

Lancement du 1^{er} baromètre européen des pratiques responsables en startup, porté par l'EDHEC, ESMT Berlin et POLIMI Graduate School of Management

- 81% des startups interrogées ont déployé des actions sur au moins l'un de ces quatre piliers : Environnemental, Social, Gouvernance ou Civique
- Seules 28% mesurent l'impact de leurs actions via des indicateurs de performance
- Les startups sollicitées par leur écosystème sont deux fois plus nombreuses à mesurer l'impact de leurs pratiques responsables

Communiqué de presse

Paris, le 16 octobre 2025 – L'EDHEC Business School dévoile les résultats du premier [Baromètre européen des pratiques responsables en startup](#) réalisé par [INNOVA Europe](#). Fondée en 2022 par l'EDHEC, l'ESMT Berlin et POLIMI Graduate School of Management, INNOVA Europe est aujourd'hui une coalition¹ regroupant dix universités autour d'une mission commune : porter la voix d'un entrepreneuriat européen plus durable, au service des transitions sociétales et environnementales. En tant que catalyseurs d'innovation et de transformation, les startups ont plus que jamais un rôle clé à y jouer.

INNOVA Europe a interrogé 433 startups européennes² pour comprendre leur engagement, leurs freins et leurs leviers en matière de pratiques responsables. Ce baromètre vise à évaluer concrètement le degré d'intention, de mise en œuvre et de suivi de ces pratiques au sein de l'écosystème entrepreneurial européen. Il a également pour objectif d'outiller les parties prenantes (écoles, incubateurs, fonds d'investissement etc.) afin de mieux accompagner les startups face aux enjeux de responsabilité.

Responsabilité : les startups passent à l'action mais peinent à en faire une priorité stratégique

Alors que 93% des startups déclarent intégrer des pratiques responsables dans leurs opérations, 81% d'entre elles ont réellement déployé des actions sur au moins l'un des quatre piliers définis : Environnemental, Social, Gouvernance ou Civique. En plus des trois piliers ESG, le baromètre intègre un pilier « civique » qui recouvre des initiatives allant au-delà du strict périmètre de l'entreprise : investissement dans la communauté, soutien à des projets éducatifs ou associatifs, participation à des démarches de revitalisation territoriale ou d'innovation sociale, etc.

- **Social** : Près de 4 startups sur 5 sont actives sur ce pilier, notamment via des actions pour le bien-être des employés (61 %) et le marketing responsable (63%).

¹ Aalto University, EDHEC Business School, ESMT Berlin, ETH Zurich, IE University, Kyiv School of Economics, London Business School, POLIMI Graduate School of Management, Rotterdam School of Management et University College Dublin

² Cf. méthodologie page 3

- **Gouvernance** : 78% des startups interrogées mettent en place des bonnes pratiques de gouvernance. Une startup sur deux qui n'a pas encore agi sur ce sujet prévoit de s'y engager dans les 12 prochains mois.
- **Environnement** : 67 % des startups adoptent des pratiques responsables liées à l'environnement. Ce pilier est le point d'entrée le plus fréquent pour débiter une démarche responsable : 39 % des startups engagées sur un seul pilier choisissent l'environnement en premier, loin devant les trois autres piliers.
- **Civique** : ce pilier reste le moins investi (51 %) et peine à s'imposer comme priorité. Près d'un quart des startups déclarent qu'il ne sera pas une priorité pour les 12 prochains mois.

Les manques de ressources financières (69 % des startups) et de temps (58 %) restent les principaux freins au passage à l'action, bien que l'on observe des variations notables en fonction des pays.

- Le manque de temps est par exemple un défi rapporté beaucoup plus fréquemment en France (66 %) qu'en Allemagne (42 %) ou en Italie (36 %).
- Pour 64 % des startups italiennes, les pratiques responsables sont souvent en concurrence avec d'autres priorités business, un frein plus rarement cité par leurs homologues françaises (25 %) ou allemandes (37 %).
- En Allemagne, le manque de ressources financières constitue le principal frein (79 %), un chiffre supérieur à celui observé en France (69 %) ou en Italie (43 %).

La majorité des startups considèrent les pratiques responsables comme utiles mais pas encore stratégiques : 42 % y voient une vraie valeur ajoutée, 40 % perçoivent certains avantages, 18 % n'y voient pas de valeur. Finalement, **les pratiques responsables ne sont pas négligées par manque de conviction, mais parce qu'elles peinent à s'imposer face aux autres priorités perçues comme plus stratégiques dans un contexte de ressources limitées.**

Un suivi des KPIs encore limité

Si 81% des startups interrogées ont déjà agi sur au moins l'un des quatre piliers responsables, seules 28% mesurent l'impact de leurs actions via des indicateurs de performance (KPIs). Mais sans suivi, il est difficile d'évaluer les progrès, de communiquer en toute transparence ou d'ajuster la stratégie sur la durée.

Ce taux de suivi peut varier en fonction de la maturité de la startup, de son secteur ou des piliers pris en compte :

- 64 % des startups en phase d'expansion suivent leurs KPIs contre 27 % des startups actuellement en phase de prototypage
- 46 % des startups du secteur de l'énergie et de l'environnement et 47 % du secteur de l'inclusion et de l'impact social suivent des indicateurs (des taux supérieurs à la moyenne mais encore modestes au regard de l'orientation naturelle de ces secteurs vers l'impact)
- L'impact social et l'environnement sont les deux catégories les plus suivies

L'étude montre que le suivi des actions engagées se heurte au manque de ressources financières (27 %) et de temps (25%) mais également à des enjeux d'adhésion interne (19%) et un manque d'expertise (18%).

La pression des parties prenantes, un accélérateur réel

Les startups sollicitées par leur écosystème (clients, investisseurs, incubateurs etc.) sont deux fois plus nombreuses à suivre leurs indicateurs ESG (40 % contre 17 %). Cependant, cette pression externe reste très inégale. Une startup sur deux n'a jamais été interrogée sur ses pratiques responsables, ce qui témoigne d'une dynamique en construction plutôt que d'une tendance généralisée.

- Parmi les startups autofinancées, 38 % ont reçu des demandes liées à leur pratiques responsables, principalement de la part de leurs clients (17 %), d'incubateurs (14 %) et de partenaires commerciaux (11 %).
- Au moment de la Série A, la pression des parties prenantes devient la norme : 83 % des startups reçoivent des sollicitations à ce sujet, principalement des investisseurs à impact (41%), d'investisseurs classiques (31%) et des clients (28%) qui restent un moteur constant.

Les incubateurs et les investisseurs ont un rôle central à jouer en intégrant systématiquement le suivi de l'impact des pratiques responsables dans leurs critères de sélection, d'accompagnement et d'évaluation. Cette exigence, si elle devient structurelle, aura un effet d'entraînement dans l'écosystème et permettra aux startups d'être transparentes avec leurs parties prenantes tout en fédérant les équipes autour d'objectifs responsables communs.

« Souvent reléguée à un sujet de communication ou de conformité réglementaire, la responsabilité peine encore à s'imposer comme une priorité stratégique, même si l'intention est bien présente. C'est une démarche exigeante mais qui constitue un véritable levier de différenciation et de performance à long terme. Nous sommes convaincus que l'écosystème entrepreneurial européen a la capacité de transformer cette exigence en un marqueur distinctif et d'affirmer une vision singulière de l'entrepreneuriat », explique Yasmine Machwate, responsable des incubateurs à l'EDHEC Business School.

C'est précisément l'ambition portée par la coalition INNOVA Europe, qui agit pour accélérer cette transformation en mobilisant l'ensemble de l'écosystème académique des écoles partenaires. Ses leviers d'action se traduisent par :

- La compétition INNOVA Europe, un tremplin européen qui met en lumière et soutient les fondateurs engagés ;
- Le baromètre, qui mesure chaque année la dynamique de l'entrepreneuriat responsable et éclaire les tendances à l'échelle européenne ;
- La création de programmes d'échange et de mise en réseau entre hubs d'innovation pour diffuser les bonnes pratiques et favoriser la collaboration européenne.

Méthodologie

L'étude a été menée entre janvier et avril 2025 auprès de 433 startups européennes, principalement basées en France (55 %), Italie (25 %), Allemagne (14 %), trois pays qui représentent près de la moitié de la population du continent. Une minorité de startups (6 %) est localisée dans les autres pays suivants : Espagne, Irlande, Luxembourg, Monaco, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Roumanie, Royaume-Uni et Suisse.

Il s'agit majoritairement de startups en phase de démarrage : 33 % sont au stade de prototypage, 39 % en early-stage, 22 % en phase de croissance, et seules 6 % ont atteint la phase d'expansion. Dans 81 % des cas, les répondants sont les fondateurs ou cofondateurs.

Contacts Presse

Angèle Pellicier - angele.pellicier@edhec.edu - 06 68 11 39 04

Audrey Bouchard - audrey.bouchard@edhec.edu - 06 17 25 03 77

A propos d'EDHEC BUSINESS SCHOOL

Forte de 120 ans d'histoire, l'EDHEC Business School s'est imposée comme une institution leader en France, se classant 7^{ème} Business School en Europe par le Financial Times depuis 2022. Son plan stratégique 2024-2028, intitulé « Générations 2050 », est entièrement dédié à l'accélération des grandes transformations du monde, au travers de sa recherche à impact et de ses enseignements. L'engagement de l'ensemble de la communauté EDHEC, riche de plus de 55 000 alumni et étudiants, permettra de relever ce défi avec succès.

L'EDHEC a développé un modèle unique, fondé sur une recherche utile à la société, aux entreprises et aux étudiants. L'EDHEC est ainsi aujourd'hui tout à la fois un lieu d'excellence, d'innovation, d'expérience et de diversité, propre à impacter les générations futures dans un monde en profond bouleversement. Avoir un impact positif sur le monde est notre raison d'être.

L'EDHEC en chiffres :

- Association Loi 1901, l'EDHEC est une institution leader reconnue Etablissement d'Enseignement Supérieur Privé d'Intérêt Général (EESPIG). Depuis deux décennies, elle renouvelle pour la période maximale les accréditations internationales qui en reconnaissent la qualité (AACSB-EQUIS-AMBA).
 - 10 000 étudiants, 175 professeurs et chercheurs, 14 centres d'expertise, 130 nationalités.
 - Un portefeuille complet de 29 programmes, pour former à transformer : des Bachelors (BBA et BSc), le programme Grande Ecole, un Master in Management, des Masters of Science (MSc), des MBA (Full time, Executive MBA et MBA Online), un PhD en Finance. Son offre EDHEC Executive Education propose un portefeuille riche de programmes certifiants et diplômants pour managers, dirigeants et entrepreneurs. EDHEC Online, créé en 2018, allie la force d'une grande école avec la flexibilité de la formation à distance.
 - 3 campus en France à Lille, Nice et Paris, écrans d'une expérience étudiante unique et point distinctif reconnu. Son ambition entrepreneuriale se déploie sur trois sites dédiés à inventer les entreprises de demain : le campus Jean Arnault à Roubaix, son programme EDHEC Entrepreneurs à Station F, le plus grand campus de startups au monde, ainsi que le programme « Techforward » à Sophia Antipolis, en partenariat avec Eurecom et l'Institut Mines-Telecom.
 - 2 campus à Londres et à Singapour, dédiés à la recherche et au développement en finance du climat.
- En savoir plus : <http://www.edhec.edu>