En route vers la RSE
LE GUIDE !

Responsabilité Performance **Gouvernance** ISO
Coopération **Parties prenantes IAE** Développement
Croissance **Management** Formation **Voyage**

« Le plus important n'est pas la destination, mais le voyage »
R.L Stevenson

Avant de partir…
Itinéraire d'un voyage responsable

On a tout dit sur la RSE, concept vague, philanthropique et compliqué, voire que l'on fait de la RSE sans le savoir… Pourtant sa définition ne cesse de se préciser à mesure que pratiques et stratégies évoluent de concert.
Savant mélange entre respect des obligations légales, - nombreuses, certes – et une logique d'amélioration continue, la RSE séduit aujourd'hui dirigeants, collectivités, économistes et salariés.
Alors pourquoi pas vous ?

Rappelons que la responsabilité sociale (et sociétale) des entreprises (RSE) est un *« concept dans lequel les entreprises intègrent les préoccupations sociales, environnementales, et économiques dans leurs activités et dans leurs interactions avec leurs parties prenantes sur une base volontaire ».* ***Le livre vert de la commission européenne 2001***

Vision à long plutôt qu'à court terme, le chemin peut-être difficile…ou pas,..

De la même manière qu'un voyage s'organise, quelques questions essentielles sont à considérer !
Vous trouverez dans ce guide les fondamentaux simplifiés de toute démarche responsable, et de quoi alimenter votre projet si ce n'est votre mallette RSE.

« Le plus important n'est pas la destination mais le voyage » ***R.L Stevenson***

I. Le cadrage

On y va ??
De qui vient la démarche : la gouvernance, les clients ? Les collaborateurs ? Et comment la direction souhaite-t-elle s'y engager ? Groupes de travail internes, aide d'un consultant, association de collaborateurs, des IRP et d'experts du territoire, tout est permis pour construire un projet collectif qui tienne la route, c'est-à-dire qui présente des avantages sociaux, commerciaux, organisationnels, de maîtrise des coûts etc.

II. Etat des lieux

Comment et avec qui partir ?
Quelles sont les attentes de tout ce petit monde ? Les forces et les faiblesses de votre organisation au regard des lignes directrices de la RSE ? (pour faire le point, vous trouverez un questionnaire d'autoévaluation qui ne vous prendra que quelques minutes).

III. Choix des priorités

On ne peut pas tout voir, tout faire
En voyage on aimerait tout explorer, mais ça n'est pas toujours possible, par manque de temps, mais aussi de budget ! C'est le même principe avec la RSE. Découvrez les enjeux clés de votre structure : services aux clients, produits éco-conçus, qualité de vie au travail pour fidéliser les collaborateurs, etc. Il y a surement des priorités qui lient amélioration et business. A vous de les formaliser au sein d'une politique RSE afin de donner le cap.

IV. L'itinéraire de route

Rome ne s'est pas faite en un jour !

Il vous faudra construire votre feuille de route. Privilégier les étapes en adéquation avec vos ressources, et vos objectifs que vous définirez de manière concrète :

- un but (en fonction de vos priorités),
- une ou plusieurs actions associées (faire son document unique ou ses fiches de postes quand on n'en a pas…ça commence par là..)
- un ou plusieurs responsable(s) (pour dépasser le stade du dire)
- des délais (réalisables…comme la course à pieds on vise la durée à long terme)
- et des indicateurs (quanti/quali…) quelques-uns pour commencer, ceux qu'il est urgent de mesurer ou d'améliorer par exemple.

V. Parties prenantes

Vous n'êtes pas seul en terre inconnue !

Ok ! C'est bien de connaitre ses forces et faiblesses, ses priorités, et de construire un plan d'actions, mais il faut maintenant convaincre vos compagnons de voyage, autrement dit vos parties prenantes. N'oubliez pas de lister tous ceux qui pourraient en interne ou à l'externe, soutenir votre démarche (l'ADEME pour le volet environnemental, l'ARACT pour la Qualité de Vie au Travail, les ESAT et les entreprises locales pour vos achats responsables, etc.).

VI. Sensibilisation managers

Attention ne partez pas sans eux !

A l'instar des démarches Qualité, la RSE peut être parfois perçue comme une charge de travail supplémentaire…que nenni ! C'est faire mieux autrement, encore faut-il désamorcer les craintes des managers, et expliquer avec pédagogie des changements qui d'ailleurs, sont souvent appelés de leurs vœux. Pensez donc à réaliser une ou plusieurs sensibilisations avec l'aide des parties prenantes les plus expertes sur le sujet et surtout le GO de la direction, facteur clé de succès de la démarche. Mieux encore, partir des souhaits et des besoins des managers dans leur quotidien pour construire le plan d'actions permettra de déployer et de partager la démarche autour d'intérets convergeants.

VII. Evaluation

Une fois rentré on fait le point !

Des indicateurs comme autant de photos à trier quand on rentre de voyage. Par où commencer ? Faites le point sur les progrès et les difficultés. Une revue annuelle ou biannuelle s'impose pour revoir à la baisse ou à la hausse vos prochaines actions, le budget et les parties prenantes associées. D'ailleurs n'oubliez pas d'inclure vos parties prenantes dans la revue de votre performance RSE.

Attention aux maladies locales…

Le greenwashing, ou la tourista des organisations qui sont trop volumineuses pour tout contrôler se voient rattraper par les médias et les consommateurs. Prises en défaut ou la main dans le pot de confiture, dur dur de remonter la pente en termes de légitimité et de confiance, notamment en interne : agir contrairement aux valeurs vendues ou portées, c'est selon,- crée une dissonance qui met en péril la démarche mais aussi la réputation de l'organisation.

Alors pour éviter ces désagréments, on attend d'agir et d'obtenir les premiers résultats avant de communiquer ! Et quand on communique on use de photos, de chiffres, de témoignages etc..

Le référentiel ISO 26 000

C'est LE guide de référence. Il vous donne les grandes lignes directrices de la Responsabilité Sociale et Sociétale. Relativement facile d'accès, vous vous apercevrez que parmi les actions possibles, vous en réalisez forcément déjà certaines, et ça, ça fait du bien (oui presque autant que les vacances…).

<u>Retenez, 7 principes transversaux :</u>
- Redevabilité
- Transparence
- Comportement éthique
- Reconnaissance des intérêts des parties prenantes
- Respect de la loi
- Pris en compte des normes internationales de comportement
- Respect des droits de l'Homme

Que l'on retrouve dans les sept questions centrales de la norme (schéma ci-contre). A l'intérieur plusieurs domaines d'actions.

Pour décrypter le référentiel, les parties suivantes vous aiderons à vous familiariser avec les 7 questions centrales de l'ISO 26 000.
Vous trouverez pour chaque partie : une synthèse, ainsi qu'un renvoi vers les outils de pilotage de la mallette.
Attention, la mallette dans son ensemble n'a pas valeur d'exhaustivité, Il s'agit d'un point de départ qu'il vous faudra vous approprier (on sait tous qu'il est bon de se perdre parfois plutôt que de suivre méthodiquement son guide).

Principes, vision et valeurs Approche stratégique et objectifs Déploiement de la RSE **Surveillance des performances** **Amélioration de l'organisations** Application du principe de redevabilité **Relation avec les parties prenantes** Respect des lois

I. LA GOUVERNANCE

I. La gouvernance

La définition de l'ISO 26 000 :

La gouvernance de l'organisation est le système par lequel une organisation prend des décisions et les applique en vue d'atteindre ses objectifs.

EN BREF…

C'est le projet de l'entreprise : la manière dont il s'articule entre les valeurs de l'organisation et sa stratégie. Il est porté par les dirigeants de manière écrite et orale : une lettre d'engagement, les prise de parole publiques, dans le management, la culture de l'organisation… mais aussi ses outils et méthodes, c'est la cohérence entre le dire et le faire qui est importante.

Par exemple…

Une entreprise du club qui définit ses valeurs, leur déclinaison dans les activités, et les pose dans un tableau de bord avec les grands indicateurs associés.

Les domaines d'actions du référentiel :

Principes, vision et valeurs

Il s'agit ici de déterminer au sein de l'organisation, des valeurs partagées par l'ensemble des collaborateurs et si ces valeurs font écho aux grands principes du développement durable. Elle doivent être reconnues à tous les niveaux de l'organisation, et pour se faire, rien de mieux que d'associer tout le monde à leur identification (groupes de travail, brainstorming, questionnaire) et n'oubliez pas d'inclure un regard extérieur comme celui des clients et des partenaires.

Approche stratégique et objectifs

Il s'agit d'intégrer des objectifs RSE dans les objectifs de l'organisation (satisfaction client, réduction des émissions des GES, qualité de vie au travail etc.).

Déploiement de la RSE

C'est la déclinaison des objectifs au sein des services (managers, opérationnels, etc.) Il est conseillé de former les managers aux principes de la RSE, en associant les actions qu'ils piloteront. Ne négligez pas l'aspect économique dans vos sessions de sensibilisation car il rejoint le quotidien de vos équipes. Par exemple : comment valoriser nos actions responsables dans un appel d'offre, comment diminuer l'absentéisme, etc ?

Surveillance des performances

Réunissez un comité RSE afin de revoir les indicateurs et les difficultés rencontrées. N'hésitez pas à inclure des données qualitatives dans votre analyse, car elles manquent souvent aux bilans RSE des grands groupes.

Amélioration de l'organisation

C'est le contrôle des données qui permet de faire un premier pas dans une logique d'amélioration de type PDCA « Plan Do Check Act » et qui peut se faire en comité RSE, mais aussi en benchmarkant des bonnes pratiques du territoire ou de la filière.

Application du principe de redevabilité

Le principe de redevabilité désigne la capacité de l'organisation à communiquer de manière transparente sur ses performances RSE (succès et axes d'amélioration). Il ne s'agit donc pas d'enjôler les bilans RSE, mais de communiquer aussi sur une donnée qui n'est en soi, ni bonne ni mauvaise, mais à améliorer à l'aide d'actions concrètes. L'anti-greenwashing en somme.

Relation avec les parties prenantes

Il s'agit ici de développer un dialogue « gagnant-gagnant » avec vos parties prenantes. Invitations aux comités RSE, questionnaires, comités de pilotage, co-construction d'une prestation, actions sociales en faveur d'associations impliquant des collaborateurs, coopétition avec d'autres acteurs etc. Par exemple, une entreprise du club qui invite FACE à son comité RSE en tant qu'expert et force de proposition.

Respect des lois

Une veille règlementaire est une bonne pratique (syndicat, filière, expert-comptable) dont les résultats seront à intégrer aux plans d'actions et aux activités de l'organisation.

Dans la mallette, vous trouverez :

- Un plan d'actions « Gouvernance »
- Une autoévaluation RSE/RSO
- La liste des indicateurs responsables inspirés du Grenelle de l'environnement et de la directive sur le reporting extra financier
- Des exemples de bilans RSE
- Un guide de bonnes pratiques dans la filière viti-vinicole

Devoir de vigilance Situation à risque **Prévention de complicité** Remédier aux atteintes **Discrimination et groupes vulnérables** Information sur les droits fondamentaux

II. Droits de l'Homme

II. Droits de l'Homme

La définition de l'ISO 26 000 :

Ce sont les principes des droits de l'Homme de la déclaration universelle de 1948 : naturel, universalité, interdépendance et indivisibilité, égalité et non-discrimination (référence aux normes, pactes, conventions internationales).

EN BREF…

Il s'agit du respect des droits fondamentaux, (santé, dignité, lutte contre le travail des enfants etc.) : si dans les pays de l'U.E nous nous sentons moins concernés qu'en est-il des produits achetés ? Comment et par qui sont-ils conçus ? Et en interne qu'en est-il de l'accès aux soins ?

Par exemple…

Une entreprise du club qui détecte et forme les personnes en difficultés concernant la lecture et l'écriture, donne à ses collaborateurs un meilleur accès à ses droits. Autres exemple, une organisation qui objective ses outils de recrutement, de gestion des carrières, et qui diversifie son sourcing agit en faveur de la diversité et donc de la lutte contre les discriminations. Nous sommes donc tous concernés !

Les domaines d'actions du référentiel :

Devoir de vigilance

Il s'agit ici pour l'organisation d'identifier les risques de non-respect des principes décrits par les droits de l'Homme dans son fonctionnement interne et dans sa chaine de valeur. Elle peut, pour se faire, favoriser la remontée d'informations, et demander à ses partenaires quelles sont leurs pratiques sociales, rédiger une charte en accord avec le Global Compact (pacte mondial des Nations Unies).

Situation à risque - Prévention de la complicité - Remédier aux atteintes

Dans ce contexte, il est important pour l'organisation d'effectuer une veille sur les réglementations entourant son activité pour limiter les risques (corruption, conditions de travail injustes, commandes discriminatoires, etc.) Cependant laisser la possibilité aux acteurs de faire remonter les informations ne suffit pas, une fois les remontées effectuées, un plan d'actions doit être mis en planche pour permettre le changement. Par exemple une organisation du club sensibilise les prestataires intervenants sur site à l'égalité professionnelle, suite à des propos inadéquats.

Discrimination et groupes vulnérables

Il s'agit pour l'organisation d'identifier et de proscrire toutes formes de discriminations. Elle peut élaborer une politique diversité pour développer la gamme des compétences et l'égalité de traitement dans ses processus. Une approche critères est également pertinente : par exemple, développer des actions en faveur du handicap, des seniors, de la conciliation vie privée - vie professionnelle, décliner une charte en faveur des salariés LGBT, etc.

Les droits fondamentaux

L'organisation doit veiller au respect des droits fondamentaux ; civils (sécurité, propriété individuelle, etc.), politiques (liberté d'opinion et d'expression), économiques (santé, sécurité en cas de chômage, maladie, etc.) et culturels (pratiques religieuses). Cela passe donc par l'information, la sensibilisation voire l'identification de structures relais sur le territoire en cas de besoin (CARSAT pour des questions de retraite, le CCAS de secteur pour les aides sociales etc.). Plusieurs organisations du Club FACE ont affichés le Global Compact dans leur locaux (par exemple à côté de la photocopieuse !).

Dans la mallette, vous trouverez :

- Un plan d'action Droits de l'Homme
- Les 10 principes du Global Compact
- Un tableau de signalement des risques
- Une cartographie des risques discriminatoires
- Un tableau de rapport de situation comparée F/H
- Deux tableaux de mesure Diversité
- Des guides de bonnes pratiques (égalité professionnelle, liberté d'expression).
- Une charte d'engagement en faveur des salariés LGBT

III. Relations et conditions de travail

Emploi, relations employeur-employé Conditions de travail et protection sociale **Dialogue social** Santé et sécurité au travail **Développement du capital humain**

III. Relations et conditions de travail

La définition de l'ISO 26 000 :

Tout ce qui concerne la création d'un environnement de travail propice au développement des compétences, tout en préservant la santé et la sécurité des hommes et des femmes qui contribuent à la performance de l'organisation.

EN BREF…

Respecter le code du travail, mais aussi aller au-delà dans l'innovation de bonnes pratiques qui permettent aux collaborateurs de se sentir bien chez vous : bien accueillis, encadrés, reconnus pour leurs compétences, leurs souhaits professionnels etc. Objectif : fidéliser les collaborateurs, favoriser un bon climat social et susciter l'investissement professionnel voire l'innovation.

Par exemple…

Une entreprise du club qui met à disposition des salariés un jardin, des équipements pour se détendre et même un cours de Yoga animé… par un collaborateur.

Les domaines d'actions du référentiel :

Emploi et relations employeur employé

Dans cette partie sont interrogés la légalité des contrats régissant la relation à l'employeur mais aussi le respect des principes d'égalité des chances et de traitement. Parmi les bonnes pratiques : actualiser ses modèles de contrats, définir une politique de l'emploi soucieuse de représenter la diversité des compétences et des profils existants sur le territoire. A l'international : veiller à une politique positive en faveur des ressortissants étrangers travaillant pour l'organisation, etc.

Conditions de travail et protection sociale

Cette question concerne l'état des locaux, du matériel, des conditions de travail mais aussi la capacité d'adaptation de l'organisation, par exemple pour équilibrer vie privée et vie professionnelle (services de crèches interentreprises, horaires décalés, télétravail etc.). Elle concerne également les mesures assurant la protection sociale des salariés (mutuelle, dispositions particulières en cas de perte de revenu, permanence de travailleurs sociaux mutualisée etc.).

Dialogue social

Négociations, consultations, échanges réguliers, cette question s'adresse aux grandes comme aux plus petites entreprises, où même en l'absence d'instances représentatives, le dialogue social n'en est pas moins ouvert. Des sujets thématiques ou des problématiques à résoudre rapidement peuvent ainsi être abordées de manière collaborative, si l'organisation l'encourage (réunions, prêt de salle, implication des collaborateurs dans la politique et la stratégie de l'entreprise, les projets RSE, autant de pistes de réflexions constructives).
Par exemple une cave coopérative, pour améliorer la compréhension mutuelle des enjeux liés à chaque métier, a recours à des échanges de postes.

Santé et sécurité au travail

Hygiène, santé, sécurité, prévention des risques psychosociaux, ce domaine d'actions traite aussi bien du recensement des risques, que des actions de prévention et d'amélioration associées à leur réduction. Les maîtres mots sont formation, sensibilisation et communication interne. Il existe des services d'écoute mutualisés sur les risques psychosociaux mais aussi des relais sur le territoire tels que l'ARACT.

Développement du capital humain

Le développement du capital humain traite de la gestion des compétences, acquisition, maintien, promotion, employabilité etc. tout en favorisant la conciliation entre activité, vie personnelle et santé au travail. Par exemple une organisation qui recrute des stagiaires et des contrats d'alternance en visant la pérennisation en CDI, agit concrètement dans ce domaine. Les entreprises accompagnant des demandeurs d'emploi au sein du réseau FACE contribuent également à l'employabilité sur le territoire. De la même manière les collaborateurs impliqués, voient une opportunité d'effectuer un transfert de compétences. Une double valeur ajoutée donc, en interne et en externe sur le territoire.

Dans la mallette, vous trouverez :

- Un plan d'actions « Relation et conditions de travail »
- Des guides FACE sur l'articulation des temps de vie et l'intégration
- Des exemples d'entretiens professionnels, de retour de congé maternité et de seconde partie de carrière
- Des exemples de grilles de tri des CV, fiches de postes et d'intégration
- Un exemple de rapport d'étonnement
- Un tableau de suivi des pérennisation de poste
- Un guide RPS de l'ARCT LR
- Un outil de diagnostic RPS l'INRS
- Des Bonnes Pratiques relatives au Handicap

Prévention de la pollution Utilisation durable des ressources **Atténuation du changement climatique** Protection de l'environnement et réhabilitation des espaces naturelles

IV. Environnement

IV. Environnement

La définition de l'ISO 26 000 :

C'est la gestion d'une organisation, de ses impacts sur l'environnement (externalités négatives) : consommation, pollution, modification des écosystèmes et ce, au regard de principes directeurs que sont le principe de précaution, la gestion du risque et celui du « pollueur - payeur ».

EN BREF…

Si un bilan carbone n'est pas dans l'intérêt et à la portée de tous, chacun peut, en fonction de son activité, mettre en place des actions simples et pragmatiques pour limiter son impact sur l'environnement, mais aussi réduire ou mieux maîtriser ses coûts.

Par exemple…

Nombreux sont ceux parmi vous qui baissent le chauffage d'un degré l'hiver et élèvent la climatisation de quelques degré l'été pour éviter des consommations inutiles. C'est déjà agir !

Les domaines d'actions du référentiel :

Prévention de la pollution

Toute activité ou service comporte nécessairement des rejets (dans l'air, dans l'eau etc.) de manière directe ou indirecte (cycle de vie du produit) et suscite potentiellement des nuisances appelées pollution organoleptique (odeurs, bruit). Il s'agit donc de mesurer les différents types de pollution et d'y remédier. Par exemple une cave locale utilise un procédé de filtration et de recyclage naturel des effluents par le bambou, ingénieux.

Utilisation durable des ressources

Eau, électricité, combustibles, matières premières, papier etc. les ressources sont-elles utilisées de manière rationnelle ? Ce domaine passe par l'analyse des postes de dépenses liés mais aussi des pratiques concrètes de l'entreprise dans ses activités mais également dans le quotidien des collaborateurs. Par exemple le paramétrage de l'imprimante en recto verso représente une réelle économie de papier. Et pour aller plus loin, une entreprise du club à dédié les cartons de rames papier au recyclage des impressions noir et blanc, dont la collecte est confiée à une entreprise d'insertion.

Atténuation des changements climatiques

Ce domaine concerne un type de pollution particulier que sont les émissions de polluants. Vous avez des véhicules de société ? Alors vous êtes concernés. Le bilan carbone est précieux quant à l'analyse des émissions mais d'autres actions sont possibles : Par exemple dans une entreprise de services : lors du renouvellement des véhicules, des devis incluant les informations relatives aux émissions de Co2 ont été demandés aux loueurs, ce qui a guidé leur choix vers des véhicules plus performants. En compilant les résultats au kilométrage annuel effectué par ses collaborateurs, l'organisation peut ainsi chiffrer la diminution de pollution, mais aussi les kilomètres évités (déplacements optimisés dans la conception des prestations, co-voiturage, télétravail).

Protection de l'environnement et réhabilitation des espaces naturels

Il s'agit d'encourager le maintien et le développement de la biodiversité sur les sites d'implantation de l'organisation et de ses activités. Par exemple des organisations du club ont installé des ruches sur leurs toits et plantent des variétés locales mellifère (fleurs, ilots enherbés) favorisant la pollinisation des abeilles, et donc le maintien de la biodiversité. Autre exemple lors d'un diagnostic effectué par le CEN LR, des vignerons ont pris connaissance des particularités de leurs parcelles à préserver (mares, haies, fossés…) car susceptibles de représenter un habitat naturel pour la faune et la flore.

Dans la mallette, vous trouverez :

- Un plan d'actions « Environnement »
- Un tableau de bord de l'environnement

Lutte contre la corruption Engagement politique responsable **Concurrence loyale** Promotion de la responsabilité sociétale dans la chaine de valeur **Respect des droits de propriété**

V. Loyautés des pratiques

V. Loyautés des pratiques

La définition de l'ISO 26 000 :

C'est le respect d'une concurrence honnête et loyale à l'égard des concurrents et de l'ensemble des organisations qui agissent sur un marché donné, en vertu du droit national et international.

EN BREF…

Se comporter de manière éthique dans la relation et la négociation à l'égard des partenaires, des clients et des concurrents.

Par exemple…

Une fédération locale a entrepris la rédaction d'une charte en faveur de l'achat responsable, valorisant le respect du droit du travail. L'intérêt est de tirer les pratiques vers le haut mais aussi de se différencier à l'égard de la commande publique.

Les domaines d'actions du référentiel :

Lutte contre la corruption

C'est lutter contre les actions contraires au droit et aux normes internationales de comportement commises pour obtenir en retour un avantage. Le premier pas est d'identifier les activités à risques et de mettre en place une charte et des règles à respecter dans les relations commerciales mais aussi la rémunération pour éviter toutes tentations. Par exemple, une entreprise du club préconise de refuser les cadeaux quels que soit le montant, et réalise des modules de e-learning pour vérifier l'intégration des principes de base à respecter.

Engagement politique responsable

Il s'agit pour l'organisation de rester neutre en proscrivant les contributions politiques directes tout en favorisant la diversité d'engagement des collaborateurs. Par exemple faciliter la disponibilité d'un salarié politiquement engagé, ou contribuer par des prêts de salles à la diversité du débat politique.

Concurrence loyale

C'est privilégier le développement sur un territoire sans entraver le développement d'une autre organisation, et l'accès des consommateurs à un produit ou un service au meilleur prix (proscription des ententes, vente à perte, subordination de contrat, non-respect des obligations règlementaires du pays etc.). Ethique et intégrité commerciale sont ainsi interrogées. Veille règlementaire, audit, et surtout sensibilisation des collaborateurs aux moyens de réponses et aux procédures d'alerte en cas de comportement contraire sont des messages essentiels à communiquer.

Promotion de la responsabilité sociétale dans la chaine de valeur

C'est principalement la politique d'achat et de positionnement de l'organisation avec ses partenaires qui est visée : les achats intègrent-ils des critères RSE dans leurs décisions et leurs évaluations des prestataires? Par exemple, une entreprise en fonction de la taille de son marché, fait réaliser à ses prestataires une évaluation RSE qui selon les résultats, définit des marges de progrès chiffrés comme signer une charte éthique avec ses fournisseurs, s'engager sur un plan d'actions et de communication sur le progrès avec le Global Compact etc. Une manière de partager et d'encourager la diffusion des bonnes pratiques.

Respect des droits de propriété

Propriété intellectuelle, physique, il s'agit de tracer la légalité des outils utilisés par exemple (licence informatique), mais aussi d'encourager à la protection des innovations internes (dépôt de brevet, prime à l'innovation pour les collaborateurs).

Dans la mallette, vous trouverez :

- Un plan d'actions « Loyautés des pratiques »
- A venir : Un guide FACE sur l'éthique des affaires avec un zoom sur les bonne pratiques pouvant être mises en place avec le secteur du nettoyage

VI. Questions relatives aux consommateurs

Loyauté de commercialisation, d'information et de contrats Protection de la santé et de la sécurité des consommateurs **Service après-vente, assistance et résolution de litiges** Consommation durable **Protection des données et de la vie privée** Accès aux services essentiels **Education et sensibilisation**

VI. Questions relatives aux consommateurs

La définition de l'ISO 26 000 :

Transparence, redevabilité, implication des consommateurs sont des attentes auxquelles l'organisation doit aujourd'hui répondre face à des exigences accrues de la part des clients et des consommateurs (santé, environnement etc.)

EN BREF…

C'est la manière dont vous organisez le dialogue avec vos clients ou vos usagers : l'information mais aussi les canaux de remontées d'informations et les retours fait en cas de réclamation ou de litige.

Par exemple…

Une entreprise du club dans les services qui rappelle systématiquement les clients ayant fait une réclamation pour vérifier le taux de satisfaction des solutions après-vente.

Les domaines d'actions du référentiel :

Loyauté de commercialisation, d'information et de contrats

La fidélité des caractéristiques du produit, leur transparence et leur traçabilité ainsi que les moyens d'information et de réclamation donnés aux clients, consommateurs, ou usagers sont concernés. Parmi les bonnes pratiques : le détail des origines du produit sur les étiquettes ou encore, mettre à disposition un numéro vert. L'analyse des remontées est également une donnée importante dans la perspective d'une amélioration continue.

Protection de la santé et de la sécurité des consommateurs

Ce sont toutes les informations qui permettent une utilisation des produits ou des services en toute sécurité, quel que soit le profil de l'utilisateur et la manière dont l'organisation adapte à tous sa communication (braille, schéma explicatif simple). Par exemple une entreprise a codifié ses produits d'entretiens en fonction d'un code couleur pour que chaque employé, même en difficulté avec la lecture, puisse se servir en toute sécurité des produits en suivant le protocole de la prestation.

Service après-vente, assistance et résolution de litiges

Garantie et qualité des produits ou du mangement sont au cœur de ce domaine d'actions. Tous les canaux et notamment les TIC sont utilisables pour informer et faciliter la remontée d'informations tracées.

Consommation durable

Quels sont les impacts du produit ou service à toute les étapes. De sa conception à son utilisation. Et comment les consommateurs sont-ils informés des règles de bon usage ? Les bonnes pratiques sont en la matière la sensibilisation des consommateurs aux principes du développent durable (recyclage de l'emballage, dosage, conseils d'entretien etc.). Les étiquettes environnementales permettent ainsi aux client de choisir de manière éclairée entre 2 produits selon leur impact sur l'environnement.

Protection des données et de la vie privée

Connaitre son client, oui mais pas trop non plus…limiter la recherche d'informations inutiles à l'amélioration des produits et des services est également une bonne pratique, de même que la sécurisation et la déclaration des données (CNIL). Autre exemple : permettre en ligne le retrait des données personnelles par le consommateur s'il le souhaite., et diffuser la charte informatique de l'organisation.

Accès aux services essentiels

C'est garantir l'accès aux produits et aux services essentiels ; par exemple avec des tarifs préférentiels réservés à un segment de marché (les clients BOP, Base Of the Pyramid, donc les plus nombreux à travers le monde). Mieux gérer les consommations est également l'enjeu. Plusieurs fournisseurs d'énergie travaillent avec FACE pour sensibiliser les clients en situation de précarité et mettre en place un suivi social de la situation et un plan d'apurement permettant d'éviter les coupes d'énergie (couteuses pour l'organisation et synonymes de précarité pour les populations).

Education et sensibilisation

Ce sont toutes les actions que l'organisation peut mettre en place pour sensibiliser les citoyens à un meilleur usage de ses produits et services : création d'association de consommateurs, l'usage de jeux concours, ou l'organisation de portes ouvertes.

Dans la mallette, vous trouverez :

- Un plan d'actions « Questions relatives aux consommateurs »
- Une fiche conseil pour créer votre questionnaire de satisfaction
- Un exemple de tableau de bord

VII. Communautés et développement local

Implication auprès des communautés Education et culture
Création d 'emploi et développement des compétences
Développement et accès aux technologies **Création de richesses et de revenus** Investissement dans la société **Santé**

VII. Communauté et développement local

La définition de l'ISO 26 000 :

« A l'image d'un arbre, l'organisation peut s'enraciner dans ces territoires et ces communautés. Elle y puise les ressources nécessaires à son fonctionnement. Elle a en retour capacité à leur faire bénéficier des fruits de son activité, notamment pour contribuer au développement local. » ***ISO 26 000 : comprendre, déployer, évaluer, AFNOR editions.***

EN BREF…

C'est la capacité de l'organisation à s'impliquer sur son territoire et à y développer des échanges « gagnant-gagnant ».

Par exemple…

Les entreprises du club FACE qui parrainent des demandeurs d'emploi ou sensibilisent les jeunes des collèges aux métiers de l'entreprise contribuent tous les jours au développement des compétences et de l'emploi sur le territoire.

Les domaines d'actions du référentiel :

Implication auprès des communautés

Une organisation peut difficilement fonctionner en vase clos mais en interaction avec ses parties prenantes sur le territoire : services de l'états, écoles, partenaires commerciaux, prestataires, associations, concurrents, acteurs de la filière…autant de sources de dialogue, de construction et d'innovation territoriales.

Education et culture

Dans cette partie trouvent place toutes les activités culturelles et artistiques dont l'organisation fait la promotion, par exemple : les tarifs préférentiels pour les musées les concerts, et cinéma. Mais également les initiatives telles que les vernissages dans les locaux. Plusieurs caves coopératives de la région accueillent par exemple des expositions temporaires.

Création d'emploi et développement des compétences

Quelle est la contribution de l'entreprise à l'emploi et l'employabilité sur le territoire ? Plusieurs façon d'y répondre : des choix d'externalisation locaux, le rapprochement avec des écoles pour contribuer à la professionnalisation d'un métier en tension, l'accueil d'alternants etc. Les entreprises du réseaux FACE qui participent aux stages de découverte de métiers et qui pourvoient ainsi des postes avec des publics éloignés de l'emploi contribuent à leur ancrage territorial.

Développement et accès aux technologies

Ce domaine peut concerner les entreprises exerçant leur activité dans le domaine de la technologie : quelles applications permettent de démocratiser leur accès ? Il concerne également les meilleures pratiques permettant de mettre à disposition des collaborateurs des technologies facilitant leur quotidien oui celui des usagers. Par exemple la ville de Perpignan a mis en place une innovation technologique « Smart city » qui permet par un système de capteurs disposés dans la ville de bénéficier en temps réel d'informations sur la circulation, la disponibilité de parking etc. Un innovation donc, qui profite directement aux citoyens.

Création de richesses et de revenus

Les investissements réalisés par une organisation sur le territoire peuvent contribuer à créer des richesses de même que les rétributions aux collaborateurs qui améliorent leur pouvoir d'achat. Des relations avec des partenaires locaux porteurs de projets à l'égard de la formation, ou de la création d'entreprise sont également contributrices dans ce domaine. Par exemple, une entreprise octroi des primes et des chèques cadeaux en fonction des résultats ce qui contribue au pouvoir d'achat de ses salariés.

Santé

Contribuer à la bonne santé des communautés s'effectue via différentes actions : en premier lieu éradiquer les matières et produits reconnus dangereux. Mais aussi par exemple : une clinique de la région qui sensibilise les usagers et les collaborateurs sur le tabagisme ou les risques cardiovasculaires lors d'opérations ponctuelles. Une entreprise montpelliéraine, sensibilise également ses collaborateurs aux risques routiers et aux effets de l'alcool sur la conduite à l'aide de simulateurs. Autre exemple : collectes de bouchons plastiques en faveur de projets humanitaires qui ont de plus la valeur ajoutée de souder une équipe dans sa réalisation.

Investissement dans la société

L'investissement dans la société d'une organisation regroupe l'ensemble des actions sociales, sociétales et environnementales avec en filigrane la question du maintien et de la pérennité des actions menées. Quid d'une difficulté rencontrées par l'organisation qui mettrait en danger les projets responsables ? Identifier des interlocuteurs, des référents voire des parties prenantes complémentaires à inclure dans les actions permet de garantir leur pérennité grâce au partage et à la diminution des risques de dépendance.

Dans la mallette, vous trouverez :

- Un plan d'actions « Communauté et développement local »
- Un annuaire des SIAE
- Une matrice récapitulative des actions menées et à mener sur le territoire
- Un tableau simplifié d'identification des parties prenantes

Prêt pour le voyage ?
La conclusion

Ce guide, loin d'être exhaustif, touche à sa fin. Si l'ISO 26 000 est un référentiel riche et varié qui se prête à de nombreuses interprétations, il demeure avant tout une invitation à mener des démarches projets cohérentes et participatives.
Les entreprises qui ont participé à ce travail, celles qui nous témoignent tous les jours leur engagement par de bonnes pratiques, qui nous ont servi d'exemples (merci), celles qui nous disent avec pragmatisme « ça n'est pas si dur que ça ! », ainsi que l'équipe FACE Hérault, souhaitent vous avoir donné des idées, et surtout l'envie de vous lancer.

Merci pour leurs participations

CABINET ANNIE MARXER RESSOURCES - CCIT MONTPELLIER - ILO - EMY DEVELOPPEMENT - URI CFDT LR - MUTUELLE DES MOTARDS - PDCA CONSULTANT - EXTERNALI - SJ CONSEIL & DEVELOPPEMENT - SOCIETE E4 - ISEM - TERRE DE COCAGNE - CARSAT - FEMMES ACTIVES LR - EXPERT AO - LA VALERIANE - VEOLIA EAU - APF ENTREPRISES 34 - GW CONSEIL - INFORMATIQUE PLUS - AMAPLACE - UNIVERSITE MONTPELLIER II - SYNERGIE MONTPELLIER - LR INCUBATION - LA COMPAGNIE DU VENT - CREAWA - CONSEIL GENERAL DE L'HERAULT - ALLIANCE AI LR - CLINIQUE DU MILLENAIRE - FONTALVIE - CATHERINE MULLER - URBA SOLAR - CHAMBRE D'AGRICULTURE DE L'HERAULT - FNARS - POLYCLINIQUE SAINTE THERESE - DEVANCE - KALIOP

FACE Hérault
04 99 23 17 69
face.herault@fondationface.org
www.face-herault.org

Avec le soutien de :