

RESPECT ENVIRONNEMENTAL, POLITIQUE SOCIALE, ARGUMENT ÉCONOMIQUE, GAIN DE PRODUCTIVITÉ

La RSE s'impose aux entreprises

Responsabilité sociétale des entreprises (RSE), ou comment intégrer des préoccupations environnementales, sociales et économiques dans sa stratégie de développement. Née en 2010, la norme Iso 26000 valide la démarche RSE des entreprises, mais elles sont encore nombreuses à en faire sans le savoir, ou sans le dire. Le constat est pourtant unanime : au-delà d'être louable, la démarche RSE rime avec gain de productivité et elle est attendue par le client/consommateur.

UNE IMAGE ET UNE ATTENTE

« La RSE est un levier de développement qui permet d'accroître notre réputation », explique Pierre-André Poirier, directeur éthique et développement durable des laboratoires Pierre Fabre (CA 2016 2,28 Md€, Castres), première entreprise de plus de 10.000 salariés évaluée AFAQ 26000 au niveau « exemplaire » avec 805/1.000. Formalisée en 2010, la démarche RSE du groupe passe notamment par une action en faveur de la Grande muraille verte qui lutte contre la désertification au Sahel et au Sahara. « Cela a un coût, mais le retour sur investissement est réel, car il y a une attente de nos consommateurs. Ne pas le faire nous priverait de nouveaux clients », affirme Pierre-André Poirier qui dispose d'un budget de 600 k€. En Languedoc, l'Interprofession des vins Pays d'Oc IGP est la première organisation professionnelle à avoir décliné la norme Iso 26000 sur un secteur d'activité avec un guide des achats responsables et un guide des bonnes pratiques. « Si vous dites à une entreprise : mettre en place une politique RSE va vous coûter cher mais cela ne rapportera rien, ça ne marchera pas », déclare Linda Filone, responsable RSE Pays d'Oc. La première étape a alors été de mesurer l'écho de la responsabilité sociétale : « Ce paramètre est déterminant dans l'acte d'achat de certains consommateurs. Les réseaux de distribution y sont sensibles, voire demandeurs. La concurrence, américaine notamment, mise dessus depuis de nombreuses années ». Dans la relation fournisseur-client, « le prix n'est plus le seul facteur de décision des grandes entreprises, confirme Christophe Rey, dirigeant d'APF Entreprise 34 (câblage électrique et recyclage industriel, Montpellier) qui détient le score le plus élevé en France de l'évaluation AFAQ 26000 avec 809/1000. La semaine dernière, trois personnes de Decathlon sont venues voir nos batteries au lithium. Ils nous ont confié être impressionnés par les conditions de travail, l'organisation, la sécurité dans l'entreprise. Ils ne nous ont pas parlé du prix ! »

UN ARGUMENT ÉCONOMIQUE

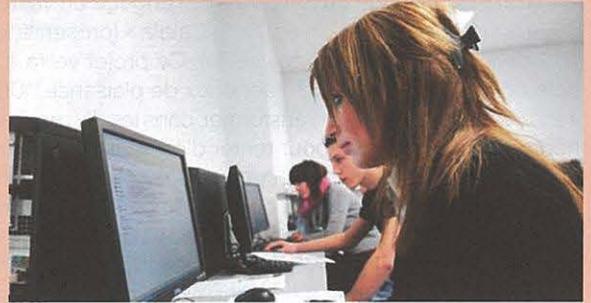
« Culturellement, les entreprises ne conçoivent pas que ce poste puisse rapporter de l'argent, mais c'est faux, note Emmanuelle Parache, fondatrice de Biocenys (3 salariés, Toulouse) qui accompagne les entreprises et collectivités sur le volet biodiversité de la RSE. Le retour sur investissement n'est pas direct, mais cela permet d'anticiper les futurs marchés, les risques d'approvisionnements et de préserver les ressources. » Bruno Le Breton, dirigeant de l'entreprise viticole Vignobles BLB (1 M de bouteille, plus de 3 M€ de CA), à Combaillaux (34), en atteste. Il gère la première entreprise familiale à avoir décroché la

VERBATIM

« Une entreprise ayant une politique pro-active en RSE aura plus de chance d'être financée par une banque, même si la RSE n'est pas encore dans les critères objectifs d'octroi de crédit. Une société qui a des relations de qualité avec ses fournisseurs, ses clients, ses salariés, fonctionne mieux. » **François Cartier**, directeur de la communication et de la RSE de la Banque Populaire du Sud.

« 3.000 entreprises de la région ont été accompagnées en 2016 sur la RSE par la CCI Occitanie. Si la majorité des entreprises de la région ne dispose pas encore de stratégie RSE, la plupart y sont sensibilisées. » **William Vidal**, en charge de la RSE à la CCI Occitanie.

« Frayssinet s'est rapproché des consommateurs finaux par le biais d'études sur l'impact de ses produits. La RSE a permis de mettre en valeur notre contribution à l'intérêt général et au développement durable. Cela a accéléré notre développement sur le marché des jardins. » **Matthieu Grebot**, en charge de la RSE pour le fabricant de fertilisants naturels Frayssinet (30 M€ de CA 2016, 85 salariés, Rouairoux, 81)



« La qualité de vie au travail devient un axe de développement. Cela attire les talents », glisse Linda Filone, responsable RSE au sein de l'interprofession Pays d'Oc.

norme Iso 26000 (niveau 3 sur 4). « Pour lutter contre le réchauffement climatique, nous avons réduit de 100 g le poids de nos bouteilles », explique-t-il. Cela représente l'économie en équivalent carbone de 50.000 km en voiture par an et... un gain financier qui a permis de financer deux ans de salaire et de communication sur la RSE. « Même mes clients utilisent notre rapport RSE comme outil commercial », assure-t-il.

UN ATOUT SOCIAL

Partage de la valeur, transversalité, bien-être au travail : après le volet environnemental, le volet social de la RSE prend de l'ampleur. « Passer à côté des préoccupations sociales de la RSE, c'est prendre le risque de ne plus avoir de compétences pour faire avancer son entreprise faute de savoir attirer de nouveaux talents. Les salariés des générations X, Y ou Z partiront s'ils ne se sentent pas bien », prévient Christophe Rey. En appui à la RSE, les acteurs publics s'engagent aussi. « Du jamais vu ! », confirme Christophe Rey. Le dernier appel d'offres de Pôle emploi auquel nous avons répondu attribuait 15 % de la note sur l'engagement du candidat en termes de RSE ». Parallèlement, la Région Occitanie introduit des éco-conditionnalités dans ses marchés publics ou pour les demandes de subventions. « Nous regarderons la sobriété énergétique, les conditions de travail, la lutte contre les discriminations, l'éthique financière des entreprises », détaille Nadia Pellefigue, vice-présidente PS en charge du développement économique.

QUELLES DIFFICULTÉS ?

Selon Pierre-André Poirier, les principales difficultés à la mise en place de la RSE résident « dans l'identification des parties prenantes avec qui dialoguer, et dans l'effort de pédagogie à mener auprès des salariés ». Selon Matthieu Grebot (Frayssinet - 81), « la RSE est connue des professionnels mais peu des consommateurs. Il faudrait l'émergence d'un label fort pour améliorer la visibilité de la démarche. » « Pour mener à bien une démarche RSE en vue de l'obtention de la norme Iso 26000, il faut être prêt à une certaine transparence, ajoute Bruno Le Breton, de BLB Vignobles. Ce qui suppose de laisser entrer quelqu'un d'extérieur au cœur du dispositif. Ça n'est pas toujours facile pour un chef d'entreprise. L'audit amène à aborder des questions personnelles, comme celle de la transmission et de la durabilité de l'entreprise. »

■ NELLY BARBÉ ET GAEL CERIZ, AVEC MÉLANIE BULAN