

Baromètre RSE 2023

Une étude publiée en 2024 par la Commission Durabilité du réseau Crowe France

**Comment s'inscrire
dans une démarche
d'évolution
et de durabilité ?**

Comment s'inscrire dans une démarche d'évolution et de durabilité ?

Dans un contexte sociétal en pleine mutation, les entreprises et organisations de toutes tailles se trouvent de plus en plus interpellées par leur RSE (responsabilité sociétale des entreprises).

La diversité de leurs pratiques et de leurs engagements en faveur de la durabilité a été mise en lumière par une étude approfondie de terrain, menée en 2023 par le réseau CROWE FRANCE auprès de ses clients. Celle-ci dessine un paysage hétérogène, où des débuts de réflexion pour certains se mêlent à des développements avancés et des plans d'action dynamiques pour d'autres.

Ce Baromètre RSE permet d'explorer les attitudes, les priorités, les actions, et les aspirations des entreprises en matière de RSE. S'il confirme que la « maturité RSE » des organisations est très variable, il montre aussi tout le potentiel d'évolution qui s'ouvre à elles, a fortiori si elles n'ont pas encore amorcé de processus structuré.

À travers différentes dimensions – gouvernance, sociale, sociétale, environnementale. – le Baromètre souligne les écarts entre les différentes tailles d'entreprises.

Il met aussi en évidence des tendances significatives, comme l'intérêt croissant pour les labels RSE, l'évolution des rôles au sein des organisations, et l'importance accordée aux enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux.

Par ailleurs, des recommandations et bonnes pratiques visent à guider les entreprises dans chaque domaine, vers une intégration plus poussée et plus cohérente de la RSE au quotidien. À travers ces conseils, l'objectif est de soutenir les entreprises dans leur parcours vers une performance RSE plus robuste, répondant aux attentes de la société actuelle et contribuant positivement à la construction d'un avenir durable.

Cette étude du réseau CROWE FRANCE se veut inspirante, puisqu'elle offre aux entreprises désireuses d'approfondir leur engagement envers la RSE, au-delà des analyses, une vision leur permettant d'identifier des opportunités d'amélioration et de s'inscrire dans une démarche constante d'évolution et de responsabilité.

Bonne lecture !

La Commission Durabilité de CROWE FRANCE

Le panel d'entreprises interrogées

98 entreprises clientes du réseau Crowe France ont accepté de répondre à cette enquête approfondie, sous forme de questionnaire. Il s'agit majoritairement de PME et d'ETI, puisqu'elles affichent en majorité un effectif de moins de 50 salariés (66%) et un CA inférieur à 5M€ (56%).

Seules 12% comptent plus de 250 salariés, pour un CA supérieur à 100M€. En termes de structures, la moitié d'entre elles environ appartiennent à un groupe, et les autres 50% sont des entreprises individuelles. Parmi des secteurs d'activité très diversifiés, les plus représentés sont les services (25%), l'immobilier/BTP (12%), l'industrie (11%) et la santé (9%).



Sommaire

Les résultats de l'étude.....	5
1. L'organisation interne.....	5
2. Le volet social.....	8
3. L'enjeu sociétal.....	10
4. L'impact environnemental.....	12
5. Les démarches de progrès.....	15
6. SE préparer à la CSRD.....	17
Comment s'améliorer ? Voici nos recommandations !.....	18
Engagement corporate et Mieux-être.....	20
Enjeu sociétal.....	20
Impact environnemental.....	21
Pour agir efficacement.....	22

Crowe, 8ème réseau international de cabinets d'audit, EC, CAC et conseil

• Crowe est le huitième réseau international de cabinets d'audit, d'expertise-comptable, de commissariat aux comptes et de conseil, avec un chiffre d'affaires de 4,9 Md\$ en 2022.

• À l'instar de ses concurrents, Crowe a enregistré une croissance dynamique de son chiffre d'affaires sur moyenne période (+28% sur 5 ans). Le groupe a pu compter sur de solides soutiens : récurrence des missions de base, taux de fidélité élevé des clients, tendance à la diversification de l'offre, accompagnement sur de nouveaux dossiers comme la facture électronique, etc.

• Les revenus de Crowe issus des prestations de conseil ont été orientés à la hausse ces dernières années, à l'instar de l'ensemble de la profession (qui voit dans ces activités un axe fort de diversification). A l'échelle internationale, l'activité au sein des cabinets du réseau Crowe se répartit aujourd'hui en moyenne en trois masses, d'importances quasi égales : 37% pour l'audit et l'assurance, 32% pour le conseil et l'accompagnement, 31% seulement pour l'expertise comptable (d'après « International Accounting Bulletin », chiffres 2021-2022).

• Avec des effectifs de 40 309 personnes en 2022, Crowe affiche un chiffre d'affaires moyen par tête de 121,5 K\$, proche de la moyenne du marché(*).

• Disposant de près de 800 bureaux dans le monde, Crowe affiche un chiffre d'affaires moyen par bureau de 6,1 M\$. Avec 300 bureaux en Europe, Crowe y réalise un chiffre d'affaires de 1 015 M\$, en hausse de +22% sur 5 ans.

(*) Sur la base des données des 32 principaux réseaux de cabinets recensés

Le réseau Crowe en France

• Crowe figure dans le top 20 des réseaux et structures d'audit, d'expertise-comptable, de commissariat aux comptes et de conseil en France, avec un chiffre d'affaires de 131 M€ en 2021-2022. Sa croissance a atteint 12% sur 4 ans, avec une croissance des effectifs sur la même période de +14%, qui le place en 9ème rang.

• L'expertise-comptable génère environ la moitié du chiffre d'affaires de Crowe. Toutefois, les activités social/paie et conseil/autres sont les plus dynamiques sur moyenne période (+47% sur 3 ans). Elles renforcent ainsi leur poids dans les revenus totaux du groupe, au détriment des activités audit/commissariat aux comptes (-4 points sur 3 ans).

• Ces dernières années, Crowe a réalisé des performances supérieures à la moyenne du marché(2) dans le domaine des activités réglementées (commissariat aux comptes et expertise-comptable), lui permettant de dégager un chiffre d'affaires moyen par tête de 112,4 K€(3), contre 95,4 K€ pour l'ensemble de la profession(2).

• Avec des effectifs de 1 247 personnes en 2022-2023, Crowe affiche un chiffre d'affaires moyen par tête de 112,8 K€, en hausse de 7% sur 3 ans.

• Disposant de 65 bureaux en France, Crowe affiche un chiffre d'affaires moyen par bureau de 2,2 M€, en hausse de 7% sur 3 ans.

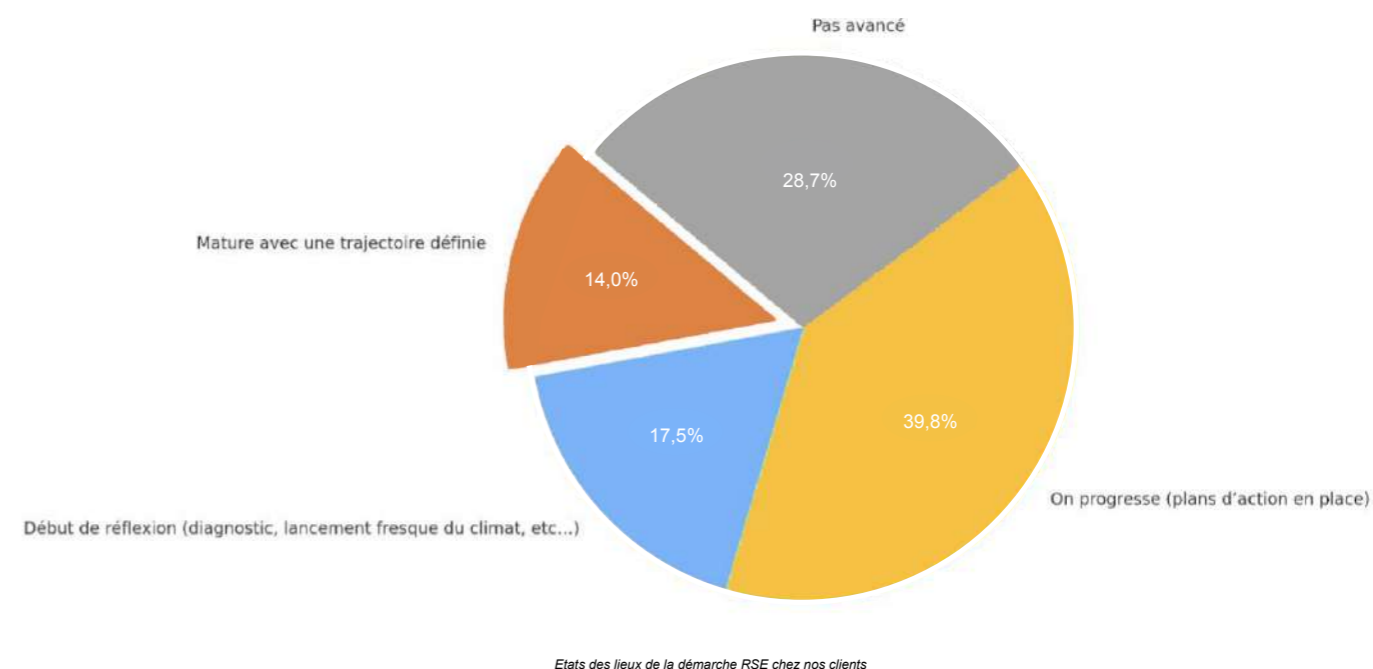
(1) Sur la base des données des 22 principaux réseaux et structures, hors PwC et In Extenso / (2) Sur la base des données de 250 cabinets dont le chiffre d'affaires est supérieur à 3 M€ / (3) Sur la base des données de 9 cabinets de Crowe France (Avvens, Cifratex, Cogefis Associés, Dupouy et Associés, Ficorec, Fideliance, Fidelity, Groupe Rocard et RSA)

LES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE

1. L'ORGANISATION INTERNE

Une maturité éclectique dans la démarche RSE de nos clients

Comment évaluez-vous votre démarche RSE actuelle ?



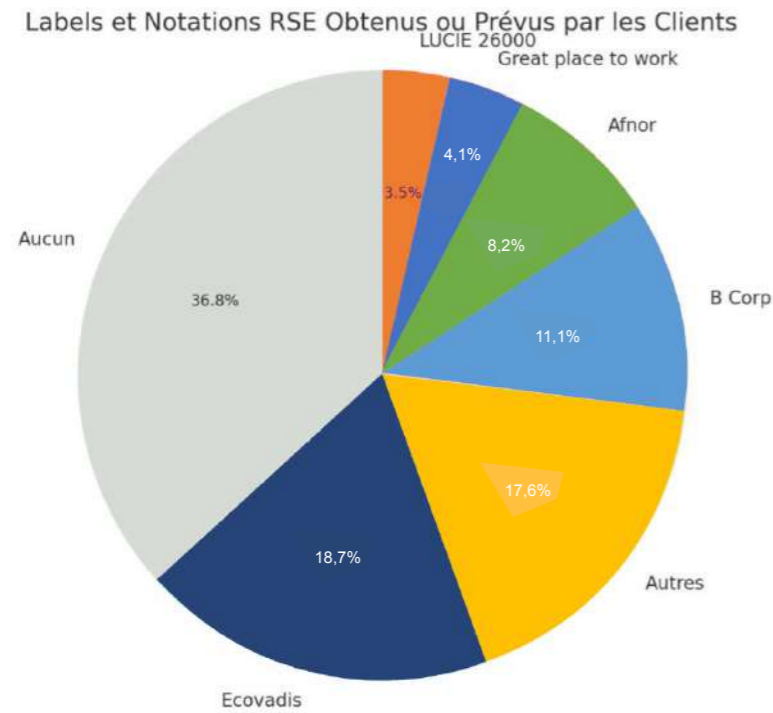
On constate une diversité dans la maturité RSE des clients : Une minorité (14%) se perçoit comme ayant une démarche RSE mature avec des objectifs clairs, tandis qu'une portion légèrement plus importante (17.5%) en est au début de la réflexion.

La majorité (39.8%) montre un dynamisme certain, avec des plans d'action déjà en place.

Cependant, près d'un tiers (28.7%) ne s'est pas encore engagé dans un processus RSE structuré, indiquant un potentiel d'évolution et d'accompagnement vers une intégration plus poussée de ces pratiques.

Ce constat n'est pas surprenant pour le panel constitué principalement de PME, globalement non soumis à de nombreuses obligations qui ont besoin de temps, d'expertise et de motivation pour s'engager.

2 entreprises sur 3 portent un intérêt fort pour les labels RSE



Quels sont les labels obtenus ou en cours d'obtention chez nos clients ?

La grande diversité des labels adoptés par les clients est sans doute le reflet de leurs approches ciblées en matière de RSE. Près d'un tiers n'ont pas de label, ce qui peut indiquer une marge de progression ou une préférence pour des approches de RSE internes. Ecovadis se présente comme le label le plus courant, reflétant peut-être sa reconnaissance dans l'industrie. La somme des autres labels, représentant une part significative, suggère que les entreprises explorent une variété de normes qui correspondent à leurs objectifs et valeurs spécifiques en matière de RSE.

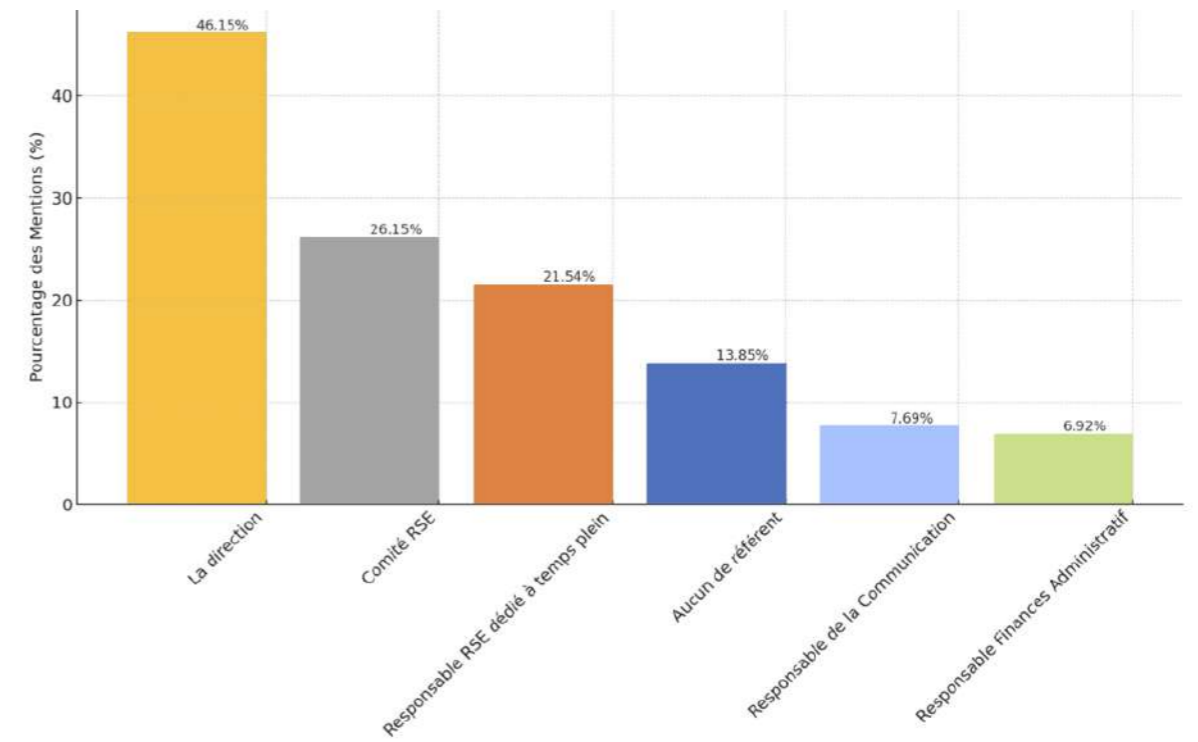
La recherche d'un label RSE répond à des objectifs différents :

- Répondre à une sollicitation** de parties prenantes (client, actionnaire...) comme le démontre l'adoption de la notation Ecovadis
- Aborder la RSE** à travers une méthodologie prédéfinie et structurée permettant d'obtenir rapidement un niveau de maturité et de mettre en place les plan de progrès
- Valoriser les progrès** réalisés grâce à une notation d'un tiers indépendant, garantie de l'indépendance et de l'objectivité

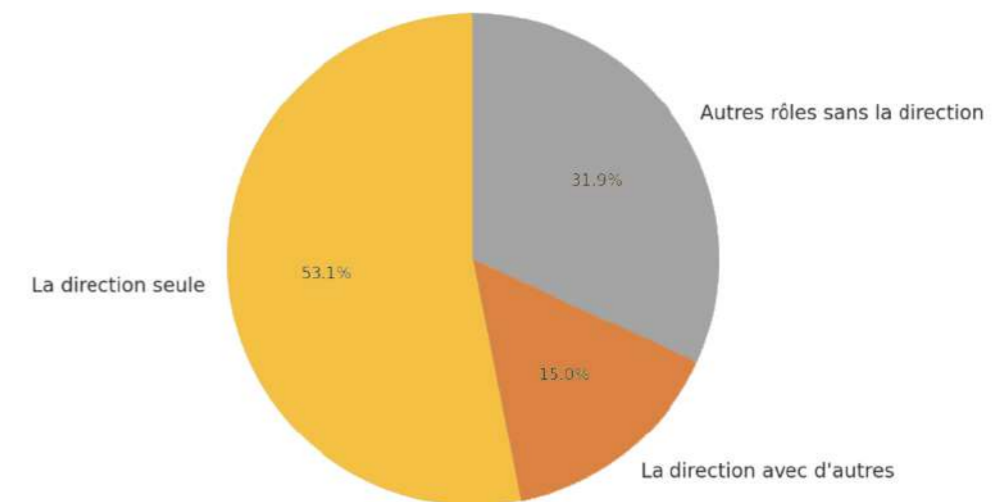


La Direction, facteur moteur de l'avancée de la démarche RSE au sein de l'entreprise

La direction de près d'1 entreprise sur 2 est acteur de la RSE



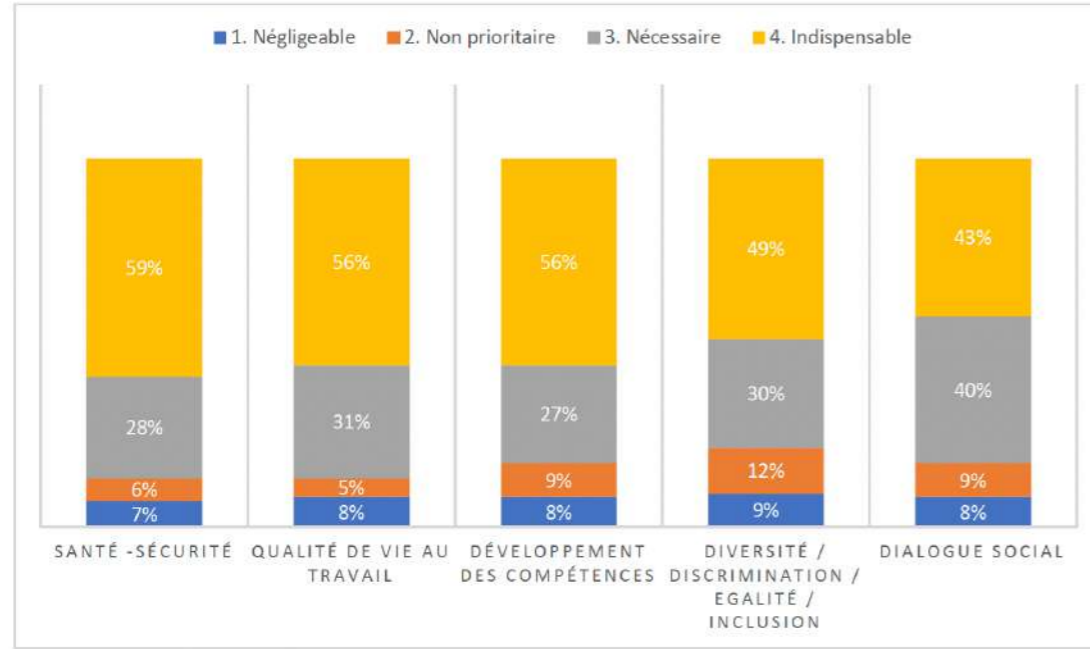
Focus sur les modalités d'action de la Direction



A l'image du panel, principalement ETI et PME, les actions sont initiées majoritairement par la Direction. Le Baromètre révèle cependant qu'un tiers des sondés a nommé des responsables des progrès RSE, ce qui indique une maturité avancée. Alors que la direction domine clairement en tant que principal acteur de la RSE, avec 46.15% des mentions, une dynamique plus collaborative émerge également. Le rôle central de la direction (53.1% des cas) s'accompagne d'une implication significative d'autres acteurs, soit en collaboration (15.0%) soit indépendamment (31.9%). Cette approche mixte suggère que, bien que la direction soit le moteur stratégique de la RSE, une responsabilité partagée et une participation transversale au sein de l'entreprise sont de plus en plus valorisées, impliquant divers départements et niveaux hiérarchiques, au-delà du seul leadership de la direction.

2. LE VOLET SOCIAL

80% des entreprises accordent une grande importance aux enjeux sociaux

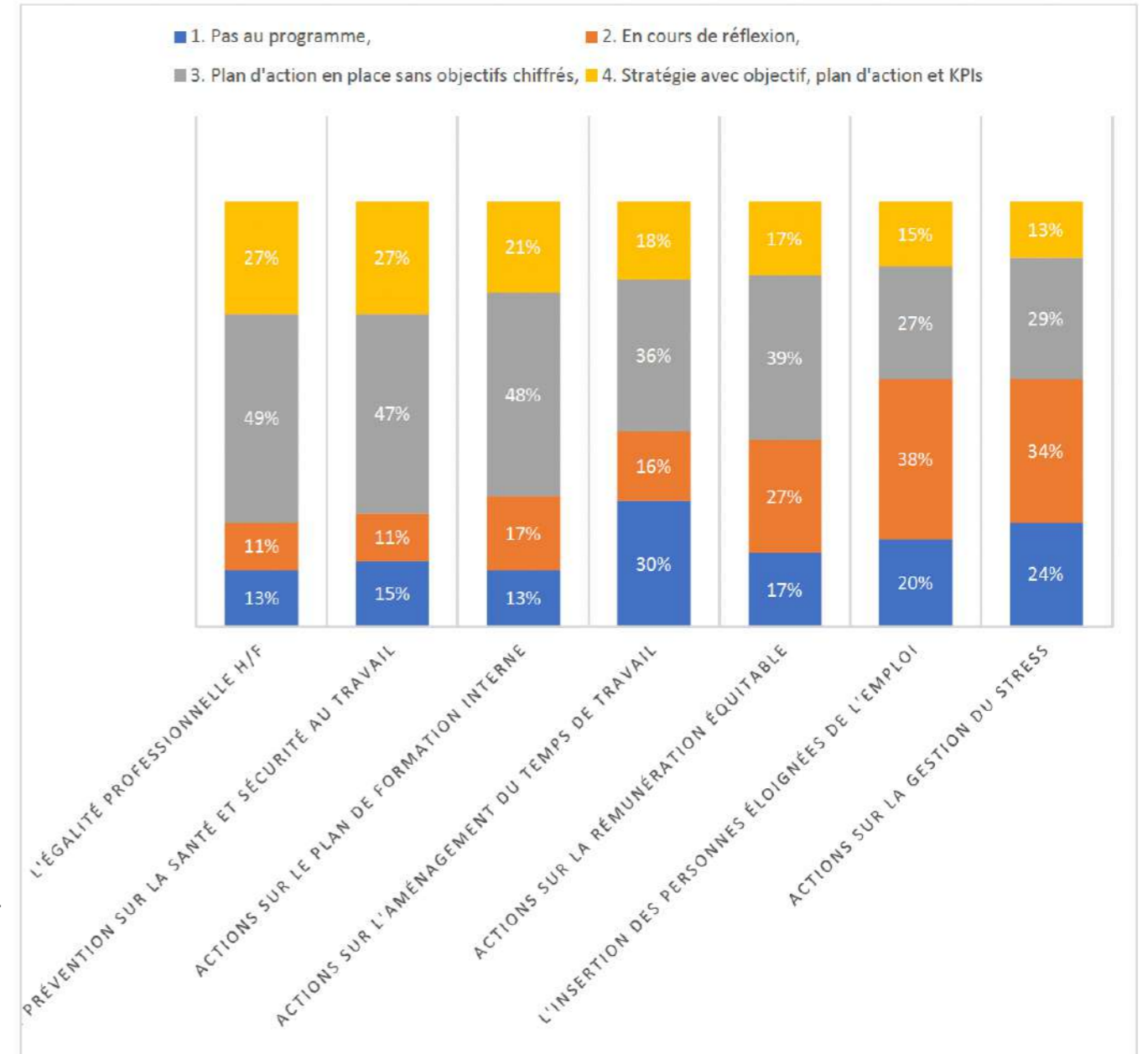


Quel est le niveau d'importance des différents enjeux sociaux pour les entreprises ?

Les enjeux sociaux sont considérés comme étant indispensables ou a minima nécessaire par 80% des entreprises sondées, tandis que seulement 9% des entreprises ne considèrent pas que ces enjeux sociaux soient importants, quel que soit la taille ou le type d'entreprise. 3 enjeux sont prédominants et considérés comme indispensables par les entreprises : la sécurité/santé, la qualité de vie au travail et le développement des compétences. En revanche, la diversité/discrimination et le dialogue social sont des sujets secondaires.

Une implémentation hétérogène des plans d'actions

Les entreprises ont-elles déjà mis des plans d'actions sociaux au sein des entreprises ?



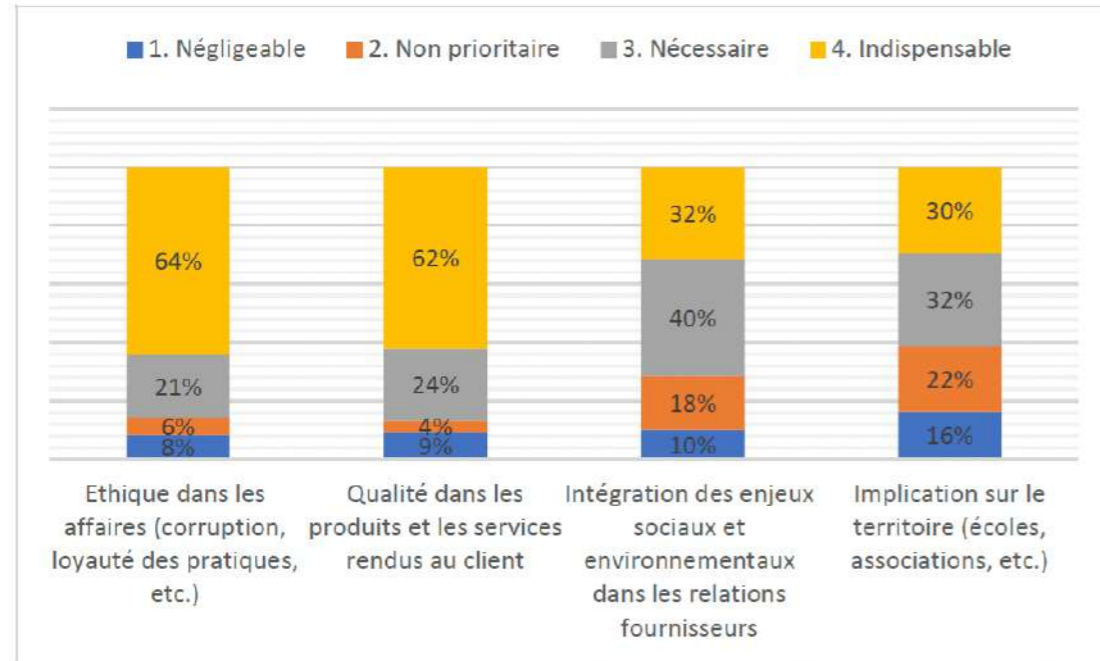
Les ETI, élèves modèles pour la mise en place des plans d'action

Parmi les entreprises interrogées, les PME se démarquent par le grand nombre d'actions mises en place au sein de leur organisation, cependant la majorité n'ont pas de cadre strict et clair, comportant des objectifs chiffrés et un suivi. De même, les grandes entreprises déploient des plans d'actions dépourvus des objectifs ou indicateurs qui auraient permis un réel suivi de leurs avancées. En revanche, les ETI sont les plus assidues et présentent la plus grande proportion d'entreprises avec un plan d'actions accompagné d'objectifs. Quant aux secteurs qui se démarquent, ce sont ceux des services et de la santé.

3. L'ENJEU SOCIÉTAL

Ethique et qualité, des enjeux majeurs pour les entreprises

L'Ethique des affaires et la Qualité dans les produits et les services rendus au client sont les enjeux sociétaux majeurs qui ressortent en tête du sondage.



Comment les entreprises considèrent-elles les différents enjeux sociaux ?

Les enjeux sociétaux sont considérés majoritairement comme indispensables ou nécessaires par l'ensemble des entreprises interrogées, quels que soit la taille ou le type d'entreprise.

Les deux enjeux prédominants (« Ethique des affaires » et « Qualité dans les produits et les services rendus au client ») sont perçus comme indispensables par les entreprises interrogées. Les volets relation clients, commerciaux, mais aussi réglementaires sont prioritaires.

Le baromètre traduit bien l'influence de la réglementation des affaires en France et les impératifs de marchés. Il faut en revanche franchir un cap, pour adresser les sujets RSE dans les relations avec ses partenaires et pour aller encore plus loin avec son écosystème local et sectoriel.

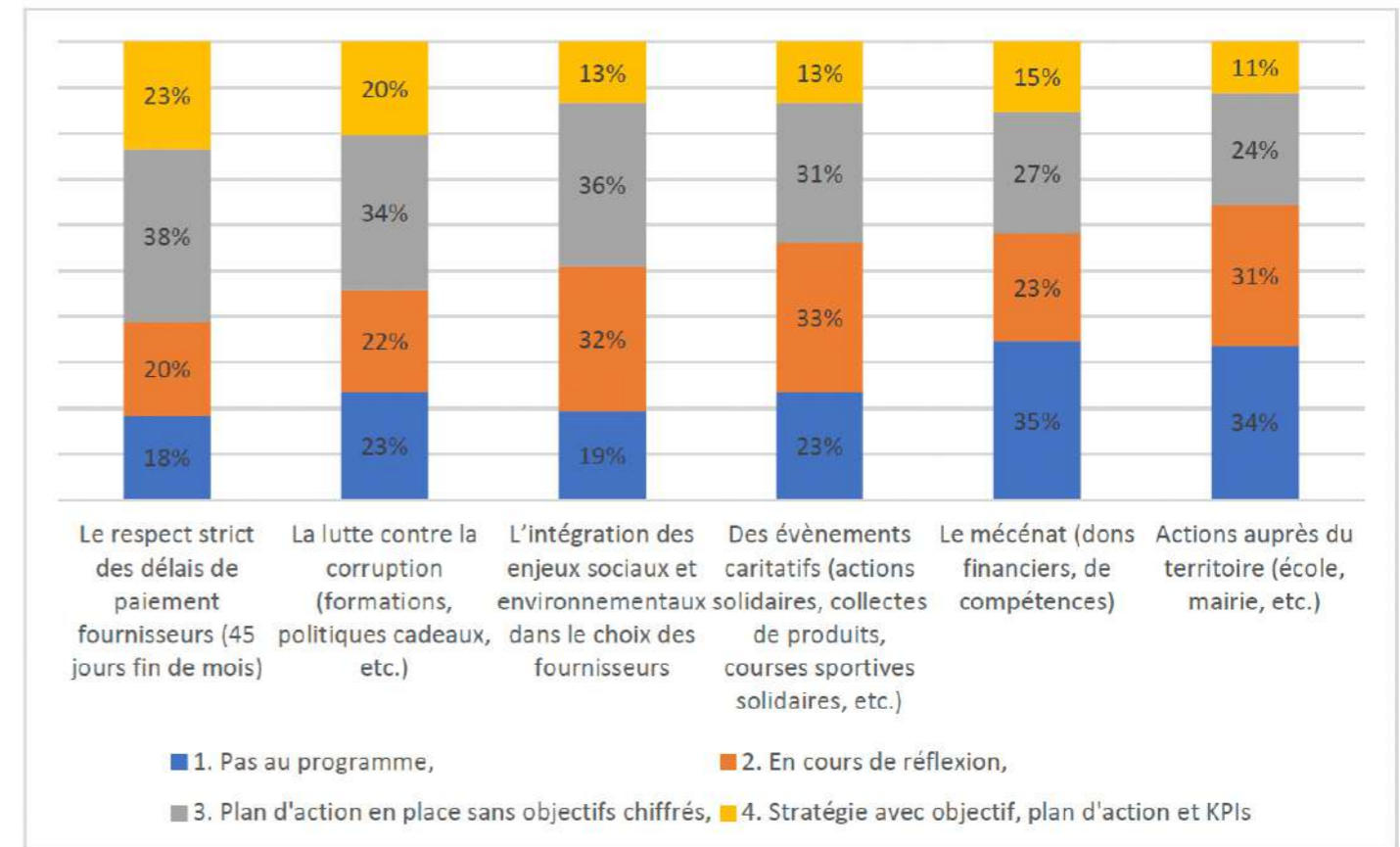
L'éthique des affaires, vue par l'OCDE

L'éthique des affaires procède de la transparence, de l'objectivité, de la fiabilité, de l'honnêteté et de la prudence. Ce sont ces valeurs qui permettent au secteur financier de produire un actif essentiel pour faire des affaires et assumer ses responsabilités fiduciaires, à savoir la confiance.

Le système financier doit garantir la transparence des mécanismes d'incitation des dirigeants d'entreprises. Comme l'a souligné Joseph Stiglitz, économiste et Prix Nobel américain, le cadre économique doit être à l'abri de tout « encouragement pervers à de mauvaises pratiques comptables, à la myopie des comportements et à la prise de risques excessifs ».

Une maturité hétérogène des actions sociétales

Les actions sociétales liées à des obligations réglementaires sont les plus matures pour les entreprises. Les ETI&PME s'attachent à respecter les obligations avant de s'engager dans des démarches sociétales volontaires (mécénat, solidarité...)



Quels plans d'actions ont été mis en place et quel est leur niveau de maturité ?

Quelle que soit l'action, les entreprises sont en cours de réflexion sur les actions à conduire ou ont initié un plan d'actions.

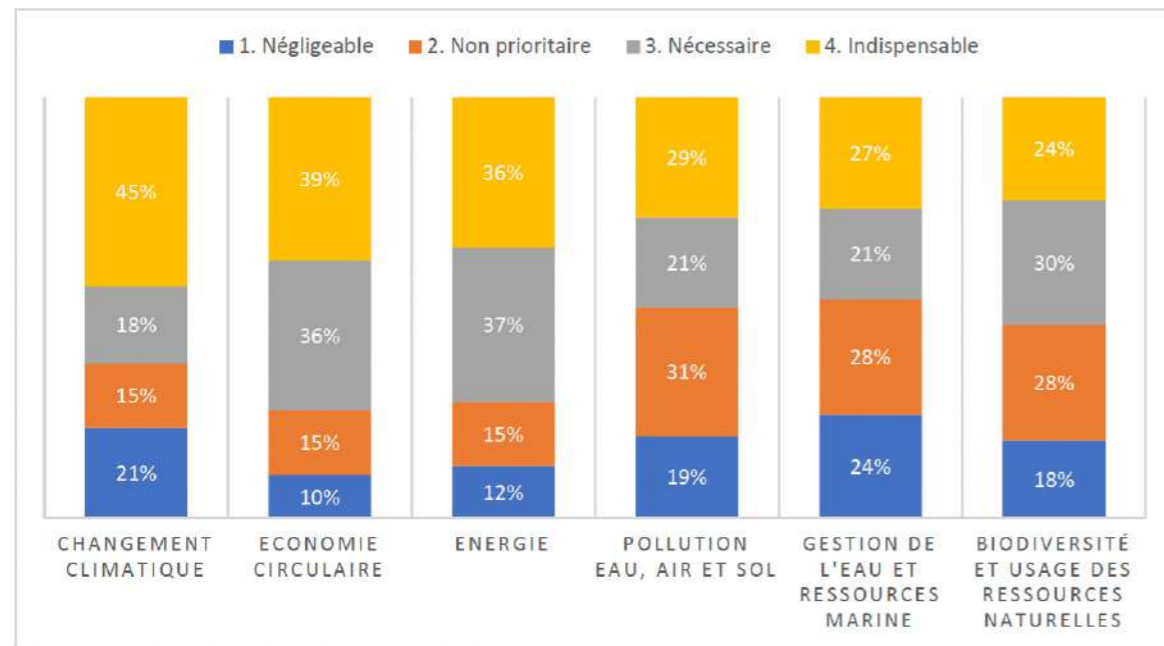
Les actions en lien avec le mécénat ou auprès des territoires sont les plus délaissées, notamment par les plus petites entreprises, disposant de ressources et moyens plus limités. Ces actions, moins en lien avec la conduite opérationnelle des affaires, ne sont pas assorties d'obligations légales, et peuvent paraître être accessoires à l'activité.

Les actions de lutte contre la corruption et le respect strict des délais de paiement sont les plus déployées dans les entreprises, liées à des obligations réglementaires.

4. L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL

Importance accordée aux enjeux environnementaux par les entreprises

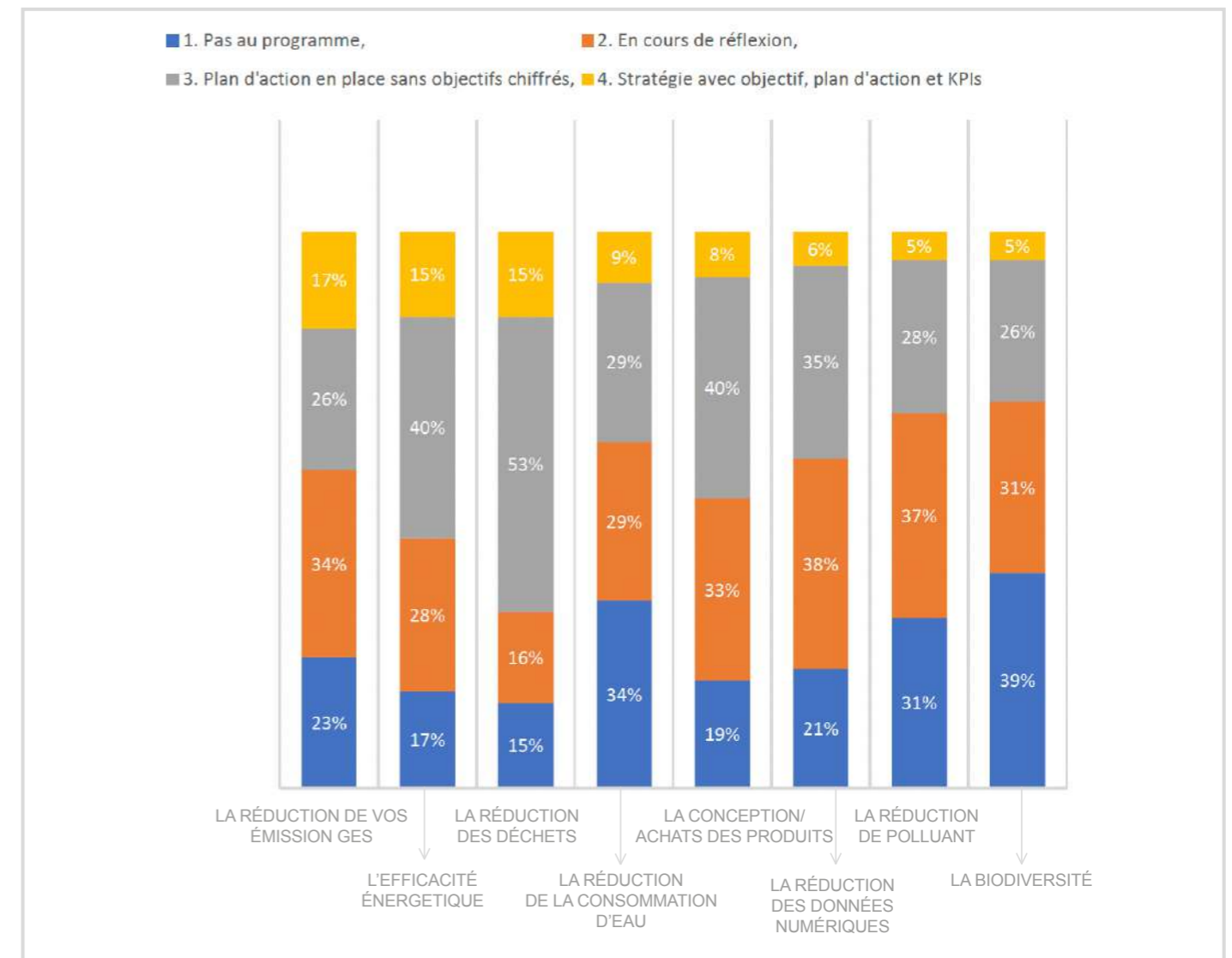
De nos jours les questions environnementales sont toutes adressées par les entreprises de toute taille et de toute dimension. Parmi les enjeux considérés comme étant les plus prioritaires pour les entreprises, on retrouve le changement climatique, l'économie circulaire et l'énergie.



Quels sont les priorités des grandes entreprises ?

De manière générale, on remarque que le changement climatique est un enjeu nettement prioritaire pour les entreprises de taille importante. Parmi les sociétés comptant plus de 250 salariés, 87% ont classifié comme indispensable ou prioritaire le besoin d'atténuer ou s'adapter au changement climatique.

Des plans d'actions très différents pour répondre aux enjeux environnementaux

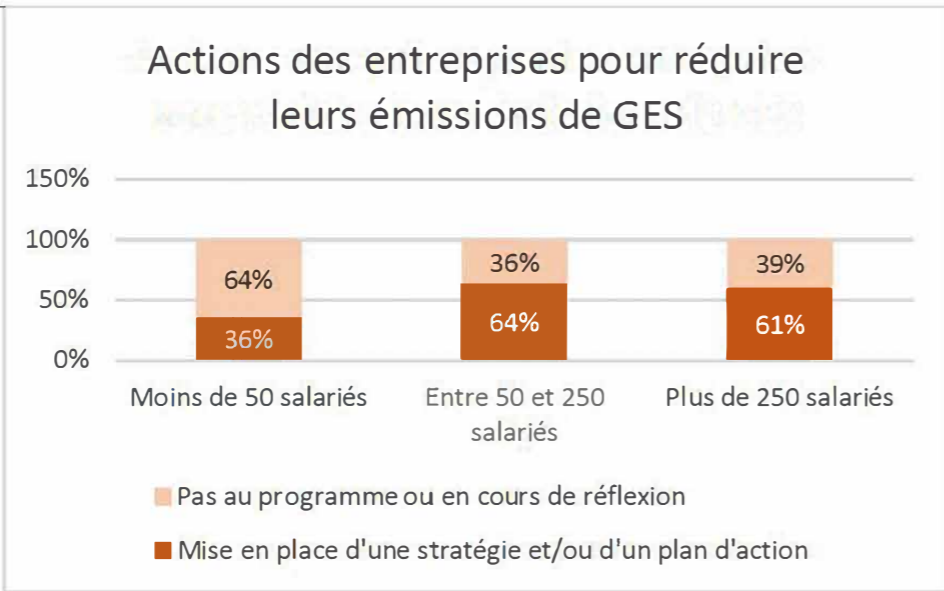


Dans la mise en œuvre des actions de limitation des impacts environnementaux, les entreprises sondées n'agissent pas à la même vitesse selon principalement leur taille, et leur secteur d'activité. Il convient par ailleurs de décomposer les actions selon les trois grandes catégories d'actions :

- Le climat, à impact mondial
- Les déchets et pollution, à impact local
- L'écoconception, l'intégration de critères environnementaux dans les offres, à impact métier

5. LES DÉMARCHES DE PROGRÈS

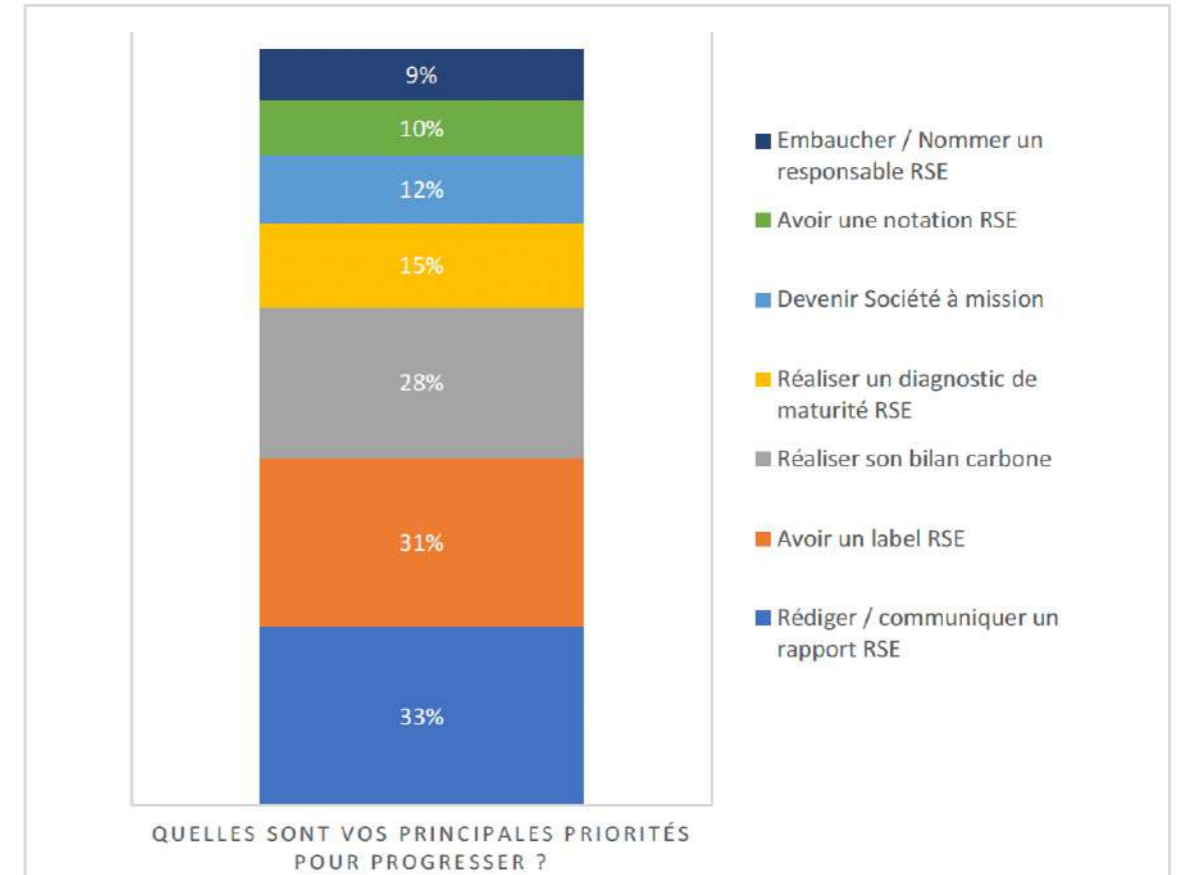
Plus de 60% des entreprises de taille supérieure à 50 salariés ont une stratégie ou ont déjà mis en place des plans d'actions afin de réduire leurs émissions de GES, y compris la réalisation de bilan carbone, le premier pas d'une stratégie climat.



Ce constat démontre que les entreprises souhaitent d'une part ne pas être déconnectées de ces enjeux planétaires et universels pour leurs parties prenantes (clients, fournisseurs, salariés...) et d'autre part qu'elles se mettent en mouvement quand les enjeux sont clairs, bien expliqués et présentent des méthodologies compréhensibles et exploitables.

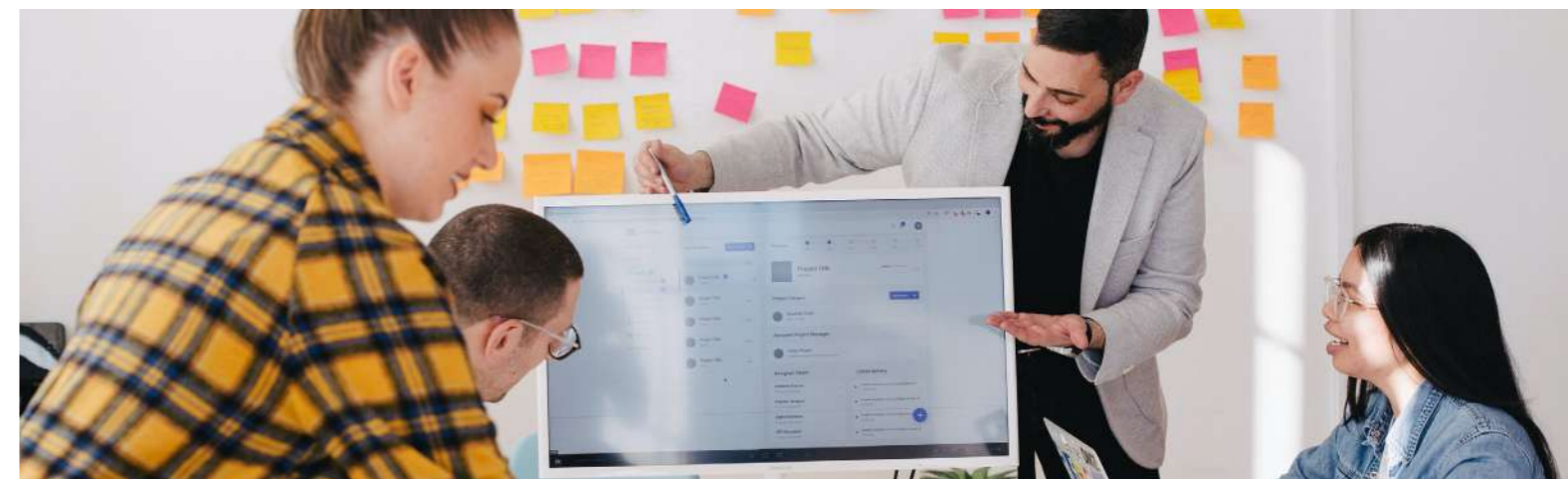
Pour les PME de moins de 50 salariés, seulement 36% ont mis en place des actions de réduction des émissions de GES. La différence des résultats par rapport à la taille de l'entreprise est sans surprise car les grandes entreprises ont souvent plus de budget pour pouvoir réaliser leur bilan carbone, suivi de plans de réduction. Elles sont également plus touchées et concernées par les réglementations en vigueur sur les obligations de reporting carbone.

Les clients possèdent des objectifs clairs et des axes d'améliorations distincts



Quelles sont vos principales priorités pour progresser ?

Une fois la démarche RSE mise en place en interne dans l'entreprise et intégrée dans ses processus, il est important de savoir comment cette démarche est retranscrite en externe, dans la réalisation de la mission de l'entreprise (son offre commerciale) mais également dans sa diffusion auprès de ses parties prenantes (démarche systémique).

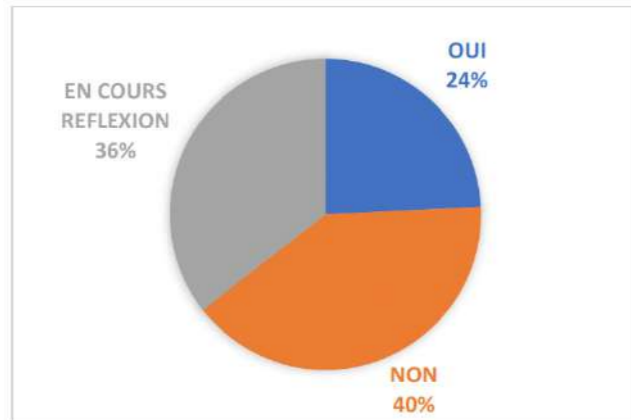


Par rapport aux impacts plus locaux, comme le déchet, la taille de l'entreprise n'est pas déterminante pour son implication. Selon le sondage de Crowe, 65% des entreprises petites et grandes ont mis en place des actions pour réduire leurs déchets.



Cela peut s'expliquer par le fait que réduire ses déchets est une **action ciblée** (plus concrète et immédiate), relativement facile à mettre en place qui ne nécessite pas forcément d'investissement conséquent.

1 entreprise sur 2 est dans une démarche d'implémentation des enjeux RSE dans son offre

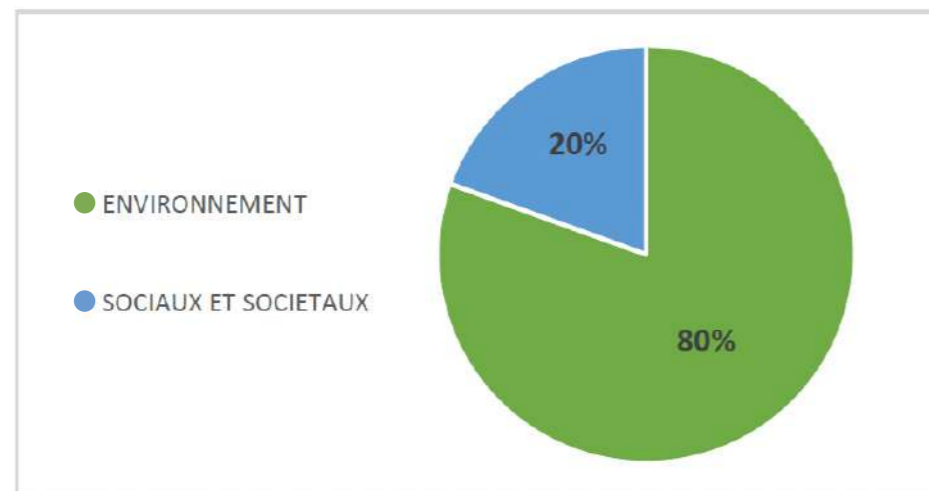


Les enjeux RSE sont-ils présents dans l'offre des entreprises ?

La RSE est encore peu intégrée dans les produits ou services proposés même si cela dépend de la nature des produits / services proposés, mais également du mix produits / services de l'entreprise.

Les entreprises développent des **offres éco-responsables mais pas sur toute leur gamme** de produits et services. Ainsi parmi celles qui intègrent déjà la RSE dans leurs offres commerciales, cela ne représente généralement pas plus de 50 % du Chiffre d'Affaires de l'entreprise.

Par ailleurs, **les enjeux intégrés sont aujourd'hui principalement des enjeux environnementaux.**



Des entreprises volontaires et engagées, mais ralenties par un manque d'organisation

Sur le panel de nos réponses, **moins de 30 % des entreprises ont une personne référente** dans l'entreprise en matière de RSE (que soit un responsable, directeur ou comité RSE).

Le baromètre montre que les entreprises sont **déjà lancées dans les actions et la communication, alors même que le diagnostic n'est pas toujours nécessairement posé.** Ceci est un point d'attention car le déploiement de la RSE dans une entreprise est une démarche impliquant le respect d'étapes d'un processus d'amélioration continue.

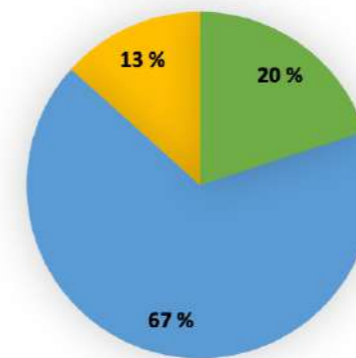
6. SE PRÉPARER À LA CSRD

Parmi les attentes des entreprises, on retrouve également le souhait de rédiger et communiquer sur un rapport RSE. Cette volonté peut venir d'une volonté d'affirmer et de diffuser les engagements et actions de l'entreprise (près de 15 % des entreprises interrogées sont déjà des « Entreprises à Mission »), mais également d'une interrogation aujourd'hui des entreprises sur la future réglementation CSRD*.

67 % des entreprises éligibles à la CSRD ne sont pas conformes

Sur notre panel, moins de 40 % des entreprises s'estiment être éligibles à la réglementation CSRD qui va pourtant se déployer dès 2024 pour les entreprises EIP et en 2025 pour les Grandes Entreprises. Ce sont principalement des entreprises faisant partie d'un Groupe.

On constate cependant que **ces entreprises éligibles ne se sentent pas aujourd'hui prêtes à déployer la CSRD**, par manque d'informations ou des informations pas encore suffisamment pratiques pour initier des actions de mise en conformité dans l'entreprise.



- Je suis éligible à la CSRD mais je ne connais pas encore les exigences attendues
- Je suis en veille et je connais quelques informations, mais je n'ai pas engagé de démarches
- Nous avons commencé à concevoir et mettre en œuvre un plan d'action pour nous conformer à la CSRD

.....
 ● DPEF : Déclaration de performance extra-financière
 CSRD : Corporate Sustainability Reporting Directive

Périmètre éligible CSRD

Le Corporate Sustainability Reporting Directive est le nouveau rapport de durabilité européen. Cette directive vient notamment élargir le champ d'application du précédent reporting DPEF*. Cette démarche réglementaire va toutefois devenir une obligation de marché du fait que la chaîne de valeur est à reporter. Le périmètre est précisé dans le tableau suivant :

Sociétés soumises à la NFRD*	Elargissement aux groupes respectant aux moins 2 conditions	Toutes les PME cotées	Certaines entreprises ou groupes issus de pays hors EU
Echéance : 2025 (Sur les données de 2024)	Echéance : 2026 (Sur les données de 2025)	Echéance : 2027 (Sur les données de 2026)	Echéance : 2029 (sur les données sur 2028)
	>250 salariés		CA européen > 150M
	CA > 48M €		Filiale dans le périmètre de la CSRD ou succursale (>40M€ CA) basée en UE
	Bilan > 24M € (seuils au 30.12.2023)		

*NFRD : Non-Financial Reporting Directive entrée en vigueur en 2018

Comment s'améliorer ?



ENGAGEMENT CORPORATE

1. Construire une marque employeur plus inclusive

L'acquisition de talents diversifiés avec de nouvelles compétences au sein de votre organisation dévoilera une démarche inclusive interne. Cela met en avant la volonté de l'entreprise de répondre aux enjeux sociaux.

Dans les secteurs largement masculinisés tels que la technologie, l'ingénierie, les mathématiques et la mécanique, la diversité de genres émerge comme une question cruciale. Une diffusion précoce de cette diversité, de l'éducation aux premières étapes professionnelles, pourrait provoquer un changement de pratiques significatif au sein de ces secteurs.

Cette pratique permettra aussi d'améliorer l'index d'égalité H/F qui est un élément important pour la promotion de l'inclusivité. Le lien du site suivant propose de vous accompagner dans le calcul de l'index de votre entreprise. Vous recevrez une note sur 100 qui correspond à l'évaluation de l'index. Elle permet à l'entreprise de se situer.

Le calcul est fait en fonction des catégories socioprofessionnelles au sein de l'entreprise et des différentes tranches d'âges.

L'index est composé de :

- L'écart de rémunération entre H/F
- L'écart de répartition des augmentations individuelles
- L'écart de répartition des promotions
- Parité parmi les 10 plus hautes rémunérations
- Nombre de salariées augmentées à leur retour de congé de maternité

Cette évaluation détaillée offre une vision holistique de la situation de l'entreprise en matière d'égalité hommes/femmes. En outre, elle identifie les faiblesses potentielles et facilite également une analyse comparative avec d'autres entreprises, permettant ainsi de positionner l'organisation dans son secteur.

2. Développer une culture santé/sécurité au travail

Le développement d'une culture de la santé et de la sécurité au travail est essentiel pour promouvoir un environnement de travail sûr, réduire les accidents et favoriser le bien-être des employés. Voici quelques pratiques à mettre en place pour développer une culture santé sécurité au travail

L'entreprise peut aussi s'orienter vers l'obtention de l'ISO 45001, une norme internationale émise par l'Organisation internationale de normalisation (ISO). Elle établit les critères pour un système de gestion de la santé et de la sécurité au travail (SST). L'obtention de la certification ISO 45001 atteste qu'une organisation a mis en place un système

de gestion de la santé et de la sécurité au travail conforme aux normes internationales.

Cela peut renforcer la confiance des parties prenantes, démontrer l'engagement envers la sécurité des travailleurs, et favoriser une culture de la prévention au sein de l'entreprise.

Voici nos recommandations !



MIEUX-ÊTRE

1. Mettre en place un programme pour le bien-être

La proposition de formations et de webinaires dispensés par des experts, centrés sur la gestion du stress, l'amélioration du sommeil et une alimentation saine. Ces initiatives jouent un rôle crucial dans l'amélioration de la qualité de vie et du bien-être et le renforcement de la satisfaction des collaborateurs. Cette politique constitue aussi un élément distinctif de l'entreprise par rapport aux autres, en concrétisant son engagement en faveur du bien-être global des équipes.

Avec les liens ci-dessous, vous trouverez des lectures complémentaires sur la qualité de vie et le bien-être au travail.

[Référentiel qualité de vie et des conditions de travail](#)

[Agir sur le mal-être au travail des salariés](#)

[10 propositions pour améliorer la santé psychologique au travail](#)

2. Mettre en place des formations flexibles

Le blend learning, ou apprentissage hybride, constitue une approche de formation intégrant à la fois des sessions en présentiel et des modules en ligne. Cette méthode novatrice tire parti des bénéfices des modules en lignes en offrant au collaborateur la flexibilité de suivre une formation dès qu'il en a le temps et offre la possibilité d'avoir un interlocuteur

dédié lors des sessions en présentiel. En proposant ce type de formation, les entreprises offrent à leurs employés une opportunité d'apprentissage individualisé, favorisant ainsi un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie privée. Cela représente une solution plus adaptée aux contraintes individuelles des apprenants.

Pour une meilleure compréhension, nous vous invitons à cliquer sur les liens ci-dessous :

[C'est quoi le digital learning ?](#)

[Le-petit-glossaire-de-la-formation-digitale](#)



ENJEU SOCIÉTAL

Voici quelques exemples et bonnes pratiques en matière d'actions sociétales :

1. Mettre en place une politique d'Achats Responsables

L'intégration de critères sociaux et environnementaux dans les processus d'achat est un pilier essentiel pour une démarche responsable. Cela va au-delà du simple acte d'achat et intègre des considérations éthiques telles que la provenance des produits, les conditions de production et de travail, et l'impact environnemental. C'est aussi l'opportunité de

favoriser des fournisseurs locaux et créer du lien sur son territoire. Un aspect souvent négligé réside dans le respect des délais de paiement envers les fournisseurs locaux. En assurant des transactions équitables, l'entreprise contribue à la stabilité économique de sa région, favorisant ainsi la croissance et le développement durable.

2. Créer du lien local

Le mécénat, les actions caritatives et les initiatives sur le territoire sont autant de moyens de tisser des liens significatifs avec la communauté.

En soutenant des associations locales, une entreprise devient un acteur concret du changement, participant activement à l'amélioration de son territoire.

3. Impliquer les Collaborateurs

En encourageant les employés à partager leurs initiatives et projets, l'entreprise peut exploiter un réservoir riche en créativité et en engagement. Pour faciliter cette démarche, diverses approches peuvent

être adoptées, telles que la formation de groupes de travail dédiés, un réseau d'ambassadeurs RSE ou encore l'utilisation d'une boîte à idées pour recueillir les suggestions de tous les collaborateurs.

4. Partager les Bonnes Pratiques - Réseaux Professionnels et RSE

S'engager dans des réseaux professionnels ou des initiatives RSE permet à une entreprise de partager ses bonnes pratiques et d'apprendre des autres. La collaboration avec des parties prenantes diverses,

qu'il s'agisse de professionnels du secteur, de chefs d'entreprise ou d'associations, contribue à une diffusion efficace des meilleures pratiques, favorisant ainsi une transformation positive à l'échelle plus large.

Et si vous deveniez société à mission ?

Donner du sens, c'est l'une des possibilités ouvertes en 2019 par la loi PACTE, qui a officialisé la prise en compte des enjeux sociaux et environnementaux par les entreprises. Avec la qualité de "société à mission", elle donne à toutes les entreprises l'opportunité de s'interroger sur leur raison d'être et sur les impacts sociétaux de l'ensemble de leur activité... Et de le faire savoir ! Au-delà de ça, et sans bien sûr modifier leur objet social, les entreprises concernées inscrivent également à leurs statuts les objectifs sociaux et environnementaux qu'elles se donnent pour mission de poursuivre dans le cadre de leur activité. La finalité de la démarche est de concilier la recherche de la performance économique avec la contribution à l'intérêt général !



IMPACT ENVIRONNEMENTAL

4 éco-actions concrètes et simples à mettre en place dans votre entreprise

1. Formation & sensibilisation

La première étape est indéniablement de se former sur les enjeux environnementaux afin d'acquiescer dans un premier temps les fondamentaux « Qu'entend-on par impact environnemental ? » « Comment faire la différence entre les enjeux climat, la biodiversité et les différentes formes de pollution ? » et dans un second temps des connaissances permettant d'adresser les sujets prioritaires de manière opérationnelle pour son activité La culture générale environnementale s'acquiesce par une veille technique, les webinaires et des formations comme celles dispensées par l'ADEME

(gratuitement) ou encore comme fresque du climat la fresque biodiversité ou la fresque du numérique. N'oubliez pas d'activer des partenariats avec des associations environnementales locales, des initiatives d'engagement avec des ONG (WWF...), des cercles ou groupes de travail auprès de votre fédération professionnelle et même vos institutions territoriales.

Il sera enfin temps de se former à des méthodes plus éprouvées comme le bilan carbone, l'analyse de cycle de vie, l'iso 14001 voire l'ISO 50001.

2. Démarche Carbone

Le baromètre ne fait que confirmer la tendance, désormais quasiment impondérable : le monde économique et financier intègre la problématique des émissions de gaz à effet de serre dans ses modèles économiques et ses processus de décision. C'est pourquoi réaliser un bilan carbone et mettre en place un plan d'action est incontestablement la première étape pour identifier les priorités d'action

et mesurer le niveau des efforts attendus pour contribuer à son échelle aux engagements planétaires et pour réduire sa dépendance aux énergies fossiles. En tant que PME, vous pouvez par exemple du dispositif BPI décarbonation et si vous êtes déjà sensibilisés et formés au bilan carbone, tester un outil en ligne (GCI, TRAAACE, SAMI, SWEEP et bien d'autres).

3. Enjeux locaux et écogeste

Tous les collaborateurs sont sensibilisés chez eux à trier leurs déchets et contribuent à la réduction des impacts environnementaux des produits de consommation. Il est essentiel d'être cohérent au travail et à la maison et en premier lieu, les actions sur la gestion des déchets (de bureau industriel, de construction etc...) sont très opérationnelles et faciles

à mettre en place. Lancez-vous ! Pourquoi ensuite ne pas organiser des rendez-vous réguliers, des ateliers dans lesquels on parle environnement et on liste les « petits pas » du quotidien ainsi que les actions plus structurantes qui demanderont de la gestion de projet et parfois des investissements.

4. Offres et produits verts

Vos clients vous sollicitent sur des offres alternatives à faible impact environnemental ? Comment pouvez-vous transformer vos offres ? Quelles sont les actions très concrètes à mettre en place pour proposer des offres vertes ?

Les solutions ne sont pas uniquement techniques. Devenez donc des partenaires de vos clients afin

de faire émerger ces nouveaux besoins. L'analyse de cycle de vie est le meilleur l'outil si votre activité concerne les produits manufacturés. Embaucher un ingénieur, initier un partenariat avec une école, autant de solutions qui permettent de progresser. Si vous êtes pressés et motivés, trouver un bon cabinet conseil spécialisé... :-)



POUR AGIR EFFICACEMENT

Comment initier une démarche durable au sein de votre entreprise ?

Le déploiement d'une démarche RSE nécessite, pour en assurer sa réussite, de ne pas en sauter les étapes successives: **DIAGNOSTIC**, **PLAN D'ACTION** et **INDICATEURS**. Les PME et ETI sont aujourd'hui parfois réticentes à prendre le temps de poser les bases de cette démarche et se lancent dans les actions, au risque de perdre du temps, et de l'argent, dans des actions certes immédiates mais sans valeur ajoutée dans le temps.

En pratique, il est fort probable par ailleurs que l'entreprise s'implique déjà dans la RSE sans le savoir. Il lui suffira alors de définir ce qu'elle fait déjà pour aller chercher des axes d'amélioration et pouvoir ensuite communiquer sur ses engagements vis-à-vis de ses salariés, ses clients, ses fournisseurs, ses financeurs ...

La 1ère étape d'une démarche RSE structurée et efficace sera donc la réalisation d'un **DIAGNOSTIC** permettant de :

- Identifier et valoriser les bonnes pratiques déjà mises en place
- Identifier et catégoriser les enjeux, pour l'entreprise et pour son écosystème (on parle de « matérialité »).
- Faire émerger des pistes de réflexion pour construire son plan d'action, en adéquation avec les enjeux prioritaires identifiés préalablement.

La RSE étant une démarche d'amélioration continue, le déploiement de la démarche passera ensuite par la réalisation du **PLAN D'ACTION**, tout en s'assurant du suivi de cette réalisation par la mise en place de **REPORTING** et d'**INDICATEURS** afin de rectifier et améliorer son plan d'actions dans le temps, mais également de pouvoir communiquer sur la trajectoire proposée et menée par l'entreprise.

Comment s'organiser pour la transition CSRD ?

1. Constituer un comité de pilotage réunissant des différents interlocuteurs
2. Identifier les indicateurs obligatoires
3. Identifier les indicateurs soumis à l'analyse de matérialité
4. Revoir le processus de collecte, de suivi et de gestion des données
5. Former des salariés concernés par le reporting ESG
6. Budgéter les coûts associés
7. Mettre en place une veille réglementaire et normative sur les indicateurs ESG
8. Effectuer un audit a blanc au cours de l'exercice 2024

Ont contribué à ce numéro : Jean-Baptiste Cottenceau (Crowe Sustainable Metrics), Stéphanie Garnier (Crowe Becouze), Sarah Guéreau (Crowe Fideliante), Aymeric Mauroy (Crowe Rocard), Jordane Mayé (Crowe Dupouy)

Création : PEPS
Crédits photos : Unsplash

