



RSE & PME : DÉMARCHES SECTORIELLES ET TERRITORIALES

Publication basée sur une étude de la CPME
réalisée en partenariat avec
l'Institut Léonard de Vinci



1. Edito.....	p.2
2. Introduction.....	p.3
3. Synthèse des tendances observées.....	p.4
4. Démarches RSE sectorielles des fédérations professionnelles.....	p.6
5. Démarches des CPME territoriales : résultats de l'enquête RSE auprès des territoires...	p.56

Depuis plus de dix ans et sa participation active au Grenelle de l'environnement, la CPME est convaincue que la RSE (Responsabilité sociétale des entreprises) n'est pas réservée aux grandes entreprises et doit être promue dans les TPE -PME.

La RSE est la déclinaison des principes du développement durable appliqués aux entreprises, elle est donc fondée sur la conciliation des trois piliers suivants : économique, environnemental, social/sociétal. La gouvernance, le dialogue avec les parties prenantes et la dimension territoriale sont des composantes centrales de la RSE.

La RSE permet à l'entreprise de mettre en cohérence son projet avec les attentes de la société et contribue à renforcer le dialogue social et fidéliser ses collaborateurs. Elle est également importante en matière d'accès aux marchés, en permettant aux TPE-PME de valoriser leurs actions en faveur d'un développement durable.

Pour la Confédération, une RSE volontaire, incitative et adaptée aux enjeux sectoriels des TPE-PME constitue un gage de performance pour la PME. La CPME œuvre donc à sa promotion. C'est également dans cet esprit que travaille la Plateforme RSE et son groupe de travail sur les labels sectoriels RSE.

C'est également ce que font les fédérations professionnelles et CPME territoriales à travers la mise en place d'actions, toujours plus nombreuses, d'accompagnement de leurs propres adhérents dans ces démarches.

La présente publication a pour objectif de donner un aperçu des différentes formes d'engagement de ces acteurs sur ces enjeux et de la diversité des actions initiées.

Alors que la fédération sectorielle a un rôle à jouer dans l'appropriation des enjeux de développement durable par les PME, via des démarches adaptées aux spécificités du métier, l'union territoriale, pleinement ancrée dans son territoire, est légitime pour éclairer la PME sur son environnement local et les parties prenantes qui le composent.

Cette publication est basée sur les résultats d'une étude menée principalement en 2019 par la CPME et des étudiantes du *MBA Management de la RSE et performance des organisations* de l'Université Leonard de Vinci. La dynamique de la RSE étant en mouvement continu, il convient de noter que certains éléments issus de cette étude de 2019 ont pu évoluer depuis la prise de cette première photographie.

Ce travail est intéressant à plus d'un titre : il donne à voir les démarches, souvent très matures, et l'état des réflexions d'une trentaine de fédérations professionnelles qui ont toutes identifié la RSE comme un enjeu majeur pour leur profession et qui progressent dans cette voie, année après année. Il esquisse également, à travers les résultats d'un sondage mené en 2019, les contours d'actions engagées par les CPME territoriales pour sensibiliser, informer et accompagner les chefs d'entreprise sur la voie de la RSE.

Nous souhaitons adresser nos chaleureux remerciements à Charlotte, Ericka, Caroline, Yannick, Aline pour leur investissement dans ce travail d'enquête et d'analyse.

Nous espérons que cette publication pourra contribuer à alimenter les réflexions en cours sur la RSE, à inspirer de nouvelles démarches et à embarquer de nouveaux acteurs dans cet élan.

La RSE est en mouvement. Tous ensemble, à la place qui est la nôtre, accompagnons l'entreprise qui le souhaite, à la faire sienne !



Guillaume de Bodard
Président de la Commission Environnement
et Développement durable CPME



François Asselin
Président de la CPME

└ Position et actions de la CPME en matière de RSE

La CPME est investie en faveur de la Responsabilité sociétale des entreprises (RSE) depuis plus de dix ans et œuvre à sa diffusion via de multiples initiatives.

Engagée au sein de la Plateforme RSE depuis sa création, elle soutient notamment l'introduction de référentiels RSE sectoriels, volontaires, attestés par une tierce partie indépendante. Il est pour elle essentiel de mettre en place une reconnaissance de ce type de démarches RSE robustes et de donner aux entreprises mettant en œuvre ces initiatives, un intérêt à agir.

La Confédération a par ailleurs signé en décembre 2017 une délibération paritaire avec les 5 organisations syndicales de salariés sur la RSE et prône ainsi l'introduction de ce sujet dans le dialogue social.

Parce qu'il n'y a pas qu'une façon de faire de la RSE, la CPME s'appuie sur son réseau afin d'embarquer le plus grand nombre de TPE et PME françaises dans cette voie.

└ Objectif de cette publication

Les actions des adhérents de la CPME, fédérations professionnelles et unions territoriales, en faveur de la RSE se sont multipliées ces dernières années.

Ces deux types d'acteurs constituent pour la CPME des relais essentiels pour accompagner les TPE-PME vers des démarches RSE en leur mettant à disposition des lignes directrices, un cadre, et divers outils particulièrement adaptés à leurs métiers ou à leurs territoires. C'est également le dialogue et le partage de bonnes pratiques entre chefs d'entreprises qui sont favorisés à travers ces démarches.

Les initiatives en faveur de la RSE étant très diverses, l'objectif de cette publication est, d'une part, d'illustrer la diversité des approches mises en œuvre par les fédérations professionnelles. La Confédération a d'ailleurs fait le choix, afin d'avoir un panorama plus étoffé, d'aller au-delà de ses membres, en interrogeant des fédérations professionnelles non adhérentes. D'autre part, l'objectif est de donner un aperçu de la dynamique portée par les unions territoriales et régionales de la CPME sur la RSE.

A travers cette photographie des approches engagées par ces différents acteurs, la CPME souhaite contribuer à mieux les faire connaître et à les valoriser auprès des entreprises, des parties prenantes et des pouvoirs publics, et faire de cette publication une source d'inspiration pour les acteurs professionnels qui souhaitent s'engager dans la RSE.

└ Remerciements

La CPME remercie vivement les fédérations professionnelles qui ont contribué à l'élaboration de ce guide via le partage de leurs initiatives ainsi que les CPME territoriales qui ont accepté de répondre à l'enquête lancée dans l'ensemble des territoires.

Un grand merci également aux étudiantes du *MBA Management de la RSE et performance des organisations* de l'Université Leonard de Vinci qui ont contribué à l'étude sur laquelle se base cette publication.

SYNTHESE DES TENDANCES OBSERVEES

└ Fédérations professionnelles : des approches sectorielles pragmatiques en progression continue et un constat commun de l'existence d'obstacles dans la mise en œuvre

Vingt-quatre fédérations, adhérentes ou non de la CPME, représentant des secteurs très variés ont accepté de raconter la manière dont elles ont construit leur démarche RSE. Elles présentent des degrés de maturité très variables sur le sujet.

Pour autant, toutes se montrent pragmatiques dans leur approche de la RSE. L'enjeu étant généralement de convaincre les PME de la plus-value de leur engagement, les fédérations déploient une pédagogie et des outils accessibles, en adaptant les référentiels et les outils aux spécificités de leurs métiers, aux enjeux prioritaires de leur secteur et aux contraintes liées à la taille des entreprises qu'elles représentent.

Si les fédérations acquièrent une maturité sur la RSE plus vite que leurs adhérents, toutes observent un effet cliquet : une fois engagée, même de manière limitée, aucune entreprise n'imagine revenir en arrière. Si le retour sur investissement n'est pas toujours aisément quantifiable, ou dissociable d'autres facteurs de performance, les retours d'expérience sont très largement positifs (management des équipes, image, efficacité opérationnelle, gestion des risques, etc.).

Face à des démarches volontaristes, les fédérations estiment qu'il serait contre-productif de réglementer la RSE. En revanche, pour que la dynamique se renforce, le défi désormais est plutôt de convaincre les donneurs d'ordres de mieux prendre en compte les bonnes pratiques des TPE-PME.

Pour y répondre, les fédérations développent des outils de valorisation, notamment des labels, des référentiels, avec pour défi de leur donner du poids en embarquant un maximum d'adhérents. Afin de faire reconnaître les bonnes pratiques et de susciter l'émulation auprès de leurs adhérents, elles renforcent aussi leur communication interne et externe au moyen de récompenses, de publications et d'événements dédiés.

A noter enfin qu'un nombre croissant de fédérations professionnelles s'engagent elles aussi dans des démarches de progrès. Plusieurs organisations citées dans cette étude sont certifiées.

Pour autant les obstacles à ces démarches ne manquent pas: manque de moyens et de temps, difficultés à assurer la visibilité de l'initiative, concurrence avec d'autres démarches, reconnaissance limitée de ces démarches par les donneurs d'ordres, etc. Bien souvent, on observe un compromis pragmatique des fédérations, qui se basent sur leurs connaissances du secteur et mettent en place des démarches progressives et outils très opérationnels.

De nombreuses fédérations relèvent également la difficulté d'animer sur la durée l'appropriation de la RSE par leurs adhérents et de maintenir la dynamique. Beaucoup s'appuient sur leur réseau territorial pour répondre à cet enjeu dans le cadre de clubs régionaux, communautés, groupes de travail qui se nourrissent de l'implication de leurs adhérents les plus convaincus/engagés.

SYNTHESE DES TENDANCES OBSERVEES

└ Territoires: des situations diversifiées et un mouvement global des CPME territoriales vers la RSE

Malgré la diversité des situations, l'enquête met en évidence un engagement relativement partagé sur la RSE puisque la plupart des unions territoriales et régionales agissent sur le sujet. Au total, trois quart des unions départementales répondantes mènent des actions en matière de RSE, que ce soit à leur initiative ou associées à d'autres parties prenantes.

Les actions, qu'elles soient menées en partenariat ou non, portent principalement sur la sensibilisation des PME à la RSE. Un petit groupe de CPME territoriales, souvent structurées sur la RSE avec un permanent et une commission développement durable/RSE, propose un éventail relativement complet d'actions à destination des TPE-PME sur au moins la moitié des sujets en s'appuyant sur une expertise interne ou externe dans la mise en œuvre de leur démarche.

Ce sont, aujourd'hui les sujets sociaux qui semblent les plus porteurs pour engager les PME sur la RSE. Si la thématique Sécurité Sante et Qualité de vie au travail (SSQVT) arrive en tête des préoccupations RSE des PME, c'est certainement lié aux enjeux de recrutement et de turn-over des personnels qualifiés.

Enfin, il est intéressant de remarquer que l'implication sur la RSE dans les CPME territoriales n'est pas qu'une question de taille de structure ou d'effectifs, mais semble plutôt relever d'une vraie stratégie de l'union territoriale.



DÉMARCHES RSE SECTORIELLES DES FEDERATIONS PROFESSIONNELLES

ORGANISATIONS REpondantes

1. AACC (Association des Agences-Conseils en Communication)
2. AFISE (Association des Industries de la détergence, des produits d'entretien et des produits d'hygiène industrielle)
3. Club Génération Responsable® (le Club des enseignes du commerce organisé sur la RSE)
4. CNAIB-SPA (Confédération Nationale Artisanale des Instituts de Beauté)
5. CNPA (Conseil national des professions de l'automobile)
6. La Coopération Agricole
7. Coorace (Entreprises d'utilité sociale et territoriale)
8. Fédération des entreprises d'insertion
9. Fédération des SCOP du BTP (réseau de PME coopératives et participatives du bâtiment et des travaux publics)
10. FEP (Fédération des entreprises de propreté et services associés)
11. FIF (Fédération des industries ferroviaires)
12. FNTR (Fédération Nationale des Transports Routiers)
13. INRC (Institut national de la relation client)
14. LEEM (Organisation professionnelle des entreprises du médicament)
15. REUNIR (Réseau de PME indépendantes du transport routier de voyageurs)
16. SNADOM (Syndicat national des associations d'assistance à domicile)
17. SYNABIO (Syndicat des transformateurs et distributeurs bio)
18. Synpase (Syndicat National des Prestataires de l'Audiovisuel Scénique et Evènementiel)
19. UNICEM (Union nationale des industries de carrières et matériaux de construction)
20. UNIIC (Union nationale des industries de l'impression et de la communication)
21. UNIMEV (Union française des métiers de l'évènement)
22. Union Sport & Cycle (organisation professionnelle de la filière sport et loisirs)
23. UTP (Union des Transports Publics et ferroviaires)
24. Vignerons Engagés (association des Vignerons en Développement durable)

EN BREF

- 175 agences
- Près de 12 000 salariés
- 75% PME
- Représente 80% du marché en chiffre d'affaires

CONTEXTE & ENJEUX

- └ Créée en 1972, l'Association des Agences-Conseils en Communication défend et accompagne les différents métiers de la communication
 - └ Les agences-conseils en communication sont des prestataires des annonceurs, c'est-à-dire des marques (donneurs d'ordre)
 - └ Des enjeux RSE tardivement intégrés par le secteur
 - └ Prise de conscience du grand public qui fait pression sur les annonceurs pour qu'ils soient plus responsables
- └ Par effet domino, la pression du grand public sur les annonceurs se répercute sur les prestataires et les questions relatives à la RSE sont aujourd'hui fréquentes : la prise en compte de la RSE devient donc un critère de différenciation.

VISION & ENGAGEMENT

Diagnostic

- └ Premier diagnostic du secteur en 2014 : 33 agences membres de l'AACC participent à une étude pour évaluer les pratiques de communication responsable. Les résultats sont positifs en termes de niveau de maturité des démarches RSE des agences répondantes. Cette étude sert d'outil de sensibilisation et de grille d'analyse commune sur le sujet de la RSE
- └ Existence d'un référentiel sectoriel géré par Ecovadis qui ne colle pas à la réalité métier des agences
- └ En 2018 : création d'un questionnaire ad hoc pour le métier des agences-conseils en communication. Co-construit avec Afnor Certification et soumis à des parties prenantes externes, ONG et entreprises, expertes en RSE et en communication

4 enjeux clés

- └ La responsabilité des messages
- └ Prendre en compte l'impact sur la société des messages diffusés par les campagnes de communication, mais aussi l'impact social et environnemental lors de la production des campagnes
- └ L'écoconception des campagnes
- └ La gouvernance des agences

La commission RSE

- └ 13 membres et un responsable AACC se réunissent tous les mois autour des thèmes ci-dessus
- └ Ensemble, ils élaborent des outils pour accompagner les agences
 - Création d'un outil de sensibilisation à la nécessité de sous-titrer les écrans publicitaires
 - Rédaction de deux guides : *Mettre en place une démarche handicap*, *Mettre en place une démarche RSE*
 - Mémento : Agir ensemble contre le harcèlement sexuel et moral en agence

MISE EN ŒUVRE & OUTILS

Une démarche collective, lisible et cohérente grâce au label « Agences Actives »

- └ Lancé en juin 2018, le label « Agences Actives » est basé sur la norme ISO 26000 Communication
- └ Cocréation avec Afnor Certification d'un référentiel RSE attaché au label
- └ 4 grands thèmes recouvrant l'ensemble des enjeux et activités du secteur de la communication : vision et gouvernance, réalisation des prestations, ressources humaines et aspects sociaux, impact environnemental de l'agence.
- └ 41 agences labellisées à ce jour



Accompagnement et processus de labellisation

- └ Juin 2018 : 2 guides réalisés par l'AACC pour accompagner les agences dans leur démarche RSE
 - *Guide de la RSE pour les agences-conseils en communication* : outil de pilotage dans la mise en place des moyens d'action, correspondant à leurs trois domaines d'impacts majeurs : les messages responsables, la production et la diffusion responsable, ainsi que les impacts liés au fonctionnement de l'agence.
 - *Guide Label RSE Agences Actives / Comment répondre efficacement au questionnaire?* : réservé aux agences-membres de l'AACC. Il les accompagne pas à pas pour optimiser leur chance d'obtenir le label (auto-évaluation, exemples d'éléments de preuve à apporter, etc.).
- └ Le questionnaire d'évaluation comporte 21 questions, avec 3 niveaux de labellisation (engagé, confirmé, expert) et est valable 1 ou 2 ans selon l'engagement
- └ Le label RSE Agences Actives a été sélectionné par France Stratégie dans le cadre de l'expérimentation de labels sectoriels par la Plateforme RSE
- └ L'objectif de l'AACC : une quarantaine d'agences labellisées, objectif atteint !

Autres outils

- └ Les Apéros DD : rencontres autour d'un thème en lien avec le développement durable, animées par des personnalités de tous horizons qui viennent partager leurs passions et leur vision
- └ Un site dédié à la communication responsable lancé en octobre 2017 : communication-responsable.aacc.fr
- └ Moco sur les représentations sexistes dans la publicité
- └ Module de cours sur l'éco-communication destiné aux étudiants et aux professionnels

« La labellisation ne concerne pas seulement les agences déjà actives en matière de RSE, pour certaines c'est une occasion de mettre le pied à l'étrier »

Marie Gabrié, Directrice Déléguée

41
agences labellisées

VALORISATION & PERSPECTIVES

- └ Prochaines étapes : l'éco-responsabilité numérique

On en parle ?



Le label permet de témoigner de l'engagement collectif des agences en matière de RSE. Il est adapté à la réalité des métiers du secteur.

Contact : Marie Gabrié
AACC
40 Bd Malesherbes
75008 PARIS
<http://www.aacc.fr>

AFISE

EN BREF

- 100 adhérents
- Représentant près de 10 000 personnes
- Environ 80% du secteur

CONTEXTE & ENJEUX

- └ L'AFISE représente les industriels de la détergence, des produits d'entretien et d'hygiène industrielle
- └ Enjeux environnementaux et sociaux importants : pollution de l'eau, gestion des déchets, santé/sécurité, etc
- └ Un nombre croissant de réglementations ont contraint le secteur à répondre à ses enjeux : de nombreuses entreprises ont pris des mesures pour réduire l'impact environnemental de leurs produits et assurer leur sécurité sanitaire
- └ Au-delà des réglementations, le secteur a pris de nombreux engagements volontaires, comme l'illustre le succès de la « Charte pour le nettoyage durable » lancée en 2005 au niveau européen, et promue par l'AFISE auprès des entreprises françaises

VISION & ENGAGEMENT

Élément déclencheur et gouvernance

- └ Attentes croissantes des donneurs d'ordres publics et privés en matière de RSE : multiplication des questionnaires RSE
- └ En réponse, besoin de valoriser et faire reconnaître les bonnes pratiques du secteur
- └ L'expérimentation de la Plateforme RSE sur des labels sectoriels a encouragé l'AFISE à structurer sa démarche selon les critères de France Stratégie
- └ Accompagnement par l'Afnor
- └ Comité de pilotage dédié : la directrice du développement durable et six représentants d'adhérents
- └ Comité de parties prenantes créé dans le cadre du développement de cette démarche

Diagnostic et objectifs

- └ Cartographie des parties prenantes
- └ Matrice de matérialité réalisée notamment à partir des retours d'expérience de la « Charte pour le nettoyage durable », validée par le Comité de parties prenantes
- └ Objectifs prioritaires identifiés :
 - parvenir à une équivalence reconnue à d'autres évaluations (Ecovadis ou Valorise)
 - faire reconnaître officiellement les bonnes pratiques du secteur, grâce à un référentiel adapté et pragmatique

MISE EN ŒUVRE & OUTILS

Référentiel

- └ Conformément aux attentes de la Plateforme RSE de France Stratégie, le référentiel s'appuie sur les lignes directrices de l'ISO 26000
- └ Un référentiel en 5 axes (*Secteur responsable et engagé, Des produits respectueux de la santé et de l'environnement, Promouvoir une consommation responsable, Une filière durable, Mobiliser les talents*) et 22 critères
- └ 3 niveaux de maturité pour chaque critère, pour accompagner les entreprises dans une démarche de progrès continu et pour s'adresser à toutes les entreprises, quel que soit leur niveau d'engagement
- └ Une évaluation par un organisme tiers indépendant (Afnor), 4 niveaux de labellisation
- └ Dispositif de labellisation sélectionné par la plateforme RSE de France Stratégie pour participer à l'expérimentation de 18 mois sur la mise en place de labels sectoriels adaptés aux PME et TPE

Des outils et un partenariat stratégique avec BPI France

- └ Publication d'un guide de bonnes pratiques
- └ Mise à disposition d'un webinar pour expliquer le référentiel
- └ Signature d'un partenariat avec BPI France :
 - accompagnement financier (50% des coûts de la formation pris en charge)
 - accompagnement technique avec l'organisation de deux journées de formation collective à la RSE et deux journées d'accompagnement sur site pour préparer l'évaluation



« Tout l'enjeu aujourd'hui est de donner du poids à la démarche pour encourager nos adhérents à s'engager vers la labellisation »

Christelle Henry, directrice Développement Durable

VALORISATION & PERSPECTIVES

- └ Objectif : parvenir à une quinzaine de labellisation d'ici fin 2021
- └ Démarche encore en construction, qui s'inscrit dans un processus d'amélioration continue : les premières labellisations pourront donner lieu à des ajustements du référentiel
- └ Dans un second temps, des indicateurs seront également proposés, ainsi qu'un outil de diagnostic
- └ Le Comité de Pilotage réfléchit d'ores et déjà à l'organisation d'un événement afin de communiquer sur la démarche

On en parle ?



Un enjeu de taille : comment convaincre des entreprises de s'engager pour un label qui n'est pas encore reconnu ?

Contact :

AFISE

2 rue de Sèze

75009 PARIS

<https://www.afise.fr/>



Collectif Génération Responsable

EN BREF

- Création en 2007 du Collectif en tant qu'association loi 1901
- 75 enseignes
- 47 000 points de vente (PME) sur les 120 000 points de vente en France

CONTEXTE & ENJEUX

Le Collectif Génération responsable réunit les enseignes du commerce organisé spécifiquement sur la RSE, mais il n'a pas vocation à remplacer les fédérations représentatives du secteur : Fédération française de la Franchise (FFF) et la Fédération du Commerce associé (FCA).

Les enjeux RSE du secteur de la distribution :

- └ Plusieurs défis environnementaux et sociaux : amélioration énergétique, collecte et gestion des déchets, achats durables, éco-conception des boutiques et des produits, affichage environnemental, gestion des ressources humaines, gestion du handicap, mobilité des personnes, transports des marchandises
- └ Un risque réputationnel élevé lié au contact direct avec le consommateur

VISION & ENGAGEMENT

Engagement et gouvernance

- └ La création du Collectif est directement issue de la volonté d'un petit groupe de responsables Développement Durable du secteur de se réunir pour réfléchir ensemble, s'inspirer et trouver des solutions par l'échange entre entreprises sur la RSE
- └ Le personnel et les élus du Collectif sont donc totalement dédiés à la RSE

Parties prenantes

- └ Un travail en étroite collaboration avec la FFF et la FCA, en particulier sur des activités d'information/événementiel et sur le Baromètre Enseignes et RSE
- └ Une cartographie des parties prenantes (collectivités locales, associations de consommateurs, experts, fédérations) par thématique ou projet : elles sont associées régulièrement aux comités stratégiques du Collectif et aux ateliers de co-construction

Un diagnostic régulièrement mis à jour

- └ Un diagnostic initial aux fondements de la convention du Collectif
- └ Depuis 2014, une enquête annuelle auprès de l'ensemble des enseignes du secteur et en lien avec les fédérations FFF, FCA et désormais CNPA
- └ Un livre blanc sur le commerce et la RSE (édition 2017 et 2020)

Une stratégie qui repose sur 3 piliers

- └ Inspirer : à travers des temps d'échanges réguliers (GreenDays) ou des publications mettant en valeur les bonnes pratiques d'entreprises
- └ Co-construire, dans le cadre des ateliers
- └ Valoriser les initiatives remarquables

Outil pratique

- Un guide en ligne, outil de référence pour les adhérents afin de les aider à professionnaliser leur approche stratégique et opérationnelle de la RSE (amélioration énergétique, déchets, achats durables, gestion du handicap, transports des marchandises)

Une démarche de progrès jusqu'à la labellisation

Le Collectif Génération Responsable est engagé dans la démarche d'expérimentation lancée par la Plateforme RSE de France Stratégie pour consolider le «Label Enseigne Responsable®» et expérimenter sur le terrain le "Label Commerçant Responsable®"

Enseigne Responsable®

- Démarche lancée en 2015 sur la base d'un référentiel croisant tous les champs de la RSE à partir de l'ISO 26000 et du cadre législatif français
- 1^{er} niveau « mon entreprise est engagée »: toutes les entreprises du secteur (adhérentes au Collectif ou pas), peuvent démarrer un programme portant sur 5 actions prioritaires
- 2^{ème} niveau «mon entreprise est responsable» : évaluation par le cabinet SGS du siège de l'enseigne sur la globalité des engagements du référentiel puis présentation au Comité éthique d'agrément pour validation

Commerçant Responsable®

- Un label ouvert aux points de vente dont l'enseigne est labellisée *Enseigne Responsable®*.

Les conditions d'attribution et de suivi du Label

- Prise en charge par le Collectif de la communication à l'interne et à l'externe
- Plan de surveillance pour garantir la progression de la démarche labellisée sur 3 ans

« Le commerce organisé, par son maillage territorial, dispose d'un levier déterminant et structurant pour diffuser les bonnes pratiques »

Jocelyne Leporatti, Présidente

25

Enseignes
labellisées

VALORISATION & PERSPECTIVES

- Book retail : publication annuelle qui met en avant les enseignes labellisées
- EUPHORIE MAG® : une plateforme d'échanges, d'expériences et de « best practice » environnementales, dédiée aux dirigeants des enseignes et acteurs du DD & Retail
- GREENDAYS : rendez-vous mensuels sous forme de conférences et d'ateliers, mêlant experts et retours d'expérience d'entreprises du secteur
- R Awards : le Collectif Génération Responsable organise ce prix qui récompense une initiative particulièrement remarquable sur les dimensions économique, environnementale, sociale et sociétale
- New Retail Forum, événement annuel visant à nourrir la réflexion : deux journées dédiées aux entreprises du commerce où se succèdent tables-rondes, ateliers et market place
- Perspectives : identification des retours sur investissement d'une démarche RSE avec les cabinets SGS et Des Enjeux et Des Hommes.

On en parle ?



Les fédérations du secteur de la distribution et du commerce peuvent s'appuyer sur une association dédiée à la RSE, le Collectif Génération Responsable : un gage d'efficacité ?

Contact :

Collectif Génération Responsable

www.generation-responsable.fr

jocelyne@generation-responsable.fr

09 54 04 00 00

EN BREF

- 2007 adhérents
- 2756 salariés
- 82% des entreprises du secteur n'ont aucun salarié

CONTEXTE & ENJEUX

- └ Ce secteur comprend toutes les entreprises et structures dédiées à la beauté, aux soins du corps et au bien être
- └ Nombreuses évolutions aussi bien sur le plan des techniques utilisées, des appareils innovants que sur la vision : leitmotiv intégrant la RSE et toutes ses implications
- └ Des enjeux sociaux : conditions de travail, santé/sécurité des salariés avec l'utilisation de substance chimiques

- └ Des enjeux environnementaux : gestion des déchets, consommations d'eau et d'énergie, utilisations de produits aux formules plus ou moins respectueuses de l'environnement
- └ Des enjeux sociétaux : une contribution importante au développement économique local et au lien social

VISION & ENGAGEMENT

Constat

- └ Dans un secteur très concurrentiel, les entreprises qui garantissent une qualité des services et des produits, et le respect des salariés et de l'environnement ne sont pas facilement identifiables
- └ La RSE peut apporter une véritable plus-value aux entreprises employant du personnel qualifié, gérant avec intelligence, et respectant l'environnement
- └ De nombreux professionnels du secteur font déjà de la RSE sans le savoir (tri des déchets, utilisation de produits), et ce de manière spontanée et volontaire
- └ Fort enthousiasme de la part des entreprises du secteur et adhésion massive
- └ Volonté forte du dirigeant, qui a introduit le projet de démarche RSE à l'Assemblée Générale en 2012

Une gouvernance délocalisée

- └ Afin de développer une démarche adaptée et spécifique à la profession, 12 ambassadrices volontaires de 12 régions différentes ont travaillé avec un cabinet expert en développement durable (Geonat) afin de déterminer les critères vers lesquels les entreprises volontaires doivent tendre
- └ Des objectifs stratégiques ont été identifiés :
 - Fédérer et mobiliser vos collaborateurs
 - Donner plus de sens à votre travail
 - Conforter la responsabilité de vos équipes
 - Valoriser les « savoir-faire » en interne
 - Insérer l'entreprise dans le contexte local
 - Innover en répondant aux futures attentes de la société
 - Capter de nouveaux marchés et de nouveaux clients
 - Différencier l'entreprise auprès de ses clients et acteurs économiques
 - Consolider l'image et la réputation de l'entreprise
 - Créer un atout concurrentiel
 - Proposer des prestations permettant de ne pas mettre en péril ni la santé des personnes, ni l'environnement

MISE EN ŒUVRE & OUTILS

Label Sectoriel créé par la fédération

- └ Création du label : « Votre institut responsable pour une beauté durable »
- └ Un référentiel construit sur les 4 piliers de la RSE : gouvernance, économique, social et environnemental
- └ Des critères différenciés selon la taille de l'entreprise (esthéticiennes travaillant seules, esthéticiennes employant des salariés)
- └ Mise en place de différents outils pour accompagner ce processus de labellisation :
 - outil d'autodiagnostic (grille d'auto-évaluation)
 - formation au concept (afin de comprendre comment valoriser ce qui existe déjà dans l'entreprise)
 - conseils techniques par un expert externe du cabinet GEONAT
 - audit d'entreprise réalisé par le cabinet GEONAT entre la 1ère et la 3^{ème} année
 - positionnement et actions tous les 3 ans pour garantir la transparence de la démarche



« Pour les esthéticiennes dont le métier est le bien-être de la personne, il n'y a qu'un pas pour penser au bien-être de la planète »
Monique AMOROS, Co-présidente CNAIB - SPA

40
entreprises
labellisées

VALORISATION & PERSPECTIVES

- └ Double reconnaissance ministérielle décernée à la fédération à travers une convention d'engagement volontaire signée par les ministères de l'Environnement et de l'Artisanat grâce à son engagement dans la démarche
- └ Signature de la charte d'engagement par des dizaines d'esthéticiennes
- └ Valorisation auprès des clients grâce au visuel « Votre institut responsable pour une beauté durable » apposé en vitrine des entreprises labellisées
- └ Effort de communication de la confédération pour faire connaître la démarche et partager les bonnes pratiques

On en parle ?



Une démarche simplifiée pour s'adapter à la petite taille des entreprises, et qui s'appuie sur un réseau décentralisé d'ambassadrices du développement durable

Contact :
CNAIB SPA
194 boulevard Emile Delmas
17000 LA ROCHELLE
<https://www.cnaib.fr>

EN BREF

- 20 000 entreprises adhérentes
- 82% de TPE, 17% de PME

La filière des services de l'automobile

- 150 000 entreprises dont 95% de TPE et 4,8% de PME
- 500 000 emplois
- 140 milliards de chiffre d'affaires consolidé

ENJEUX

Le Conseil national des Professions de l'Automobile, représente les entreprises de la distribution et des services de l'automobile : commerce et réparation de véhicules (légers, poids lourds, deux roues), distribution de carburants et de nouvelles énergies, recyclage et toutes les offres de services aux automobilistes, comme la location, l'éducation routière ou encore les startups de la mobilité.

Le CNPA entend répondre au défi majeur de l'accès à la mobilité des biens et des personnes, qui se trouve à la croisée de multiples enjeux :

- enjeu de la transition énergétique, compte-tenu de l'urgence climatique qui nécessite la réduction des émissions de gaz à effet de serre
- enjeu de santé publique, afin de réduire les émissions de substances néfastes à la santé de l'Homme
- défi sociétal, la mobilité étant un outil indispensable pour la croissance économique, mais aussi pour l'accès à l'emploi et à une vie sociale
- défi des mutations technologiques, avec le développement de multiples solutions de mobilité
- enjeu de l'économie circulaire face à la raréfaction des ressources

VISION & ENGAGEMENT

Une vision RSE affirmée

- └ Les défis environnementaux, sociaux et sociétaux questionnent fortement l'automobile, son usage, ses métiers. De nouveaux modèles économiques émergent, basés sur davantage de coopération entre acteurs et de connexions avec l'ensemble des parties prenantes. C'est une formidable opportunité ouvrant de nouveaux marchés et une évolution des métiers. Les entreprises performantes durablement seront celles qui sauront s'inscrire dans cette dynamique d'ouverture, sauront faire rayonner leur projet, leurs valeurs et partager leur engagement.
- └ Les entreprises des Services de l'Automobile et de la Mobilité ont pour mission d'apporter une contribution positive :
 - au niveau social par des emplois non délocalisables, répartis sur le territoire, ouverts à une multitude de compétences ;
 - au niveau environnemental par la contribution à la réduction des émissions liées à la mobilité et par une économie circulaire, basée sur l'usage et l'économie de ressources ;
 - au niveau économique en contribuant à la création de valeur sur les territoires et par une optimisation du pouvoir d'achat des français ;
 - au niveau sociétal par les partenariats menés localement avec les acteurs de la mobilité.
- └ Le CNPA est pleinement conscient des enjeux RSE pour son secteur, la mobilité étant au cœur de la transition écologique. Il se mobilise pour accompagner les professionnels des services de l'automobile en proposant une démarche d'engagement vers un développement durable, adaptée à tous les métiers, toutes les tailles d'entreprise et partout sur le territoire.

Un plan d'action RSE ambitieux, déployé en partenariat avec le Collectif Génération responsable

Pour accompagner ses adhérents sur la voie d'un développement durable et responsable, le CNPA a décidé de s'appuyer sur l'expérience, l'expertise et la dynamique engagées depuis plus de 10 ans par le Collectif Génération Responsable. Ce partenariat a permis d'initier une dynamique de développement durable pour l'ensemble des métiers, qui se placent ainsi résolument du côté de l'innovation et des solutions pour une mobilité durable des citoyens.

Le programme de travail s'articule autour de 4 axes :

- Finaliser et déployer auprès de tous les professionnels un label RSE sectoriel, en développant des outils et un accompagnement adaptés à chacun
- Valoriser les entreprises engagées, par le palmarès des services de l'automobile et de la mobilité des Trophées R Awards, mais également celles qui seront labellisées suite à l'évaluation de SGS sur la base du référentiel RSE sectoriel
- Créer une dynamique de mobilisation, par le partage et les échanges au sein du Club Trajectoire Durable
- Positionner la RSE au cœur de la gouvernance, de la vision et des actions du CNPA pour la filière, mais également des professionnels des services de l'automobile, en associant les parties prenantes

« Les démarches de RSE sont dans l'ADN du CNPA et des entreprises qu'il représente. Notre objectif est d'accompagner nos chefs d'entreprises face aux défis écologiques, climatiques, technologiques et sociétaux, afin d'innover pour proposer aux citoyens des solutions de mobilité durables et responsables »

Francis BARTHOLOMÉ, Président du CNPA

VALORISATION & PERSPECTIVES

Valorisation

- └ Le rapport RSE du CNPA est un outil de valorisation du secteur vis-à-vis des parties prenantes externes
- └ La valorisation des bonnes pratiques du secteur est réalisée depuis de nombreuses années par les Trophées de l'environnement décernés par la plateforme environnementale Autoeco, avec le soutien du CNPA
- └ Depuis 2019, le palmarès des services de l'automobile et de la mobilité des R Awards du Collectif Génération Responsable récompense les initiatives remarquables menées dans les entreprises des services de l'automobile

Perspectives

- └ Promouvoir le dispositif de labellisation RSE auprès de toutes les entreprises et l'engagement des acteurs de la filière en lien avec les parties prenantes

On en parle ?



Un partenariat inédit entre le Collectif Génération Responsable et le CNPA, au service d'une démarche RSE adaptée aux PME et TPE.

Contact :
Conseil national des professions de l'automobile
50 rue Rouget de Lisle
92158 Suresnes Cedex
cchalle@cnpa.fr

La Coopération Agricole

EN BREF

- 2300 entreprises-coopératives agricoles et agroalimentaires
- 190 000 salariés
- 84,4 milliards de chiffre d'affaires
- 40% du chiffre d'affaires de l'agroalimentaire français

CONTEXTE & ENJEUX

- └ La Coopération Agricole regroupe des entreprises agricoles, agroalimentaires et agroindustrielles, principalement des TPE et PME. Ces coopératives représentent une marque alimentaire sur 3, rassemblent 3 agriculteurs sur 4
- └ Premier secteur industriel en termes de valeur ajoutée : en 2018, l'agroalimentaire ramène un revenu excédentaire de 6,9 milliards d'euros dans la balance commerciale
- └ Difficulté de recrutement de talents due à des métiers en tension
- └ De nouvelles tendances de consommation émergentes, vers plus de qualité et de transparence
- └ Une opportunité pour La Coopération Agricole de faire valoir son modèle coopératif, en phase avec les attentes des consommateurs

VISION & ENGAGEMENT

Fédération lucide sur les besoins du secteur

- └ Volonté des dirigeants de la fédération d'accompagner les adhérents dans leurs démarches RSE
- └ La RSE est perçue en interne comme un vecteur de communication positif sur l'agroalimentaire et l'agriculture
- └ La Coopération Agricole considère la RSE comme un des leviers pour répondre à la problématique de recrutement du secteur

Approche structurée depuis plusieurs années

- └ Lancement du projet stratégique « Coop de France 2020 » en 2015, visant à relever les défis économiques, environnementaux et sociétaux des coopératives
- └ 3 objectifs majeurs :
 - Proposer un cadre définissant la RSE dans l'agroalimentaire avec l'ISO 26030
 - Valoriser les actions RSE des coopératives
 - Accompagner les adhérents avec des outils performants et cohérents

MISE EN ŒUVRE & OUTILS

└ Plan d'action :

2015 : Lancement du projet « COOP de France 2020 », qui fait de la RSE une de ses trois priorités

2017-2018 : Refonte du site web <https://www.lacooperationagricole.coop/fr> en s'appuyant sur les sujets les plus recherchés sur internet sur l'agroalimentaire, mettant en avant les sujets RSE



- └ Suite à l'appel à candidature de la Plateforme RSE pour lancer une expérimentation de labels RSE sectoriels adaptés aux TPE-PME, création du label « Coopératives So Responsables » avec AFNOR Certification
- └ Un label construit autour de cinq critères de pratiques stratégiques, managériales et opérationnelles (gouvernance, ressources humaines et conditions de travail...) et trois critères de résultats (environnementaux, sociaux et économiques)
- └ La Coopération Agricole sélectionnée pour participer à l'expérimentation de France Stratégie



2020 :

- └ Publication en janvier 2020 de la norme ISO 26030 en janvier 2020 « Responsabilité sociétale et développement durable — Lignes directrices pour l'utilisation de l'ISO 26000:2010 dans la chaîne alimentaire »
- └ Publication en septembre 2020 du Théma « Objectifs de Développement Durable – Contribution des coopératives aux 17 enjeux mondiaux », recueil de bonnes pratiques des coopératives en lien avec les ODD
- └ Participation aux travaux de la Plateforme RSE sur les labels RSE sectoriels

Des outils pour construire et valoriser les démarches :

- └ S'informer sur la RSE : MOOC RSE & Agroalimentaire, colloques...
- └ Mettre en place une stratégie RSE : Fiches RSE, Programme 3D (accompagnement personnalisé et outils) en partenariat avec AFNOR, Guide Gouvernance, Guide du Reporting RSE, Gaspillage Alimentaire...
- └ Valoriser sa démarche RSE auprès des parties prenantes : VALORISE (plateforme d'auto-évaluation RSE entre fournisseurs et distributeurs), Agri Confiance, Duralim...

« La RSE est en train de devenir un prérequis dans la relation avec nos clients, ce qui explique notre stratégie d'accompagnement de nos adhérents »

Benjamin Perdreau, Responsable RSE chez COOP de France

VALORISATION & PERSPECTIVES

- └ Déploiement et appropriation du label grâce à une campagne de communication auprès des coopératives, ainsi que des parties prenantes externes
- └ Vision 2030 : nouvelle stratégie de La Coopération Agricole dans laquelle les enjeux sociétaux occupent une place centrale
- └ Lancement du Tour de France des Solutions : site vitrine des solutions déployées par les coopératives pour répondre aux enjeux environnementaux et premiers trophées des Solutions Coopératives

On en parle ?



Une approche structurée, qualité indispensable pour accompagner les changements exigés du secteur. La prise en compte des enjeux internationaux est à noter.

Contact :
La Coopération Agricole
43 rue Sedaine, 75011 Paris
bperdreau@lacoopagri.coop

Coorace

EN BREF

- 557 entreprises adhérentes
- 53 440 salariés
- Secteur : environ 3 000 structures d'insertion par l'activité économique

CONTEXTE & ENJEUX

- └ Créée en 1985, Coorace regroupe principalement des structures d'insertion par l'activité économique (SIAE) et des services à la personnes (SAP).
- └ Contexte du secteur de l'économie sociale et solidaire (ESS):
 - └ représente 10% de l'emploi en France, mais baisse du soutien des pouvoirs publics
 - └ ancrage territorial fort et secteur pourvoyeur d'emplois non délocalisables

- └ Plus spécifiquement pour le secteur de l'insertion par l'activité économique (IAE) : PACTE IAE voté décembre 2020 visant + 100 000 ETP
- └ Enjeu pour Coorace : la reconnaissance de sa démarche qualité par le secteur marchand

VISION & ENGAGEMENT

Vision et objectifs

- └ Les adhérents de Coorace fondent leur action sur une même vision, celle d'une société solidaire et intégrante, reconnaissant la valeur et la richesse de chacun en tant que citoyen et acteur des échanges économiques et sociaux
- └ La RSE est une vraie stratégie de développement économique pour le secteur, car elle permet d'avoir un langage commun avec les partenaires économiques du secteur marchand : travailler avec des entreprises du secteur de l'économie sociale et solidaire peut constituer un volet de leur politique RSE
- └ Objectif : accroître la reconnaissance des entreprises du secteur auprès des donneurs d'ordre privés

Gouvernance et stratégie

- └ Coorace tient son Congrès tous les 5 ans et organise, en préparation, des séminaires de réflexion collective tous les ans entre adhérents et si possible des salariés en parcours, d'autres acteurs privés et des experts
- └ Dialogue parties prenantes externes : partenaires de l'ESS et partenaires économiques
- └ Novembre 2016 : vote du projet Stratégie 17-22 en 3 orientations :
 - Agir avec les personnes
 - Agir dans les territoires
 - Agir dans la société

MISE EN ŒUVRE & OUTILS

Une démarche Qualité déjà en place : CEDRE (Cadre De Référence commun)

- └ Coorace a mis en place une démarche qualité adaptée au secteur de l'ESS et du métier de l'inclusion par le travail, sur la base de la norme internationale ISO 9001 (management par la qualité et démarche d'amélioration continue).
- └ Les parties prenantes impactées : les personnes en parcours d'inclusion, les acteurs des territoires, la structure certifiée, le client économique (entreprise, collectivités, particulier).

- └ CEDRE : outil interne de professionnalisation autour de la démarche qualité. Trois versions du référentiel jusqu'à aujourd'hui :
 - 2004 V1 : focus sur la qualité dans le cœur de métier de l'inclusion
 - 2008 V2 : intégrant la gouvernance à la mise en œuvre du processus
 - 2015 V3 : intègre les notions d'Utilité Sociale des Territoires, de RSE et de développement durable
- └ La version 3 a été élaborée à la suite d'une expérimentation démarrée en 2012 :
 - Etude d'impact qui mène au constat suivant : la démarche qualité bénéficie d'une visibilité en interne mais pas à l'externe
- └ Objectif volume à 2021 : 150 certifiés (dont 75% d'anciens certifiés V2)
- └ Aujourd'hui, COORACE a mis en place un label RSE pour une meilleure reconnaissance par le secteur marchand



Outils d'accompagnement

- └ Formation-action CEDRE-ISO 9001, qui s'adresse à tous les acteurs de l'inclusion par le travail : 5 à 7 jours de formation au sein de l'entreprise sur un parcours de deux ans, jusqu'à la délivrance de la certification CEDRE- ISO 9001/label RSE
- └ La démarche CAP (Coorace Ambition Progrès) : outil de mise en place d'une démarche d'amélioration continue pour les novices (10% poursuivent vers la certification)
 - 1er levier : rencontre au niveau régional avec des adhérents
 - 2nd levier : plateforme numérique
 - 3ème levier : CAP est systématiquement proposé aux nouveaux adhérents
- └ Document d'auto-évaluation sur 4 thématiques qui reprend l'architecture du référentiel CEDRE mais de manière plus souple pour favoriser les passerelles : le projet/la stratégie + l'offre de service (pour les salariés, pour les entreprises...) + les fonctions supports + évaluation/mesure d'impacts
- └ La certification est délivrée par un organisme tiers indépendant (actuellement SGS). Un appel d'offre est réalisé par Coorace tous les 3 ans (exigeant une connaissance du secteur de l'ESS et des IAE).
- └ Coût de la certification en baisse grâce à une certification de groupe

« Avec Cèdre nous faisons d'une pierre trois coups : faire avancer notre démarche qualité dans notre cœur de métier, la faire reconnaître (avec la certification ISO 9001), et prouver que le secteur est en phase avec les enjeux de la RSE »
Christophe Lemoine, responsable du service amélioration continue (CAP et CEDRE – ISO 9001)

92
 entreprises
 certifiées CEDRE-
 ISO 9001/Label
 RSE

VALORISATION & PERSPECTIVES

- └ Phase de promotion de la démarche CEDRE-ISO 9001 vers l'externe.
- └ Faire évoluer le référentiel CEDRE par un label RSE notamment sur les aspects sécurité et environnement.

On en parle ?



La RSE pour le secteur de l'ESS est à la fois un enjeu de développement et une réponse aux besoins du secteur privé dans le cadre de leur stratégie RSE.

Contact : qualite@coorace.org
 Coorace
 157 Rue des Blains, 92220 Bagneux
www.coorace.org

La fédération des entreprises d'insertion

EN BREF

- 525 entreprises adhérentes
- 40 000 salariés
- 600 millions de chiffre d'affaires

CONTEXTE & ENJEUX

- └ Créée en 1988, la fédération des entreprises d'insertion représente les entreprises d'insertion (EI) et les entreprises de travail temporaire d'insertion (ETTI) en France
- └ Inscrites dans l'économie sociale et solidaire, les EI et les ETTi portent un modèle économique à finalité sociale qui conjugue travail salarié, accompagnement, et acquisition de compétences, afin de favoriser l'accès à l'emploi durable des personnes en difficulté sociale et professionnelle

└ Enjeux pour la fédération des entreprises d'insertion :

- Valoriser les entreprises d'insertion qui ont déjà comme cœur d'activités des sujets RSE : la performance sociale (emploi, accompagnement et formation de personnes en difficulté), environnementale (économie circulaire, écologie territoriale, filières de recyclage et valorisation...) et économique (gouvernance participative, ancrage territorial...)
- Impulser une dynamique d'innovation collective pour construire les modèles de demain, changer d'échelle et favoriser le développement et la consolidation des entreprises d'insertion

VISION & ENGAGEMENT

Ambition et stratégie

- └ Promouvoir l'excellence sociale des entreprises inclusives en attestant de leur maturité RSE et en intégrant les spécificités de leur mission d'inclusion des personnes vulnérables
- └ Ouvrir le label RSEi à toute entreprise inclusive, c'est-à-dire à toute entreprise qui met en œuvre, durablement et régulièrement, l'inclusion de personnes vulnérables sur le marché de l'emploi

Gouvernance

- └ Commission qualité (entre 8 et 10 chefs d'entreprises d'insertion et des permanents de la fédération)
- └ Un coordinateur de projet RSE appuyé par la Commission Qualité
- └ Toutes les propositions faites par la Commission Qualité sont validées par le Bureau et le Conseil fédéral qui suivent les travaux et prennent les décisions stratégiques

MISE EN ŒUVRE & OUTILS

Le label RSEi : la responsabilité sociétale des entreprises inclusives

- └ 2020 : lancement du label RSEi, déclinaison de la norme internationale ISO 26000, adaptée aux entreprises inclusives. Label corédigé avec l'AFNOR .
- └ Le label RSEi précise et décrit les attendus pour les entreprises inclusives souhaitant inscrire leur activité dans les trois piliers du développement durable : économique, sociétal et environnemental.
- └ La labellisation RSEi est réalisée de manière indépendante par AFNOR Certification, sur l'évaluation du niveau de maturité RSE de l'entreprise inclusive. 4 niveaux de labellisation peuvent être délivrés : initial, engagé, confirmé et exemplaire. La labellisation est valable 3 ans.

- └ Le label RSEi atteste du niveau de maturité RSE des entreprises inclusives autour de cinq chapitres :
 - Gouvernance et projet d'entreprise (dialogue avec les parties prenantes, ancrage territorial, déontologie, management et pilotage, etc.)
 - Management des ressources humaines (emplois et compétences, promotion de l'égalité et de la diversité, qualité de vie au travail, etc.)
 - Mission d'inclusion (organisation, accueil, recrutement et intégration, accompagnement, préparation à l'emploi durable)
 - Management des enjeux environnementaux (management environnemental, prévention de la pollution, gestion des déchets, utilisation durable des ressources, achats responsables)
 - Mesure, analyse et amélioration (audits, évaluation de la satisfaction des parties prenantes, amélioration continue...)

Outils d'accompagnement

- └ Outil d'autodiagnostic : outil proposé à toutes les entreprises (en libre-accès sur le site de la fédération des entreprises d'insertion) afin de leur permettre d'appréhender facilement le référentiel RSEi et de faire un état des lieux de leurs pratiques RSE
- └ Accompagnement collectif (à destination des entreprises adhérentes) : accompagnement régulier durant un an sous la forme de journées de formation-action et d'ateliers d'échanges de pratique pour travailler en collectif à la labellisation RSEi
- └ Webinaires sur des thématiques du label RSEi (à destination des entreprises adhérentes) : organisation de webinaires pour permettre aux entreprises de renforcer leurs connaissances et échanger sur leurs bonnes pratiques
- └ Audit à blanc (à destination des entreprises adhérentes) : possibilité de bénéficier d'un audit à blanc en amont de l'audit de labellisation mené par l'AFNOR afin de vérifier son niveau de maturité par rapport aux attendus du référentiel

« Il faut proposer le meilleur aux plus fragiles ; la RSE n'est pas une promesse, c'est un engagement du quotidien »

Olivier Dupuis, Secrétaire Général

105

entreprises
engagées dans la
labellisation RSEi

VALORISATION & PERSPECTIVES

- └ Lancement du label RSEi en février 2020
- └ 9 régions engagées dans l'accompagnement collectif des entreprises vers la labellisation RSEi
- └ Une reconnaissance de la labellisation RSEi par l'Etat à travers le Pacte d'engagement pour le développement du travail temporaire d'insertion
- └ Une volonté de faire de l'inclusion « l'affaire de tous » et de promouvoir l'excellence sociale auprès de toutes les entreprises afin que chacune puisse prendre sa part pour l'inclusion et rendre son engagement lisible et visible à travers le label RSEi

On en parle ?



Une fédération qui porte en elle les valeurs de la RSE et promeut, à travers un label, la pertinence d'un modèle différent de performance sociétale, économique et environnementale

Contact :

La fédération des entreprises d'insertion
18/20 rue Claude Tillier, 75012 PARIS
www.lesentreprisesdinsertion.org

Fédération des SCOP du BTP

EN BREF

- 600 PME adhérentes dont 250 TPE
- 12 000 emplois
- 100 000 entreprises dans le secteur bâtiment
- 8 000 entreprises dans le secteur travaux publics

CONTEXTE & ENJEUX

Fédération professionnelle représentant des PME indépendantes et participatives du BTP, organisée autour de 10 fédérations régionales en lien avec les coopératives du BTP sur le terrain

Les enjeux RSE du secteur du BTP :

- └ Enjeux sociaux : métiers à risque et exigeants physiquement, conditions de travail difficiles, hygiène et sécurité...
- └ Enjeux environnementaux : activités énergivores (phase construction, phase exploitation) et fortement consommatrices de matières premières et productrices de déchets, cycles de vie longs, réglementation importante...

- └ Enjeux économiques : critères RSE de plus en plus présents dans les cahiers des charges, mais le prix reste le critère déterminant d'attribution des marchés
- └ Enjeux liés au développement local : ancrage territorial fort avec une forte contribution au développement et à l'emploi local

VISION & ENGAGEMENT

Engagement et gouvernance

- └ Intrinsèquement, les SCOP du BTP sont porteuses d'une éthique économique et sociale forte, liée à leur gouvernance coopérative
- └ Lors du Congrès de la fédération de 2008 (portant sur le développement durable) engagement d'une démarche RSE via l'expérimentation en région ; puis formalisation d'une stratégie RSE de 2011 à 2016
- └ Mise en place en 2018 d'un groupe de travail RSE à l'échelle de la fédération, animé par un chef de projet et un élu dédiés, avec des missions de pilotage de la stratégie, d'observation des bonnes pratiques et de prospective
- └ Des clubs RSE en région qui réunissent les entreprises ayant engagé une démarche pour échanger les bonnes pratiques

Une stratégie développement durable reposant sur 2 axes

- └ La défense des intérêts des entreprises de la filière, avec un travail d'anticipation, de positionnement, d'influence et d'interprétation sur toute nouvelle réglementation (énergie, déchets...)
- └ Une intervention proactive visant à promouvoir les pratiques responsables de la filière, notamment en termes d'écoconception et de recyclage ; et à valoriser cet effort à travers une meilleure prise en compte dans les marchés publics, dans le cadre assurantiel ou les partenariats bancaires

La Démarche RSE SCOP BTP : 4 étapes jusqu'à la labellisation

- Information/ sensibilisation : notamment grâce aux ateliers organisés en région
- Autoévaluation RSE, prise en charge par AFNOR Certification et la fédération, avec l'outil SIMPLY RSE : l'entreprise est accompagnée une journée par un conseiller AFNOR qui rend un rapport à la SCOP accompagnée. Elle se rend compte généralement à cette occasion de tout ce qu'elle fait de bien.
- Évaluation ENGAGE RSE par AFNOR Certification. Un rapport est remis à la SCOP BTP pour piloter sa stratégie RSE et proposer des pistes d'amélioration.
- Label RSE SCOP BTP attribué par un comité de labellisation, sur la base de l'évaluation AFNOR.
- La fédération SCOP BTP participe à l'expérimentation de labels RSE sectoriels, lancée par la Plateforme RSE de France Stratégie



Label délivré après une évaluation indépendante des bonnes pratiques de responsabilité sociétale engagé RSE

Une association des parties prenantes à deux niveaux

- Comité de labellisation : avec les principaux acteurs de la branche BTP au niveau national
- Par chaque entreprise dans le cadre de sa démarche RSE : cette association des parties prenantes est décrite dans les rapports RSE de ces entreprises

Deux approches complémentaires de la RSE avec :

- des entreprises engagées dans une démarche RSE parce qu'elles y voient un bénéfice direct, notamment de pouvoir communiquer sur leurs actions responsables
- des entreprises qui formalisent leur engagement par le label, afin de s'inscrire dans une perspective continue d'amélioration

« La RSE, c'est un vrai bonus, cela doit rester différenciant pour les PME, pas discriminant »

Thomas GALLIER

Directeur de la Communication et de la Formation, chef de projet RSE

7

entreprises
labellisées

VALORISATION & PERSPECTIVES

Valorisation

- Un label RSE SCOP BTP adapté à la filière et un guide d'évaluation ENGAGE RSE à l'usage des SCOP BTP, corédigé avec l'AFNOR, et valorisant les bonnes pratiques (document interne)
- Les rapports RSE des entreprises engagées dans une démarche, sans forcément aller jusqu'à la labellisation : un outil de communication plus différenciant qu'une documentation générique

Perspectives

- Développer le nombre d'entreprises engagées et labellisées
- Mieux faire connaître la démarche auprès des parties prenantes
- Enraciner la dynamique auprès des donneurs d'ordre

On en parle ?



Le rapport RSE comme outil de communication auprès des clients : une vision véritablement intégrée d'un modèle d'affaire responsable?

Contact :
Fédération des Scop du BTP
64 bis rue de Monceau
75008 PARIS
t.gallier@scopbtp.org

EN BREF

- 2 300 adhérents
Dont près de 90% de PME
- +300 000 salariés

CONTEXTE & ENJEUX

La Fédération des entreprises de Propreté et Services Associés regroupe les chambres syndicales des entreprises de propreté. Elle représente des entreprises de toutes tailles, qui interviennent dans les bureaux, les immeubles, l'industrie, les commerces, les établissements scolaires, les établissements de santé, l'hôtellerie, les transports...

- └ Le secteur de la propreté est en pleine croissance : un secteur qui innove, aussi bien sur les aspects organisationnels et sociaux, que sur les techniques et pratiques plus respectueuses de l'environnement
- └ Enjeux sociaux : santé/sécurité des travailleurs, travail en journée et/ou en continu, formation, qualification et emploi, diversité, insertion par l'économie
- └ Enjeux environnementaux : réduction de l'impact des prestations et proposition de solutions aux problématiques des clients (mise en place du tri des déchets...)
- └ Enjeux sociétaux : amélioration de la relation clients-prestataires, hygiène et confort des lieux de vie, création d'emplois locaux non délocalisables

VISION & ENGAGEMENT

- └ Consciente des enjeux de son secteur, la FEP est engagée depuis 2007 dans une démarche de développement durable
- └ Un rôle précurseur des adhérents de la FEP à travers la prescription de bonnes pratiques auprès de leurs clients, qui intègrent désormais ces pratiques à leur cahier des charges
- └ Existence d'un programme RSE et d'un guide de 51 bonnes pratiques depuis 2008
- └ En 2018, l'étude sur les dynamiques RSE des entreprises de propreté a permis d'interroger les parties prenantes et de réaliser une analyse de matérialité de la propreté
- └ Fin 2018, le Conseil d'Administration de la FEP a adopté une nouvelle stratégie RSE
- └ En 2020 la FEP a publié le référentiel RSE des entreprises de propreté

Objectifs stratégiques

- └ La stratégie RSE de la Branche a pour ambition de faire connaître l'impact positif de la propreté et se décline en 3 axes :
 - Agir pour améliorer les conditions de travail et la qualité de vie des femmes et des hommes de la propreté
 - Agir pour un environnement préservé
 - Agir pour satisfaire les clients, améliorer le quotidien des usagers et faire reconnaître la contribution de la profession aux enjeux de la société

Gouvernance et dialogue parties prenantes décentralisés

- └ La FEP s'appuie sur un comité national des référents RSE composé d'administrateurs des chambres régionales
- └ Le fonds Fare Propreté de la branche dédiée au développement économique et social des entreprises finance le programme RSE
- └ La FEP a mis en place un Comité consultatif des parties prenantes qui se réunit deux fois par an
- └ La démarche RSE se décline en régions, animée par les Chambres régionales, notamment dans des Clubs RSE réunissant des chefs d'entreprises engagés

MISE EN ŒUVRE & OUTILS

Le référentiel RSE des entreprises de propreté

Rédigé par les entreprises, en concertation avec leurs parties prenantes (plus de 100 contributeurs) et attesté en cohérence avec les lignes directrices de l'ISO 26000 par AFNOR Certification, ce référentiel décrit ce qu'est une entreprise de propreté responsable. Ce référentiel est avant tout un outil qui permet aux entreprises d'aborder de manière pragmatique les domaines de la RSE qui les concernent, quelle que soit leur taille (PME-TPE/grands groupes). C'est également un outil à faire valoir auprès des clients, acheteurs de propreté (publics et privés), afin qu'ils prennent davantage en compte les enjeux RSE sectoriels.

Une offre transversale pour accompagner les entreprises dans leur démarche RSE

- └ La Formation RSE Propreté pour franchir une nouvelle étape dans son engagement RSE : un dispositif qui allie des modules de formation collectifs et un accompagnement individuel qui permet aux entreprises, sur la base du référentiel RSE, de s'approprier les enjeux RSE du secteur, d'évaluer sa maturité et de définir son plan d'actions
- └ Un partenariat avec AFNOR Certification pour permettre aux entreprises, d'accéder, sur la base du référentiel RSE des entreprises de propreté, à des tarifs préférentiels, à l'évaluation contrôlée sur la plateforme ACESIA et au label Engagé RSE
- └ Les clubs RSE régionaux pour progresser ensemble sur les territoires : animés par les Chambres régionales, ils réunissent régulièrement les dirigeants et chefs d'entreprises autour de sujets RSE. En 2020, 150 entreprises ont participé à ces clubs

Une offre thématique sur les grands enjeux des entreprises

- └ Environnement : sensibilisation aux éco-gestes, outils pour mettre en place des prestations de gestion des déchets tertiaires, offre sur la mobilité (en développement)
- └ Entreprises et marchés : ateliers de la relation clients ...
- └ Santé et sécurité : programme de prévention des troubles musculo- squelettiques...
- └ Emploi, formation et insertion : CQP, Formation à la maîtrise des compétences clefs ...
- └ Diversité (handicap, non-discrimination, égalité professionnelle femmes/hommes, gestion des âges)...

« 60% des entreprises de propreté estiment que le rôle de la fédération est de faire comprendre aux parties prenantes quels sont leurs réels enjeux RSE »

Etude sur les dynamiques RSE des entreprises de propreté – automne 2018

100

Contributeurs au Référentiel RSE (entreprises, clients, partenaires, institutions...)

VALORISATION & PERSPECTIVES

- └ Des Trophées RSE sont organisés tous les deux ans, ils récompensent les entreprises aux démarches exemplaires
- └ Les adhérents de la FEP ont une maturité plus élevée que les non-adhérents sur le volet social, sur la formalisation et la valorisation de leur démarche, ainsi que sur le dialogue parties prenantes (enquête sur les dynamiques RSE des entreprises de propreté – 2018)
- └ Les attentes des entreprises de propreté vis-à-vis de la branche sont de sensibiliser les clients aux réels enjeux des entreprises et de les accompagner pour progresser
- └ Le site www.achat-proprete.com propose aux acheteurs de propreté des conseils, clauses et articles types pour les cahiers des charges pour un achat responsable de prestations de propreté
- └ Dans les « 20 solutions pour 2021 » adressées au législateur, la FEP appelle à prendre en compte, lors d'un achat de propreté, les critères définis dans le référentiel RSE des entreprises de propreté

On en parle ?



La FEP mise beaucoup sur la professionnalisation de ses adhérents sur les sujets de RSE, en proposant une solide offre de formation

Contact :

FEP

34, bd Maxime Gorki, 94 800 VILLEJUIF

rse@monde-proprete.com



EN BREF

- 300 entreprises
- 88% de PME
- 40 000 salariés pour 4 milliards d'euros de chiffre d'affaires

soit l'essentiel de l'industrie ferroviaire privée française

CONTEXTE & ENJEUX

- └ La **Fédération des Industries Ferroviaires** est l'organisation professionnelle regroupant l'ensemble des activités de l'industrie ferroviaire (équipementiers, infrastructures, signalisations, technologies numériques, etc.)
- └ Secteur qui se mondialise
- └ Un secteur qui manque d'ETI avec toutefois la création de clusters régionaux actifs ces dernières années pour compenser le problème de taille critique des PME-PMI
- └ Enjeu environnemental primordial : importance croissante du développement durable et des critères de RSE dans l'évolution des matériels (projet de train décarboné, traverses composites, récupération de l'énergie au freinage...)

VISION & ENGAGEMENT

Une volonté de faire bouger les lignes qui se heurte à la maturité trop faible du secteur

- └ Mission de médiation entre les fournisseurs et les donneurs d'ordre
- └ Nécessité de valoriser la RSE auprès de l'ensemble des acteurs de la filière pour :
- En faire un levier de compétitivité en démontrant l'importance des pratiques responsables sur l'ensemble des piliers de la RSE auprès du consommateur final – client citoyen
- Faire reconnaître les pratiques RSE dans les appels d'offre des grands donneurs d'ordre publics et privés
- La FIF estime que l'ouverture régulée et maîtrisée à la concurrence constitue une solution et une véritable opportunité pour valoriser la RSE au sein de la filière

MISE EN ŒUVRE & OUTILS

Plan d'action

2010 :

- └ Signature du préambule de la Charte régissant les relations entre donneurs d'ordre et PME au sein de la filière ferroviaire en présence de Christine Lagarde, ministre de l'Economie

2013 :

- └ Mise en place d'une médiation de la filière ferroviaire (médiateur national de la filière ferroviaire, nommé par le gouvernement) pour favoriser le dialogue entre fournisseurs et donneurs d'ordres et aider à promouvoir des relations équilibrées au sein de la filière
- └ Création de groupes de travail afin de favoriser les relations équilibrées entre tous les acteurs de la filière

2014 - 2015 :

- └ Mise en place par le CEDAP (Centre des Dirigeants d'Association Professionnelle), avec AFNOR Certification, d'un guide d'évaluation spécifique RSE à destination des organisations professionnelles
- └ Un référentiel en 2 volets :
 - volet interne sur la gouvernance RSE des organisations professionnelles
 - volet externe sur le pilotage et l'élaboration d'une stratégie RSE au sein de la filière représentée par l'OP

2016 - 2019 :

- └ Discussion pour faire de l'analyse du cycle de vie un prérequis lors des appels d'offres, afin de favoriser la qualité plutôt que le prix
- └ Elaboration d'un Livre Blanc d'Anticipation de la Filière Industrielle Ferroviaire – objectif 2030

« Tout l'enjeu se joue au niveau des relations fournisseurs-donneurs d'ordre. Il est crucial que la RSE devienne un critère majeur de sélection et de différenciation au moment où il y a une prise de conscience collective de la nécessité de changer nos habitudes pour sauver notre planète. C'est auprès de l'ensemble des acteurs que nous voulons et devons valoriser nos efforts. »

Luc Aliadière, Conseiller pour les Affaires Européennes

VALORISATION & PERSPECTIVES

- └ 2 constats de la fédération :
 - la RSE est encore trop considérée comme un coût par les PME-PMI
 - la certification par un label RSE filière ferroviaire est une piste à condition de valoriser les critères RSE dans les appels d'offres
- └ la FIF tente de sensibiliser en communiquant sur une meilleure prise en compte des coûts externes dans les transports afin de travailler sur des solutions plus propres et plus pérennes
- └ La FIF compte beaucoup sur l'ouverture à la concurrence dès 2023 pour aider au déploiement de la RSE comme levier de différenciation
- └ La FIF cherche à valoriser les innovations des industriels ferroviaires en France en termes de recyclabilité des matériaux utilisés, de réduction de l'empreinte carbone, ...
- └ La FIF défend le fret ferroviaire et les lignes ferroviaires qui participent au maintien et au développement économiques des entreprises et de l'emploi local

On en parle ?



Le dispositif efficace mis en place par la FIF pour gérer les relations fournisseurs-donneurs d'ordre montre la parfaite compréhension des besoins de ses adhérents PME.

Contact : S. Cheminel – L. Aliadière
Fédération des Industries Ferroviaires
60 rue Anatole France
92300 Levallois-Perret
fif@fif.asso.fr

EN BREF

- Organisation leader du secteur Transport & Logistique avec env. 5000 entreprises adhérentes
- Une organisation fondée sur un maillage territorial unique qui lui confère une réelle proximité avec les entreprises
- Seule organisation du secteur ayant une représentation permanente à Bruxelles

CONTEXTE & ENJEUX

- └ Créée en 1933, la Fédération Nationale des Transports Routiers est l'organisation professionnelle leader de la branche Transport & Logistique. Elle représente **des entreprises de toutes tailles** (groupes, PME, TPE), de **toutes spécialités, partout en France**. Trois syndicats lui sont associés : la Chambre Syndicale du Déménagement, L'UNOSTRA et la Fédération Nationale des Ambulanciers Privés.
- └ Secteur stratégique s'il en est, le Transport et la Logistique irriguent l'ensemble des activités et donc de l'économie et de la société française.
- └ Il est aujourd'hui confronté à une série de problématiques telle qu'une **concurrence européenne très forte**, une **tension sur les prix** due notamment à une surcapacité chronique du secteur. Il subit également une **pression fiscale** toujours plus importante.

- └ Un secteur qui s'est engagé il y a plus de 20 ans dans sa transition énergétique avec un poste « consommation de carburant » qui continue de peser environ 25 % dans le coût du transport. Une conversion écologique qui ne pourra se faire qu'avec le développement d'une offre de véhicules et un réseau d'avitaillement adaptés. **Aujourd'hui les camions ne représentent que 6% des émissions totale de CO2 en France et 2% des particules fines.**

VISION & ENGAGEMENT

Constats et objectifs

- └ Accélération forte des impératifs réglementaires de plus en plus élargis que ce soit en matière sociale, de sécurité routière ou encore sur les enjeux environnementaux
- └ Pression accrue des consommateurs, des collectivités territoriales et des chargeurs notamment en matière environnementale sans qu'il y ait toujours une prise en compte de ces enjeux dans le prix du Transport par ces mêmes acteurs
- └ Une problématique de la concurrence déséquilibrée notamment avec les pays de l'Est de l'Europe. La FNTR a beaucoup œuvré avec ses partenaires européens pour favoriser le vote du Paquet Mobilité 1 en juillet 2020 visant à rééquilibrer progressivement cette situation

Stratégie

- └ Engagement des acteurs du secteur dans une démarche de développement durable depuis 25 ans, notamment en matière de réduction des GES
- └ La FNTR soutient une vision holistique en matière de réduction des GES en tenant compte des émissions « du puits à la roue » et le développement d'un mix énergétique qui répond aux différents usages et besoins

Gouvernance

- └ La FNTR participe activement aux échanges au niveau européen, et aux réglementations nationales et locales en développant son influence partout où les intérêts des transporteurs sont en jeu

MISE EN ŒUVRE & OUTILS

Aspects environnementaux

- └ **Objectif CO2 : une démarche centrée sur la performance environnementale et sociétale**
 - 2008 : création du dispositif Objectif CO2
 - Septembre 2018 : Intégration du dispositif Objectif CO2 dans le programme d'engagements volontaires pour l'environnement (EVE). Ce programme étend la logique d'engagement volontaire à l'ensemble de la supply-chain avec l'introduction de Fret 21 pour les chargeurs et de EVCOM pour les commissionnaires de transport ainsi que sur la mise en œuvre d'une plateforme d'échange de données environnementales (PFE-DET).
 - Le dispositif Objectif CO2 du programme EVE accompagne les entreprises pour agir durablement sur leur impact environnemental et valorise leur performance énergétique



453
entreprises
labellisées depuis
2015
1369
entreprises
Chartées depuis
2008

- Il conjugue deux démarches complémentaires : une démarche de progrès qui s'appuie sur la charte d'engagements volontaires de réduction des émissions de GES et une démarche de performance à travers la labellisation, basée sur le référentiel HBFA
- La charte Objectif CO2 accompagne les transporteurs pour réduire leurs émissions de gaz à effet de serre (GES). Après une auto-évaluation et un diagnostic Objectif CO2, l'entreprise établit un plan d'action personnalisé avec l'aide d'un chargé de mission régional. Elle s'engage à agir et signe une charte d'engagement pour 3 ans
- Le label Objectif CO2 valorise la performance environnementale des transporteurs routiers. Il constitue la reconnaissance d'un niveau de performance énergétique et environnementale élevé pour les transporteurs routiers les plus vertueux
- Perspective 2021-2023 : nouveau programme EVE 2. Ce programme est proposé par le Ministère de la Transition écologique et l'ADEME en partenariat avec ECO CO2 (animateur opérationnel du programme) l'AUTF (Association des Utilisateurs de Transport de Fret), la CGI (Confédération Française du Commerce de Gros et du Commerce International), la FNTR, la FNTV, TLF et OTRE

L'Écoconduite

L'écoconduite est l'action la plus efficace pour réduire la production de CO2 car elle permet de baisser la consommation de carburant. En 10 ans les transporteurs ont eu une réduction de la consommation moyenne de carburant de 8%. On ne pratique pas l'écoconduite de la même manière sur un véhicule diesel et sur un GNV (gaz naturel pour véhicule) : la FNTR forme les transporteurs à l'écoconduite sur tous types de véhicules.

Aspects sociaux

La Qualité de Vie au travail

La convention FNTR passée avec l'ANACT en septembre 2019 cible 5 axes.

La FNTR cible ainsi l'attractivité des métiers et le maintien durable dans l'emploi, et pour ce faire elle définit plusieurs axes de travail :

- Prévention de l'usure et vieillissement actif
- Anticipation et prise en compte des transformations numériques dans l'activité quotidienne
- Les enjeux, conditions de travail et RSE des transports du « dernier kilomètre » en zone urbaine
- La mise en œuvre opérationnelle d'actions QVT auprès des salariés de la branche
- Prévention des risques professionnels et préservation de la santé au travail des dirigeants

Les publics visés sont : les conducteurs ; les exploitants et personnels administratifs ; les agents de quai et encadrants et les chefs d'entreprise.

Le référentiel RSE logistique à destination des entreprises

Dans le cadre de "France stratégie 2025" la FNTR agit au sein du COPIL pour la mise en œuvre du référentiel RSE logistique à destination des entreprises. Le référentiel a deux objectifs principaux :

- Accompagner les entreprises de la filière logistique dans une démarche de responsabilité sociétale, et tout particulièrement les TPE, PME et ETI
- Faciliter les échanges entre donneurs d'ordres et prestataires de services logistiques, notamment lors des appels d'offre

Ce référentiel est un guide, d'engagement volontaire. Il ne constitue ni une norme, ni un label, et il ne relève d'aucune obligation législative ou réglementaire.

On en parle ?



Le programme EVE (2018-2020) a permis l'économie de 829 000t/an de CO2e (399 000t/an pour le TRM).

Contact :
FNTR
8 Rue Bernard Buffet
75017 Paris
www.fntr.fr / 01 44 29 04 29

EN BREF

- L'INRC est soutenu par 3 groupes français : Engie, Téléperformance, et Babilou
- Filière intersectorielle

CONTEXTE & ENJEUX

- └ Créé en juin 2013 sous l'égide de grands groupes français et avec le soutien de l'Etat, l'Institut National de la Relation Client est un organisme paritaire et intersectoriel d'intérêt général adossé à une association, loi 1901
- └ Les nouvelles technologies et la digitalisation ont profondément transformé les métiers de la relation client et ont remis au centre de la réflexion l'importance de l'humain
- └ L'INRC est composé de deux pôles :
 - un Pôle Services aux organisations, avec 3 domaines d'expertises : emploi & recrutement, learning & formation axé en particulier sur les compétences socio-émotionnelles, et enfin performance sociale, qui porte le label « Human for Client »
 - un Pôle Recherche & Innovation
- └ L'INRC réunit toutes les parties prenantes de la filière (entreprises, partenaires sociaux, État) autour d'une mission commune : contribuer à faire de l'activité de relation client un atout de compétitivité pour les entreprises françaises et créer un pôle d'excellence français de la relation client

VISION & ENGAGEMENT

Élément déclencheur et diagnostic

- └ En 2005, sous l'égide du Ministère du travail, création du label Responsabilité Sociale de la Relation Client, réservé aux entreprises de la relation client à distance
- └ Dix ans plus tard, un constat : malgré des politiques RSE prégnantes au sein des entreprises, peu de donneurs d'ordres sont labellisés
- └ Création d'un groupe de réflexion composé de parties prenantes internes et externes pour établir un diagnostic, identifier les freins et les moyens de faire connaître le label, et une conclusion : nécessité de repenser le label pour l'étendre à l'ensemble des champs de la relation client

Objectifs

- └ Faire de la RSE un outil au service de la construction d'une relation client responsable
- └ Valoriser l'humain pour le placer au cœur de la Relation Client
- └ *In fine*, en améliorant la performance sociale, permettre aux adhérents de gagner des points de satisfaction client (« symétrie des attentions », soit la corrélation entre la satisfaction des collaborateurs et la satisfaction client)

Plan d'action

- └ Le volet social de la RSE au centre du Plan stratégique 2018-2020 intitulé *Remettre l'humain au cœur de la Relation Client*
- └ Création du label « Human for Client »
- └ Elaboration d'une méthodologie pour reconnaître et valider les compétences socio-émotionnelles grâce à un « certificat de compétences »
- └ Création d'une Fondation sur la place de l'humain dans la Relation Client : pour soutenir des projets sur l'employabilité, l'innovation sociale et organisationnelle, pédagogique, et relationnelle

MISE EN ŒUVRE & OUTILS

2018 : « Human For Client »

- └ Un label pour permettre aux organisations d'optimiser leur performance économique grâce à leur performance sociale
- └ Aligné sur la norme ISO 26000 mais adapté à l'ensemble des canaux, des types de clients et des métiers en lien avec le client
- └ AFNOR Certification réalise une évaluation documentaire et sur site
- └ A l'issue de cette évaluation, un rapport est établi par les auditeurs et présenté au comité de labellisation chargé d'attribuer le label (par vote à la majorité)
- └ Ce comité indépendant et paritaire est composé de représentants d'entreprises, de salariés, et de représentants de la société civile
- └ Label valable 3 ans (dont 18 mois de suivi après la validation du comité Label)
- └ Ce dispositif de labellisation a été retenu par France Stratégie pour l'expérimentation de labels sectoriels dans le cadre de la Plateforme RSE



Une offre RSE sur mesure

- └ L'INRC a développé une offre RSE qui comprend :
 - une évaluation « à blanc » dans les conditions de l'évaluation réelle
 - la rédaction du dossier pour la labellisation et la collecte des preuves opposables
 - un accompagnement dans la définition et le déploiement d'un plan d'actions, selon les recommandations issues de l'évaluation
- └ Autres services RSE :
 - audits blancs sur une ou plusieurs thématiques RSE
 - accompagnement dans le pilotage et la mise en œuvre de la stratégie RSE
 - construction d'un reporting extra-financier

« Ce label est une belle aventure humaine qui s'accompagne de résultats concrets et positifs dans nos relations Clients, Fournisseurs et Partenaires. »

Jean-Pierre KAISSELIAN, PDG de VIAPASS (19 ETP)

17

entreprises
labellisées

VALORISATION & PERSPECTIVES

- └ Des travaux à engager autour d'un projet d'outil destiné à mesurer les gains de la démarche pour les entreprises labellisées
- └ L'engagement de l'INRC pour l'humain est rendu visible à travers les nombreuses études, livres Blancs, et recherches menées et rendues publiques > projet en cours sur le Télétravail responsable
- └ Développement d'une offre de services pour développer les compétences socio-émotionnelles des collaborateurs, en partenariat avec une docteure en neurosciences

On en parle ?



Un offre sur mesure pour un accompagnement au plus près des prétendants au label

Contact :

Institut National de la Relation Client
68, rue du Faubourg Saint-Honoré
75008 Paris
<https://www.inrc.fr/>

EN BREF

- 270 entreprises adhérentes
- 91 237 salariés
- Représente 100% du secteur
- Majoritairement des PME
- 98% du chiffre d'affaires total du médicament en France

CONTEXTE & ENJEUX

- └ Les Entreprises du Médicament, regroupe les entreprises du secteur des médicaments à usage humain en France
- └ Contexte : défiance des consommateurs français vis-à-vis du secteur sur les questions d'éthique et de transparence, le prix des médicaments, et les services innovants
- └ 3 parties prenantes clés : les autorités publiques, les établissements et les professionnels de santé, et les patients

VISION & ENGAGEMENT

Élément déclencheur et évolution stratégique

- └ Les Grenelles de l'environnement I et II
- └ 2006 : structuration du dialogue avec les pouvoirs publics entraînant signature de deux conventions d'engagement volontaire
- └ 2008 : création d'une commission RSE, instance de pilotage et de suivi de la démarche RSE
- └ Stratégie en 5 volets : indicateurs chiffrés transmis au ministère de la santé jusqu'en 2015
- └ 2016 : démarche sectorielle, centrée et spécifique
- └ 2017 : analyse de matérialité -> enquête en ligne (1000 contacts et 200 répondants) des parties prenantes internes et externes sur les enjeux RSE du secteur du médicament à usage humain.
- └ Cette analyse a permis d'aboutir aux 8 engagements du Leem.
- └ 2019-2020 : Projet sur la contribution sociétale du secteur. Analyse de la maturité du secteur.
- └ 2021: Souhait d'un engagement collectif du secteur sur certains enjeux RSE.

Les 8 engagements sur lesquels le Leem s'engage

- └ 1. Adopter une gouvernance exemplaire
- └ 2. Prendre en compte les attentes et les besoins des patients
- └ 3. Être acteur d'un système de santé durable et équitable
- └ 4. Prendre en compte les impacts directs et indirects des activités des entreprises du médicament
- └ 5. Inscrire les pratiques des entreprises du médicament dans le respect de l'éthique et de la transparence
- └ 6. Être le garant de conditions de travail responsables au sein du secteur
- └ 7. Assurer la mise à disposition de traitements et de services innovants et « créateurs de valeurs », au service des patients
- └ 8. Contribuer à la dynamique locale

MISE EN ŒUVRE & OUTILS

Création d'une feuille de route en 3 axes

- └ Travail sur la confiance et la transparence
- └ Création et déploiement d'outils pour introduire et dynamiser la démarche RSE dans les entreprises
- └ Contribution sociétale du secteur

- └ Outil de suivi : le Leem mesure l'implication du secteur aux enjeux de la RSE par un questionnaire annuel - baromètre socio-environnemental qui permet aux entreprises de s'auto-évaluer, et au Leem de compiler des indicateurs sur le secteur, de cerner les enjeux importants et de prioriser les actions. En 2021, ce questionnaire sera remplacé par une plateforme afin de faciliter le pilotage d'indicateurs de suivi pour l'entreprise et pour le secteur

Les instances de dialogue en place

- └ 2006 : création du Comité des parties prenantes des entreprises du médicament (Coppem) qui regroupe des associations de patients, des experts de la RSE, de l'environnement et de la santé, un sociologue, des ONG et bien sûr des entreprises du secteur du médicament
- └ Face à des relations qui se détériorent depuis quelques années, le Leem travaille à regagner la confiance de ses parties prenantes, notamment des associations de patients, en instaurant plus d'équilibre dans le dialogue
- └ 2018 : refonte sous l'appellation « Le laboratoire médicaments et société ». Cette instance est chargée de faire des recommandations entièrement neutres par rapport au Leem

Les autres outils du Leem

- └ Méthodologie CarbonEM : lancée en 2011 avec une nouvelle version en 2015, cette méthodologie permet aux entreprises du secteur de réaliser leur bilan carbone. En 2021 une forme simplifiée devrait voir le jour afin de pouvoir coller au besoin des TPE/PME. Des formations et des échanges de bonnes pratiques seront organisés autour de cet outil
- └ Signalétique commune Info tri Médicaments : créée en 2012 par le Leem, Cyclamed et Adelphe, elle guide les consommateurs/patients dans le recyclage des emballages et le tri des médicaments non utilisés. En 2021, cette signalétique sera revue pour coller aux obligations légales issues de la loi Economie circulaire

Les autres outils en cours d'élaboration/diffusion

- └ 8 entreprises adhérentes travaillent sur la construction d'un label sectoriel, dans la lignée de l'expérimentation de la Plateforme RSE de France Stratégie
- └ Des formations dédiées à la RSE et au développement durable sont en réflexion
- └ Une étude sur « l'impact de l'industrie pharmaceutique sur l'environnement » est en cours. Elle s'inscrit en cohérence avec la volonté du gouvernement de réindustrialiser la France notamment à la suite de la crise COVID 19

**« Le Leem est déjà bien avancé
sur les deux premiers axes de sa feuille de route
et s'engage en ce moment sur son 3^{ème} axe. »**

Julie Langevin, Responsable RSE de Leem

VALORISATION & PERSPECTIVES

- └ Les Trophées RSE des entreprises du médicament : valoriser les démarches RSE et remonter les bonnes pratiques en matière de performances sociale, sociétale et environnementale
- └ Rencontres, formations, événements... de nombreuses actions de sensibilisation et d'échange de bonnes pratiques sont organisées annuellement par le Leem
- └ L'engagement du secteur vers la réussite d'objectifs communs en matière de RSE et le suivi de ces progrès

On en parle ?



Un minimum de 3% de la note dans les appels d'offre est attribué aux questions relatives à la RSE (code des marchés publics)

Contact :
Les Entreprises du Médicament
58 Bd Gouvion-Saint-Cyr
75017 PARIS
<https://www.leem.org>

EN BREF

- 240 implantations
- Représentant plus de 9000 salariés
- 7700 véhicules

CONTEXTE & ENJEUX

- └ Fondé en 1998, RÉUNIR est le premier réseau de PME indépendantes du transport routier de voyageurs en France. Cette activité comprend à titre principal le transport régulier interurbain et scolaire, le transport occasionnel et touristique, le transport urbain et plus récemment les services librement organisés
- └ Un contexte fortement concurrentiel et des attentes des Autorités organisatrices de la mobilité sur la qualité de services et le développement des territoires notamment par le maillage du transport terrestre. Ce contexte favorise le développement de politiques environnementales et sociétales. L'innovation technologique est également au cœur de l'activité de transport
- └ Un contexte réglementaire impactant l'activité de transport : Loi NOTRe en 2015 (compétence Transport transférée à la Région), Loi Macron en 2015 (développement des services librement organisés), Loi Transition Energétique en 2015 (renouvellement des flottes en véhicules à faibles émissions) et Loi d'Orientation des Mobilités en décembre 2019
- └ Des enjeux environnementaux et sociaux importants :
 - qualité de l'air/changement climatique: réduire l'empreinte carbone et l'impact sur l'environnement
 - temps partiels/horaires flexibles : parvenir à recruter et fidéliser, santé/sécurité des salariés

VISION & ENGAGEMENT

Vers une prise en compte globale des enjeux

- └ Initialement, la démarche de progrès de RÉUNIR était axée sur la qualité du service, avec la certification AFNOR RÉUNIR-LeRéso lancée en 2005 (plus de 100 entreprises certifiées à ce jour)
- └ Elle s'est étendue, par exemple, à la transition énergétique, avec la mise en place de partenariats avec les principaux acteurs des différentes filières: AFGNV, GRDF, AVERE
- └ Un constat : beaucoup d'adhérents ont mis en place des bonnes pratiques sur les différents axes de la RSE mais qui ne sont pas formalisées et restent à valoriser

Gouvernance de la démarche RSE

- └ Une démarche construite en interne, avec les responsables Environnement/Sécurité, Social et Qualité, sur la base des connaissances du secteur
- └ Cette démarche RSE officialisée en décembre 2017
- └ Volonté d'ouvrir le dialogue avec les parties prenantes externes avec la constitution, en février 2020, du Comité du Label comprenant notamment l'ANATEEP et la CNAM

Objectifs stratégiques

- └ Valoriser les PME, promouvoir les bonnes pratiques
- └ Accompagner les chefs d'entreprises et leurs collaborateurs sur de nouvelles initiatives, leur donner les moyens d'entrer dans une démarche d'amélioration continue
- └ Alimenter les réponses aux appels d'offres et accroître la compétitivité des PME

MISE EN ŒUVRE & OUTILS

Un référentiel qui consacre le principe de progressivité

- └ Un référentiel, dont la robustesse a été appréciée par l'AFNOR, construit autour de cinq axes répondant aux enjeux du secteur du transport routier de voyageurs : un axe stratégique et transversal (Gouvernance) et quatre axes opérationnels (Qualité et satisfaction des clients, Sécurité et prévention des risques, Environnement, et Relations et conditions de travail)
- └ Développement d'un outil d'évaluation RSE, avec le lancement du label "RÉUNIR RSE - Mon entreprise s'engage", dont la méthodologie a été approuvée par l'AFNOR
- └ Une démarche progressive et adaptée à la situation de chaque entreprise, qui a la possibilité de s'inscrire dans un processus de labellisation sur deux ou quatre ans, gardant la maîtrise du déploiement de sa politique RSE
- └ Pas d'objectifs chiffrés standards prédéfinis pour s'adapter à chaque PME, « pour ne pas basculer dans la contrainte », mais un calendrier d'accompagnement des entreprises engagées établi annuellement
- └ Un dispositif de labellisation sélectionné pour participer à l'expérimentation de la Plateforme RSE de France Stratégie

Un accompagnement appuyé

- └ RÉUNIR s'appuie sur les moyens d'accompagnement déjà déployés notamment pour la certification qualité AFNOR RÉUNIR-LeRéso : veille juridique, groupes de travail pour construire des outils adaptés
- └ Les équipes de RÉUNIR présentent le référentiel au sein du réseau et réalisent des préconisations à l'issue de l'autodiagnostic de l'entreprise engagée, de manière à discuter de la démarche et guider les premiers pas
- └ Des webinaires thématiques ainsi que des réunions plénières (3 ou 4 dans l'année) permettent d'avancer progressivement sur les différents axes et de réunir les PME engagées pour échanger sur la démarche

« La labellisation doit donner aux chefs d'entreprise une colonne vertébrale pour formaliser et valoriser des pratiques existantes, et pour se placer dans une démarche de progrès »
Mylène Desbiendras, Responsable social & RH à RÉUNIRServices

17
entreprises en
cours de
labellisation

VALORISATION & PERSPECTIVES

- └ L'expérimentation de la Plateforme RSE permet de prendre contact avec d'autres organisations, de sortir de son secteur et de réfléchir à des axes non traités pour le moment (piste de réflexion sur le volet économique notamment)
- └ C'est aussi l'occasion de constater que les autres secteurs s'accordent sur la nécessité de développer des approches concrètes et observent les mêmes difficultés de mise en œuvre des démarches au sein de leurs PME adhérentes
- └ Les principaux freins tiennent à la structuration interne (temps, moyens, etc.), aux aspects financiers et à l'incertitude quant à la reconnaissance d'une démarche de labellisation

On en parle ?



RÉUNIR fait le choix de laisser aux chefs d'entreprise la maîtrise du déploiement de la démarche (sur deux ou quatre ans), tout en offrant un accompagnement de proximité

Contact :
RÉUNIR
81 rue Saint Lazare, 75009 PARIS
<http://www.reunir.org/>

EN BREF

- Une dizaine d'associations
- Environ 1800 salariés
- Majoritairement des PME (en moyenne autour de 100 salariés)
- 15 à 20% sur le marché respiratoire

CONTEXTE & ENJEUX

- └ Le Syndicat des associations à domicile regroupe des prestataires de santé à domicile à but non lucratif (associations ou sociétés filiales appartenant à plus de 75% à une ou plusieurs associations). Le cœur de métier se situe sur le marché respiratoire
 - └ Ces associations ne réalisent pas d'actions de soins mais forment, sensibilisent les malades et leurs familles aux soins de santé à domicile, fournissent une expertise et un travail de coordination entre les familles et les médecins
- └ Fin des années 80 : fin du monopole associatif et ouverture aux acteurs privés
- └ Croissance de la concurrence due à : l'allongement de la durée de vie, le développement des affections chroniques (diabète, obésité...), le renforcement des dépistages, le développement des traitements à domicile permis par l'évolution

VISION & ENGAGEMENT

Une petite structure face à de grands acteurs

- └ Le Snadom prône une approche qualitative des soins plutôt que mercantile
- └ Le secteur associatif œuvre déjà naturellement selon les principes et l'esprit de la RSE
- └ Les associations membres du Snadom sont déterminées à faire entendre leur voix : celle de l'intérêt général et de l'intérêt du patient
- └ Face à l'augmentation du nombre de personnes soignées à domicile et face à un secteur qui se privatise, le Snadom doit se battre pour faire prévaloir son modèle social et solidaire, et le nécessaire lien entre éthique et économie.

Les objectifs stratégiques

- └ Réaffirmer les valeurs qui font la différence entre les associations du syndicat et les acteurs privés
- └ Fédérer et entraîner le plus grand nombre d'acteurs de la santé à domicile dans une démarche de responsabilité sociétale, de reconnaissance et d'amélioration des bonnes pratiques professionnelles
- └ Structurer et professionnaliser la démarche avec un référentiel et un label
- └ S'interroger en interne sur les pratiques des adhérents

MISE EN ŒUVRE & OUTILS

- └ Le Snadom, en partenariat avec le Label Lucie a lancé en 2015 une réflexion parmi ses adhérents, qui a abouti à la création d'un label Responsabilité & Santé : « R&S 26000 by Lucie »
- └ Ce label est une adaptation au secteur de la santé à domicile de la norme internationale ISO 26 000
- └ Un groupe de travail conjoint entre le Snadom et l'Agence Lucie a été créé pour adapter le référentiel Lucie au secteur
- └ Il s'agit du premier mouvement dédié au secteur de la santé à domicile, et s'adresse à tous les organismes intervenant à domicile

Le label Responsabilité et Santé (R&S)

- └ Signature d'une charte en 10 points
- └ Démarche initiale de 3 à 6 mois, suivi (phase d'évaluation continue de 18 mois) et évaluation de renouvellement après 36 mois pour valider la certification
- └ 7 engagements, 22 principes d'actions et 300 questions
- └ Evaluation externe par l'un des organismes tiers indépendants (OTI) partenaires de l'Agence Lucie : Bureau Veritas ou Rseval
- └ Un comité de labellisation indépendant décide ensuite, en tenant compte du rapport d'évaluation et du plan de progrès, de l'attribution ou non du label Lucie
- └ Au bout de 18 mois, une évaluation de suivi est effectuée. Cette évaluation doit être renouvelée tous les 18 mois afin d'assurer la continuité des progrès RSE de l'entreprise labellisée



« La RSE est un moyen de professionnaliser le secteur et la garantie d'une prise en charge qualitative de nos patients »

Jonathan Martinez, Délégué général du Snadom



VALORISATION & PERSPECTIVES

- └ Création du Club RSE/Qualité : déconnecté de Lucie, ce club permet à ceux qui ont besoin d'accompagnement d'aborder les sujets RSE et qualité, voire de créer un modèle solide pour aller vers la labellisation. Le but est de créer un compagnonnage entre les structures avancées et les autres
- └ Ouverture du dialogue avec les organisations professionnelles du secteur, et également avec les organisations du secteur de l'économie sociale et solidaire, au travers de l'adhésion à l'UDES en octobre 2019 (Union des employeurs de l'économie sociale et solidaire)

On en parle ?



La problématique de la RSE est encore difficile à valoriser dans le secteur de la santé

Contact :
SNADOM
c/o UDES 7 rue Biscornet
75012 PARIS
<http://www.snadom.org/>

Synabio

EN BREF

- 200 entreprises
- La moitié du marché bio en valeur
- Majoritairement des PME

CONTEXTE & ENJEUX

- └ Syndicat des transformateurs et distributeurs bio, représentatif des métiers de l'agroalimentaire bio, de la matière première au produit fini
- └ Marché bio en plein essor : de 4,189 milliards d'euros en 2012 à 8,373 milliards d'euros en 2017 selon l'Agence Bio, mais sous tension : comment approvisionner durablement un marché en forte croissance ?
- └ Nouveau règlement européen sur la bio et répercussions de la loi sur le devoir de vigilances des donneurs d'ordre
- └ Qualité de la bio questionnée par les consommateurs

VISION & ENGAGEMENT

Diagnostic et objectifs prioritaires

- └ La RSE fait partie de l'ADN des entreprises bio, mais ces dernières peinent souvent à structurer et valoriser leur démarche RSE
- └ Les entrepreneurs ont un besoin de montée en compétences sur la partie pilotage
- └ Coconstruite par les entreprises et Ecocert, la démarche Bioentreprisedurable® date de 2009 et le label de 2014 : de nouveaux enjeux ont émergé depuis, tant économiques que réglementaires
- └ Dans ce contexte de transformation du marché et des attentes citoyennes, les entreprises de la bio veulent réaffirmer leurs engagements

Une gouvernance qui s'ouvre aux parties prenantes externes

- └ Investissement important dans la RSE : deux personnes recrutées pour piloter la démarche et accompagner les entreprises
- └ Volonté de réviser le référentiel RSE, en concertation avec les adhérents
- └ Volonté de consulter les parties prenantes externes pour compléter la cartographie des enjeux
- └ Réflexion sur la création d'un Comité éthique ouvert aux parties prenantes externes, en complément du Comité de gouvernance dédié au label

MISE EN ŒUVRE & OUTILS

Plan d'action

- └ Le Synabio définit sa raison d'être et sa vision, et toute l'identité du label
- └ Janvier 2019 - « *Qu'est-ce qu'une entreprise bio, durable et responsable ?* » : le Synabio lance une grande consultation de ses parties prenantes (internes et externes) pour actualiser les critères d'évaluation des entreprises labélisées BioED® : cartographie et hiérarchisation des « parties prenantes » et identification des enjeux RSE du secteur à partir de la norme ISO 26000.
- └ Octobre 2019 : présentation du nouveau référentiel (nouveaux indicateurs, nouveaux critères d'évaluation et nouvelle gouvernance)
- └ Janvier 2020 : entrée en application progressive du nouveau label

Le label BioED®

- └ Lancé sous la forme d'un autodiagnostic en 2009, le référentiel Bioentreprisedurable® a été co-construit par les entreprises, accompagnées par Ecocert. Pour répondre au besoin de valorisation, il est devenu un label 100% indépendant en 2014
- └ BioED® est aligné sur la norme internationale de référence, l'ISO 26000, mais adapté au secteur et à la taille des entreprises de la bio
- └ L'évaluation est réalisée par un organisme tiers indépendant, Ecocert ou Bureau Veritas. Le label est ensuite attribué par un Comité de gouvernance composé d'entreprises bio adhérentes au Synabio et d'experts indépendants
- └ La labellisation répond à un cycle de 3 ans : audit physique la première année, audit documentaire la deuxième année et nouvel audit physique la troisième année, pour renouveler le label



Des outils adaptés et un accompagnement sur mesure

Le Synabio a construit un processus d'accompagnement complet et adapté à la maturité de chaque entreprise :

- └ Diagnostic sur site, évaluation de la maturité et aide au cadrage du projet
- └ Sessions de formations personnalisées pour professionnaliser les adhérents : construire sa démarche RSE, construire son plan d'actions, déployer sa démarche en interne
- └ Formations complémentaires sur des sujets spécifiques : les achats responsables, l'écoconception, l'analyse environnementale, le marketing responsable

Des rencontres régulières permettent aux adhérents de partager leurs expériences et bonnes pratiques tout au long de l'année :

- └ Groupes de travail thématiques trois fois par an
- └ Webinars avec des spécialistes de la RSE, e-learning, séminaire RSE annuel pour "penser la bio de demain" qui est ouvert à tous pour croiser les regards sur les enjeux et inspirer les entreprises

« Au Synabio, nous cherchons à faire de la RSE un sujet d'inspiration pour les entreprises »

Mathilde Gsell, coordinatrice RSE

38

entreprises
labellisées

VALORISATION & PERSPECTIVES

- └ Production de nombreux contenus pour communiquer sur les nouveaux labellisés et animer la communauté BioED®; un site dédié depuis juin 2018
- └ Enjeu 2019/2021 : accompagner les entreprises labellisées dans l'évolution du référentiel BioED®
- └ Et un chantier de taille : faire reconnaître le label par les distributeurs de produits bio

On en parle ?



Comment faire pour que les aspirants au label s'engagent jusqu'à la labellisation ?

Pour le Synabio, une clé de succès est d'accompagner les aspirants de très près, en adoptant une démarche de gestion de projet

Contact :
Synabio
16, rue Montbrun
75014 PARIS
<https://www.synabio.com/>

Synpase

EN BREF

- 268 entreprises adhérentes représentant plus de 60% du chiffre d'affaires du secteur
- 1,2 milliard d'€ de CA
- 8 000 salariés en ETP
- 90% de TPE

CONTEXTE & ENJEUX

- └ Créé en 1988, le Syndicat National des Prestataires de l'Audiovisuel Scénique et Évènementiel représente les prestataires techniques qui interviennent en soutien au spectacle vivant (son, lumière, décor, costume, régie, etc.)
 - └ Les donneurs d'ordre de ces prestataires techniques sont de nature diverse, les collectivités territoriales occupant une place importante
 - └ Enjeu social fort : un secteur caractérisé par la multiplicité des contrats de travail, avec des salariés permanents et d'autres recrutés pour des missions courtes du fait de l'activité par nature fluctuante du spectacle et de l'évènement (intermittents)
- └ Les organisateurs d'évènements intègrent de plus en plus dans leurs critères de choix des prestataires les enjeux environnementaux, sociaux et économiques (consommation d'énergie, recyclage des déchets mais aussi prévention des risques professionnels ou encore intégration dans le tissu économique et social local)

VISION & ENGAGEMENT

Élément déclencheur

- └ Anticipation de l'obligation réglementaire des collectivités territoriales de questionner les candidats sur leur démarche RSE dans les appels d'offres
- └ Le Synpase a donc souhaité mettre en place un outil RSE concret, pédagogique et visible pour permettre à ses adhérents de se différencier

Enjeux et stratégie

- └ L'enjeu est de permettre à des TPE/PME qui n'ont pas les moyens (financiers ou humains), de mettre en place une démarche RSE et de la valoriser facilement auprès des donneurs d'ordres
- └ Objectif : tirer vers le haut les entreprises du secteur en proposant une démarche pédagogique et simple à mettre en œuvre pour des petites structures
- └ C'est d'autant plus important qu'il s'agit d'un secteur qui travaille beaucoup au jour le jour et oublie parfois de penser à moyen et long terme

MISE EN ŒUVRE & OUTILS

Le label Prestadd guide les entreprises du spectacle et de l'évènement dans leurs démarches en faveur du développement durable

- └ Créé en 2011, le label Prestadd labellise des structures et non des événements
- └ Le label a été créé sur la base de la norme ISO 26000 mais en se focalisant uniquement sur les thèmes qui concernent les TPE/PME du spectacle et de l'évènement et en axant les critères sur les pratiques spécifiques à ce secteur d'activité

- └ Le référentiel, en accès libre, sert de base à la labellisation : les trois thèmes qu'il couvre (Environnement, Social, Economie) et les critères associés forment une check-list utilisable pour la mise en place ou la formalisation d'une démarche RSE pour une PME du secteur
- └ Une fois obtenu, le label est renouvelable tous les 4 ans
- └ Chaque année, Ecocert Environnement audite le Synpase (pour sa gestion du label) et 2 entreprises
- └ La Commission d'attribution, composée des partenaires du label, se réunit 3 à 4 fois par an
- └ Le Comité d'éthique a lieu tous les ans et permet de faire un bilan des labellisations et de mettre à jour le référentiel (tous les 2 ou 3 ans)
- └ Le label n'est pas réservé aux prestataires techniques ni aux seuls adhérents du Synpase. Sont également labellisées des agences de communication, des standistes ou loueurs de mobilier événementiel, etc.
- └ Sept ans après sa création, le label fait peau neuve : logo et site internet modernisés, avec notamment un espace membre qui permet désormais aux entreprises labellisées de récupérer leurs documents (attestation, feuille de route) en cas de besoin
- └ Un annuaire des entreprises labellisées Prestadd permet de rechercher un prestataire responsable d'après les deux critères que sont l'activité principale ou la localisation géographique

Outils complémentaires

- └ Pour renforcer les politiques sociales de ses adhérents, le Synpase a élaboré, en collaboration avec la CFDT et la plateforme emploi-audiovisuel.fr, une charte reprenant les principaux engagements pour un recrutement respectueux des principes d'éthique et de transparence : la Charte du recrutement responsable



« Le référentiel Prestadd permet de formaliser une démarche RSE, et l'obtention du label permet de la valoriser ! »

Pikria QAVLASHVILI référente du label Prestadd



VALORISATION & PERSPECTIVES

- └ Le label souffre d'un manque de visibilité : Prestadd cherche donc à développer des actions de valorisation des entreprises labellisées, à travers l'annuaire disponible sur le nouveau site internet (et bientôt une rubrique permettant aux labellisés de présenter leurs bonnes pratiques), une page LinkedIn dédiée ou encore avec la participation à des salons comme « le Ouai » (journée de l'événement responsable)
- └ Une démarche RSE et a fortiori la détention du label Prestadd ont un impact positif pour les entreprises, mais celui-ci est difficile à quantifier car les résultats des appels d'offres ne sont pas toujours transparents sur l'importance donnée aux critères RSE
- └ Une prise de position plus forte des donneurs d'ordre, collectivités territoriales et organisateurs, est donc souhaitable !

On en parle ?



Une des raisons du succès du label est qu'il s'adapte aux particularités du secteur et encourage des bonnes pratiques concrètes !

Contact :
Synpase/Prestadd
103 Rue la Fayette
75010 Paris
<https://www.synpase.fr> / 01 42 02 80 00

EN BREF

- 1375 entreprises
- Quelques grands groupes et 80% d'indépendants (PME)
- 7500 sites
- 34 000 salariés
- Représentativité : 73% du secteur (en CA)

CONTEXTE & ENJEUX

- └ Fédération de 13 syndicats de branches représentant les industries extractives de minéraux et des fabricants de matériaux de construction (bétons, mortier, ...)
- └ Premier maillon du secteur du bâtiment et travaux publics mais également fournisseurs de minéraux pour l'industrie, l'agriculture...
- └ Filière 100 % locale, largement implantée en milieu rural et péri-urbain

Des enjeux RSE cruciaux :

- └ Ancrage local fort
- └ Des bonnes pratiques à valoriser davantage
- └ Des activités très réglementées, notamment sur le plan environnemental
- └ Conséquence : un accès à la ressource de plus en plus difficile
- └ Des difficultés d'acceptabilité

VISION & ENGAGEMENT

Un engagement de longue date

- └ La prise de conscience environnementale remonte à une quinzaine d'années : le référentiel de progrès environnement date de 2004 (Charte Environnement)
- └ En 2017, la volonté de valoriser les atouts du secteur sur le volet du développement des territoires et sur sa contribution à l'économie circulaire et de proposer une démarche de progrès plus complète et transversale a conduit au lancement de la démarche Charte RSE

Une gouvernance participative

- └ Gouvernance intégrant de nombreuses parties prenantes
- └ Gouvernance participative : les Chartes Environnement et RSE sont pilotées par l'association UNICEM Entreprises Engagées, composée des adhérents aux démarches de progrès
- └ Gouvernance décentralisée : les Chartes sont animées par des comités régionaux

Diagnostic, objectifs et stratégie

- └ L'UNICEM a défini ses enjeux prioritaires, des objectifs hiérarchisés et une stratégie associée en collaboration avec ses adhérents
- └ Puis grande concertation (2 ans) avec des groupes de travail composés d'adhérents, avec les UNICEM régionales et avec les Commissions Environnement/Sécurité/Sociale, composées d'adhérents experts sur ces sujets.
- └ Stratégie : positionner la filière minérale comme un promoteur du développement durable, notamment par son appui à l'économie circulaire.
- └ Objectif prioritaire: faire reconnaître les entreprises qui s'engagent grâce à la reconnaissance par l'Etat d'un label sectoriel RSE
- └ Objectif associé : que cette reconnaissance soit assortie de contreparties (comme une simplification administrative ou un allègement des contrôles)

MISE EN ŒUVRE & OUTILS

- └ Enjeu : ne pas développer une démarche hors sol mais, au contraire, ultra-pragmatique
- └ Réponse : deux déclinaisons du référentiel - une pour les industries extractives et une pour les fabricants de béton prêt à l'emploi

Plan d'action

- └ Un déploiement de la Charte RSE en deux temps : ouverte aux adhérents du SNBPE (syndicat national du béton prêt à l'emploi) en 2017, puis étendue aux industries extractives en 2018

Un référentiel sur mesure

- └ Le référentiel de la Charte RSE reprend les lignes directrices de l'ISO 26000 tout en s'adaptant aux spécificités de la profession
- └ Un référentiel validé par un organisme tiers indépendant : l'AFNOR
- └ 5 axes thématiques, 12 domaines d'actions et une trentaine de thématiques couvrant tous les domaines de la RSE : gouvernance, capital humain, environnement, clients-consommateurs-fournisseurs, ancrage local
- └ Le référentiel est composé de fiches pratiques pour chaque thématique, avec des exemples concrets, pour chaque degré de maturité des pratiques
- └ Chaque fiche est notée sur 10 (6 points sur les pratiques et 4 sur les indicateurs de performance)
- └ Des indicateurs adaptés à la maturité de l'entreprise (deux niveaux)
- └ Evaluation par l'un des sept organismes tiers indépendants (4 OTI nationaux, 3 OTI régionaux) retenus par l'association sur site
- └ Les niveaux "maturité" et "exemplarité" sont attribués par un Comité d'évaluation sur proposition de l'évaluateur
- └ Afin d'optimiser les temps d'audit : prise en compte des engagements contenus dans d'autres référentiels (ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 et ISO 26000, Engagement Santé Sécurité, label Lucie, etc.)

Outils

- └ Formation annuelle, déclinée dans chaque région par le comité régional de l'association UNICEM Entreprises Engagées
- └ Espace dédié sur le site internet avec des outils permettant de cartographier les parties prenantes de l'entreprise ou mettre en place un plan d'action
- └ Accompagnement en région

« Il a fallu deux années de concertation pour développer cette démarche ultra-pragmatique et adaptée aux métiers »

Isabelle Videlaïne, Secrétaire générale d'UNICEM Entreprises Engagées

608

sites engagées
dans la Charte
RSE

VALORISATION & PERSPECTIVES

- └ Des résultats encourageants : croissance rapide du nombre de sites engagés. Les entreprises qui communiquent sur leur engagement dans la Charte RSE déclarent des retours très positifs en termes de notoriété et des changements positifs dans leur entreprise, concernant notamment la motivation des équipes et le fonctionnement interne
- └ Deux enjeux pour l'avenir des labels :
 - attirer davantage d'entreprises de petites et moyennes tailles
 - obtenir une reconnaissance de ces labels sectoriels

On en parle ?



Un référentiel concret, taillé sur mesure pour s'adapter à la maturité des entreprises en matière de RSE et aux spécificités des métiers représentés dans l'UNICEM

Contact :
UNICEM

16 bis bd Jean Jaurès – 92 110 CLICHY
<http://www.unicem.fr/>

Branches de l'Imprimerie et Communication graphique

EN BREF

- 4000 entreprises
- 75% comptent moins de 10 salariés
- 50 000 salariés

CONTEXTE & ENJEUX

- └ Une mutation de la demande qui fait passer le secteur d'une logique de volume à une logique de valeur s'exprimant en courtes et moyennes séries
- └ Une concentration des entreprises qui permet de lutter contre la trop grande atomisation du secteur
- └ Des profils de compétences qui évoluent pour répondre aux nouveaux modèles économiques et modes opératoires
- └ Une cohabitation déséquilibrée avec le digital qui gagne des parts de marchés
- └ Une concurrence intra-européenne qui ne respecte pas toujours les conditions d'une compétition loyale

VISION & ENGAGEMENT

Pourquoi définir une stratégie RSE de branche et l'élaborer de manière paritaire ?

- └ Le secteur des IG (75% TPE) a progressé en matière environnementale grâce aux actions de branche mais la demande des clients évolue : de l'environnement à la RSE plus globalement
- └ Les actions collectives ponctuelles pour promouvoir la RSE ne fonctionnent pas
- └ Une stratégie portée paritairement sera plus solide et légitime auprès des parties prenantes.

La RSE est un levier pour avancer sur 8 enjeux sectoriels décisifs pour l'avenir :

- └ Développer un mode de management décloisonné permettant flexibilité, agilité et culture projet
- └ Stimuler l'innovation créative
- └ Développer le capital humain à un moment où la standardisation et l'automatisation s'importent dans la gestion des flux
- └ Attirer de nouveaux profils de collaborateurs, d'entrepreneurs et d'investisseurs
- └ Acquérir un avantage compétitif sur la concurrence, notamment étrangère
- └ Equilibrer les relations avec les donneurs d'ordre
- └ Améliorer la transmissibilité des entreprises par la valorisation des actifs immatériels
- └ Améliorer l'image financière du secteur auprès de l'environnement bancaire et financier.

MISE EN ŒUVRE & OUTILS

Plan d'actions

- └ Constitution d'un comité de pilotage regroupant les principales catégories de parties prenantes internes (entreprises, salariés) et externes
- └ Avril 2017 (comité de pilotage 1) : cartographie des parties prenantes et identification des enjeux RSE du secteur en se fondant sur la norme ISO 26000
- └ Consultation des parties prenantes : questionnaire envoyé auprès des imprimeurs, représentants des salariés, clients, fournisseurs, ONG, écoles, pouvoirs publics, etc. (230 réponses dont 100 imprimeurs)
- └ Septembre 2017 (comité de pilotage 2) : hiérarchisation des enjeux (« matrice de matérialité »)
- └ Décembre 2017 (comité de pilotage 3) : validation des 12 enjeux prioritaires et choix de créer un label
- └ Janvier 2018 : validation de la démarche par la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi
- └ Mars 2018 : élaboration du référentiel de labellisation et intégration dans l'expérimentation France Stratégie



- └ Novembre 2018 : début de formation d'un premier groupe de référents RSE
- └ Mai 2019 : constitution du comité d'orientation et du comité de labellisation
- └ Septembre 2019 : premières labellisations

L'outil : Print Ethic, un label spécifique, accessible et reconnu

- └ Initié par l'UNIIC, géré par l'Institut de Développement et d'Expertise du Plurimédia (IDEP, centre de ressources paritaire de la branche) et élaboré avec l'Afnor, le label Print Ethic est progressif et s'inscrit dans le temps long
- └ Le référentiel basé sur les 12 enjeux de l'étude de diagnostic, a été évalué par l'Afnor qui a validé la robustesse/conformité du référentiel par rapport à la norme ISO 26000
- └ Suite à cette évaluation, l'UNIIC a été retenue pour faire partie de l'expérimentation de la Plateforme RSE de France Stratégie en mai 2018 sur les labels sectoriels
- └ Le label est structuré en 4 niveaux selon le nombre d'enjeux traités (3/6/9/12)
- └ Il impose de progresser d'un niveau tous les 3 ans, la démarche est étalée dans le temps
- └ Le référent RSE a un rôle central. Une formation initiale de 4 jours sur six mois, animée par Ecocert et financée par la branche, lui est dispensée pour lui apporter les outils et la méthodologie permettant de réaliser l'autodiagnostic, prioriser les enjeux et construire sa politique et ses plans d'action
- └ Le comité de labellisation est composé de 4 collèges : représentants des employeurs, représentants des salariés, parties prenantes externes, experts RSE
- └ Un audit est réalisé tous les deux ans par l'AFNOR sur le fonctionnement de la labellisation

Les 12 enjeux de la feuille de route RSE :

- Définir la **politique de responsabilité sociétale** de l'entreprise, la piloter grâce à une organisation pérenne
- Définir une **stratégie** de positionnement et développement de l'entreprise à 3/5 ans
- Intégrer une culture de **l'innovation**, dans les produits, les services, l'organisation de l'entreprise
- Identifier les **parties prenantes** prioritaires de l'entreprise et dialoguer avec elles
- **Favoriser** le développement d'un **dialogue social** de qualité
- Identifier les **risques** de l'entreprise et prendre des **mesures de prévention**
- **Investir** dans les compétences des salariés, élément clé de compétitivité et de sécurisation des parcours professionnels
- S'impliquer pour **améliorer** la connaissance et **l'attractivité du métier** et pour former des professionnels qualifiés
- Réduire **l'impact environnemental** de la **production** à travers notamment une optimisation du volume et de la qualité des matières premières utilisées
- **Réduire les émissions de gaz à effet de serre** et la consommation d'énergie
- Mettre en œuvre le **Règlement Européen** sur la protection des données
- **Promouvoir la RSE** chez les **fournisseurs et sous-traitants**

« La philosophie du label : un accompagnement fort par la branche d'une action de transformation qui sera portée en interne, dans l'entreprise, par le dirigeant et les salariés. »

Valérie BOBIN CIEKALA, Directrice du développement de la RSE sectorielle

7 Entreprises labellisées
niveau 1
6 en cours de labellisation

19 entreprises ayant
terminé la « formation
initiale » du référent RSE

VALORISATION & PERSPECTIVES

- └ Constitution d'un réseau des référents RSE, animé et outillé par l'IDEP

On en parle ?



Une démarche qui reflète précisément les enjeux métiers du secteur et un label qui se veut progressif et accessible.

Contact :

UNIIC, 68 bd Saint-Marcel, 75005 PARIS

IDEP, 55 rue d'Ampère, 75017 PARIS

<https://uniic.org/>

<http://www.com-idep.fr/>

UNIMEV

EN BREF

- 400 adhérents
- Représente 85% du secteur (en valeur)
- 97% de PME/TPE

CONTEXTE & ENJEUX

- └ L'Union Française des Métiers de l'Évènement est l'organisation professionnelle représentative de l'ensemble des acteurs de la rencontre professionnelle : organisateurs de foires, salons, congrès et événements, gestionnaires de lieux événementiels et prestataires de services dédiés à la production et l'accueil événementiels
- └ Face à des parties prenantes (clients, salariés, pouvoirs publics, société civile...) de plus en plus demandeuses d'informations et d'engagements sur la prise en compte du développement durable, les acteurs de la filière ont développé une démarche de mesure et de valorisation des richesses, retombées et impacts générés par les activités du secteur de l'évènement

VISION & ENGAGEMENT

- └ L'ambition d'UNIMEV est d'accompagner ses membres aux travers de 5 cinq leviers majeurs de réinvention :

En termes d'attractivité de sa marque employeur et d'embarquement de ses collaborateurs, en donnant du sens à leurs missions par la contribution des activités de l'entreprise à la construction du monde de demain et en faisant ainsi des ambassadeurs engagés à-même de véhiculer et de porter les valeurs d'une entreprise dont ils sont fiers

En termes de production événementielle, par la gestion responsable et optimisée des ressources et une approche d'écoresponsabilité favorisant la circularité de bout en bout de ses opérations (de l'éco-conception à la seconde vie des produits)

En termes d'éducation et de sensibilisation des publics, en faisant des événements de véritables laboratoires vivants de mise en pratique de l'écoresponsabilité des citoyens (incitations aux écogestes, etc.)

En termes de développement durable des écosystèmes, en proposant une vision stratégique durable des communautés animées par l'évènement et en leur permettant d'identifier, de

valoriser et d'expérimenter les solutions éco-responsables susceptibles de réinventer leurs activités dans une relation « événement/filière » d'accompagnement de long terme

En termes d'héritage, en assumant, pilotant et valorisant les impacts positifs et effets collatéraux indirects de l'activité événementielle (stratégie carbone, retombées socio-économiques, structuration des territoires, bénéfiques pour la société, etc.)

Gouvernance

- └ Parmi les 8 commissions thématiques UNIMEV mises en place sur des sujets transverses aux métiers de l'évènement, l'une est dédiée aux questions d'éthique, de RSE et de Développement Durable
- └ Elle regroupe près de 230 professionnels, membres UNIMEV.
- └ Ce sont des membres volontaires, qui proposent au Conseil d'Administration des plans d'actions et les pilotent.
- └ Des groupes ad hoc sont créés pour travailler spécifiquement sur des chantiers

MISE EN ŒUVRE & OUTILS

Une démarche en 4 étapes

- └ 2010/2011 : élaboration de la Charte d'éthique du secteur de l'évènement, non-engageante.
- └ A partir de 2012 : la norme ISO 20121, norme certifiable et reconnue à l'international de management responsable des activités événementielles.
 - Des études triennales sont conduites par UNIMEV pour observer l'utilisation des labels et certifications dans le secteur de l'évènement en France et à l'international (2014 puis 2017)
- └ Décembre 2015 : mise en service du Calculateur de performance événementielle, solution informatique de reporting d'impact des événements et des territoires événementiels.
 - Février 2019 : mise en service de Cleo, version 2.0 du Calculateur de performance événementielle
- └ À partir de 2019 : Formalisation d'un Engagement pour la Croissance Verte (ECV) avec l'Etat

Le calculateur Cleo de performance événementielle : un outil de pilotage et d'influence



- └ Proposé par UNIMEV et le Comité Régional du Tourisme Paris Région (région Ile-de-France)
- └ Sa méthodologie, ouverte, est fondée sur :
 - La concertation d'un Comité scientifique d'experts professionnels, associatifs et publics (35 parties prenantes)
 - Les résultats des études socio-économiques partenariales menées avec le Ministère de l'Economie, Atout France, UNIMEV, OJS, France Congrès, CCI Paris IDF, Comité des Expositions de Paris, Viparis et OTCP
 - Les résultats des études Explori sur la satisfaction des participants
 - La Base Carbone de l'ADEME/Ministère de l'Environnement.
- └ Outil d'analyse, de pilotage et de valorisation de la performance marketing, socio-économique et environnementale des événements et des territoires événementiels
- └ Grâce au renseignement de données, les professionnels produisent des reportings estimés ou réels évaluant jusqu'à 72 indicateurs stratégiques, répartis en 3 catégories :
 - Performance de la rencontre (business, savoirs, influence)
 - Retombées événementielles et touristiques (économiques, sociales, fiscales, dont locales)
 - Bilan environnemental (empreinte carbone, taxe carbone, énergie, eau, déchets, initiatives positives)
- └ Les rapports générés peuvent faire l'objet de pilotage interne et/ou de publication. Ces rapports servent les actions et argumentaires commerciaux, marketing, institutionnels et RSE des organisateurs de manifestations et gestionnaires de lieux événementiels. UNIMEV a répertorié 15 exemples de publication, dont le reporting de la COP21

« Unique au monde dans le secteur de l'événement, le Calculateur Cleo de performance événementielle procède d'un véritable changement culturel dans les actions d'UNIMEV : accompagner les événements à la fois individuellement et collectivement dans l'ère du durable (pour qu'ils soient riches, responsables et acceptables). »
Vincent Larquet, Directeur Stratégie et Développement Durable

330
Événements
évalués par Cleo
(2020)

VALORISATION & PERSPECTIVES

3 ambitions pour les années à venir :

- └ Faire monter en puissance l'utilisation et l'exploitation de Cleo, notamment par l'ouverture de nouvelles fonctionnalités
- └ Structurer une future filière déchets dédiée au secteur de l'événement via l'ECV
- └ Engager toujours plus de professionnels de l'événement sur les questions de développement durable et animer en permanence cette communauté (favoriser les échanges d'idées et de solutions concrètes).

On en parle ?



Avec Cleo, il s'agit fondamentalement d'engager l'évolution des modèles économiques et le pilotage de stratégies environnementales.

Contact :
UNIMEV
11 Rue Friant, 75014 Paris
<https://www.unimev.fr>



Union Sport & Cycle

EN BREF

- 1400 entreprises adhérentes dont 95% de PME
- 80 000 salariés
- 11 milliards € CA
- 60% des entreprises et 90% du chiffre d'affaires consolidé du secteur

CONTEXTE & ENJEUX

L'Union Sport & Cycle réunit depuis 2016 les entreprises de la filière du sport, des loisirs, du cycle et de la mobilité active, qui relevaient auparavant de la FIFAS (fédération des industries françaises d'articles de sport), la FPS (commerce des articles de sport et du cycle) et UNIVELLO (industrie du cycle).

Les enjeux RSE du secteur :

- └ Un enjeu historique de réputation de la filière : vigilance sur les conditions de travail, tout au long de la chaîne des fournisseurs notamment
- └ Des attentes environnementales très fortes des consommateurs finaux : la moitié des pratiquants considèrent la nature comme leur cadre préféré de sport et loisirs
- └ Un développement récent mais majeur de la mobilité électrique soulevant la question de la structuration des filières de recyclage, notamment des batteries
- └ Globalement, un secteur perçu comme porteur de solutions environnementales plutôt que comme à risque

VISION & ENGAGEMENT

Engagement et gouvernance

- └ Un engagement fort des dirigeants de l'Union en faveur du développement durable, déjà présent dans les fédérations historiques
- └ Une commission développement durable (sur les 11 que compte l'USC) et une équipe dédiée à l'accompagnement des entreprises sur la RSE
- └ Un code de conduite statutaire
- └ Une association des parties prenantes par projet, sur la base de leur spécificité et de leur expertise au regard des actions engagées : par exemple, l'ADEME sur les filières recyclage

Une stratégie développement durable sur deux axes

- └ La défense des intérêts des entreprises de la filière, avec un travail d'anticipation, de positionnement, d'influence et d'interprétation sur toute nouvelle réglementation (énergie, REP...)
- └ Une intervention proactive visant à promouvoir les pratiques responsables de la filière, notamment en termes d'écoconception et de recyclage

Feuille de route de la Commission Développement durable

- Actualisation permanente du Code de Conduite de la filière sport et cycle et de ses modalités d'application dans les entreprises. Ce code s'applique à toute entreprise membre de l'Union : prohibition du travail forcé et du travail des enfants sur site de production et plus généralement principes exigeants d'éthique sociale, limite des impacts sur l'environnement, respect du bien-être animal, système de management de la RSE
- Vérification de ces engagements par la réalisation d'enquêtes et d'audits mutualisés
- Action pédagogique auprès des adhérents : études, interventions d'experts, d'organismes scientifiques et d'ONG
- Analyse de la dernière enquête nationale (DGE) : enjeux et freins du développement de la RSE dans les entreprises du commerce
- Développement de la responsabilité élargie du producteur (REP) et des filières de recyclage : textile, emballage, imprimés, skis, EPI et la participation aux éco-organismes respectifs. L'Union est ainsi actionnaire de l'éco-organisme de la filière textile (EcoTLC)
- 2020 est aussi la mise en place d'une nouvelle filière REP articles de sports et cycle
- Animation de la filière de recyclage des batteries de vélos à assistance électrique (VAE) et études préalables pour le néoprène et les plastiques
- Mise en œuvre concrète d'actions collectives pédagogiques ou d'informations des consommateurs : Ecosport Awards, affichage environnemental
- Accompagnement individuel et centre de ressource (guide, références, contacts) pour les entreprises qui individuellement se lancent dans une démarche RSE

**« La nature est le principal terrain de jeu de nos clients,
il est donc de la responsabilité de notre secteur d'agir
collectivement pour préserver la qualité de l'environnement »**

Pierre GOGIN

Président de la Commission Développement durable

6

Entreprises
récompensées aux
Ecosport Awards
chaque année

VALORISATION & PERSPECTIVES

Valorisation

- Ecosport Awards : principal outil de valorisation collective, cet événement annuel vient valoriser et récompenser les entreprises du secteur sport et cycle engagées et innovantes en matière de protection de l'environnement.

Perspectives

- Amplifier le nombre d'entreprises engagées en matière de protection de l'environnement
- Approfondir les réflexions sur certains matériaux composant les articles de sport et sur les certificats d'économies d'énergie des vélos-cargos utilisés pour le « dernier kilomètre » des livraisons

On en parle ?



Un code de conduite reprenant les piliers de la RSE, statutaire, vérifié et audité : un quasi label?

Contact :
Union Sport & Cycle
33-35 rue Nungesser et Coli
75016 PARIS
<https://www.unionsportcycle.com>

Union des Transports publics et ferroviaires

EN BREF

- 230 adhérents
- Plus de 90% de l'activité du transport urbain et ferroviaire
- 260 000 emplois
- 35 milliards € CA
- Les acteurs ferroviaires (transport de voyageurs et fret, réseaux) sont des entreprises de toutes tailles
- Transport urbain : 30% des adhérents sont des PME et 50% des TPE (filiales de grands groupes ou régies)

CONTEXTE & ENJEUX

L'Union des transports publics urbains et régionaux devient, en 1981, l'UTP. Elle regroupe les entreprises de transport urbain et fédère depuis 2006 les entreprises du transport ferroviaire pour les accompagner vers l'ouverture du marché de voyageurs et depuis 2013, les gestionnaires d'infrastructures ferroviaires.

Les enjeux RSE pour l'UTP :

- └ Enjeu environnemental : si le secteur des transports est, en France, le premier émetteur de gaz à effets de serre, les transports urbains et ferroviaires représentent une solution de mobilité durable
- └ Enjeu social : adaptation des relations de travail et des métiers dans le cadre d'une pression concurrentielle accrue
- └ Enjeu sociétal : les transports, facteur essentiel du développement des territoires
- └ Enjeu économique : ouverture progressive à la concurrence dans un contexte de réorganisation des autorités organisatrices de mobilité (AOM), en lien avec la réforme territoriale

VISION & ENGAGEMENT

Engagement et gouvernance interne

- └ Une démarche de certification de la qualité de service en tant qu'organisation professionnelle (Qual'Op), à partir de 2008
- └ La Commission Techniques, Exploitation et Développement durable examine en 2013-2014 le référentiel ISO 26000, considérant qu'il correspond aux valeurs et approches de l'UTP. L'organisation décide de produire un document pour en exposer les enjeux à ses adhérents
- └ L'UTP s'engage à son tour dans une démarche d'évaluation en 2016
- └ L'UTP considère que la RSE est transversale et présente dans toute sa stratégie : services durables, ressources humaines, impact environnemental et climatique
- └ La RSE est ainsi le vecteur d'un plaidoyer pour une mobilité durable grâce aux transports urbains et ferroviaires

Le comité des parties prenantes

- └ Création d'un Comité des parties prenantes en 2018 sur la base d'une cartographie réalisée quelques années plus tôt
- └ Janvier 2018 : présentation de la stratégie et des démarches qualité et RSE à une quinzaine de participants (syndicats, MEDEF, FNAUT, FNTV, forces de l'ordre mais pas de collectivité locale)
- └ Janvier 2019 : travail collaboratif sur l'analyse de matérialité de l'UTP portant sur l'importance et l'urgence de traiter les 31 enjeux RSE, avec 22 participants (y compris des collectivités locales)
- └ Double intérêt : une matrice de matérialité (à compléter en interne à l'UTP) et faire se parler les parties prenantes en dehors du formalisme habituel (branches, institutions)

Un plan d'action par étapes

- └ La certification Quali'Op, acquise en 2008 mettait déjà en avant des principes clés de la RSE : transparence, gouvernance, statut, gestion du personnel, process partagés
- └ **2015** : réalisation d'un guide de l'ISO 26000 à l'attention des adhérents, avec les explications de la norme et les bonnes pratiques du secteur. Une journée de présentation avait permis de valoriser cette initiative mais qui n'a pas été suivie d'accompagnement ou d'un pilotage auprès des adhérents, ce qui a pu être reproché par l'auditeur AFNOR
- └ **2016** : l'UTP s'engage, en tant qu'organisation professionnelle, dans la certification AFAQ 26000. Pour cela elle s'est rapprochée de la FIF (fédération des industries ferroviaires) et de la FEP (Fédération des entreprises de propreté et services), les deux fédérations professionnelles qui travaillaient avec l'AFNOR à l'adaptation de la norme aux organisations professionnelles. L'UTP a été la première fédération auditée et certifiée en situation réelle. Elle obtient le niveau confirmé
- └ **2018** : l'UTP renouvelle avant l'échéance (3 ans) son évaluation et se positionne au niveau exemplaire (le niveau maximal), notamment grâce à la création d'un comité des parties-prenantes

**« Si nous voulons entraîner nos adhérents
et les convaincre du bien-fondé de la démarche RSE,
l'UTP se doit d'être exemplaire »**
Claude FAUCHER, Délégué général de l'UTP



VALORISATION & PERSPECTIVES

Valorisation

- └ L'UTP communique sur son label et sur la responsabilité de la filière auprès des pouvoirs publics et de ses autres parties prenantes
- └ Elle ne dispose pas de l'intégralité des bonnes pratiques car les adhérents les utilisent comme éléments différenciants dans les appels d'offre. Ainsi, certaines actions RSE entrent pleinement dans le champ concurrentiel

Perspectives

- └ Si aujourd'hui la RSE n'est pas encore un critère déterminant dans les appels d'offres, les estimations sont optimistes sur ce sujet dans un avenir proche
- └ La nouvelle gouvernance se verra proposer en juin un nouveau plan d'action RSE portant notamment sur la complétude de l'analyse de matérialité avec les parties prenantes, l'accompagnement des adhérents sur la RSE et la valorisation des bonnes pratiques

On en parle ?



*Un comité des parties prenantes riche
et mis en situation de dialogue pour
être porteur ou apporteur de solutions.*

Contact :
Union des transports publics et
ferroviaires
17, rue d'Anjou, 75008 Paris
bsimard@utp.fr
01 48 74 73 31



Vignerons Engagés

EN BREF

- 5 collèges au sein de l'association depuis 2020
- Collège producteurs : 30 entreprises fédérées dont 27 coopératives et 3 domaines particuliers
- 5% de la surface des vignes en France
- 5% des volumes de ventes

CONTEXTE & ENJEUX

- └ Secteur regroupant l'ensemble des entreprises productrices de vin
- └ Nouvelle tendance sociale : apparition d'attentes sociétales fortes mêlant protection de l'environnement et santé
- └ France 3ème producteur de vin bio dans le monde
- └ La viticulture bio représente 9% des vignes en France, mais son modèle reste encore peu viable
- └ Deux enjeux environnementaux : la lutte contre le dépérissement de la vigne et l'adaptation au changement climatique
- └ Changement de nom en 2020 : Vignerons Développement Durable devient Vignerons Engagés

VISION & ENGAGEMENT

Démarche d'intérêt général & vision de long terme

- └ Association, depuis 2010, de 10 caves viticoles leaders (aujourd'hui sont à 30 caves)
- └ Objectif : créer une démarche de développement durable forte et commune
- └ Mission : accompagner les entreprises dans leurs stratégies d'innovation en transformant les contraintes en opportunités de développement grâce au développement durable

Engagement structuré & formalisé

- └ Référentiel basé sur la norme ISO 26000 adaptée à la filière vin
- └ Engagement s'appuyant sur 4 axes majeurs :
 - la gouvernance et les pratiques managériales
 - la performance économique
 - la responsabilité sociale
 - la responsabilité environnementale

MISE EN ŒUVRE & OUTILS

Plan d'action

2010 :

- └ Structuration d'une démarche de développement durable commune
- └ Création de l'association Vignerons en Développement Durable
- └ Création du label Vignerons en Développement Durable (qui devient Vignerons Engagés en 2020)
- └ Création d'un Cahier des Charges incluant, entre autre :
 - la réduction des consommations en eau
 - la réalisation d'un bilan carbone et d'un plan de réduction des gaz à effet de serre
 - la gestion des sols et des paysages
 - la participation de l'entreprise au dynamisme du territoire, etc.

2011 :

- └ Obtention du Trophée de l'agriculture durable pour sa démarche de labellisation

2017-2018 :

- └ Partenariat avec AFNOR Certification
- └ Participation à l'expérimentation des labels sectoriels de la Plateforme RSE

Mise à jour du cahier des charges, en adaptant l'AFAQ 26000 (référence RSE au niveau international, basée sur la norme ISO 26000) au secteur

- └ Première labellisation d'un domaine particulier (après la labellisation de coopératives)

2019 :

- └ Partenariat avec le collectif de La Troisième Voix des filières agricoles responsables pour :
 - Partager les bonnes pratiques RSE de la fédération avec d'autres filières
 - Créer un Collectif entre les associations Bleu-Blanc-Cœur, Demain la Terre, Filière CRC-Le Blé De Nos Campagnes et Vignerons Engagés

2020 :

- └ Changement d'identité du label qui devient Vignerons Engagés
- └ Création de collèges au sein de l'asso : producteurs (caves coopératives, domaines) négociants en vin, distributeurs (grande distribution, cavistes), fournisseurs (de produits et services) et partenaires

└ Une véritable stratégie d'accompagnement des entreprises en cours de labellisation

- Visite de l'entreprise par les salariés de l'association et rencontre avec la direction ou des référents Vignerons Engagés en charge du pilotage de la démarche. Planification des étapes avant l'audit de labellisation
- Intégration des référents aux 3 commissions (communication, technique, séminaire) et aux deux séminaires annuels pour la mise en contact avec les autres entreprises labellisées
- Accès à l'Espace Pro (compte-rendu, Commissions, annuaire, documentation, etc.)
- Mise en place de tournées de visite des entreprises pour animer et faire connaître la démarche directement sur site

« La démarche de labellisation permet de structurer le fonctionnement de l'entreprise dans le développement durable et d'impliquer dans un projet commun et fort les salariés et viticulteurs »

Iris Borrué, Responsable Développement chez Vignerons Engagés

VALORISATION & PERSPECTIVES

- └ Démarche de labellisation structurante grâce à un plan de contrôle rigoureux : audit effectué tous les 18 mois par AFNOR Certification
- └ Le but de ce processus de contrôle est notamment d'améliorer la crédibilité de la démarche et la visibilité du label au niveau des exportations internationales
- └ Enjeu de mobilisation et d'animation de la communauté
- └ Besoin d'automatisation et de responsabilisation des adhérents
- └ Lutte contre la démultiplication des labels au sein de la filière (ex: label HVE à dominante environnementale très reconnu de la distribution)

On en parle ?



La force de la démarche est l'accompagnement terrain et adapté aux différentes typologies d'entreprises


Contact :
Vignerons Engagés
contact@vignerons-engages.com

19

entreprises
labellisées

11

entreprises en
cours de
labellisation



DÉMARCHES DES CPME TERRITORIALES : résultats de l'enquête RSE auprès des territoires

L'objectif de cette enquête, menée en partenariat avec des étudiantes du MBA Management de la RSE et performance des organisations de l'Université Leonard de Vinci a été de dresser un panorama de la dynamique portée par les unions territoriales et régionales de la CPME sur la RSE.

La synthèse qui suit permet ainsi de donner un aperçu des actions engagées par les CPME territoriales pour sensibiliser, informer et accompagner les chefs d'entreprise sur la voie de la RSE.

L'enquête ayant été menée en 2019, il convient toutefois d'avertir le lecteur sur le fait que plusieurs éléments ont pu évoluer depuis la prise de cette première photographie.

└ **Objet et périmètre de l'analyse : les unions territoriales et la RSE**

L'analyse a porté sur les résultats de l'enquête menée auprès des unions territoriales de la CPME en début d'année 2019. Il s'agit donc d'une analyse de leur vision et de leurs pratiques de la RSE à destination de leurs entreprises adhérentes.

Sur les 117 unions territoriales que compte la CPME, 59% ont répondu à l'enquête, représentant 58 unions départementales (UD) et 11 unions régionales (UR).

└ **Concernant le profil des répondants**

L'un des résultats révélés par cette étude est que pour les unions concernées, engager une réflexion sur la RSE, en structurant a minima une gouvernance interne, est avant tout une priorité stratégique.

En effet, sur la base de l'échantillon de l'étude, il n'est pas possible de dresser de corrélation entre le nombre d'adhérents ou de permanents et le fait qu'une union territoriale dispose d'un référent développement durable/RSE ou d'une commission développement durable/ RSE.

Aussi, il apparaît qu'une démarche RSE active ne requiert aucune condition préalable « de moyens » (instances, permanents, adhérents etc.) mais puise plutôt sa dynamique d'un contexte local et surtout d'une volonté propre d'agir au sein de ladite union.

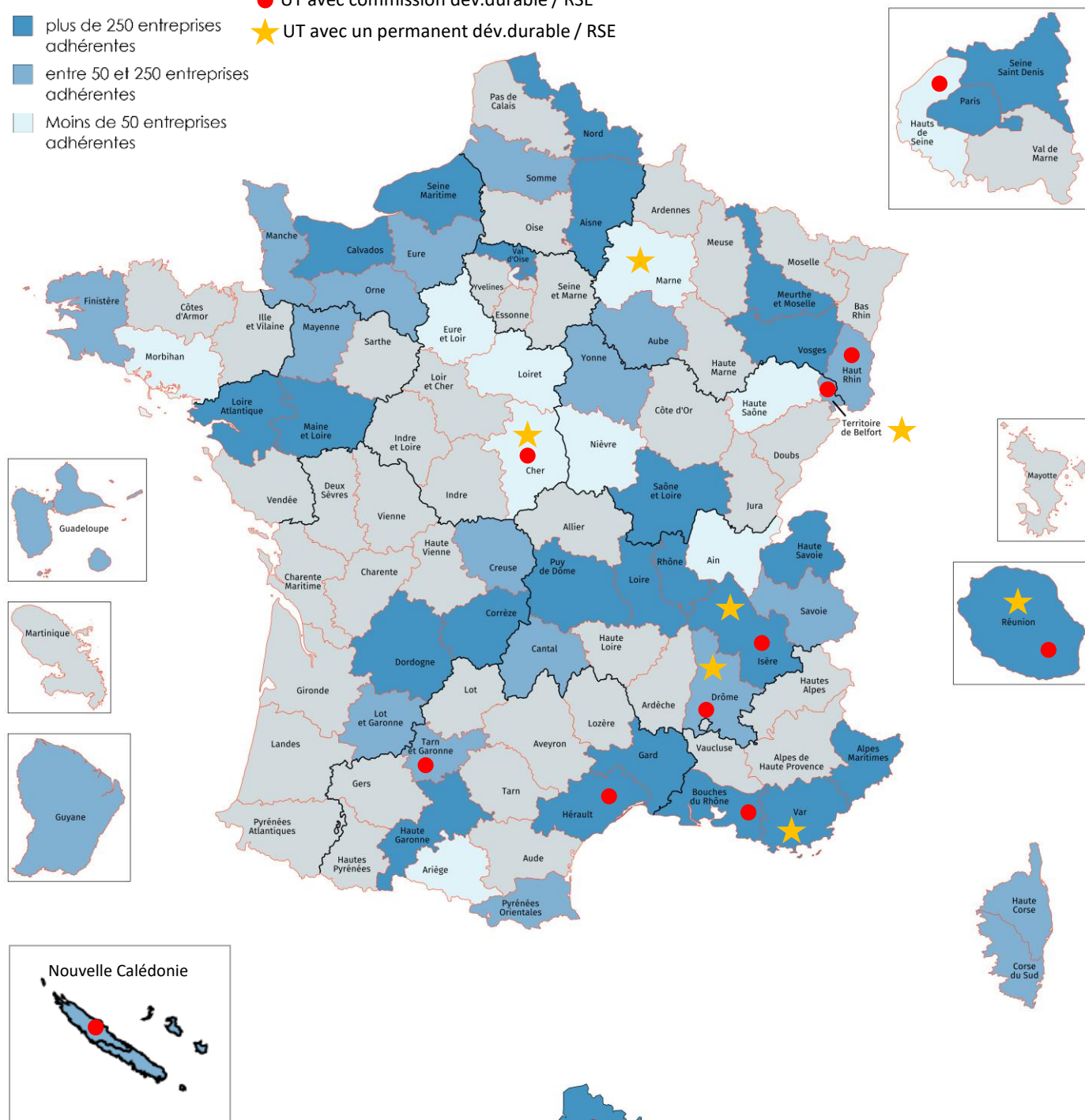
Les unions territoriales et régionales et la RSE

Légende

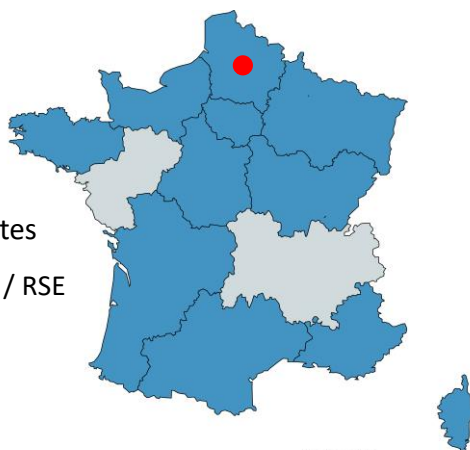
- plus de 250 entreprises adhérentes
- entre 50 et 250 entreprises adhérentes
- Moins de 50 entreprises adhérentes

- UT avec commission dév.durable / RSE
- ★ UT avec un permanent dév.durable / RSE

Carte n°1 : Profil des répondants



- Unions régionales répondantes
- UR avec une commission DD / RSE



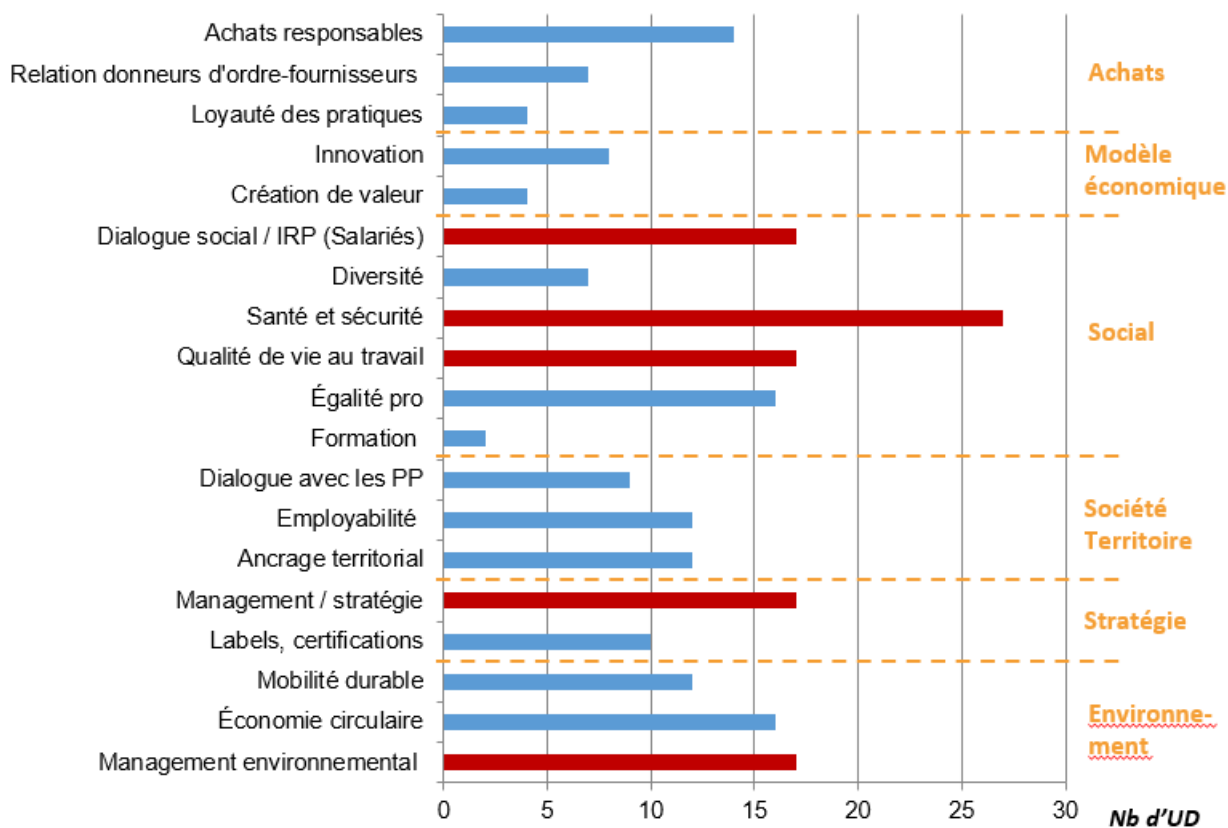
▮ Typologies des actions menées à destination des TPE-PME en matière de RSE

Il ressort de l'enquête menée auprès des unions territoriales que les principales actions RSE mises en place en 2018 sont sans conteste les **actions de sensibilisation** à la RSE (82% des UD déclarent en mettre en œuvre) et/ou au développement durable et les **actions d'information sur les aides** (42% des UD indiquent en mener). Un tiers des unions départementales assure des actions de valorisation des démarches RSE des entreprises.

Il est également à noter que 21% des UD déclarent mener d'autres types d'actions comme par exemple l'inscription dans des événements d'ampleur plus large ou encore le développement de leurs propres outils à destination des PME. L'UT du Territoire de Belfort a par exemple élaboré un indicateur de mesure de l'impact sociétal et l'UT de La Réunion a mis en place un espace d'intelligence territorial.

▮ Thèmes privilégiés dans le cadre des actions en matière de RSE

- Plus du tiers (37%) des actions menées relèvent du pilier social de la RSE, avec trois sujets en particulier : la santé et sécurité de loin le plus repris dans les actions, la qualité de vie au travail, le dialogue social et l'égalité professionnelle.
- Les actions en matière d'impact sociétal (territoire et achats) arrivent en deuxième position et représentent un quart des actions menées. Le thème des achats responsables est traité par 14 UD.
- Le pilier environnemental représente 20% des actions menées en direction des TPE-PME, avec notamment les enjeux de management environnemental et d'économie circulaire qui sont abordés respectivement par 17 et 16 UD.
- La stratégie RSE (management RSE et labellisation) intéresse plus de la moitié des UD et représente 14% des actions menées.

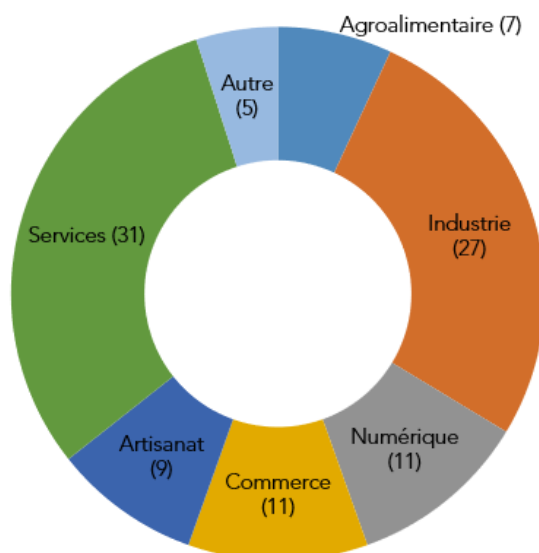


└ Secteurs les plus impliqués dans les actions de RSE

L'industrie et les services sont les secteurs les plus représentés parmi les TPE-PME adhérentes aux unions territoriales impliquées dans la RSE, ce qui semble cohérent au regard des enjeux sur ces secteurs en termes de relations avec les donneurs d'ordre et d'impact environnemental et social. Le tourisme n'apparaissant pas en tant que tel, il peut être compris dans les services ou dans « autres ».

Les unions territoriales indiquent un peu moins de deux secteurs impliqués dans la RSE en moyenne.

Secteur d'activité des entreprises adhérentes les plus impliquées dans la RSE (en nombre d'UD)



└ Partenariats territoriaux et RSE

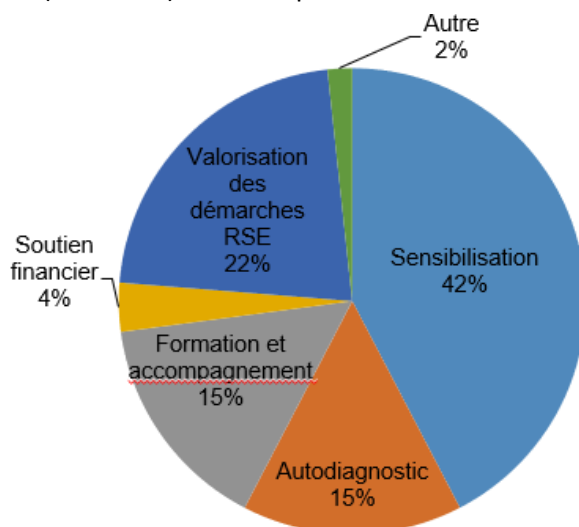
L'enjeu d'une politique RSE territorialisée repose largement sur la capacité à mobiliser ou s'inscrire dans un partenariat de parties prenantes publiques et privées. Qu'il s'agisse de mobiliser une expertise ou des aides, échanger les bonnes pratiques, valoriser des démarches ou des labels, les TPE-PME ont besoin de s'appuyer sur un réseau d'acteurs pour faire progresser leur stratégie.

• Types de partenaires

Les CPME territoriales déclarent **fréquemment mener des actions en partenariat**. Trois grandes catégories de partenaires rassemblent chacune plus de 20% des réponses : les **chambres consulaires** (en particulier les CCI), les **collectivités locales** (au premier rang desquelles la Région), et les **agences spécialisées de l'Etat** (essentiellement l'ADEME). Viennent ensuite les services de l'Etat (DIRRECTE) et les expertises locales ou nationales.

• Catégories d'actions

- Sur les 32 unions départementales qui déclarent conduire des actions partenariales sur la RSE, les actions de sensibilisation restent dominantes (42% des actions).
- Plus de la moitié des UT engagées dans des actions partenariales propose des outils visant directement la montée en compétence des entreprises (autodiagnostic, formation, accompagnement, soutien financier).



- Sujets traités dans le cadre de partenariats sur la RSE

- Si l'on reprend les piliers de la RSE (social, sociétal, environnement et économie), les sujets sociaux concernent 38% des actions menées en partenariat (les sujets les plus abordés avec des partenaires extérieurs relèvent de la santé-sécurité et de la qualité de vie au travail), l'environnement 20%, l'impact sur le territoire ou la chaîne de valeur 21%, tandis que l'approche économique de la RSE (innovation et création de valeur) ne relève que de 3% des actions. Des ratios correspondant à ceux identifiés sur les actions menées directement par les UT.
- On notera toutefois que l'économie circulaire, figurant dans le volet environnemental, est traitée par 11 des 34 unions départementales et 3 des 11 UR, alors qu'il était de seconde importance dans les actions menées hors partenariats.
- On pourra remarquer également que 14% des actions concernent des aspects liés à la structuration de la démarche RSE, qu'il s'agisse de l'intégration stratégique ou de la labellisation. Le management de la RSE arrive ainsi en 3ème position des actions les plus fréquemment menées en partenariat par les UT.

└ Conclusion sur la dynamique générale et perspectives

L'étude met donc en évidence un **engagement relativement partagé sur la RSE** puisque la plupart des unions départementales et régionales agissent sur le sujet. Au total, **trois quart des unions départementales répondantes mènent des actions en matière de RSE**, que ce soit à leur initiative ou associées à d'autres parties prenantes. Si l'on considère également celles qui s'inscrivent dans un partenariat RSE avec d'autres acteurs de leur territoire, les UD engagées sous une forme ou une autre dans une démarche RSE atteignent 85% de l'échantillon.

Dans les précisions que certaines unions départementales ont apportées sur les actions qu'elles comptent entreprendre par la suite, on note une **amplification des démarches, qui s'orientent vers davantage d'accompagnement direct de PME** au diagnostic, au plan d'action ou à la labellisation et vers une plus large valorisation des bonnes pratiques (communication, trophées).

Certaines unions départementales indiquent s'orienter également vers la **sensibilisation à la RSE, non pas de leurs adhérents, mais des donneurs d'ordre**, notamment publics, afin de mieux faire **reconnaître (et différencier) les démarches engagées par les PME**.



Publication de mars 2021

Contact : Service Environnement et Développement durable
