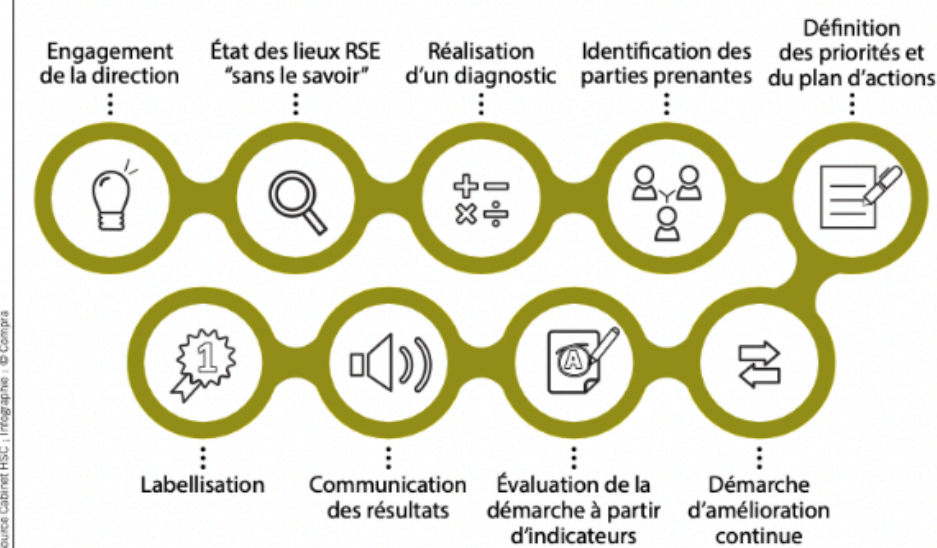


## Les différentes étapes d'une démarche RSE



« Mettre la RSE au cœur de la stratégie de l'entreprise en fait un levier de performance et de différenciation », assure Valérie Robin conseil en RSE-bilan carbone, au sein du cabinet HSC, à Voiron

# Premiers jalons pour se lancer

« Quand on a mis le pied dedans, la RSE devient un état d'esprit. » Pour Valérie Robin, le déclic s'est produit, il y a une dizaine d'années, lors d'une conférence de la responsable RSE du groupe agroalimentaire Martinet : « J'ai pu enfin poser un mot sur ce que nous faisons au sein de notre PME industrielle ». Depuis, le sujet de la RSE est devenu son métier, comme conseil au sein du cabinet HSC, à Voiron : elle y accompagne les entreprises, en particulier les TPE et les PME, dans leurs bilans carbone et dans leurs démarches RSE. Car justement « toutes les typologies d'entreprises sont concernées ou le seront par effet de cascade : les grands comptes ont déjà des obligations de reporting extra-financiers et ils questionnent leurs fournisseurs sur le sujet, voire leur imposent une labellisation. Que leur activité soit du conseil ou du forage pétrolier, toutes les entreprises sont donc amenées à s'interroger sur leur démarche RSE ». Alors par où commencer ?

## DU DIAGNOSTIC AU PLAN D' ACTIONS

On peut se lancer à n'importe quel moment de la vie de l'entreprise dès cette prise de conscience et ne pas attendre d'être au pied du mur, quand l'un de vos clients vous réclame un label RSE. « Il est important de se faire accompagner pour le diagnostic, car souvent, les entreprises pratiquent la RSE sans le savoir... un peu comme la prose pour Monsieur Jourdain chez Molière. On peut passer à côté de certaines actions, évidentes pour l'entreprise, qui rentrent pourtant bien dans le champ de la RSE », relève Valérie Robin. La RSE se situe en effet à l'intersection de trois scopes : économique, social-sociétal et environnemental. Et l'entreprise mène obligatoirement des actions sur les trois, même si cela peut être davantage sur certains que sur d'autres. Appuyé sur la norme 26 000 et ses sept piliers, le diagnostic permet d'appréhender les actions RSE déjà en place, puis de pointer

les trous dans la raquette. « Le graphique des résultats se présente sous forme de toile d'araignée : plus la surface est grande, plus l'entreprise est déjà bien engagée. Attention, il n'y a pas de bons ou de mauvais résultats, mais juste des axes de progression. » Il est aussi important de s'intéresser à l'écosystème de l'entreprise, les parties prenantes auxquelles l'entreprise est redevable : les collaborateurs, les clients, les banques, les fournisseurs, les associations riveraines ou en lien avec le secteur de l'entreprise. « Il faudra évaluer leur importance, analyser leurs attentes et voir comment l'entreprise y répond. » De ces deux volets découlera un plan d'actions RSE, évidemment placé au cœur de la stratégie de l'entreprise, qui définira ses priorités dans une démarche volontariste d'amélioration continue.

## DÉMARCHÉ COLLABORATIVE ET COMMUNICATION

L'implication des collaborateurs est un gage de réussite de la démarche. « La RSE travaille sur le dialogue social : elle donne du sens, motive et fidélise les collaborateurs, développe la marque employeur, permettant de recruter plus facilement », insiste Valérie Robin. La démarche RSE s'inscrit partout dans la gestion de l'entreprise : regarder l'investissement dans une machine pas seulement sous le prisme productif, mais aussi social et environnemental ; s'interroger sur un nouveau produit en termes de cycle de vie ou réfléchir sur son bilan carbone... La démarche RSE présente aussi un intérêt financier, en faisant baisser la consommation de ressources et d'énergie. La transparence étant un élément important de la RSE, la communication sur ses résultats selon différents indicateurs ou une labellisation, n'est pas à négliger : « Une démarche RSE valorisée sur les réseaux sociaux, votre site internet ou auprès de vos partenaires permet de vous distinguer de vos concurrents et donc de gagner de nouveaux clients ». ●