

DEVELOPPEMENT DURABLE ET RSE

Un enjeu hautement stratégique

SI LA PLUPART DES ENTREPRISES MÈNENT AUJOURD'HUI DES POLITIQUES DE DÉVELOPPEMENT DURABLE, CELLES-CI NE SONT PAS TOUJOURS À LA HAUTEUR DES ENJEUX ÉCONOMIQUES ET SOCIÉTAUX À VENIR. L'APPARITION DE LA NORME ISO 26000 EST POUR ELLES L'OCCASION DE REPENSER LEURS PRATIQUES. PAR ALEXANDRE EDMIE.



Avant, il y avait les entreprises qui faisaient du développement durable, et celles qui n'en faisaient pas. Maintenant, il y a celles qui en font de façon sérieuse... et les autres. Ces dernières sont en train de prendre un sérieux retard... peut-être sans le savoir. Car au-delà de la volonté stratégique d'intégrer une démarche de responsabilité sociale et environnementale (RSE), se pose la question de la prise de conscience des enjeux. « On peut classer les entreprises en deux catégories, résume Olivier Dubigeon, de

Sustainway, expert international qui se définit comme un intégrateur du développement durable (1). Celles de la génération 1 appliquent le développement durable des années 2000, c'est-à-dire une compilation d'actions ponctuelles souvent non intégrées dans les pratiques business : auto-partage, impressions recto-verso, panneaux solaires sur les toits... Celles de la génération 2, conscientes de l'opportunité business d'intégrer une réponse aux défis sociaux et environnementaux, se transforment petit à petit, en profondeur. Ces entreprises passent de l'approche

exogène du 'développement durable' à la démarche endogène de business responsable : elles créent de la valeur business en transformant leurs pratiques professionnelles, leurs processus de pilotage et leur portefeuille produits/services d'une manière qui impacte plus positivement les enjeux de la société. »

La RSE, facteur d'innovation

Pour beaucoup de responsables d'entreprises, le développement durable se résume à l'environnement. Or, celui-ci n'est que l'un des sept piliers de la norme

internationale d'application volontaire ISO 26000 « Lignes directrices relatives à la responsabilité sociale », qui inclut aussi comme critères la gouvernance de l'organisation, les droits de l'Homme, les relations et conditions de travail, la loyauté des pratiques, les questions relatives aux consommateurs, et les communautés & développement local. Cette norme est amenée à devenir la référence dans le champ de la responsabilité sociale, et en cela elle représente une véritable opportunité. En effet, intégrer le développement durable au cœur de ses pratiques n'est pas seulement une question de responsabilité, c'est aussi une question d'intérêts bien compris, interagir avec les acteurs de la société, les fameuses parties prenantes (fournisseurs, clients, élus...), pour repenser sa façon de faire en fonction de leur point de vue, c'est-à-dire prendre en compte son impact sur la société, constitue un processus d'innovation durable. En cela, la RSE développe la différenciation compétitive des entreprises. Mais accélérer son processus d'intégration de la RSE, c'est aussi faire acte de prévention. Car les pressions conduisant les entreprises à changer viennent de toutes parts : les consommateurs

sont de plus en plus exigeants, car ils se contentent de moins en moins de bonnes intentions et d'affichage – ils veulent du concret : les juges voient leur arsenal s'étoffer à mesure que le législateur rallonge la liste des contraintes sociales et environnementales s'imposant aux entreprises : les entreprises clientes recherchent de plus en plus des partenaires pouvant montrer patte blanche ; des assureurs commencent à diminuer la prime de ceux qui apportent des preuves de leurs démarches de responsabilité ; et en matière de recrutement, un comportement responsable est d'ores et déjà devenu un élément de séduction des cadres les plus prometteurs.

Au-delà de l'affichage

L'intérêt de la norme ISO 26000 est de pousser

les entreprises grandes et petites à prendre des mesures structurantes, ce qui peut amener à changer les pratiques économiques pour répondre à des enjeux dont l'actualité ne manque pas de nous rappeler qu'ils vont s'imposer à nous de manière inéluctable : réduction des gaz à effet de serre, sobriété énergétique, gestion des déchets et limitation des pollutions, cohésion sociale, etc. Comment, alors, intégrer ces challenges ? Le simple déclaratif n'est plus de mise : cependant la question de la crédibilité est assez mal réglée par la norme ISO 26000. En France, un groupe d'experts a donc travaillé dans le cadre de l'Afnor, pour aboutir à une norme mieux-disante, baptisée « Rendre crédible une démarche de responsabilité sociale basée sur ISO 26000 ». Cette norme Afnor XPR30027

Une norme hors norme !

Si la norme ISO 26000 n'est pas certifiable, ce n'est pas par défaut. C'est par choix ! Et c'est une opportunité. « Certifier la qualité de la relation entre une organisation et la société serait en effet un contresens, explique Olivier Dubigeon, de Sustainway, qui a participé à son élaboration. La responsabilité est une notion variable dépendante des cultures et du contexte, il s'agit donc de mettre en place une alternative à la certification par un tiers, uniformisée, en pilotant avec méthode les processus conduisant à une crédibilité sociale. » Ainsi, la norme ISO 26000 guide les entreprises vers une responsabilité sociale, selon une démarche de progrès en concertation avec leurs parties prenantes.

comprend quatre critères : mettre en œuvre une traçabilité RSE ; évaluer la diminution effective des impacts négatifs et l'augmentation des impacts positifs ; mettre en place un système crédible d'évaluation ; piloter le processus de reconnaissance des efforts effectués. Les deux écueils à la généralisation de la responsabilité sociale des entreprises sont l'un volontaire, le greenwashing, et l'autre involontaire, le manque de discer-

nement. Pour les entreprises convaincues qu'elles doivent avancer sur le sujet, il reste à trouver les compétences adaptées à leurs besoins et à leurs moyens. La responsabilité sociale est un vrai métier, et les entreprises ont besoin de prestataires faisant preuve de professionnalisme et d'intégrité. ■

(1) Lire Piloter un développement responsable. Quels processus d'action pour l'entreprise ?, Olivier Dubigeon, éd. Le Village Mondial, juin 2009, 113 p.

SUSTAINWAY

Une approche globale et innovante de la RSE

SUSTAINWAY, cabinet référence de la RSE en France, vous apporte une réponse originale pour vous différencier sur vos marchés et créer de la valeur business. Il bénéficie de l'expertise et de l'expérience d'Olivier DUBIGEON, issu de 35 ans de pratique de terrain en matière de développement responsable.

SUSTAINWAY, ensemble intégrateur du développement durable, transforme en opportunité business la pression sociale croissante issue des exigences des acteurs de la société : réglementation, consommateurs, associations, collectivités, assureurs, juges, syndicats, riverains... Contributeur actif de la rédaction au niveau international de la norme ISO 26000, SUSTAINWAY maîtrise les enjeux sous-jacents de ce cadre de référence élaboré par 100 pays.

Une expertise internationale à la pointe

Du diagnostic RSE participatif à la structuration stratégique, de l'intégration dans les pratiques professionnelles au déploiement opérationnel au quotidien, de la cohérence globale de votre politique à sa déclinaison locale différenciée, SUSTAINWAY ajuste sa méthodologie originale



à chacun de ses clients, PME ou grande entreprise. SUSTAINWAY transmet son savoir-faire aux équipes et aux managers pour les aider à progresser dans la maturité RSE et l'acceptabilité sociale des produits et services, des pratiques professionnelles et des fonctions

de pilotage. Cette démarche apprenante et participative crée de l'innovation soutenable, du sens, de l'acceptabilité sociale, et de la confiance auprès des parties prenantes.

Une véritable différenciation compétitive

Gouvernance, dialogue parties prenantes, intégration opérationnelle, évaluation globale, crédibilité : SUSTAINWAY permet à votre entreprise d'intégrer la responsabilité sociale dans son « code ADN » en professionnalisant ces cinq processus clés. Elle renforce ainsi votre valeur business et sociale, votre différenciation compétitive et votre pérennité.

Sustainway



CONTACT

SUSTAINWAY - Olivier DUBIGEON
9, rue Ernest-Picard - 75007 PARIS
Tél. + 33 (0) 1 57 62 00 533
Site : www.sustainway.com