

Les **10** — fondamentaux de la **RSE**



avec les conseils des entreprises de la communauté B Corp

Introduction



Pourquoi ce guide ?

Parce que le “à peu près” ne suffit plus

Les entreprises évoluent, la RSE aussi. L'urgence sociale et environnementale et les nouvelles attentes de toutes les parties prenantes créent de nouveaux standards. Il ne suffit plus d'afficher “entreprise durable” sur son site internet, de répondre aux seules obligations légales ou encore de ne s'emparer que d'un unique sujet RSE. Les entreprises doivent aller plus loin ! Mais concrètement, comment faire ? Sur quelles bases s'appuyer ? Par quoi commencer ?

Parce que l'intelligence collective est le seul moyen d'y arriver

Vendredi s'est posé la question aux côtés de 7 autres entreprises B Corp : ce label international, exigeant et complet, qui récompense les entreprises qui respectent des normes sociales et environnementales élevées, tout en s'inscrivant dans une démarche de progrès. Grâce à la puissance du collectif, nous avons défini les 10 sujets fondamentaux de la RSE, et sur ces 10 piliers, les notions clés à connaître et à appliquer pour être une entreprise exemplaire. Grâce à la mise en commun de nos expériences et expertises, nous avons construit une base de plusieurs dizaines de recommandations d'actions à mettre en place pour aller plus loin. Ce guide est le fruit de cette riche collaboration. Peu importe votre niveau de maturité RSE, il vous permettra de comprendre facilement les principaux enjeux des 10 fondamentaux de la RSE. Vous y trouverez des clés concrètes pour être meilleur, partout.

Parce qu'il est temps d'aller à l'essentiel

Nous ne voulions pas d'un énième E-book sur la RSE. A travers ce guide, nous souhaitons vous apporter en toute simplicité les réponses aux questions que vous vous posez en tant qu'entreprise. Les 10 fondamentaux, ce sont 10 pages, peu de bavardage, et beaucoup de concret. B.A-BA, chiffre phare, actions clés, ressources... L'essentiel pour vous aider à (vraiment) avancer, sans y passer trop de temps. Alors, on attend quoi ? C'est parti !

Sommaire

- Gouvernance

1. Mission et utilité

Société à mission, entreprise à impact, ESUS...

2. Éthique et transparence

Transparence financière, transparence auprès du public...

3. Communauté et parties prenantes

Impact sur la collectivité, implication des parties prenantes, choix des clients et fournisseurs...

- Collaborateurs

4. Égalité, diversité et inclusion

Parité, égalité salariale, diversité socio-économique, LGBTQIA+, handicap...

5. Engagement des salariés

Engagement solidaire (actions solidaires, mécénat de compétences, dons sur salaire...), implication dans la politique RSE...

6. Vie au travail

Santé, sécurité, bien-être, rémunération, congés...

- Environnement et sociétal

7. Empreinte environnementale

Carbone, biodiversité, numérique, achats responsables, cycle de vie, écoconception...

8. Philanthropie

Fondation, mécénat financier, partenariats associatifs...

- Pilotage et certification

9. Pilotage et KPI's

Comment bien piloter son activité RSE

10. Labels et certifications

Les principaux labels et pourquoi c'est essentiel

1. Mission et utilité



Le B.A.-BA

Définir la mission de son entreprise, c'est en quelque sorte définir l'impact qu'elle veut avoir sur la société. La mission détermine les valeurs qu'elle met en avant et les objectifs qu'elle se fixe. Elle est importante pour fédérer tous les collaborateurs et la direction autour d'un projet commun. C'est en quelque sorte la boussole de l'entreprise. La qualité d'entreprise à mission, quant à elle, est livrée à la suite d'un processus formalisé, prévu par la loi PACTE.

609

entreprises ont la qualité de société à mission en France (Société à mission, juin 2022)

Les actions clés

(Re)définir sa mission

1. *(Re)penser le Why - How - What :*
Quelle est la raison d'être de votre entreprise ? Comment réalise-t-elle cette mission et qu'est ce qui la différencie des solutions ou entreprises existantes ? Enfin, qu'est ce que votre entreprise propose concrètement pour répondre à ces enjeux ? Pour répondre à ces questions, vous pouvez notamment organiser des ateliers avec vos principales parties prenantes internes (associés ou cofondateurs, salariés..) et externes (investisseurs, clients actuels ou potentiels...).
2. *Réaliser une matrice de matérialité RSE :*
Cet exercice peut vous aider à identifier les sujets sociaux et environnementaux auxquels vous souhaitez répondre en priorité. C'est aussi l'occasion de vous poser la question de l'intégration de ces enjeux dans votre mission et donc votre raison d'être (et donc, d'avoir une mission à impact social ou environnemental), ou si vous souhaitez plutôt traiter les sujets RSE en tant qu'externalités plus en aval dans votre chaîne de valeur.

Faire vivre sa mission au quotidien

Votre entreprise intègre des enjeux sociaux et environnementaux dans sa raison d'être ? Vous pouvez obtenir la qualité de société à mission telle que le définit la loi PACTE depuis 2019 ! Pour cela, il faut :

1. Intégrer sa mission à impact dans ses statuts juridiques : c'est un engagement important pour protéger sa mission ! Cela engage formellement les dirigeants et les actionnaires à déployer les moyens nécessaires (financiers, humains, logistiques) pour poursuivre cette mission.



Les objectifs sociaux et environnementaux que vous poursuivez doivent être clairement mentionnés dans vos statuts. Vous devez également déclarer le statut de société à mission au greffe du tribunal de commerce.

2. Pour les entreprises de plus de 50 salariés : nommer un comité de mission, qui doit comporter a minima un collaborateur de l'entreprise, ou un référent de mission qui sera en charge de suivre l'atteinte de l'objectif de la raison d'être.
3. Faire vérifier la poursuite de votre mission par un organisme tiers indépendant au moins tous les deux ans.

Même sans obtenir la qualité "société à mission", vous pouvez :

- Suivre l'atteinte de votre raison d'être au quotidien : pour cela, il est essentiel de définir des indicateurs chiffrés qui permettent de suivre la réalisation de la mission et de se fixer des objectifs (trimestriels ou annuels par exemple).
- Intégrer l'atteinte de la raison d'être à la rémunération des cofondateurs et/ou des salariés : cela permet très concrètement d'intégrer sa mission dans le quotidien des équipes.

Le témoignage

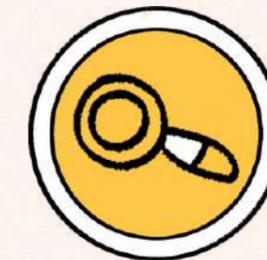
" Chez Idoya, la définition de notre mission a été un moment très important. En interne, nous avons réalisé, en amont de la création de l'entreprise, plusieurs ateliers d'idéation entre les associés. Tout au long du processus, nous avons gardé cette phrase du Fondateur de Yves Rocher en tête : "Si votre mission convenait aussi à votre concurrent, ce n'est pas la bonne". "

- Marthe Cadart, Chief Mission Officer de Idoya

Pour aller + loin

- [Start with Why - TED Talk, Simon Sinek](#)
- [Société à mission : 77% des salariés souhaitent que leur entreprise s'engage - BVA, 2022](#)
- [Devenir une entreprise à mission - Agence Déclic](#)
- [Comment évaluer l'exigence de sa mission ? - Communauté des entreprises à mission](#)

2. Ethique et transparence



Le B.A.-BA

La transparence, c'est rendre accessible les informations stratégiques de l'entreprise à ses parties prenantes, qu'elles soient internes (grilles de salaire, santé financière, index égalité...) ou externes (choix des fournisseurs, matériaux utilisés... auprès des clients, actionnaires, bénéficiaires, fournisseurs, grand public...).

La transparence est souvent reliée à l'éthique : l'ensemble des règles que s'impose une organisation, qui permet aux parties prenantes d'établir un équilibre consensuel dans le cadre des activités qui les lient. Les risques d'éthique peuvent concerner toutes les entreprises, y compris des petites structures ou des secteurs jugés peu "sensibles".

80%

des salariés se déclarent concernés par les actions menées par leur entreprise en matière d'éthique. (La Poste et le Cercle, 2020)

Les actions clés

Co-construire un code d'éthique avec ses équipes

Cette charte, qui véhicule vos valeurs essentielles et ligne de conduite à suivre par votre entreprise, vos salariés et même vos fournisseurs, peut se réaliser en plusieurs étapes :

1. Evaluer vos risques en matière d'éthique en fonction de votre secteur, de votre taille et de vos problématiques. Cela peut prendre de plusieurs jours à plusieurs mois en fonction de la complexité de votre entreprise. Pensez à vous faire aider par des consultants !
2. Sonder l'intérêt de vos équipes : Est-ce que le sujet de l'éthique est compris, jugé important ? Quels sont les risques principaux selon eux ? Vous pouvez coordonner l'enquête avec les services RSE, QSE ou RH.
3. Co-construire des règles éthiques avec vos équipes opérationnelles de manière ludique. Soyez créatifs et surtout, partez du concret, de ce qu'ils vivent au quotidien : mises en situation pour voir quelles questions se posent et comment réagir, sondages en live pour classer chaque risque...



Vous pouvez aussi formaliser à l'écrit diverses politiques (anti-harcèlement, neutralité, anti-discrimination, droit à la déconnexion...) ou mettre en place une politique de lanceurs d'alerte afin de garantir le soutien aux personnes qui indiqueraient une pratique non conforme au code d'éthique.

Mettre en place une politique 100% transparence avec ses salariés

1. Partager régulièrement les informations financières de l'entreprise avec vos salariés, et faire en sorte qu'elles soient comprises par toutes et tous. Une idée : faire intervenir votre expert comptable pour susciter davantage d'intérêt !
2. Rendre accessible la politique de rémunération à tous les collaborateurs, par métier et séniorité. Une grille de salaire transparente permet de lutter contre les inégalités salariales et de créer un climat de confiance. En bonus : rendre accessible la position de chacun sur cette grille (avec l'accord de la majorité, bien sûr !).
3. Rendre toutes les informations importantes facilement accessibles : organigramme, usages et mandataires sociaux, différents processus existants (négociation salariale, feedback, gestion des tensions, processus harcèlement etc...)... N'hésitez pas à partager l'accès à ces informations dès l'onboarding !

Partager les bonnes informations en externe

Le rapport RSE annuel est une bonne façon de partager sa performance extra-financière, ses engagements, et ses résultats. Vous pouvez aussi partager des nouvelles de votre activité régulièrement sur un blog, ou encore publier un rapport d'activité, pour récapituler toutes les actions menées liées à vos produits/services à l'ensemble de vos parties prenantes.

Le témoignage

" Un conseil important en matière d'éthique et de transparence serait de rester humble. C'est bien de valoriser ce que l'on a fait, mais c'est aussi important de dire ce que l'on n'a pas (encore) fait, de partager sa marge d'évolution. D'être dans une démarche de progrès. "

- Arnaud Domergue, Président de Grain Blanc

Pour aller + loin

- [Le Pacte Mondial des Nations Unies](#)
- [6 conseils pour appliquer la transparence des salaires en entreprise](#) - Maddy Ness
- [La transparence en entreprise : utopie réaliste ?](#) - Welcome to the Jungle
- [Le rapport de Gestion d'Ecotree](#)

3. Communauté et parties prenantes



Le B.A.-BA

Vos parties prenantes sont votre système solaire ! Ce sont tous les acteurs qui gravitent autour de l'entreprise, internes et externes, directs ou indirects (collaborateurs, citoyens des lieux d'implantation, investisseurs, ONG et associations locales, clients, fournisseurs, grand public, collectivités territoriales...). Chaque organisation génère un impact sur les communautés et les collectivités dans lesquelles elle opère : il est donc essentiel d'intégrer toutes les parties prenantes dans les décisions qui les impactent.

28%

des salariés associent développement durable et prise en compte de l'avis des parties prenantes. (Medef, 2020)

Les actions clés

Définir une stratégie pour répondre aux besoins de ses parties prenantes internes et externes

1. Réaliser une cartographie de vos parties prenantes et identifier leurs besoins. Cette cartographie peut-être réalisée sous forme de cercles concentriques permettant de formaliser le niveau de proximité et d'impacts mutuels entre l'entreprise et les parties prenantes. Pour mieux identifier comment impliquer chaque partie prenante, vous pouvez réaliser une matrice intérêt / pouvoir.
En fonction de la taille de votre entreprise, la quantité de vos parties prenantes peut varier. Dans les plus grandes entreprises, n'oubliez pas les parties prenantes plus éloignées de votre coeur d'activité : enseignement supérieur, collectivités locales / région, lieux d'implantation...
2. Réaliser une matrice de matérialité RSE. Ce travail permet d'identifier l'importance des enjeux RSE génériques ou spécifiques, pour votre entreprise (axe des abscisses) et pour vos parties prenantes vis-à-vis de votre entreprise (axe des ordonnées).
3. Identifier vos objectifs clés pour chaque partie prenante et un plan d'action associé : rétention / fidélisation, sensibilisation aux enjeux sociaux et environnementaux, amélioration continue...
N'hésitez pas à fixer des objectifs chiffrés pouvant être suivis régulièrement. Et à leur partager !

Améliorer l'implication de chacune de ses parties prenantes externes, en continu

Quelques idées d'actions à réaliser :

1. Clients : Suivi de la satisfaction (NPS), politique ou labels qualité pour vos produits ou services, transparence sur vos engagements...



2. Fournisseurs : Politique d'achat responsables, critères de sélection des fournisseurs en fonction du contexte (locaux, indépendants, certifiés, matières premières durables...), voire même accompagnement des fournisseurs dans une démarche de progrès...
3. Communauté locale : accueil d'apprentis ou de stagiaires de 3e, choix de prestataires locaux, pro bono/mécénat de compétences auprès d'associations ou écoles locales, investissement dans des projets/fondations/associations locales...

Impliquer ses parties prenantes dans sa stratégie RSE

Pour ça, co-construisez avec vos parties prenantes externes et vos équipes votre matrice de matérialité RSE !

Le témoignage

« Chez Evaneos, nous avons rempli en équipe un questionnaire pour définir notre matrice de matérialité RSE lors d'une journée "Global Impact". Cela a permis d'avoir de très bons taux de remplissage de la part des parties prenantes internes, mais aussi une forte mobilisation pour la diffusion du questionnaire auprès des parties prenantes externes. En tout, nous avons eu plus de 700 réponses ! »

- Marion Phillips, Head of Sustainable chez Evaneos

Pour aller + loin

- [Les meilleures pratiques pour instaurer une relation de confiance avec ses clients - Moment of Impact](#)
- [Analyse de matérialité : définition, enjeux, comment faire ? - YouMatter](#)
- [Pratiques responsables dans les chaînes d'approvisionnement - Ecovadis](#)
- [Matrice de matérialité RSE - Decathlon](#)

4. Égalité, Diversité et Inclusion



Le B.A.-BA

La diversité, c'est les différences individuelles dans un groupe. Elles peuvent être visibles (morphologie, ethnie, genre...) ou non (affiliation politique, orientation sexuelle, religion...). L'inclusion, c'est d'accueillir de la même façon toutes les personnes dans la société, quelles que soient leurs différences. Il ne faut pas confondre ces deux notions : la diversité est un fait, tandis que l'inclusion est un choix et une démarche délibérée de l'entreprise. Les questions de diversité et d'inclusion en entreprise englobent de nombreux scopes d'actions détaillés ci-dessous. Plusieurs obligations légales doivent aussi être prises en compte dans les politiques d'égalité et d'inclusion, dont les 24 critères de discrimination à l'embauche.

60%

de chances supplémentaires de voir ses profits et sa productivité augmenter pour les entreprises engagées dans une démarche d'inclusion (Deloitte, 2020)

Les actions clés



Faire un état des lieux de la diversité et de l'inclusion dans son entreprise

Peu importe votre niveau de maturité, identifier des indicateurs clairs pour mesurer la diversité dans votre équipe et les suivre régulièrement est essentiel. Quelques exemples : index égalité professionnelle, questionnaire anonyme de mesure de la diversité des équipes (légal si fait anonymement, dans le respect de la RGPD et de l'auto-déclaration par les personnes sondées), audit sur la perception des salariés sur la diversité et inclusion dans l'entreprise...

Sensibiliser ses salariés à la diversité

C'est une étape cruciale pour que vos efforts en diversité et inclusion perdurent sur le long terme. Vous pouvez sensibiliser vos salariés sur 2 niveaux : au niveau des managers / RH (biais cognitifs au recrutement, bonnes pratiques d'animation de réunion inclusives...), et au niveau de l'ensemble des salariés (comment réagir quand on est témoin / victime de discrimination, sensibilisation au racisme, handicap, violences sexistes et sexuelles, questions LGBTQIA+...).

Revoir ses politiques sociales internes

Quelques actions qui font la différence :

1. Recrutement inclusif : rédiger des offres d'emploi inclusives (éviter les listes de qualités requises à rallonge, utiliser un vocabulaire compréhensible par toutes et tous, préférer des questions simples à la lettre de motivation...), valoriser en externe sa politique diversité, repenser votre parcours d'intégration (système de "buddy"...).
2. Parité et égalité : mettre en place une grille de salaire transparente, favoriser les promotions internes, former vos salariés à la négociation ou à la prise de parole...
3. Handicap : accompagner vos salariés à la Reconnaissance de Qualité de Travailleur Handicapé (RQTH), penser l'accessibilité de vos locaux comme de vos outils digitaux...
4. Parentalité : proposer des congés maternité ou co-parent plus long que ce que propose la loi, adapter les horaires de travail, mettre en place un système de garde d'enfants, proposer une politique de soutien aux personnes allaitantes et un espace dédié...
5. LGBTQIA+ : accompagner les collaborateurs concernés dans leur parcours de transition de genre, avoir des toilettes non genrées, utiliser un vocabulaire ou langage inclusif, normaliser l'annonce des pronoms pour toutes et tous (elle/il) (dans les signatures de mail par exemple)...
6. Lutte contre les discriminations : nommer un(e) référent(e) harcèlement, mettre en place une politique zéro tolérance sur les blagues à caractère discriminant...

Le témoignage

" Chez Ilek, nous avons mené 3 actions principales sur le sujet : un état des lieux détaillé de la situation actuelle, une formation des managers, puis une sensibilisation de l'ensemble des équipes. Nous ressentons les résultats au quotidien dans nos missions : parole libérée, débats lancés : une entreprise libre où il fait bon vivre et où la communication sur ces sujets est fluide ! "

- Elea Le Ruyet, Responsable RSE et Culture d'entreprise chez Ilek

Pour aller + loin

- [Les 24 critères de non-discrimination à l'embauche - A compétence égale](#)
- [Diversité : que dit la Loi ? - RH Info](#)
- [Analyseur d'offres d'emploi inclusives - A compétence égale](#)
- [Entreprise idéale : quelles sont les nouvelles attentes des salariés ? - Welcome to the Jungle et Vendredi](#)
- [Questionnaire de mesure de la diversité sociale - Vendredi](#)

5. Engagement des salariés



Le B.A.-BA

L'engagement des salariés, ce sont toutes les manières de mobiliser ses collaborateurs pour l'intérêt général, mais aussi de les impliquer dans la stratégie RSE de l'entreprise. Engager ses salariés, c'est un moyen utile d'impliquer ses équipes dans sa politique RSE, de répondre à la quête de sens au travail des salariés, d'améliorer sa marque employeur, mais également de bénéficier de certains avantages fiscaux !

91%

des salariés estiment que la transition écologique devrait être une préoccupation prioritaire ou importante pour les entreprises françaises. (CSA, 2021)

Les actions clés

Proposer à ses salariés de s'engager via des actions solidaires

1. **Sensibilisation aux enjeux sociaux et environnementaux :**
Fresques (Climat, Numérique, Océane...) ou autres ateliers, partage de contenus (podcasts, vidéos, articles...), événements de sensibilisation (courses solidaires, olympiades engagées...), affichage... L'important, c'est la diversité des formats et la régularité de vos actions de sensibilisation pour qu'elles aient un vrai impact sur le long terme.
2. **Engagement solidaire et associatif :**
Vous pouvez notamment offrir un crédit de jours d'engagement à vos salariés, de 1 à 5 jours par an ; des RTT solidaires (0,5 RTT investi pour la solidarité = 0,5 jour offert), des congés solidaires (don à une association de l'équivalent du salaire du salarié qui s'engage)... Tout en proposant des missions de soutien à des associations, à réaliser sur ces créneaux.

Mobiliser ses équipes autour de sa stratégie RSE

1. **Impliquer ses collaborateurs dans la définition d'une stratégie environnementale :**
L'outil Green Place d'Ecotree permet notamment de sonder leur appréciation de l'intégration des questions environnementales dans la production des produits et services ou dans le cadre de travail, de recueillir leurs idées (pour l'entreprise comme dans leur métier), mais aussi d'identifier des dissonances entre la stratégie environnementale ou RSE et son déploiement dans les équipes.
2. **Rendre sa politique RSE et l'avancée de ses actions accessibles à toutes et tous :**
Présentation des résultats du bilan carbone annuel à tous les salariés ou du processus de labellisation B Corp, partage des objectifs RSE et de l'avancée des chantiers régulièrement lors de réunions ou à l'écrit...

Animer sa démarche avec des temps forts

Choisissez vos 3 ou 4 thématiques phares, en lien avec le calendrier d'événements RSE, et organisez des actions sur une durée définie (une semaine, un mois) pour engager massivement vos équipes.

Impliquer ses salariés dans sa gouvernance

Car des salariés engagés avec le cœur de l'entreprise sont des salariés motivés et fidèles ! Vous pouvez notamment mettre en place l'actionnariat salarié, la gouvernance horizontale, le principe de sollicitations d'avis pour prendre des décisions transverses en impliquant tous les collaborateurs... Mais aussi impliquer vos équipes dans votre certification B Corp en créant un groupe de volontaires !

Suivre l'engagement au quotidien

Vous pouvez notamment mettre en place un baromètre collaborateurs : un questionnaire annuel qui permet de mesurer la satisfaction, accompagné d'une analyse et d'un plan d'actions.



Le témoignage

" La certification B Corp, c'est beaucoup d'actions à mettre en oeuvre. C'est aussi une très bonne occasion de mobiliser tous les collaborateurs sur un sujet enthousiasmant ! Chez Idoya, nous avons mis en place de nombreuses actions autour de ce chantier. Nous avons notamment organisé des hackathons B Corp, sur une journée ou une demi-journée, avec un tableau de visual management, pour faire avancer un maximum d'actions en temps restreint en mode collectif. "

- Marthe Cadart, Chief Mission Officer de Idoya

Pour aller + loin

- [Le calendrier de la RSE - Swile et Vendredi](#)
- [Tout pour réussir la sensibilisation de ses salariés - Vendredi](#)
- [Le dico de l'engagement - Swile](#)
- [30 meilleures actions pour mobiliser ses salariés - Vendredi](#)
- [Les différentes façons de s'engager en entreprise - Vendredi](#)

6. Vie au travail

Le B.A.-BA

La vie au travail, c'est tout ce qui concerne la qualité de vie au travail (QVT) : la santé, la sécurité, le bien-être, les questions de rémunérations, ou encore les congés. Selon l'ANACT (Association Nationale des Conditions de Travail), la Qualité de Vie au Travail désigne les actions qui permettent de concilier à la fois l'amélioration des conditions de travail pour les salariés et la performance globale des entreprises. Depuis 2022, l'expression a été remplacée par "qualité de vie et des conditions de travail" (QVCT) pour élargir la notion et mettre l'accent sur le contenu du travail, l'environnement physique et le dialogue social.

8%

du PIB : cela représente le coût social de la souffrance au travail des salariés français. (ANACT, 2010)

Les actions clés

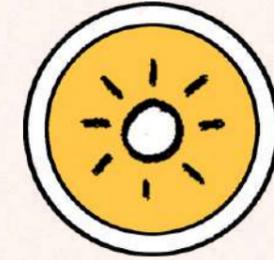
Prévenir les risques psychosociaux et préserver la santé physique et mentale

Vos ressources humaines sont vos ressources les plus importantes, il faut en prendre soin !
Quelques pistes d'actions :

1. Permettre à vos salariés d'échanger avec des professionnels de la santé mentale à tout moment. Vous pouvez proposer cet accompagnement gratuitement pour vos salariés en étant par exemple aidé par la plateforme [moka.care](#), ou rendre accessible une liste de praticiens conventionnés.
2. Faire valoir le droit à la déconnexion : pas de réunion sur la pause déjeuner ou après 18h, déconseiller l'utilisation des mails ou de la messagerie instantanée sur le téléphone, s'accorder sur le délai de réponse moyen nécessaire avant une relance...
3. Favoriser une bonne ergonomie de l'espace de travail : matériel adapté, subvention télétravail, ateliers de prévention sur la posture...
4. Offrir une mutuelle complémentaire santé financée à plus de 50% par l'employeur.

Construire un cadre de travail sain et agréable pour toutes et tous

1. Rendre l'espace de travail le plus agréable possible : espaces silencieux ou salles de sieste, diffuseur d'huiles essentielles, végétalisation des bureaux...



2. Proposer une alimentation saine et engagée en libre-service : repas végétariens en entreprise, fruits frais, snacks sains, cours de cuisine...
3. Rendre flexible le temps et les lieux de travail : politique de télétravail claire et adaptable, possibilité de télétravail à plein temps pour certaines personnes, mode de travail hybride...
4. Rendre le sport et la culture accessibles : subventions culture ou salles de sport, bibliothèque collaborative, séances de sports gratuites chaque mois...

Suivre et améliorer le bien-être en continu

1. Dédier un poste au bien-être en entreprise en nommant par exemple un Chief Happiness Officer ou Office Manager.
2. Suivre de façon régulière le bien-être de ses salariés via des questionnaires anonymes (E-NPS ou prise de température avec Beexo par exemple), en laissant la possibilité de faire remonter des problématiques spécifiques.
3. Faire des points RH réguliers avec chaque salarié (trimestriellement par exemple), avec le manager ou les RH. Certains de ces rendez-vous peuvent être collectifs avec les pairs, d'autres peuvent se focaliser sur certaines thématiques spécifiques (carrière, rémunération, formation...)

Le témoignage

'' Nous avons mis en place depuis 2 ans un questionnaire de suivi de satisfaction anonyme et annuel. Associés, collaborateurs, stagiaires... tous le remplissent ! Les questions sont diverses : sens, relations, efficacité, ainsi que la possibilité de laisser des commentaires. C'est l'occasion d'ouvrir la parole sur ce que l'on vit au quotidien, et de faire un état des lieux du bien-être général. Les résultats sont analysés en collectif et nous mettons en place des plans d'action. La démarche n'est pas chronophage, et complète bien les points RH que nous menons régulièrement. On recommande ! ''

- Alice Aupetit, Consultante Management et Culture d'entreprise chez altman

Pour aller + loin

- [Entreprise idéale : quelles sont les nouvelles attentes des salariés ? - Welcome to the Jungle et Vendredi](#)
- [Santé mentale et burn-out : quelles actions RH pour prévenir les RPS ? - moka.care et Bleexo](#)
- [Qu'est-ce que l'Employee Net Promoter Score \(eNPS\) ? - Swile](#)

7. Empreinte environnementale



Le B.A.-BA

L'empreinte environnementale des entreprises est un enjeu RSE à forte ampleur ! Elle est encadrée par plusieurs obligations légales : les entreprises de plus de 50 salariés sont par exemple tenues de mesurer leurs émissions de gaz à effet de serre (GES), accompagné d'un plan de transition pour les réduire. Cependant, les GES ne sont pas les seuls indicateurs pour mesurer son impact sur l'environnement : il faut aussi tenir compte de l'empreinte numérique, du cycle de vie des produits, des achats responsables, de l'écoconception, des actions de préservation de la biodiversité...

4/5

entreprises ont déjà mesuré ou prévu de mesurer leur empreinte carbone. (Baromètre RSE, 2021)

Les actions clés

Réaliser son bilan carbone pour comprendre ses principales sources d'émissions

La première étape est de mesurer ses émissions de gaz à effet de serre (GES), par exemple en réalisant un bilan carbone. S'il est plus long et complexe, le bilan carbone sur les 3 scopes (émissions directes et indirectes) est aussi le plus efficace et juste ! Il est essentiel de mesurer régulièrement votre impact (annuellement par exemple).

Réduire efficacement son empreinte carbone, et aller plus loin

1. Mettre en place des objectifs de réduction et de contribution permettant l'atteinte des accords de Paris. En moyenne, il s'agit de réduire de 40% les émissions de GES d'ici à 2030 et de 90 à 95% ces émissions d'ici 2050.
2. Piloter la diminution des émissions de GES sur l'ensemble de la chaîne de valeur, en fonction de son bilan carbone, et en lien avec les parties prenantes de l'entreprise. Par exemple : éco-conception des produits ou services pour réduire l'utilisation des matériaux ou augmenter leur durée de vie, choix des fournisseurs en fonction de critères sociaux et environnementaux (politique achats responsables), limitation des déplacements et mobilité durable, diminution de l'impact du numérique (éco-conception de site web, optimisation de l'utilisation d'internet, achat de matériel reconditionnement et valorisation du parc informatique...)

3. Contribuer à des projets d'évitement et/ou de séquestration des GES pour ancrer son entreprise dans la neutralité carbone planétaire et la préservation de la biodiversité (notamment via la création de puits de carbone et de préservation des écosystèmes : plantation d'arbres, entretien des forêts...). Attention : ces actions ne permettent pas la diminution directe de vos émissions, qui doit rester une priorité !

Mobiliser ses équipes autour de l'environnement

D'abord en les sensibilisant, pour que vos actions internes aient de l'impact (soient appliquées et mises en place dans la durée), mais aussi pour que vos salariés, en tant qu'individus, modifient leurs comportements. Puis en les faisant passer à l'action au bureau via des éco-gestes, pour sensibiliser par l'action et réduire votre impact.

Mesurer son impact sur la biodiversité et contribuer à la protéger

1. Mesurer son impact sur la biodiversité, notamment en lien avec les 5 facteurs d'érosion de la biodiversité : surexploitation des ressources, espèces exotiques envahissantes, modification des habitats, changement climatique et pollution de l'air, de l'eau et du sol.
2. Piloter la diminution des impacts biodiversité sur l'ensemble de la chaîne de valeur, en lien avec votre bilan, puis faire de la contribution sur des projets de biodiversité (restauration de zones humides, préservation d'arbres à habitats, mise en place de haies mellifères et autres projets de pollinisation, etc).

Le témoignage

" Chez altman, depuis 2017, nous suivons notre consommation d'énergie chaque mois (gaz et d'électricité en mètres cube et kilowattheures, ainsi que le montant HT de notre facture). Ces consommations ont été réduites presque de moitié depuis 2019. Fin 2021, nous avons voulu aller plus loin, et aujourd'hui, nous avons une offre 100% garantie d'origine renouvelable entre une électricité produite via des éoliennes normandes et du gaz issu du recyclage de déchets organiques. "

- Alice Aupetit, Consultante Management et Culture d'entreprise chez altman

Pour aller + loin

- [Les entreprises ont intérêt à préserver la biodiversité - Ecotree](#)
- [Quelle est la définition des Scopes d'émissions 1 2 3 ? - Sami](#)
- [Panorama des solutions de Bilan Carbone - Vendredi](#)

8. Philanthropie



Le B.A.-BA

La philanthropie, ce sont les différents types de dons qu'une personne va mettre à disposition de l'intérêt général. En entreprise, cela se traduit notamment par le mécénat financier, c'est-à-dire le don d'argent pour un projet, mais aussi par le parrainage (ou sponsoring) ou le mécénat de compétences. Ces dispositifs peuvent passer par le biais d'une fondation.

3,5

milliards d'euros : c'est ce que représente la générosité des entreprises en 2019 (Panorama National des Générosités, 2021).

Les actions clés

Choisir la ou les causes prioritaires pour lesquelles vous souhaitez agir

Pour cela, vous pouvez réaliser un sondage auprès de ses salariés pour savoir quelles sont les causes les plus importantes pour eux, celles dans lesquels ils s'engagent déjà... N'hésitez pas à vous baser sur les 17 Objectifs de Développement Durable (ODD) définis par l'ONU pour choisir des thématiques prioritaires pour l'intérêt général !

Mettre en place une politique de mécénat ou don financier

1. Rejoindre le mouvement 1% for the Planet et s'engager à reverser tous les ans 1% de son chiffre d'affaires pour des projets de protection de l'environnement.
2. Proposer à ses salariés de réaliser des dons sur salaire. Cette pratique est aujourd'hui simplifiée par certains logiciels de gestion de la paie, comme Payfit.
3. Organiser régulièrement des campagnes de dons avec abondement. Pour chaque euro versé par un salarié à une association (généralement choisie par l'entreprise ou par un collectif de salariés), l'entreprise s'engage à reverser 1€ de plus à l'association.
4. Donner la possibilité à ses clients de faire un don pour chaque achat de vos produits ou services. Par exemple, leur proposer d'arrondir à l'euro supérieur le montant de leurs achats et reverser le microdon à une association partenaire.

Mobiliser ses équipes pour l'intérêt général

1. Offrir à ses salariés un crédit de jours d'engagement pour leur permettre de s'engager sur leur temps de travail (entre 1 et 5 jours par an par exemple).

2. Organiser une semaine de l'engagement : un temps fort pour mobiliser ses salariés, avec des actions proposées chaque jour (voir partie 5 : engagement des salariés).
3. Mettre en place une plateforme d'engagement pour faciliter la mobilisation de vos salariés. La plateforme Vendredi diffuse les actions de plus de 2000 associations et accompagne chaque entreprise dans sa démarche d'engagement solidaire et/ou de mécénat de compétences.

Tisser des liens durables avec des associations

1. Entrer en contact avec les associations implantées autour de ses sites et tisser un partenariat moyen/long terme avec elles en fonction de leurs besoins (pro bono, dons financiers ou matériels...). Vous pouvez par exemple organiser des événements, comme un forum des associations, pour faire connaître les actions de vos associations partenaires et mobiliser vos équipes.
2. Créer une fondation d'entreprise (personne morale à but non lucratif créée pour réaliser une œuvre d'intérêt général). Les fondations d'entreprise sont six fois plus nombreuses aujourd'hui qu'il y a vingt ans. D'ailleurs, toutes les entreprises du CAC 40 ont créé une fondation. Et pour cause : plusieurs lois ont assoupli ce cadre législatif permettant l'engagement des particuliers et des organisations.

Le témoignage

"AIR coop est membre de 1% For The Planet depuis sa création en 2010. Cela signifie qu'1% du chiffre d'affaires de la coopérative est reversé chaque année à une association adressant une ou des causes environnementales. Les associations collectivement sélectionnées jusqu'à présent l'ont été parmi les acteurs locaux : cela permet de tisser des liens avec les responsables de l'association et tendre vers une relation partenariale plus long terme. C'est ainsi que nous avons rencontrés à plusieurs reprises l'association Sylv'acctes, qui préserve le patrimoine forestier, et auprès de laquelle certains coopérateurs ont aussi réalisé du mécénat de compétences. "

- Camille Balduyck, Consultante en stratégies d'impact & d'engagement chez AIR coop

Pour aller + loin

- [Les 17 Objectifs de Développement Durable \(ODD\) - Nations Unies](#)
- [Questionnaire : Sondage sur les envies d'engagement de vos équipes - Vendredi](#)
- [L'essentiel sur le mécénat de compétences - Vendredi](#)
- [Baromètre du mécénat d'entreprise 2021 - Admical](#)

9. Pilotage et KPI's



Le B.A.-BA

Une stratégie RSE doit nécessairement être pilotée et suivie à tous les niveaux de l'organisation (Comex, managers, collaborateurs) ! Comme pour toute stratégie d'entreprise, il est important de fixer des indicateurs de suivi et de valider des objectifs, le tout dans une démarche de transparence envers les salariés et les autres parties prenantes. Parce que c'est en évaluant son impact social et environnemental que l'on peut optimiser ses efforts ! Plusieurs indicateurs RSE existent en fonction des thématiques. Par exemple, l'empreinte carbone des salariés, de l'entreprise et des produits et services peuvent être utilisés comme indicateurs environnementaux. De même, le pourcentage d'exportation et d'importation pour la production d'un produit peut servir comme indicateur d'achats responsables.

70%

des entreprises ont publié leur index égalité en 2021 (Les Échos Entrepreneurs, 2022).

Les actions clés

Définir ses KPI's prioritaires et ses objectifs

1. Prendre connaissance des KPI's RSE existants. En voici quelques-uns :
 - Satisfaction des collaborateurs : % de collaborateurs répondant au questionnaire de satisfaction, e-NPS, taux de départ sur les trois dernières années...
 - Santé et sécurité : nombre de blessures au travail, % de stress et d'épuisement (via des sondages ou des applications spécialisées comme moka.care)...
 - Parité, diversité, inclusion : index égalité, % de femmes dans chaque métier et échelon, % de personnes ayant déclaré une RQTH...
 - Satisfaction client : Net Promoter Score (NPS), plaintes des clients, nombre d'interviews de feedback réalisées...
 - Gouvernance : ressources allouées à la RSE, partage de prise de décision, répartition du capital social...
 - Dons et pro bono : % de revenus donnés à des organisations non gouvernementales, % de salariés engagés dans des actions solidaires, temps passé en pro bono, nombre d'ambassadeurs de la démarche...
 - Participation aux communautés : nombre de rencontres auxquelles vous avez assisté avec vos communautés, nombre de groupe de travail dans lesquels vous êtes investis...
 - Impact environnemental : émissions (GES, bilan carbone), consommation d'énergie (électricité, eau...), déchets (tonnes annuelles), voyages (nombre de voyages d'affaires effectués sur l'année et moyen de transport utilisé), % de collaborateurs venant en voiture/transport en commun/vélo...



2. Choisir ses indicateurs clés et se fixer des objectifs. Cela doit être fait en fonction de vos priorités RSE et/ou refléter votre raison d'être (voir partie 2). N'hésitez pas à sélectionner un outil qui permette de suivre facilement et régulièrement ces indicateurs (Trello, Zei...).

Partager en interne comme en externe vos indicateurs RSE clés

1. Partager son rapport RSE annuel : c'est un document qui résume toutes les actions mises en place dans le cadre de la démarche RSE de l'entreprise. La diffusion de son rapport RSE permet d'assurer la transparence vis-à-vis de ses parties prenantes.
2. Partager son reporting ESG (ou DPEF) : ce bilan présente les données sur les aspects environnementaux, sociaux et de gouvernance. En France, on parle de déclaration de performance extra-financière des entreprises (DPEF).

Le témoignage

Il est essentiel de choisir des objectifs SMART : Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes et Temporairement définis. Chez EcoTree, nous mesurons et améliorons nos impacts grâce à des KPIs indexés sur un référentiel plus large : celui des Objectifs de Développement Durable (ODD) et de leurs 169 cibles. Ce type de référentiel est parlant pour nos clients, investisseurs, collaborateurs... en France mais aussi à l'international !

- **Louisiane Guezel, Chief Impact Officer & Innovation manager chez Ecotree**

Pour aller + loin

- [Indicateurs ESG - Gouvernement](#)
- [Indicateurs RSE : La checklist pour bien les construire - Carbo](#)
- [Rapport RSE : définition, composition, réglementation - YouMatter](#)
- [DPEF : c'est quoi ? Quelles entreprises sont concernées ? - Carbo](#)

10. Labels et certifications



Le B.A.-BA

Il existe plusieurs types de labels et certifications RSE. Parmi les labels "génériques", on peut citer B Corp, Lucie 26 000, Engagé RSE et Ecovadis qui sont tous basés sur la norme ISO 26 000 et les standards internationaux. Comme labels plus "thématiques", il y a Great Place to Work, qui certifie la qualité de vie au travail, ou encore 1% for the Planet qui concerne l'environnement. En tant qu'entreprise, obtenir un label ou une certification a plusieurs avantages : cela permet d'évaluer son impact, de valoriser et légitimer son engagement, d'améliorer sa marque employeur, d'attirer des investisseurs, mais aussi, dans beaucoup de cas, de rejoindre une communauté d'entreprises engagées.

83%

des entreprises labellisées par des labels RSE en France sont des PME et micro entreprises (Goodwill Management, 2020)

Les actions clés

Déterminer les labels pertinents pour son entreprise

1. Identifier les labels et les certifications RSE pertinentes pour son entreprise en fonction de l'objectif de certification et de l'éco-système de l'entreprise. Pour cela, n'hésitez pas à impliquer toutes vos parties prenantes et à prendre le temps de comprendre les spécificités de chaque label.
2. Cibler des labels qui respectent les principes "robustes et crédibles" du gouvernement.
Parmi ces principes :
 - La robustesse : les critères du référentiel portent sur des actions allant au delà des exigences de la loi
 - La non-compensation : une performance insuffisante sur un critère rédhibitoire ne peut pas être compensé par une meilleure performance sur un autre sujet
 - L'exemplarité : l'organisme porteur d'un label RSE communique de façon transparente sur ses propres actions en matière de RSE
 - L'accessibilité : la démarche de labellisation doit être accessible à l'ensemble des entreprises quelle que soit leur taille



Construire un plan d'action pour la route vers la labellisation

1. Faire un travail de veille sur le label en rassemblant les ressources sur le référentiel et en échangeant avec des entreprises labellisées. Cela vous permettra de gagner un temps précieux par la suite !
2. Monter une équipe pour le projet de certification avec les différentes personnes concernées au sein de l'entreprise. Par exemple l'équipe peut réunir une personne des RH, des achats, un membre du CSE, un membre du CODIR etc...
3. Créer des temps forts pour célébrer les succès intermédiaires. Car les processus de certification sont souvent longs et fastidieux ! Vous pouvez par exemple créer un canal Slack / Teams dédié pour communiquer sur vos avancées à votre équipe.

S'engager dans la durée !

Car la certification est un objectif à atteindre, mais pas une fin en soi. Les labels existent aussi pour inviter chaque entreprise à aller toujours plus loin ! Après une labellisation, vous pouvez par exemple participer à l'amélioration continue du label : en partageant des retours d'expériences, en y portant un regard critique... N'hésitez pas également à partager en externe vos apprentissages (article, réseaux sociaux, mais aussi en direct auprès d'autres entreprises).

Le témoignage

" À travers la certification B Corp qui est exigeante, l'idée était de faire ce que l'on prône, et d'être exemplaire. À présent, nous sommes certifiés, mais la démarche est loin d'être terminée. Dans tous les cas, il faut re-soumettre le questionnaire tous les 3 ans : l'objectif est d'y obtenir un meilleur score ! Nous sommes également actifs au sein de la communauté des entreprises B Corp pour continuer de faire avancer les sujets qui nous tiennent à cœur. "

- Héloïse Arnold, Responsable Communication chez Vendredi

Pour aller + loin

- [Qu'est-ce qu'un label RSE ? - Carenews](#)
- [Propositions pour des « Labels RSE sectoriels destinés aux TPE, PME et ETI » - Gouvernement](#)
- [Comment nous sommes devenus B Corp - Vendredi](#)

Conclusion

Être (vraiment) meilleur pour le monde

Le mouvement B Corp regroupe les entreprises qui répondent à de hautes exigences RSE. Pour devenir B Corp, il faut donc répondre à des critères nombreux et exigeants, en atteignant un niveau d'exemplarité important sur 5 thématiques :

- Clients
- Communauté
- Collaborateurs
- Environnement
- Gouvernance

C'est en s'appuyant sur le référentiel B Corp que sont nés les 10 fondamentaux que vous avez découverts tout au long de ce guide. Ce qui nous a inspiré, c'est la nécessité, pour devenir B Corp, d'exceller sur l'ensemble de ces thématiques. C'est la création d'un standard, d'une référence qui montre toujours aux entreprises comment continuer d'améliorer leur impact sur le monde.

En 2022, B Corp, ce sont plus de 250 entreprises en France et 5000 dans le monde qui répondent à des exigences élevées en matière d'impact. Si devenir B Corp n'est pas (encore !) à la portée de toutes les entreprises, s'en inspirer est une des meilleures façons de mettre en place des engagements réels, concrets, et vraiment impactants.

B Corp, carrefour entre exigence exhaustive et intelligence collective

La force d'une communauté engagée

L'aventure B Corp ne s'arrête pas à la certification. Bien au contraire ! C'est la communauté B Corp qui en fait sa force. B Corp n'est pas simplement un label : c'est un mouvement qui souhaite embarquer un maximum d'entreprises vers un meilleur impact sur l'environnement et le vivant. L'impact n'est pas un enjeu comme les autres. Si le business est concurrentiel par essence, l'impact est collectif par nature. Les entreprises portent via l'impact un objectif commun : protéger la vie sur Terre, réduire les inégalités, et construire un monde meilleur. C'est pour cela que les entreprises B Corp s'associent. Ensemble, elles réfléchissent, elles s'aident, elles partagent, elles innovent. Grâce à l'intelligence collective, elles s'améliorent, et embarquent d'autres entreprises dans leur sillage.

La mission de Vendredi : s'améliorer rapidement et facilement

Chez Vendredi, notre mission, c'est que chaque entreprise puisse facilement et durablement accélérer sa transition sociale et environnementale. C'est justement l'objectif de notre plateforme : aider les responsables RSE à sensibiliser et engager facilement leurs équipes, en quelques clics, avec du contenu à impact qui fait vraiment la différence. Car pour aller plus loin et être vraiment meilleur partout, mobiliser ses salariés n'est pas qu'une option : c'est une nécessité !

Derrière ce guide...



vendredi

Vendredi, c'est le partenaire de la transition sociale et environnementale des entreprises ! Notre mission : aider les entreprises à agir en mobilisant leurs salariés autour des actions qui font la différence. Avec la plateforme Vendredi, plus de 220 entreprises et 400 000 utilisateurs peuvent :

- Sensibiliser leurs salariés aux grands enjeux de société grâce à des parcours thématiques ;
- Mobiliser leurs équipes, seuls ou en équipe, auprès d'associations ;
- Se transformer de l'intérieur en pilotant leur politique RSE.

Toutes et tous ensemble, on partage une conviction : "Changer le monde sans changer de travail c'est possible" !

altman

altman soutient le développement des PME en aidant les dirigeants et leurs équipes à actionner les leviers collectifs, financiers et opérationnels pour améliorer leur niveau de performance et leur impact. L'entreprise est labellisée B Corp depuis 2017.

ecotree

La volonté première d'EcoTree, c'est de rendre les Solutions Fondées sur la Nature accessibles à tous, particuliers comme entreprises, tout en valorisant la forêt dans son ensemble : carbone et bois d'œuvre, mais aussi biodiversité et social.

IDOYA

IDOYA est un cabinet de conseil en transformation inclusive. Pending B Corp, IDOYA accompagne entre autres la mise en œuvre de stratégies ou plans d'action RSE (mobilisation, gouvernance, nouvelles pratiques) pour passer de l'intention à l'action.

AIR COOP

Agence de conseil rassemblant des entrepreneurs convaincus et engagés qui mettent leurs expertises au service de la société, des entreprises et des territoires pour changer le monde grâce à l'innovation, la coopération et l'interdépendance.

ilek

ilek est un fournisseur d'énergie 100% renouvelable (électricité verte et biogaz) fondé en 2016. Labellisé B Corp et lauréat de la French Tech 120, ilek met en relation directe les producteurs d'énergie renouvelable en France avec les consommateurs.

GRAIN BLANC

Grain Blanc est l'agence de design et de communication dédiée aux entreprises qui s'engagent pour un futur souhaitable. Militantes ou sur le chemin de la transformation, nous sommes à leurs côtés pour accélérer leur impact.

Evaneos

Evaneos permet de réaliser des voyages authentiques, co-crésés avec des agences basées à destination et sélectionnées pour leur engagement pour un tourisme plus respectueux des milieux naturels, des peuples, des économies et des cultures locales