

« Quels indicateurs pour piloter la stratégie RSE* de mon entreprise ? »

Mercredi 15 juin 2011, dans les locaux d'AG2R La Mondiale à Paris, une centaine de professionnels se sont réunis à l'initiative du World Forum Lille Institute (WFLI), autour du thème :

« **Quels indicateurs pour piloter la stratégie RSE de mon entreprise ?** »

Philippe Vasseur, son président, a ouvert l'après-midi en soulignant que l'on ne peut plus se contenter d'indicateurs purement financiers (les réflexions sur le PIB le prouvent). Face au foisonnement des outils de mesure RSE (allant des outils « maison » construits dans chaque entreprise ou par des consultants aux référentiels internationaux type GRI ou ISO26000), les entreprises cherchent aujourd'hui à s'y retrouver.

Les enjeux : introduction par Elisabeth Laville, Présidente d'Utopies

Les entreprises ont aujourd'hui des comptes à rendre sur leurs actions RSE : nous sommes passés d'une logique du « trust me » (tu peux me croire) à une logique du « prove me » (prouve-le !)

Les tendances actuelles qui découlent de ce constat :

- « customiser » la présentation de ces indicateurs de performance pour aller vers un « **Reporting 360°** » permettant de répondre aux attentes de chaque partie prenante.
- connecter reporting financier et reporting de développement durable, comme le font déjà Coca Cola et le groupe PPR. Le reporting peut ainsi devenir un outil de création de valeur.

Comptabilité verte chez McDonald's

McDonald's expérimente actuellement un projet pilote mené par le cabinet Synergence de mise en place d'une **comptabilité universelle**, c'est-à-dire une comptabilité qui rend compte dans l'économique des impacts sociaux, environnementaux... Les résultats de ce travail de presque 2 ans seront mis en débat en novembre prochain avec les autres acteurs du secteur de la restauration rapide. L'exemple de l'**indicateur sur les gaz à effet de serre** a été développé. En chiffrant le coût carbone à 109€ la tonne, McDonald's a ainsi pu intégrer dans sa liasse comptable classique le coût des émissions de CO₂ émises par ses restaurants mais également sur un périmètre global (qui intègre toute la filière amont et aval). Un vrai travail de fourmi, passionnant, mené aujourd'hui sur les champs de la nutrition, de la gouvernance et du social...

Bilan Carbone chez Nature et Découvertes

L'entreprise a lancé en 2005 son bilan carbone qui se structure progressivement (90 correspondants environnement aujourd'hui dans l'entreprise et 8% de sa masse salariale dédiée au développement durable). Chaque service dispose d'un quota carbone pour l'année et chaque collaborateur remplit une « **note de frais CO₂** » afin de suivre toutes les émissions liées aux déplacements. Ces actions, combinées à un accompagnement des fournisseurs pour réaliser leurs propres bilans carbone grâce notamment à une interface Internet, permettent à Nature et Découvertes de suivre de plus en plus finement cet indicateur clé.

Indicateurs de « Mieux être au travail » chez ID Group

L'entreprise est depuis longtemps engagée sur ce thème : chaque entretien annuel d'évaluation est par exemple basé sur les notions de « plaisir » et de « déplaisir » liés au travail.

Pour mesurer le ressenti collectif sur ce sujet, une enquête a été menée par l'organisme « Great Place to Work » auprès des 2227 salariés du groupe, avec un taux de 45% de réponses. Les résultats obtenus ont été présentés devant l'ensemble des collaborateurs, en mettant en avant forces et faiblesses en comparaison avec d'autres entreprises. A la suite de cette mesure, des ateliers de travail autour de 6 thématiques ont été lancés pour permettre d'améliorer ces indicateurs dans le temps. Exemple d'indicateurs : clarté du système de rémunération, sentiment d'un traitement équitable des collaborateurs...

Philippe ARNAUD, Directeur Associé chez KPMG, a ensuite offert un retour d'expériences sur des entreprises ayant mis en place des indicateurs pour leur rapport développement durable. Le plus important dans la méthodologie étant d'identifier les enjeux RSE propres à l'entreprise pour être en mesure de choisir les indicateurs pertinents.

Les conclusions de Claude LENGLET, co-pilote du World Forum Lille Institute

- ➔ Tous les participants s'accordent sur la nécessité de choisir un nombre limité d'indicateurs pertinents (une quinzaine)
- ➔ Pour choisir ces indicateurs il n'y a pas de formule toute faite : quelques-uns sont assez universels (consommations en eau, énergie, émissions CO2...) mais beaucoup sont sectoriels. Une consultation entre entreprises d'un même secteur est nécessaire pour définir les indicateurs qui font sens dans un métier et surtout, permettre la comparaison d'une entreprise à l'autre.
- ➔ Ces indicateurs ne doivent pas « faire de la mesure pour faire de la mesure ». Ils ont un rôle dans le pilotage de la démarche, en lien avec la stratégie globale de l'entreprise. Ce travail de reporting doit pouvoir servir les objectifs d'innovation d'une entreprise. Il peut influencer ses actions futures, faire évoluer ses pratiques et pourquoi pas son offre.

Informations complémentaires et présentations des intervenants disponibles sur
www.worldforum-lille.org

REPERES

- **1993 : Création de Réseau Alliances**, qui sensibilise et accompagne les entreprises du Nord dans leur démarche de RSE (Plus d'informations sur : www.reseau-alliances.org)
- **2007 : Réseau Alliances crée le World Forum Lille**, événement international valorisant les bonnes pratiques d'entreprises (PME ou grands groupes) qui exercent de manière responsable leur activité.
- **2011 : Lancement du World Forum Lille Institute**, Think Tank dont la vocation est de prolonger l'évènement annuel en menant des études et des recherches, en organisant des séminaires thématiques et en émettant des recommandations sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises.

A propos d'Utopies

Reconnu comme « l'agence pionnière dans le conseil en développement durable » (source : Enjeux/Les Echos, Oct. 2001), Utopies a pour mission, depuis sa création en 1993, de promouvoir la responsabilité sociale et environnementale auprès des entreprises. Site Web : www.utopies.com