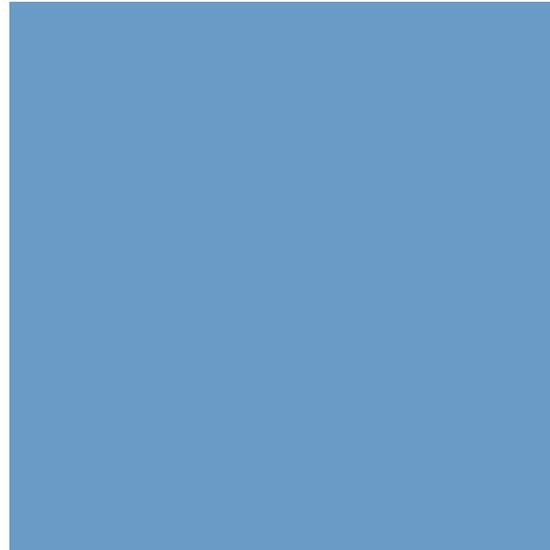
Commissariat général au
développement durable (CGDD)

PARTENAIRES DE DIFFUSION



Observatoire
de la responsabilité
sociale
des entreprises

**Que retenir de
l'étude ?**



LES PRINCIPAUX RÉSULTATS

93 % des répondants déclarent connaître les ODD. 60 % sont des PME contre 50 % l'année passée, ce qui témoigne de l'engagement accru des PME engagées.

- **Les ODD, suite logique d'une démarche RSE aboutie**

99 % des entreprises interrogées ont déjà mis en place une démarche RSE et 93 % se disent engagées en faveur des ODD. Pour 90 % d'entre elles, les ODD permettent de redynamiser et d'apporter du sens à leur démarche RSE.

- **Les ODD, facteur de différenciation pour les PME**

75 % d'entre elles considèrent que les ODD permettent de se distinguer de leurs concurrents. Pour une PME sur deux, leur engagement répond également aux attentes des clients et/ou consommateurs, ainsi qu'aux grands donneurs d'ordre privés ou publics.

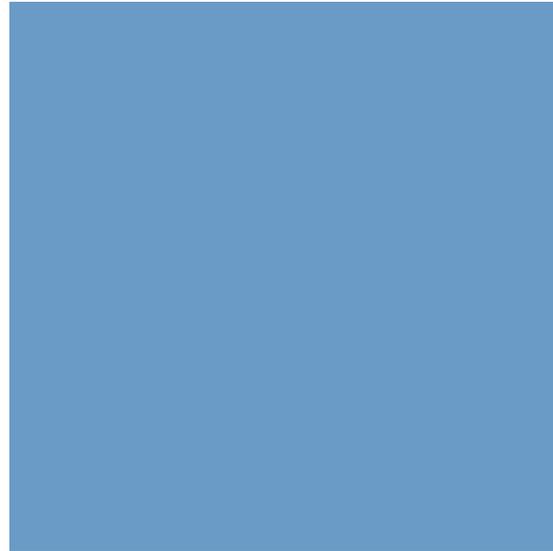
- **Des parties prenantes de plus en plus impliquées**

83 % des entreprises déclarent être interrogées sur leurs actions en faveur des ODD par leurs parties prenantes, qu'elles soient internes ou externes. Un résultat qui illustre l'importance accrue désormais accordée aux ODD par l'ensemble de l'écosystème de l'entreprise.

- **Une appropriation des ODD de plus en plus forte**

20 % des répondants souhaitent s'appuyer sur les ODD pour définir leur raison d'être. Une nouveauté 2020 qui illustre une meilleure appropriation des ODD, portée par la loi Pacte votée en 2019.

**Qui sont les
entreprises?**



DES PROFILS D'ENTREPRISE DIVERSIFIÉS

57 %
de TPE-PME dans le panel interrogé

52 %
des répondants étaient issus des services RSE ou développement durable des entreprises

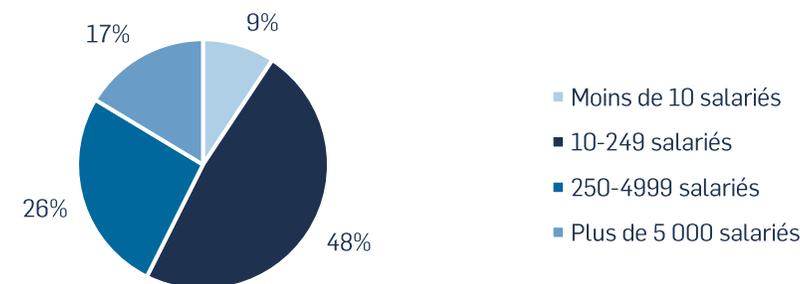
74 %
des répondants travaillent dans le secteur tertiaire (représentation importante de l'informatique et des services aux particuliers, collectivités et entreprises)

52 %
des entreprises répondantes sont basées hors Ile-de-France

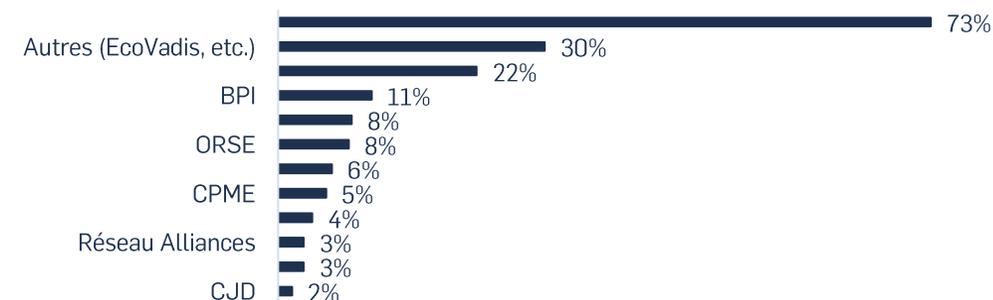
98 %
des répondants déclarent avoir intégré une démarche RSE dans leur entreprise

73 %
des entreprises répondantes font partie du réseau Global Compact France et 90% font partie au moins d'un réseau ci-contre

Répartition par nombre de salariés

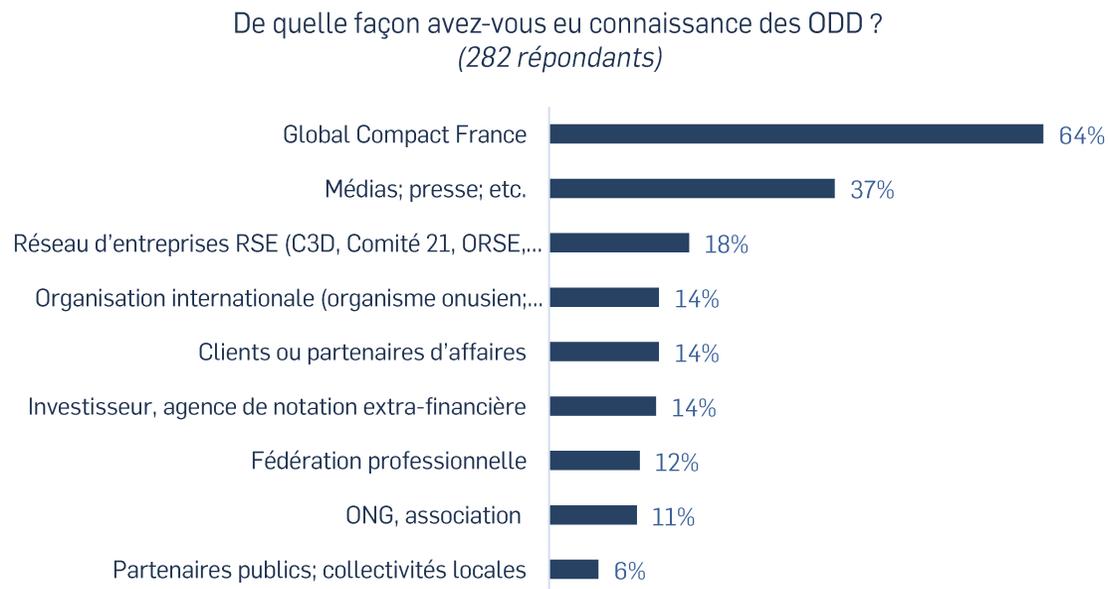


Répartition par réseaux



CONNAISSANCE DES ODD

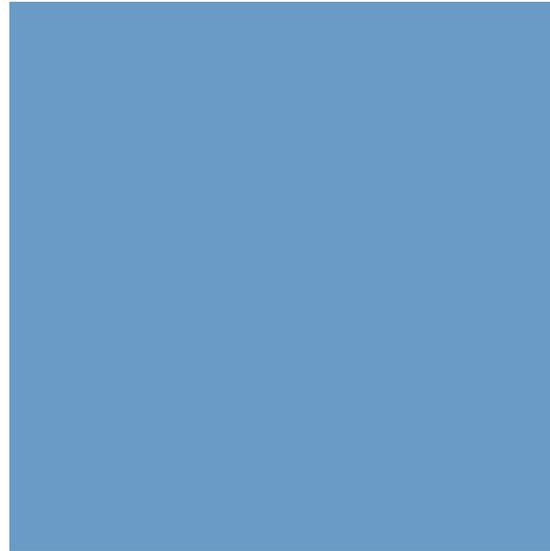
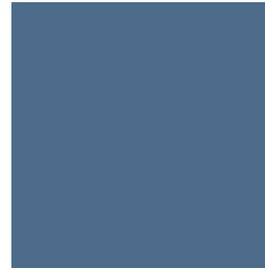
Les ODD sont aujourd'hui connus et reconnus par les entreprises françaises de toute taille.



93 %
des répondants disent
connaître les ODD

- Le **Global Compact France** reste un **acteur important pour la promotion et la sensibilisation** sur le sujet des ODD.
- Les **médias** constituent le **deuxième vecteur** de connaissances des ODD auprès des entreprises, devant notamment les réseaux d'entreprises (ORSE, Comité 21, etc.).

Que font-elles?

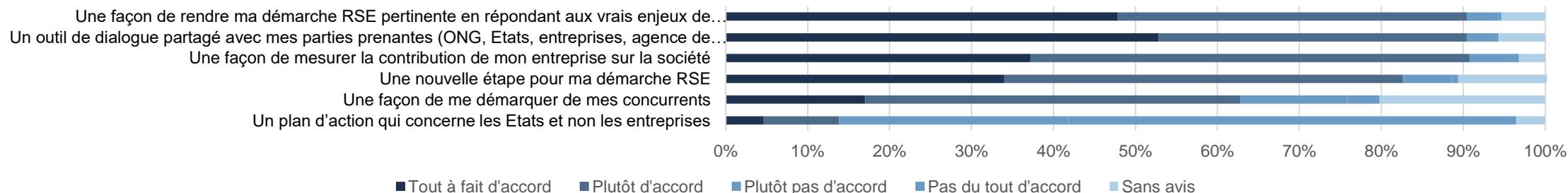


UTILITÉ DES ODD

Pour les entreprises, les ODD ont un rôle crucial pour développer une démarche RSE répondant aux grands enjeux sociétaux et comprendre les attentes des parties prenantes. Ainsi, pour plus de 90 % des répondants, les ODD représentent :

- une façon de rendre leur démarche RSE pertinente en répondant aux vrais enjeux de développement durable ;
- un outil de dialogue partagé avec leurs parties prenantes (ONG, États, entreprises, agence de notation, investisseurs, clients, etc.) nationales et internationales ;
- une façon de mesurer la contribution de l'entreprise sur la société.

Selon vous les ODD sont... (282 répondants)

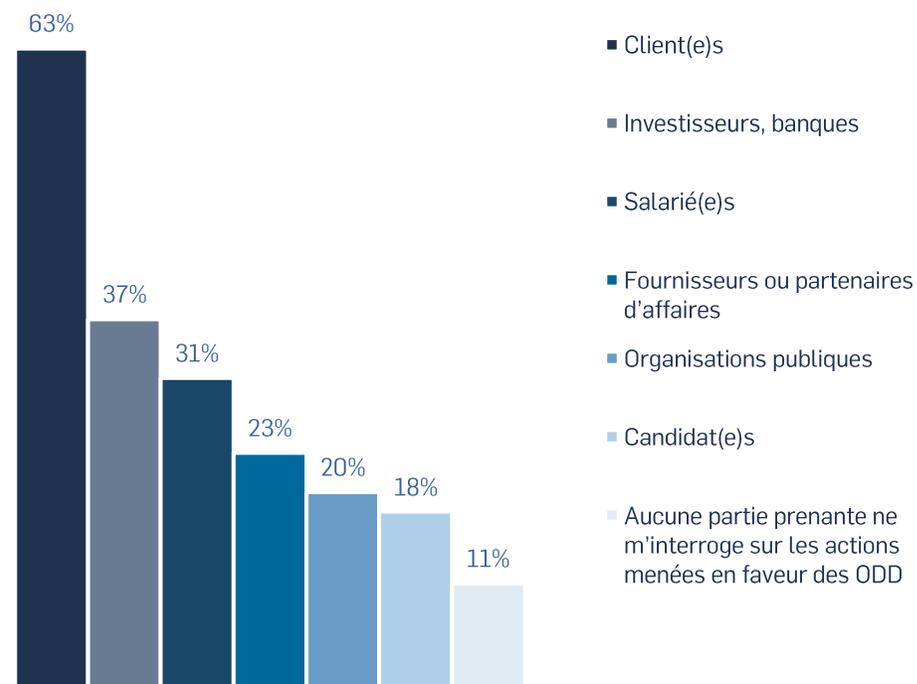


Au-delà de la démarche RSE, les ODD apparaissent comme un levier de différenciation et un atout en termes de compétitivité pour les entreprises, et cela particulièrement pour les PME. En effet, pour 72 % des PME (75 % en 2020), les ODD permettent de se démarquer de leurs concurrents. Pour les ETI, ce résultat tombe à 52 % (contre 63 % en 2020).

PARTIES PRENANTES

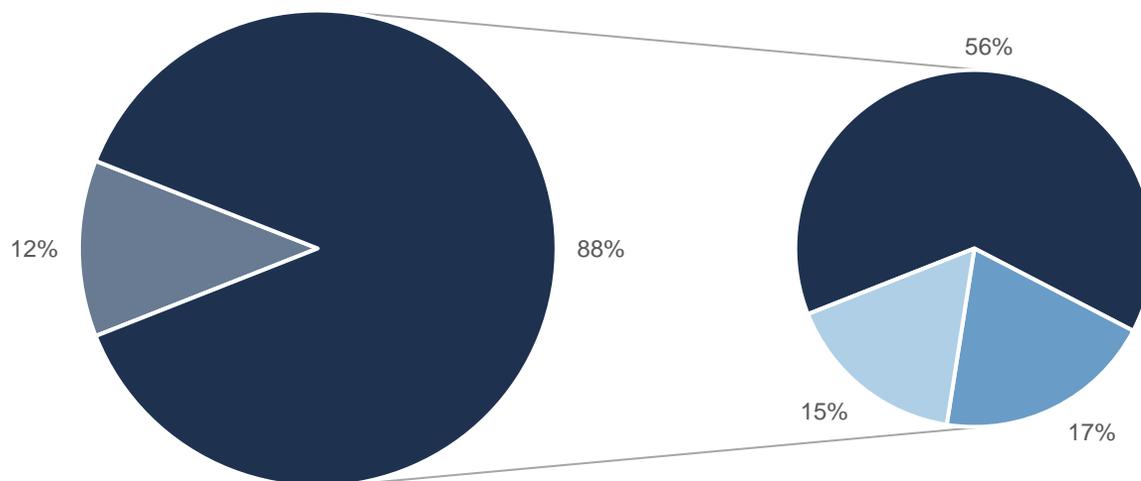
- Près de 2/3 des répondants (63 %) sont interrogés par leurs clients sur les ODD, confirmant les chiffres de 2020 (64 %).
- Les investisseurs et les banques arrivent en seconde position dans ce classement (37 %). Plus surprenant, seuls 29% des entreprises de plus de 5000 personnes sont interrogés par leurs investisseurs *alors qu'ils étaient 64 % l'année dernière*. A l'inverse, 45 % des entreprises de moins de 10 personnes sont interrogées par leurs investisseurs et banques.
- Seuls 11 % des répondants déclarent qu'aucune partie prenante ne les interroge sur les actions menées en faveur des ODD (*contre 17 % en 2020*).

Quelles parties prenantes vous interrogent sur les ODD ?
(312 répondants)



ENGAGEMENT EN FAVEUR DES ODD

Êtes-vous engagés en faveur des ODD et si oui, comment décririez vous votre niveau d'engagement ?
(282 répondants)



- Non
- Fort, la direction générale est impliquée dans cet engagement
- Moyen, les salariés sont au fait de cet engagement
- Faible, seule une ou quelques personnes (ou département RSE si existant) sont impliqués dans cet engagement

88 %

des répondants se sont engagés en faveur des ODD

Parmi les entreprises qui s'engagent,

56 %

évoquent un engagement fort porté par la direction générale

ENGAGEMENT EN FAVEUR DES ODD

- Le Global Compact France reste un vecteur d'engagement fort, puisque, à l'instar de 2020, le fait d'être membre du Global Compact constitue la principale raison de l'engagement des entreprises en faveur des ODD (67 % contre 70 % en 2020).
- La part d'entreprises utilisant leur engagement afin de redynamiser leur démarche RSE est en forte hausse (61 % contre 48 % en 2020), révélant ainsi le caractère structurant des ODD.
- On note également que les attentes des clients ont augmenté (55 % contre 45 % en 2020), ainsi que celles des investisseurs et agences de notation (43 % contre 32 %) et de la société civile (36 % contre 30 % en 2020), ce qui démontre la place grandissante des ODD auprès des parties prenantes clés des entreprises.

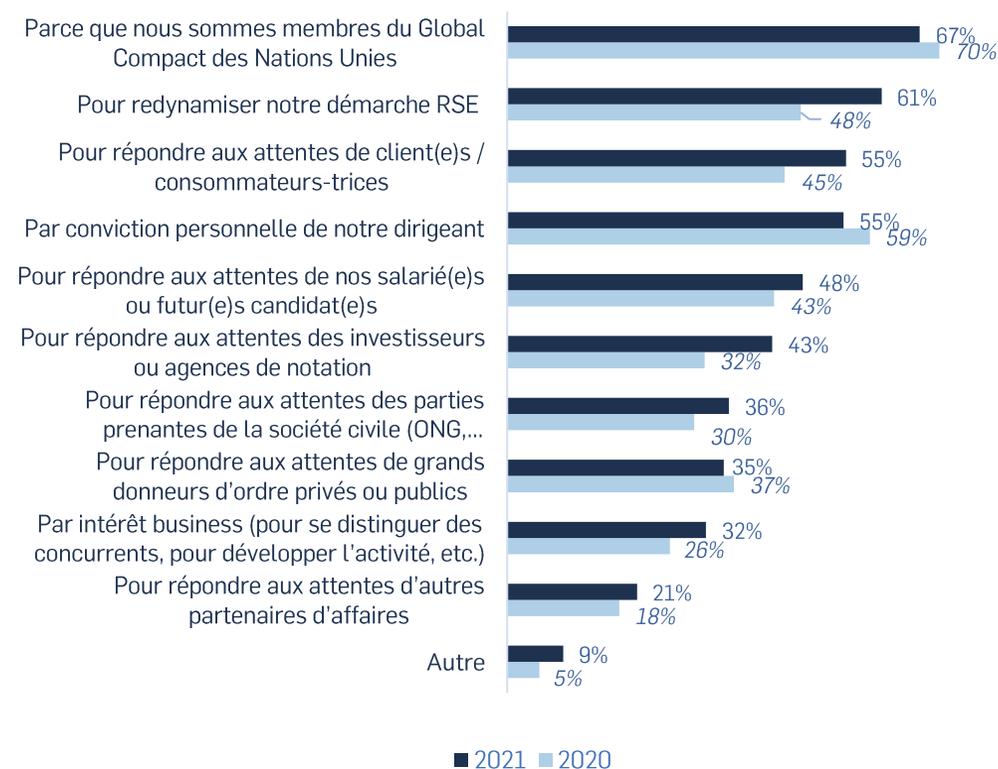
Focus PME

La conviction personnelle des dirigeants ressort comme la principale raison d'engagement des entreprises de moins de 10 personnes en faveur des ODD (90 % contre 37 % dans les entreprises de plus de 5000 personnes), prouvant l'importance de bien former et sensibiliser les dirigeants dans l'optique d'atteindre les ODD.

À l'inverse, seules 18 % des entreprises de moins de 250 personnes s'engagent en faveur des ODD pour répondre aux attentes de la société civile, tandis que ce chiffre atteint 76 % dans le cas des entreprises de plus de 5 000 personnes.

Pour quelles raisons vous-êtes-vous engagés en faveur des ODD ?

(242 répondants en 2021 / 231 répondants en 2020)



INTÉGRATION DES ODD DANS L'ENTREPRISE

L'intégration des ODD par les entreprises prend des formes diverses (pourcentages de oui et prévu à N+1 fusionnés) :



Top 10 des énoncés correspondant à la situation des répondants (Oui et prévu en N+1 fusionnés – 242 répondants):

1. Nous avons identifié des ODD prioritaires par territoire (niveau national, régional, etc.) (93%)
2. Nous parlons des ODD au sein de mon entreprise (92%)
3. Nous avons fait correspondre notre démarche RSE aux différents ODD (89%)
4. Les ODD sont portés au plus haut niveau de mon entreprise (85%)
5. Nous avons mis en place des partenariats pour atteindre les ODD (84%)
6. Nous avons sensibilisé nos collaborateurs aux ODD (83%)
7. Nous avons identifié l'effet positif de notre activité sur les ODD (78%)
8. Nous avons redéfini notre stratégie Business en utilisant les ODD (73%)
9. Nous avons fixé des objectifs à moyen et long terme à atteindre (73%)
10. Nous avons identifié l'effet négatif de notre activité sur les ODD (68%)

PARTENARIATS ET ALIGNEMENTS

Partenariats pour la mise en œuvre des actions pour l'atteinte des ODD

1/3

des répondants* réalisent des partenariats avec des organisations de la société civile. Ces dernières apparaissent comme des partenaires de choix dans le cadre de la mise en œuvre des actions menées en faveur des ODD.

Les entreprises développent également des partenariats avec d'autres entreprises de leur secteur d'activité (22 %) mais également en dehors de leur secteur d'activité (25 %).

Alignement avec l'Agenda 2030 et la feuille de route de la France

1/3

des entreprises répondantes* déclarent aligner leurs actions avec l'Agenda 2030 et la Feuille de route de la France. Cependant, encore 48 % des entreprises disent ne pas connaître la Feuille de route établie par la France.

* 240 répondants

PRIORISATION ET ACTIONS

Les entreprises priorisent les ODD qui se rapprochent le plus de leurs activités. Le top 5 reste inchangé par rapport à 2020. L'ODD 12 « Consommation et production responsable » est toujours considéré comme le plus prioritaire car plébiscité par 71 % des entreprises (62 % en 2020), devant l'ODD 8 « Travail décent et croissance économique » (69 % contre 61 % en 2020) et l'ODD 5 « Égalité entre les sexes » (63 % contre 57 % en 2020).

A l'inverse, l'ODD jugé le moins prioritaire est le 2 « Faim zéro » (12 % contre 10 % en 2020), suivi du 14 « Vie aquatique » (14 % contre 24 % en 2020) et du 1 « Pas de pauvreté » (20 % contre 15 % en 2020).

ODD PRIORITAIRES
(du plus important au moins important)



ODD MOINS PRIORITAIRES
(du moins important au plus important)



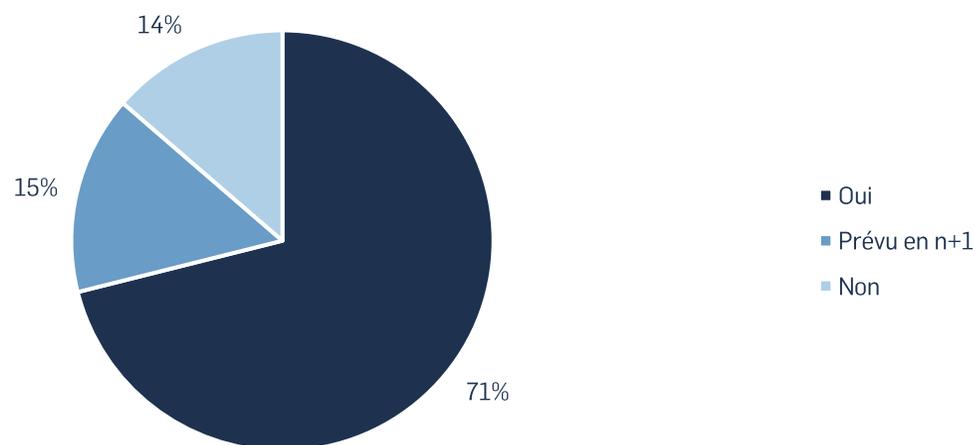
Lien entre priorisation et action
(191 répondants)



Les résultats montrent une forte corrélation entre priorisation et action. Ainsi, sur les 5 ODD les plus prioritaires, entre 58 % et 72 % des entreprises déclarent avoir mis ou allant bientôt mettre en place des actions. Cette tendance se retrouve également au niveau des 5 ODD les moins prioritaires, suivis d'action par seulement 28 % à 53 % des entreprises des répondants.

COMMUNICATION AUTOUR DES ODD

Utilisez-vous les ODD dans votre communication externe et/ou interne ?
(242 répondants)



71 %

des répondants déclarent utiliser les ODD dans leur communication interne et/ou externe

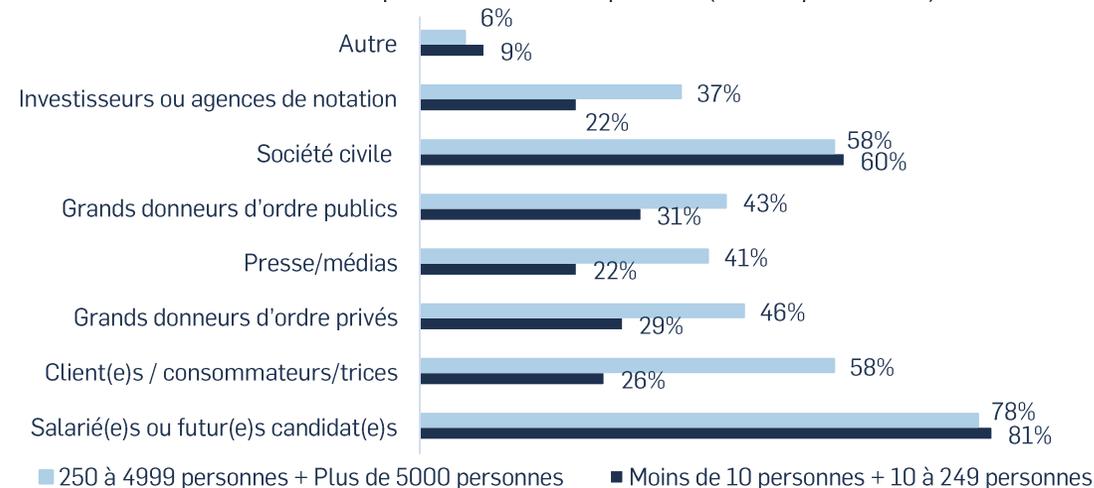
Parmi les entreprises qui s'engagent, la différence est marquée entre les entreprises de plus de 5 000 personnes (88 %) et les entreprises de moins de 10 personnes (62 %).

Parmi les entreprises n'utilisant pas les ODD dans leur communication externe et interne, **47 %** déclarent qu'elles souhaitent éviter toute forme de « **ODD washing** ». Seuls **8 %** de ces entreprises trouvent que les ODD ne permettent **pas une communication efficace**. D'autres raisons sont également évoquées, comme le fait que les ODD ne soient pas adaptés au BtoC car jugés trop institutionnels.

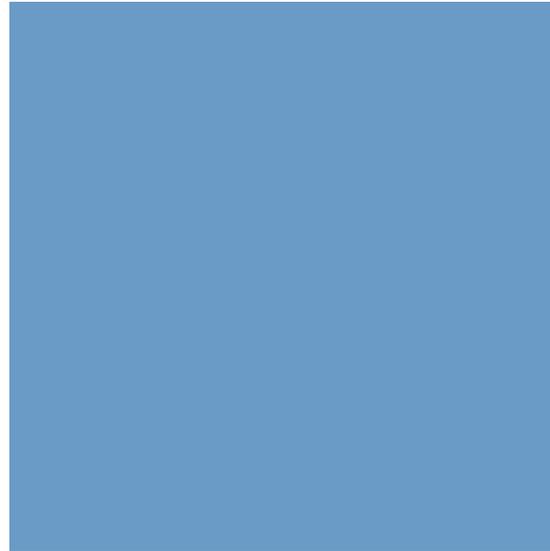
COMMUNICATION AUTOUR DES ODD

- Les principales cibles des communications autour des ODD sont les salariés et futurs candidats (79 %), suivis des clients et consommateurs (59 %) et des investisseurs (42 %).
- Les cibles ne sont pas les mêmes en fonction de la taille des entreprises : les clients, les médias et les investisseurs sont plus ciblés par les entreprises de plus de 250 personnes, alors que la société civile et les salarié.es sont légèrement davantage ciblés par les petites entreprises.

Quelles cibles par taille d'entreprise ? (156 répondants)



**Quels besoins pour
aller plus loin?**



BESOINS

OUTILS



Les entreprises déclarent avoir besoin des outils suivants pour s'approprier encore mieux les ODD : outils d'évaluation d'impacts de leurs actions, outils de mise en œuvre et outils de reporting. En 2020, les besoins sur ces outils étaient plus élevés et oscillaient entre 65 et 70%, ce qui permet de penser que les entreprises sont en train de s'en équiper.

SENSIBILISER



Plus du quart (28%) des entreprises déclarent qu'il est nécessaire que les membres dirigeants soient davantage sensibilisés aux ODD. Ce chiffre grimpe à 34% concernant les collaborateurs. *Ces deux indicateurs ne représentaient que 1% en 2020.*

TECH4ODD



90% des répondants déclarent que la technologie peut aider à la réalisation des ODD.

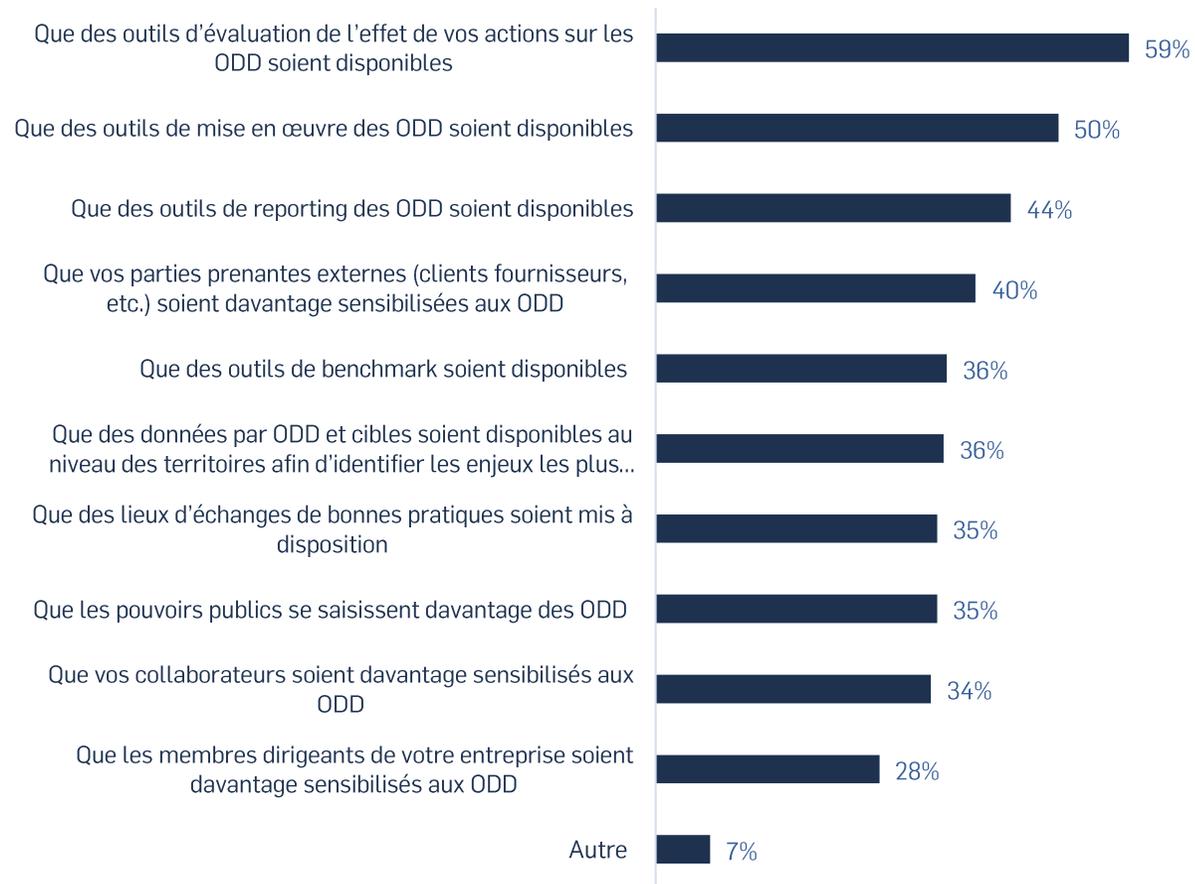
INNOVATION SOCIALE



Parmi les leviers d'action possible pour la réalisation des ODD, 96% des répondants pensent que l'innovation sociale en est un.

FOCUS SUR LES BESOINS

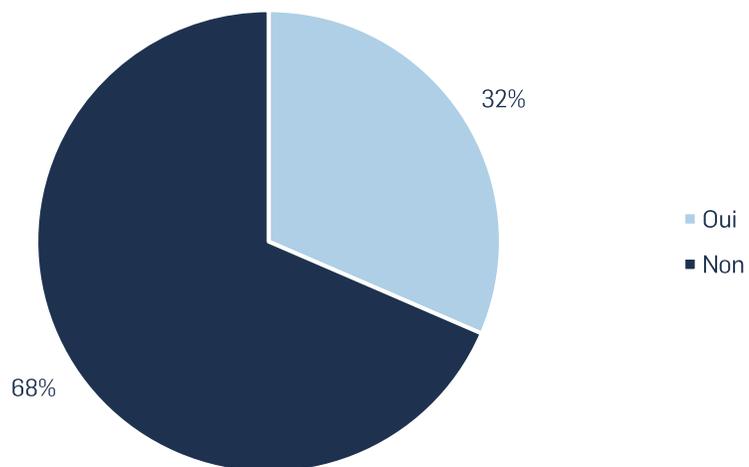
Besoins des répondants pour une meilleure appropriation des ODD
(251 répondants)



ODD ET CRISE SANITAIRE

Pour près d'un tiers des entreprises, l'intégration des ODD a été un vecteur de résilience durant la crise de la Covid-19.

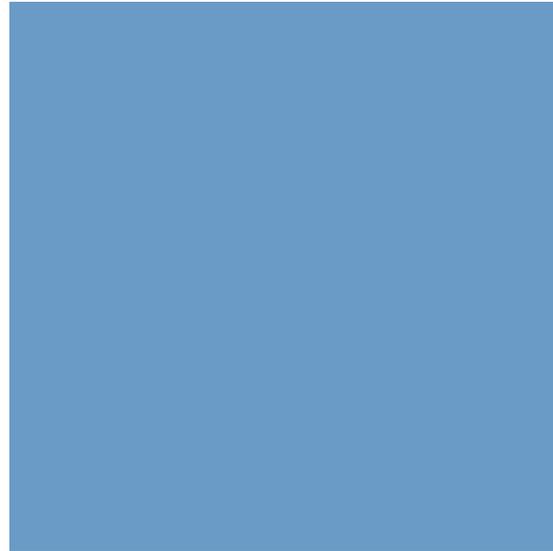
Est-ce que l'appropriation des ODD a été un atout pour traverser la crise du COVID-19 ?
(219 répondants)



32 %

des répondants considèrent que l'appropriation des ODD a été un atout pour traverser la crise du COVID-19

Et après?



PERSPECTIVES

96 %

des répondants déclarent être confiants dans l'avenir et pensent que les ODD seront réalisées d'ici 2030.

96 %

des répondants sont convaincus que les entreprises à l'avenir joueront un rôle encore plus important pour la réalisation des ODD.

Seuls **12 %**

des répondants considèrent que l'alignement vers les ODD est trop rapide, démontrant ainsi que les entreprises se sentent prêtes pour la transition.

À PROPOS

À propos du Global Compact des Nations Unies

Initiative spéciale du Secrétaire général des Nations Unies lancée en 2000 par Kofi Annan, le Global Compact des Nations Unies est un appel aux entreprises du monde entier à aligner de façon volontaire leurs opérations et stratégies sur Dix principes universels dans les domaines des droits humains, des normes internationales du travail, de l'environnement et de la lutte contre la corruption, et à prendre action à l'appui des objectifs de l'ONU. Avec plus de 15 000 entreprises et 4 000 organisations à but non lucratif basés dans plus de 160 pays, il s'agit de la plus grande initiative de développement durable des entreprises au monde.

À propos du Global Compact France

Lancé en 2003 par le Président de la République et 33 dirigeants d'entreprises, le Global Compact France est le réseau français du Global Compact des Nations Unies. Présidé par André Renaudin, Directeur général d'AG2R LA MONDIALE, il rassemble aujourd'hui plus de 1 500 entreprises, dont 60% de PME, ce qui le classe parmi les plus dynamiques du réseau en nombre d'adhérents. Il est également celui qui compte le plus d'entreprises atteignant le plus haut niveau de reporting de cette initiative internationale.
www.globalcompact-france.org

À propos de PwC France et Maghreb

En France et au Maghreb, PwC développe des missions de conseil, d'audit et d'expertise juridique et fiscale pour des organisations de toutes tailles et de tous secteurs d'activité. Fortes de plus de 6 000 collaborateurs, ses équipes pluridisciplinaires conjuguent leurs savoir-faire au sein d'un réseau international de plus de 295 000 personnes dans 156 pays.

PwC France et Maghreb a pour ambition stratégique de devenir l'acteur de référence de la création de confiance et de la transformation durable des entreprises, en ligne avec la stratégie mondiale du réseau PwC, The New Equation.

Rendez-vous sur www.pwc.fr

CONTACTS PRESSE

GLOBAL COMPACT FRANCE

Olivier Gil

Chargé de communication

+33 6 99 05 48 01

olivier.gil@globalcompact-france.org

PWC FRANCE ET MAGHREB

Raphaëlle de Coupignyl

Chargé de communication médias

+33 7 62 55 91 29

raphaelle.de.coupigny@fr.pwc.com



Global Compact
Réseau France



Global Compact
Réseau France

www.globalcompact-france.org
@GlobalCompactFr