

LA RSE, DE QUOI PARLE- T-ON ?



À L'ORIGINE DE LA RSE : LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Le développement durable (DD pour les intimes) est « un développement qui répond aux besoins des générations présentes sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs » (concept formalisé en 1987 dans le rapport Brundtland).

Il prend en compte trois dimensions (dits piliers) : économique, environnementale et sociale.

DÉCLINÉ EN 17 OBJECTIFS : LES ODD (SDG'S EN ANGLAIS)

Les objectifs de développement durable (ODD) ont été adoptés par les Nations Unies en 2015 (soit bien après les débuts du développement durable), dans le cadre de l'Agenda 2030.

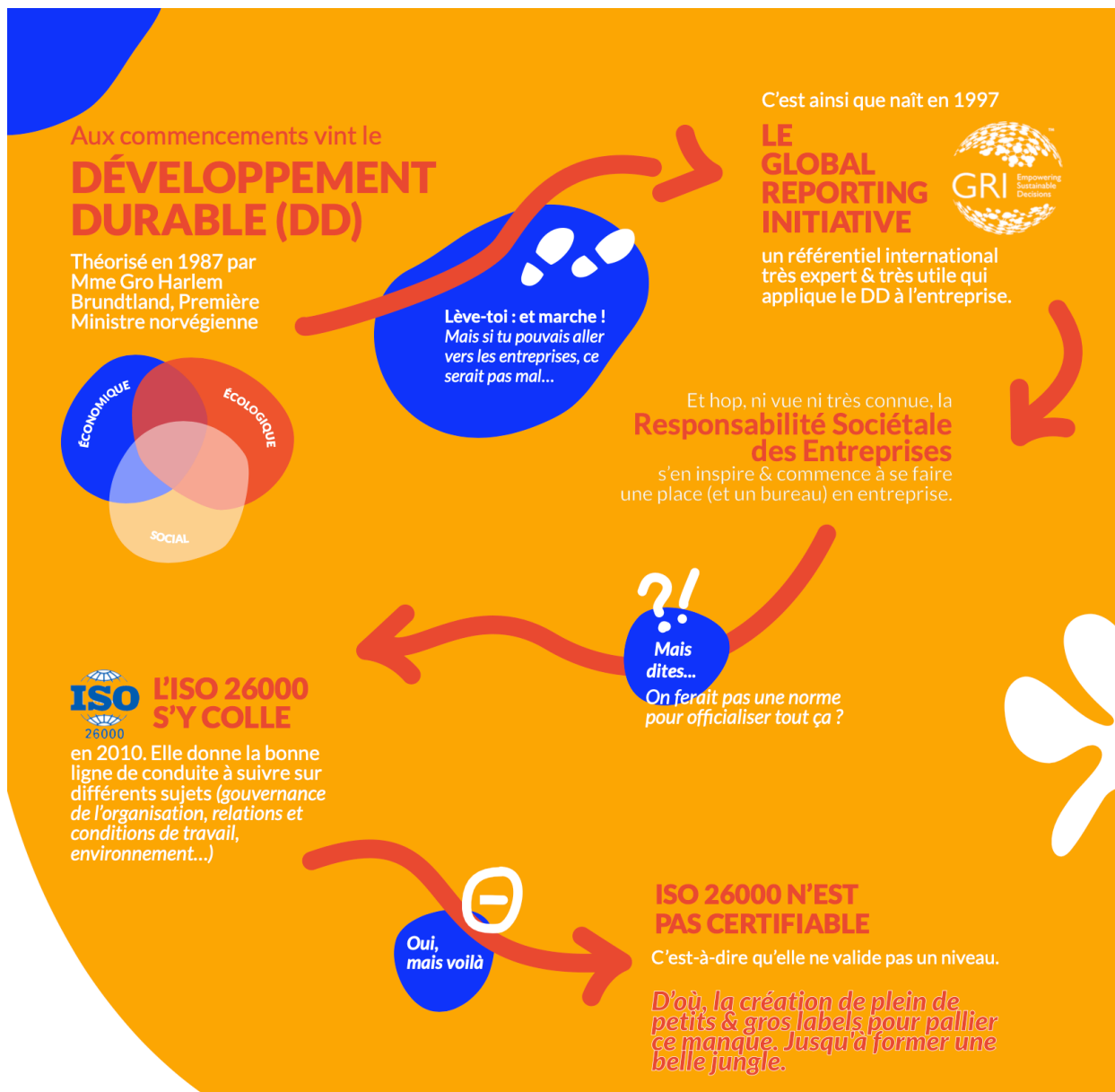
Chacun des 17 ODD est détaillé par des cibles (169 au total), qui définissent leurs priorités et les actions à mettre en place à horizon 2030.



LA RSE (RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES) : C'EST QUOI ?

La RSE est la contribution des entreprises aux enjeux du développement durable. Une entreprise qui entreprend une démarche RSE va donc chercher à respecter l'environnement, à avoir un impact positif sur la société, tout en étant économiquement viable.

La RSE repose notamment sur 2 cadres internationaux : le Global Reporting Initiative (GRI), et l'ISO 26 000, qui contiennent des sujets aussi divers que la gestion des déchets, les relations avec les fournisseurs, la gouvernance, la solidarité et philanthropie, l'équilibre vie professionnelle/vie personnelle des collaborateurs...



LA RSE, EST-CE OBLIGATOIRE ?

Par nature, le principe de la RSE est, pour une entreprise, d'aller volontairement au-delà des normes réglementaires en vigueur. À l'origine, il n'y avait pas d'obligation légale en matière de RSE. Néanmoins, certaines entreprises doivent obligatoirement publier chaque année un « reporting extra-financier », également appelé « reporting RSE », renforcé en Europe par l'arrivée de la CSRD et aux États-Unis avec la SEC (Securities and Exchange Commission).

Il existe par ailleurs de nombreuses réglementations sur les divers sujets de la RSE (respect des droits de l'Homme, gestion des déchets, réduction consommation énergie...). Face au durcissement de ce cadre légal, les ONG attaquent de plus en plus les entreprises en justice ou dans la presse... Le risque financier de ne pas agir sur la RSE devient donc de plus en plus important pour les entreprises !

UNE PRESSION CROISSANTE SUR LES ENTREPRISES

De plus en plus, la RSE fait partie des critères de choix vis à vis des entreprises :

- pour les **consommateurs** : 59% pensent que le développement durable tient de la responsabilité des entreprises... avant la leur¹.
- pour les **collaborateurs** : 55% (76% chez les millenials) estiment davantage l'engagement d'une entreprise que le salaire².
- pour les **donneurs d'ordre** : 76% des entreprises prennent en compte la RSE dans leurs contrats et appels d'offres, ou demandent à leurs fournisseurs de respecter une charte RSE³.

LES LABELS RSE

60% des consommateurs mondiaux sont sceptiques quant aux tentatives de la plupart des marques de les convaincre qu'elles sont respectueuses de l'environnement⁴.

Obtenir l'accréditation d'un certificateur extérieur peut alors s'avérer être une solution. Par exemple en France, les 3/4 de la population pensent qu'une marque responsable doit être certifiée par un label⁵.

¹ Étude Kantar Europe (2021)

² Cone communications, CSR study

³ Etude GreenFlex, les français et la consommation responsable

⁴ Etude Omnibus réalisée en octobre 2022 auprès de 19 755 adultes dans 18 pays (Grande-Bretagne, Allemagne, France, Italie, Danemark, Suède, Espagne, Pologne, États-Unis, Mexique, Emirats arabes unis, Inde, Australie, Chine, Indonésie, Hong Kong, Singapour, Canada). Toutes les études ont été réalisées en ligne et les échantillons sont représentatifs des populations nationales, à l'exception du Mexique et de l'Inde (échantillons représentatifs de la population urbaine), de Hong Kong et de l'Indonésie (échantillons représentatifs de la population en ligne).

⁵ Responsabilité, éthique et durabilité : les Français, les marques et le point de vente face à leurs engagements, LSA, 2020

MAIS ALORS, QU'EST-CE QU'UN LABEL RSE ?

Au même titre que le label Agriculture Biologique (ou bio) sur un produit garantit que ce dernier a été cultivé sans l'utilisation de produits chimiques de synthèse ou d'OGM, un label RSE garantit que l'entreprise respecte certains standards RSE dans ses pratiques selon une grille de critères RSE, dont les exigences vont au-delà de ce qu'impose la loi.

Pour être crédible, un label doit être décerné par un tiers indépendant (l'organisme certificateur ou l'auditeur externe), ce qui le distingue notamment des labels autoproclamés (souvent une sorte de tampon) où l'entreprise, créatrice de son propre label, et à la fois juge et partie...

Le label doit également être distingué de la notation : attribution d'un score sans garantir un niveau minimum sur les pratiques RSE de l'entreprise (Ecovadis par exemple).

LES DIFFÉRENTS TYPES DE LABELS

Il existe différents types de labels RSE :

- les **labels entreprises**, parmi lesquels :
 - les **labels généralistes** qui concernent la démarche RSE globale de l'entreprise quel que soit son secteur d'activité. Certains proposent des critères adaptés aux spécificités & enjeux du marché, pour affiner la fiabilité des résultats. *Par exemple : BCorp (monde), Lucie (France), ESR (Luxembourg)...*
 - les **labels thématiques** qui valident les bonnes pratiques sur un sujet bien précis, comme le bien-être au travail, le respect de la biodiversité, la diversité dans ses équipes... *Par exemple : Great Place To Work, Biodiversity Progress (France)...*
 - les **labels sectoriels**, c'est-à-dire adaptés aux enjeux & contraintes spécifiques d'un secteur. Mis en place par des fédérations, associations et/ou groupements d'entreprises, leurs référentiels sont de manière générale moins exigeants que les labels généralistes pour entraîner le plus grand nombre.
- les **labels produits**, qui constatent les caractéristiques du produit ou service. *Par exemple : Cradle to cradle, Product carbon footprint label (Carbon Trust), Fair Trade Certified (USA)...*

Pour vous aider à bien choisir votre label RSE, vous pouvez consulter le guide (gratuit & en français) d'Hyssop : [Label Affair](#)

LES FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

1) CONSIDÉRER L'ENSEMBLE DES SUJETS RSE / AVOIR UNE VISION HOLISTIQUE

La RSE, ce n'est pas que l'environnement ! Les entreprises doivent aussi considérer les sujets sociaux, sociétaux, de gouvernance... C'est en ce sens que le Prix RSE du SILMO récompense les entreprises qui ont une vision holistique.

2) IDENTIFIER SES ENJEUX PRINCIPAUX

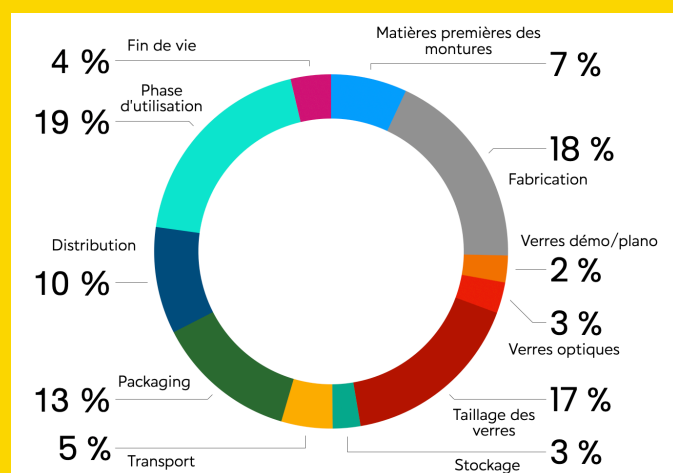
La plupart des plans d'action RSE qui échouent ou qui aboutissent à une communication « greenwashing » sont liés à une mauvaise identification des impacts principaux de l'entreprise.

Par exemple pour un magasin de lunettes, les enjeux prioritaires vont être la sélection des produits distribués (selon des critères RSE), les packagings et la PLV, la consommation d'énergie (chauffage/climatisation notamment), les conditions de travail et le bien être des salariés. C'est en priorité sur ces sujets que l'entreprise doit agir, et communiquer.

L'ANALYSE DE CYCLE DE VIE

Pour identifier les enjeux environnementaux d'un produit, l'analyse de cycle de vie (ACV) est un bon outil. Il s'agit d'une méthode d'évaluation visant à quantifier les impacts environnementaux d'un produit ou d'un service sur un ensemble de critères, au-delà des gaz à effet de serre⁶ (comme pour le bilan carbone), tel que l'eau ou les émissions de particules fines par exemple. Elle prend en compte toutes les étapes de son cycle de vie (de l'extraction des matières premières jusqu'à la fin de vie). L'ACV peut être réalisée dans un objectif d'éco-conception, ou pour choisir parmi plusieurs options de produits ou services la plus performante en termes d'environnement.

Selon l'ACV d'une paire de lunettes⁷, l'impact environnemental se répartit comme suit :



⁶ Les émissions de gaz à effet de serre ne constituent d'ailleurs pas forcément l'enjeu environnemental prioritaire d'une entreprise !

⁷ ACV réalisée par Ace & Tate sur une paire de lunettes en acetate

3) CONSIDÉRER L'ENSEMBLE DE SA CHAÎNE DE VALEUR

Agir en amont : établir une politique d'achats responsables

Une politique d'achats responsables va se matérialiser par la réalisation d'une charte d'achats responsables, la définition de critères RSE dans la sélection des produits/matières premières achetés, l'évaluation RSE de ses fournisseurs (enquêtes, audit...), etc.

Agir en aval : penser à l'utilisation et la fin de vie de ses produits/services

Une fois le produit délivré ou le service rendu, ce dernier va continuer à générer un impact (notamment durant la phase d'utilisation pour une paire de lunettes comme le montre l'ACV ci-dessus) que l'entreprise peut contribuer à réduire dès la phase de conception : proposer des verres anti-trace pour réduire la nécessité d'être nettoyés, sensibiliser le consommateur sur le bon entretien, récupérer les produits en fin de vie...

4) MESURER LA DÉMARCHE RSE DE SON ENTREPRISE À L'AIDE D'INDICATEURS

Sur l'ensemble des thématiques de la RSE, l'entreprise doit pouvoir suivre son avancement à l'aide d'indicateurs chiffrés. Pour chaque indicateur, elle doit pouvoir définir, à partir d'une valeur initiale, un niveau à atteindre.

5) IMPLIQUER SES PARTIES PRENANTES

Le plan d'action RSE de l'entreprise doit être construit avec l'aide de ses parties prenantes, c'est à dire ses collaborateurs, ses clients, ses fournisseurs, ses actionnaires ou les acteurs du territoire, afin des d'intégrer leurs attentes et de mieux les embarquer.

6) FAIRE PORTER L'ENGAGEMENT EN INTERNE (DANS LES MÉTIERS)

La bonne mise en oeuvre d'un plan d'action RSE dépendra fortement de l'implication des collaborateurs qui doivent être sensibilisés, formés, accompagnés, et responsabilisés sur les différents chantiers.

POUR VOUS AIDER

Ainsi, pour vous aider à renforcer votre démarche RSE, le SILMO allie sa connaissance du secteur de l'optique avec l'expertise RSE d'un acteur reconnu, l'agence RSE [Hyssop](#), pour vous proposer 10 fiches pratiques sur 10 thèmes de la RSE :

ENVIRONNEMENT

- Le sourcing des matières premières
- Le packaging
- Le transport
- La fabrication
- Bâtiment et énergie
- Usage et fin de vie des produits

SOCIAL

- La mobilisation interne
- L'environnement de travail

SOCIÉTAL

- L'engagement sociétal : solidarité/insertion

TRANSVERSE

- La communication responsable : fond et forme