

FICHE PRATIQUE N°1: STRUCTURER SA DÉMARCHE RSE

OBJECTIFS

Mettre en place et structurer une démarche RSE répond à 3 objectifs principaux :

- **Améliorer sa performance globale**, en trouvant un équilibre entre la dimension environnementale, sociale et économique
- **Engager les parties prenantes**, internes et externes, dans les impacts de l'entreprise
- **Développer à la fois une culture d'entreprise responsable** et une transparence dans ses actes
- **Améliorer son attractivité**, en se différenciant de ses concurrents.

MÉTHODOLOGIES

L'ISO 26 000 est la norme internationale qui fournit des lignes directrices permettant d'intégrer la Responsabilité Sociétale dans les structures.

Elle couvre sept thèmes centraux : la gouvernance, les droits de l'homme, les relations et conditions de travail, l'environnement, la loyauté des pratiques, les questions relatives aux consommateurs, et l'engagement sociétal.

Pour davantage de pertinence auprès des entreprises, plusieurs organismes ont décliné cette norme au niveau sectoriel (Afnor, Lucie...). En effet, vu du côté de l'entreprise, il peut sembler plus pertinent d'aller directement vers un référentiel sectoriel.

Autre référentiel reconnu, les 17 Objectifs de Développement Durable de l'ONU peuvent être une source d'inspiration pour définir vos objectifs de durabilité. Ces engagements, pris par l'ONU et ses Etats-membres, visent à assurer la paix et la prospérité pour les peuples et la planète d'ici 2030.

ÉTAPES

1. RÉALISER VOTRE DIAGNOSTIC

Vous ne partez pas de zéro ! Il est important de faire un « état des lieux » de votre situation actuelle. Parfois même sans vous en rendre compte, vous êtes certainement engagés dans de multiples démarches :

- **Environnementales** : incitation à la mobilité douce, tri sélectif, achats en seconde main ou reconditionnés, pilotage de vos consommations énergétiques (bâtiments et numérique), etc.
- **Sociales** : formations, conditions de travail, inclusion de personnes en situation de handicap / diversité, qualité de vie au travail, etc.
- **Economiques** : ancrage et participation locale (dons, achats locaux), etc.
- **Gouvernance** : rémunération raisonnée et partage de la valeur, raison d'être, etc.

Au sein de chacune des thématiques, il est essentiel de lister l'ensemble des actions engagées, celle que vous souhaiteriez adresser et la priorisation des thématiques.

2. IDENTIFIER VOS PARTIES PRENANTES

Parties prenantes, kesako ?

Les parties prenantes sont les personnes concernées ou impactées, directement ou indirectement, par l'activité de votre entreprise. Elles peuvent être classées en 2 catégories, en fonction de votre secteur d'activité. Mais cette classification n'est pas figée. En voici un exemple, pour une entreprise « standard ».

PARTIES PRENANTES PRIORITAIRES

- Clients
- Fournisseurs
- Salariés
- Représentants du personnel
- Investisseurs / actionnaires

PARTIES PRENANTES SECONDAIRES

- Etat (national, régional ou municipal)
- Media et presse
- Associations / ONG
- Ecoles
- Assurance / banque / expert-comptable
- Riverains

Les parties prenantes représentent l'écosystème permanent d'une entreprise. Il peut ne pas y avoir de lien économique ou juridique direct entre l'entreprise et l'une des parties prenantes secondaires. Ainsi, une association ou ONG manifestant contre une entreprise peut impacter directement son activité, même en l'absence de relation établie.

3. PRIORISER VOS ENJEUX ET DÉFINIR DES INDICATEURS DE SUIVI

Afin de pouvoir avancer dans votre démarche RSE, il est nécessaire de sélectionner et prioriser les sujets importants pour votre secteur d'activité. Nous vous recommandons d'analyser ces impacts selon deux leviers :

- L'importance de l'enjeu sur votre activité

- Quels sujets impactent (aujourd'hui ou demain) directement mon activité ?

- L'importance de l'enjeu pour vos parties prenantes

- Quels sujets importent aux yeux de mon écosystème défini en étape 2 ?

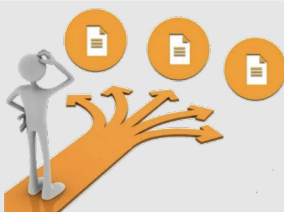
4. DÉFINIR VOS GRANDES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

En fonction de ces enjeux clés, il sera nécessaire d'établir vos orientations prioritaires en matière de RSE pour votre entreprise.

C'est de ces orientations que découleront vos objectifs opérationnels. En effet, chaque engagement doit être suivi d'indicateurs (voir fiche 3) pour s'assurer de l'intégration de cette stratégie au sein du modèle d'affaires.

En tenant compte de la taille de l'entreprise, il conviendra de définir la gouvernance de la RSE et son mode de pilotage : rôles/responsabilités, comitologie, constitution de groupes de travail dédiés aux différentes dimensions de la démarche, fréquence des réunions, schémas de validation, etc.

Lors de cette étape, réfléchissez aux modalités d'intégration de vos collaborateurs dans la démarche (voir fiche 2).



Exemple d'orientations stratégiques prioritaires, pour une entreprise de service : 1. Mobilité douce / 2. Numérique responsable / 3. Sobriété énergétique

5. ALLOUER DU BUDGET À VOS ENGAGEMENTS

Un budget annuel alloué à la RSE, proportionné à la taille et aux contraintes de chaque entreprise, lui permettra de déployer son plan d'action. Un bilan carbone peut, à lui seul, constituer une première action décisive.

Quant à la création d'un poste de chargé de missions RSE (éventuellement, pour les TPE/PME, sous la forme du recrutement d'un stagiaire dédié), elle marque un engagement fort.



6. ORCHESTRER LE PILOTAGE ET LE DÉPLOIEMENT DU PLAN D'ACTION

Pour piloter votre démarche RSE, munissez-vous d'un outil adapté, afin de suivre l'avancée du plan d'action. Il peut s'agir d'un simple fichier Excel ou d'une solution dédiée, telle qu'une plateforme collaborative.

POUR ALLER PLUS LOIN

Utiliser la méthode SMART : ses cinq principes (Spécifique, Mesurable, Atteignable, Réaliste et Temporellement défini) vous permettront de prioriser vos objectifs et de communiquer efficacement.

S'appuyer sur un label : des labels comme Lucie, Engagé RSE ou B Corp peuvent être utiles pour structurer la démarche.



BON À SAVOIR

BpiFrance propose un « Diag Impact », pour intégrer les enjeux ESG à la stratégie de votre entreprise en évaluant votre impact sur vos parties prenantes, challenger votre modèle d'affaires pour le rendre impactant. Le montant maximum de cette prestation est de 5 000€ HT, prix en charge à 50% par BPI France.