

Guide d'évaluation AFAQ 26000

à l'usage des métiers de la communication

AFAQ
26000
RESPONSABILITÉ
SOCIÉTALE



Sommaire

| | |
|---|-----------|
| PREFACE | 3 |
| 1. Les partenaires d'AFAQ 26000 Métiers de la Communication | 4 |
| APACOM | 4 |
| AFNOR Certification | 4 |
| 2. Remerciements | 5 |
| 3. L'évaluation AFAQ 26000 et son application aux métiers de la communication | 6 |
| Le modèle d'évaluation AFAQ 26000 | 6 |
| ... son application aux métiers de la communication | 7 |
| 4. Principes de l'évaluation AFAQ 26000 | 9 |
| VOLET I PRATIQUES | 13 |
| 1. Vision en termes de Responsabilité Sociétale & Gouvernance | 14 |
| 2. Intégration de la responsabilité sociétale et communication | 23 |
| 3. Ressources humaines, relations et conditions de travail | 32 |
| 4. Modes de production, de consommation durables et questions relatives aux consommateurs | 41 |
| 5. Ancrage territorial : communauté et développement local | 50 |
| VOLET II RÉSULTATS | 56 |
| 6. Résultats Environnementaux | 57 |
| 7. Indicateurs sociaux | 63 |
| 8. Résultats économiques | 69 |
| ANNEXE I – Lexique | 75 |
| ANNEXE II – Parties prenantes | 81 |
| ANNEXE IV – Bibliographie | 90 |
| Publications normatives | 90 |
| Autres publications | 91 |
| Les recommandations professionnelles | 92 |

PREFACE

Depuis plusieurs années, on observe que la communication fait valoir l'engagement des organisations dans le développement durable avec des solutions techniques relevant de l'éco-conception. Aujourd'hui, face à la prise de conscience nécessaire des enjeux environnementaux, sociétaux et économiques, le communicant devient "responsable" des impacts, tant du point de vue des messages, de la diffusion que de la production.

Dès maintenant, les agences de conseil en communication et publicité ont un double rôle fondamental : encourager les annonceurs vers une communication responsable et devenir eux-mêmes des organisations exemplaires. C'est pour nourrir cette ambition que le guide AFAQ 26000-Com'Avenir a été co-élaboré par AFNOR Certification et l'APACOM (Association des Professionnels Aquitains de la Communication).

Des initiatives collectives et privées ont permis à la profession de faire des avancées significatives sur le sujet, lui redonnant sa place de conseil et permettant d'amorcer la transition nécessaire vers une autre communication. Dans le même temps, les exemples d'auto-évaluation et l'auto-régulation montrent leur limite.

Stratégie, créativité mais aussi co-construction, éco-conception, transparence et exemplarité font désormais partie des défis que doit relever la communication.

Les communicants d'Aquitaine se sont très tôt engagés dans ce challenge, fédérés par l'APACOM. Dès 2004, avec le soutien toujours actif de l'ADEME Aquitaine et du Conseil Régional d'Aquitaine, l'APACOM édite un guide de bonnes pratiques, propose des formations, accompagne les agences à l'éco-communication et organise des ateliers. Ces travaux, baptisés "Com'avenir", aboutissent à la publication de la charte du même nom, signée aujourd'hui par 9 agences de communication aquitaines.

Portée par sa conviction et sa volonté d'éveiller les consciences et les pratiques à plus grande échelle, l'APACOM rejoint en 2010 la Commission de Normalisation AFNOR DRS « Développement durable – Responsabilité sociétale » pour contribuer à la déclinaison pour les métiers de la communication de la norme internationale ISO 26000.

Forte de son engagement, l'APACOM a travaillé à l'adaptation de ce guide pour les métiers de la communication et est heureuse aujourd'hui de vous présenter le fruit de cette collaboration : le guide AFAQ 26000 – Com'avenir Métiers de la Communication

En 2011, 5 agences de communication aquitaines ont participé à son élaboration et l'ont testé en se prêtant à l'évaluation complète de leur structure, avec le soutien de l'ADEME Aquitaine et du Conseil Régional d'Aquitaine.

L'évaluation AFAQ 26000 - Com'avenir est une réponse aux besoins de reconnaissance des agences de communication engagées dans la responsabilité sociétale. Elle leur permet non seulement d'amorcer un programme d'amélioration continue mais aussi de valoriser auprès de leurs clients et partenaires des pratiques responsables avérées.

Nous souhaitons que cet ouvrage vous guide dans votre démarche et permette une large diffusion des bonnes pratiques en matière de responsabilité sociétale et de communication responsable.

Lise HARRIBEY,
Vice-Présidente de l'APACOM

Karine OUDOT,
Ancienne présidente de l'APACOM

1. Les partenaires d'AFAQ 26000 Métiers de la Communication

APACOM

L'APACOM (Association des Professionnels Aquitains de la COMMunication) est une association Loi 1901 qui réunit un réseau professionnel aquitain de plus de 500 membres dont la vocation est de promouvoir les métiers de la communication et leur rôle stratégique, de favoriser les rencontres entre professionnels pour qu'ils échangent leur savoir-faire, se forment et s'informent. Parmi les actions de l'association, la commission « Com'Avenir, une communication responsable® » vise à promouvoir les valeurs du développement durable dans la filière. Après avoir édité un guide des pratiques de communication responsable « Que voulez-vous Com'Avenir ? », l'APACOM a lancé, avec le soutien de l'ADEME Aquitaine et du Conseil régional d'Aquitaine, la première charte pour une mise en œuvre de pratiques responsables des agences de communication, « Com'Avenir ». L'APACOM a été membre actif du groupe de travail « ISO 26000 et Métiers de la Communication » piloté par AFNOR Normalisation qui a abouti à la publication de la norme FD X30-028.

AFNOR Certification

Leader de la certification et de l'évaluation en France, avec des signes de confiance à forte notoriété telles que NF, AFAQ et l'Eco-label européen, AFNOR Certification accompagne, depuis plus de 20 ans, les organisations de tout secteur et de toute taille dans leurs démarches de reconnaissance par un organisme tierce-partie.

Pionnier dans l'évaluation des démarches développement durable en France, la filiale du groupe AFNOR propose en exclusivité la méthode AFAQ 26000. Une évaluation du degré d'intégration des principes du développement durable - responsabilité sociétale, dans les organisations en cohérence avec l'ISO 26000.

AFNOR Certification est une filiale du Groupe AFNOR qui conçoit et déploie, depuis 1926, des solutions fondées sur les normes, sources de progrès et de confiance. Le Groupe AFNOR s'appuie sur plus de 1 200 collaborateurs, présents dans 13 villes de France et 28 pays dans le monde. À l'international, le groupe déploie ses prestations dans plus de 90 pays.

Ce sont plus de 75 000 clients qui aujourd'hui lui font confiance.

Afin de favoriser le déploiement des démarches de développement durable et de contribuer à la performance globale des entreprises, AFNOR Certification et APACOM ont décidé d'établir un partenariat pour promouvoir le modèle d'évaluation relatif au développement durable, AFAQ 26000, dans sa version adaptée aux métiers de la communication : AFAQ 26000-COM'AVENIR et de mener des évaluations dans des agences volontaires. **L'ADEME Aquitaine et le conseil régional d'Aquitaine apportent leur soutien financier à ce projet.**

2. Remerciements

L'élaboration de ce guide est le fruit d'une action collective portée par l'APACOM, avec le soutien financier de l'ADEME Aquitaine et du Conseil Régional d'Aquitaine.

Nous tenons à les remercier pour leur soutien, ainsi que les 5 agences de communication aquitaines qui ont contribué à l'élaboration, à l'enrichissement et à l'expérimentation de ce guide :

- Aggelos :
 - Alain GROSS - Directeur Général
 - Stéphanie PROST - Consultante, chargée de projet et Responsable RSE

- Caractères :
 - Hubert RAFFINI – Directeur

- Eugène!
 - Olivier DEMANGEAT – Gérant

- Inoxia
 - Laurent COLMAGRO - Directeur général
 - Jean-Marc GANCILLE - Directeur du développement durable

- Pasialis
 - Olivier POUILHES - Gérant

3. L'évaluation AFAQ 26000 et son application aux métiers de la communication

Le modèle d'évaluation AFAQ 26000...

Le modèle AFAQ 26000 s'appuie sur la norme ISO 26000 – Lignes directrices relatives à la responsabilité sociétales des organisations – qu'il couvre en totalité.

L'ISO 26000 s'attache à définir les principes et thématiques que couvre la responsabilité sociétale et que toute organisation est invitée à :



Adopter
dans son comportement
et pratiques quotidiennes

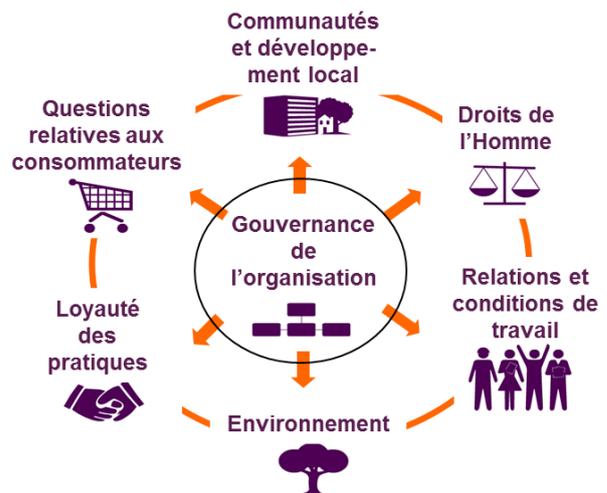


Explorer
et appréhender dans une logique
globale et d'interdépendance

7 Principes de Responsabilité Sociétale

- Redevabilité
- Transparence
- Comportement éthique
- Reconnaissance des intérêts des parties prenantes
- Respect du principe de légalité
- Prise en compte des normes internationales de comportement
- Respect des droits de l'Homme

7 Questions Centrales



Le modèle AFAQ 26000 lui, privilégie un agencement au gré des grandes catégories génériques de préoccupations et de processus qui président à l'organisation et à la gestion d'une organisation (entreprise, association...)

AFAQ 26000 apporte à chaque organisation une reconnaissance de son niveau de maturité RSE (selon 4 niveaux : Initial, Progression, Confirmé, Exemplaire), mais aussi, bien au-delà, des pistes de progrès dans l'ensemble de ses champs de préoccupation :



| | |
|---|--|
| 1 Vision en termes de responsabilité sociétale et gouvernance | → Stratégie de responsabilité sociétale |
| 2 Intégration de la responsabilité sociétale et communication | → Mise en œuvre et déploiement managérial |
| 3 Ressources humaines, relations et conditions de travail | → Déploiement opérationnel |
| 4 Modes de production, de consommation durables et questions relatives aux consommateurs | |
| 5 Ancrage territorial : communautés et développement local | → Ancrage territorial |
| 6 Résultats environnementaux | → Pilotage de la performance économique, sociale et environnementale |
| 7 Résultats sociaux | |
| 8 Résultats économiques | |

Nota : Les 7 principes et les 7 questions centrales de la responsabilité sociétale établis par l'ISO 26000 ne constituent pas des sous-critères en tant que tels d'AFAQ 26000. Etant transverses à toute démarche de responsabilité sociétale, ils sont en réalité abordés tout au long du modèle d'évaluation, qui les balaie de manière exhaustive et contextualisée et c'est pourquoi la grille d'analyse AFAQ 26000 est construite selon les éléments qui structurent le fonctionnement d'une organisation.

Cette approche est plus pédagogique et moins conceptuelle et permet d'analyser très concrètement comment le fonctionnement (à la fois stratégique et quotidien) de l'entreprise prend en compte ces principes et questions centrales.

Pour autant, on ne peut que conseiller à l'entreprise qui souhaite s'engager dans cette démarche de compléter l'utilisation du présent guide par une lecture approfondie de la norme ISO 26000 elle-même.

Ce choix méthodologique vise à éviter l'écueil d'une approche désincarnée trop rigide par rapport aux fonctionnements et contextes propres aux organisations évaluées et/ou peu opérationnelle sur certaines thématiques.

L'évaluation, processus flexible centré sur le dialogue avec l'entreprise, implique la rencontre avec la direction et les collaborateurs, ainsi que la visite de sites et la rencontre avec au moins 5 parties prenantes externes (choisies avec l'entreprise : client, fournisseur, collectivité locale, imprimeur...) pour enrichir l'analyse.

Le Rapport d'évaluation, remis à l'entreprise au terme de l'évaluation, est un véritable outil de pilotage stratégique et opérationnel, avec une réflexion sur le projet d'entreprise et des pistes d'action concrètes pour s'améliorer.

... son application aux métiers de la communication

Pour faciliter la mise en application du modèle AFAQ 26000 dans les métiers de la communication, l'APACOM et AFNOR Certification ont travaillé en partenariat pour adapter le modèle d'évaluation AFAQ 26000 au contexte des métiers de la communication.

L'APACOM et AFNOR Certification se sont basées sur les travaux existants et sur le retour d'expérience des évaluations AFAQ 26000 menées dans les agences pour préciser, si cela était nécessaire, les modalités d'application des critères d'évaluation. Tout en restant dans le cadre méthodologique reconnu et « standard » d'AFAQ 26000, de sa valeur ajoutée, de sa pertinence méthodologique et de sa crédibilité liée, il s'agit d'en faciliter son application pour l'ensemble des métiers de la communication.

Mode d'emploi du guide

Comment l'utiliser ?

Le guide est organisé en deux volets :

- Le volet I est relatif aux 5 critères de « Pratiques »
- Le volet II concerne les 3 critères de « Résultats »
- Les huit critères sont déclinés en un total de 55 « sous-critères », chacun faisant l'objet d'une fiche qui comprend :

|  1.1 Réflexion globale sur l'activité | |
|--|---|
| L'organisation mène une réflexion globale sur la contribution de ses activités au développement durable | |
| Exemples de points à traiter/évaluer | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer l'existence d'une réflexion critique sur l'« utilité sociale » des activités de l'organisation, y compris la capacité à réorienter, voire modifier, les activités à moyen / long terme si elles sont antagoniques aux principes du développement durable, • Déterminer si l'organisation mène une réflexion claire et pertinente sur la manière dont la responsabilité sociétale interpelle son cœur de métier aujourd'hui mais aussi demain, • Évaluer la façon dont l'organisation intègre les résultats de ces analyses et réflexions dans ses décisions stratégiques, • Analyser les périmètres pris en compte par ces réflexions. |
| Exemples de bonnes pratiques | <ul style="list-style-type: none"> • Développement d'une nouvelle culture interne intégrant le développement durable comme référence fondamentale pour tout nouveau développement de produit/service, • Présence des dirigeants lors de sessions rassemblant les parties prenantes permettant les échanges sur les sujets de fond, • Mise en place d'une méthodologie d'identification et de valorisation des coûts et bénéfices cachés, • Rapport social et environnemental validé par un tiers de confiance, • Contribution à différentes réflexions sur la RSE. |
| Focus Métiers de la communication | <ul style="list-style-type: none"> • Réflexion globale sur l'activité à travers des initiatives sectorielles: le Manifeste pour une communication responsable, la charte d'engagement Com'Avenir, les travaux sur la normalisation sectorielle ISO 26000... |

Éléments de l'AFAQ 26000
 Titre du sous-critère
 Libellé du sous-critère
 Éléments à prendre en compte

Exemples de bonnes pratiques tirées de précédentes évaluations illustrant des actions ou dispositions pertinentes dont les entreprises pourraient s'inspirer.

Focus Métiers de la communication
 Bonnes pratiques relevées lors des évaluations menées dans les agences de communication ou reconnues par le métier

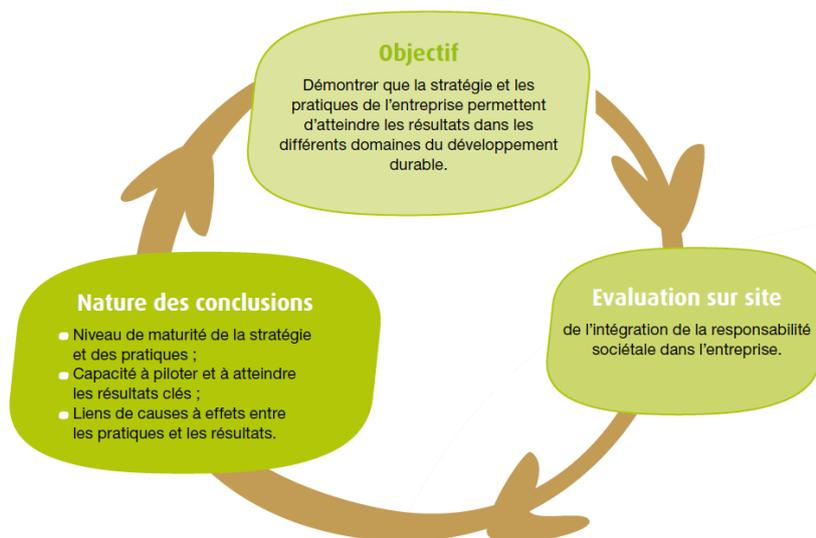


Dans les fiches ci-après, les pratiques (volet Pratiques) et indicateurs (volet Résultats) ne sont donnés qu'à titre d'exemples à des fins d'illustration et dans le but d'alimenter la réflexion. En effet, chaque contexte étant unique, il convient que chaque entreprise détermine quelles sont les pratiques les plus adaptées et les indicateurs de mesure les plus pertinents pour elle-même ; et ceci au regard de ses contraintes et spécificités propres : activité(s), territoires(s) d'implantation, contexte(s) législatif(s), parties prenantes, etc.

4. Principes de l'évaluation AFAQ 26000

La logique de l'évaluation

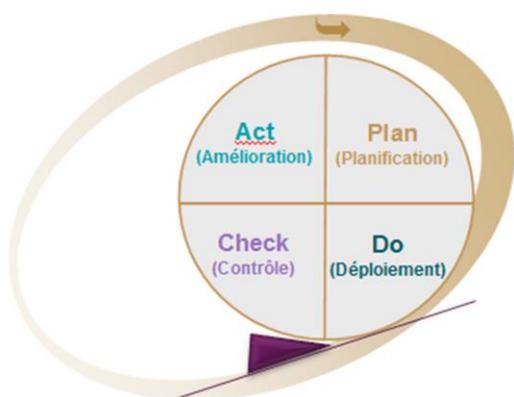
L'évaluation répond à une logique précise : démontrer la capacité de l'entité évaluée à identifier de manière adaptée ses enjeux de responsabilité sociétale, déployer des pratiques managériales et opérationnelles pertinentes, et piloter les résultats associés afin d'améliorer sa performance globale (en lien avec les attentes des parties prenantes).



Compte-tenu de l'exhaustivité du modèle AFAQ 26000 et de la variété des enjeux de la responsabilité sociétale, les évaluations sont réalisées par des binômes d'évaluateurs, sauf dans le cas de structures de moins de 50 salariés (où un pool resserré de responsables d'évaluation dédiés est qualifié pour intervenir).

L'évaluation AFAQ 26000 porte sur l'entreprise dans son ensemble et ne concerne pas seulement un processus, une activité ou un produit. C'est le comportement responsable de toute l'organisation dans toutes ses activités qui est considéré.

AFAQ 26000, une méthode basée sur le principe de l'amélioration continue



L'amélioration continue est aujourd'hui reconnue comme un principe de management déployé par les dirigeants et managers des entreprises pour contribuer, dans le temps, à l'amélioration des performances des entreprises et à la satisfaction des parties prenantes. La mise en œuvre de ce principe universel pour améliorer la performance de l'entreprise peut se faire par la pratique du « Cycle de Deming » connu sous le nom de PDCA, littéralement Plan, Do, Check, Act (Planification, Déploiement, Contrôle, Amélioration).

La vertu pédagogique du cycle PDCA, fait que celui-ci peut se décliner sur toutes les activités d'un organisme. Ainsi le cycle PDCA peut s'appliquer à la stratégie et à son pilotage, aux processus, à la qualité produits, à l'innovation, au management des risques, etc.

Cela démontre la puissance du principe de l'amélioration continue pour inscrire l'entreprise dans une démarche de performance globale.

Une planification intégrée et cohérente des pratiques et des actions (PLAN) doit être suivie d'un déploiement effectif (DO) et aussi systématique que nécessaire. Les vérifications et les mesures d'efficacité (CHECK) vont ensuite porter sur le déploiement lui-même, à des fins d'amélioration (ACT).

La méthode d'évaluation AFAQ 26000 a été développée en s'appuyant sur ce principe pour l'appréciation de la performance des pratiques et des résultats en matière de responsabilité sociétale.

L'évaluation AFAQ 26000 n'implique pas la formalisation

Qui dit amélioration continue dit la plupart du temps pour l'organisation, formalisation d'un système de management afin de sécuriser et pérenniser l'application du principe d'amélioration continue (PDCA). La formalisation représente en effet un levier de progrès pour l'organisation.

*Si les normes de référence servant à la certification des organismes imposent une formalisation de leur système de management sous la forme de procédures ou processus (exemples : ISO 9001 pour le management de la qualité, ISO 14001 pour le management de l'environnement, etc.), **le modèle d'évaluation AFAQ 26000 n'impose pas la mise en œuvre d'un formalisme particulier.***

*En effet, la mise en œuvre du principe d'amélioration continue peut tout à fait être effective, dans la manière de mener des activités, sans formalisme systématique. **L'évaluateur AFAQ 26000 analyse par conséquent de manière factuelle les points à pérenniser et ceux à améliorer en tenant compte du contexte de l'organisation évaluée.** L'évaluation des pratiques de responsabilité sociétale par AFAQ 26000 est ainsi permise auprès de moyennes et de petites structures.*

L'évaluation AFAQ 26000 n'est pas une certification

Contrairement à la certification qui cherche à valider la conformité à un référentiel d'exigences (procédures exigées, seuils minimum...) par l'obtention de preuves de l'atteinte de la conformité attendue, l'évaluation consiste à recueillir les informations objectives et pertinentes qui permettent de mesurer la capacité de l'organisation à atteindre les objectifs fixés et des résultats performants dans les différents domaines évalués.

L'ISO 26000 n'étant pas un référentiel d'exigences, il ne peut pas, par conséquent, être déclaré de conformité à cette norme. L'évaluation AFAQ 26000 permet donc de déterminer jusqu'à quel degré une organisation s'est appropriée, dans sa stratégie et son fonctionnement quotidien, les principes et recommandations de la norme.

- *La certification est sanctionnée par l'obtention ou non d'un certificat de conformité.*
- *L'évaluation donne lieu à la délivrance d'une attestation établissant le niveau de maturité atteint, quel qu'il soit.*

Le Scoring

Pour chacun des sous-critères de pratique et sous-domaines de résultats évalués, un score est attribué à chacune des étapes du PDCA, qui conduira à une note sur 100.

A titre d'illustration, les 2 tableaux suivants donnent des exemples de situations types, relatives aux pratiques et aux résultats, et les exemples de scoring correspondants :

Pratiques

| | |
|-------------|---|
| 0% | Non mis en œuvre, ou bien mis en œuvre de manière anecdotique ; et/ou non pertinent par rapport aux enjeux de RS et au contexte de l'organisation |
| 25% | Mis en œuvre de manière évidente, mais ponctuellement ou par opportunités plutôt que de manière systématique ; et/ou pratique trop empirique sans gage de pérennité par rapport enjeux de RS et au contexte de l'organisation |
| 50% | Mis en œuvre méthodiquement et systématiquement dans tous les domaines et pour toutes les personnes concernées, avec un début d'évaluation a posteriori de la pertinence et de l'efficacité |
| 75% | Pertinent et mis en œuvre de manière méthodique et systématique; évalué et amélioré régulièrement et de manière factuelle sur la base de mesures et / ou de retour d'expérience |
| 100% | Mis en œuvre, évalué et amélioré méthodiquement et systématiquement, à partir des résultats obtenus et par comparaison avec les meilleures pratiques externes (benchmarking) |

Résultats

| | |
|-------------|--|
| 0% | Aucun résultat, information anecdotique ou indicateurs couvrant des champs / périmètres non pertinents par rapport aux enjeux |
| 25% | Des résultats sont partiellement collectés et reportés au gré d'indicateurs pertinents |
| 50% | Les tendances sont favorables et les cibles atteintes. Les indicateurs sont pertinents et les résultats sont segmentés de manière appropriée |
| 75% | Les cibles sont atteintes, des éléments de comparaison existent et les relations de causes à effet sont correctement établies |
| 100% | Toutes les comparaisons sont favorables par rapport aux organisations les plus performantes dans les différents domaines |

Les différents scores obtenus sont ensuite pondérés pour obtenir le score final selon le modèle AFAQ 26 000. En effet, la gouvernance étant le critère clef d'une démarche de responsabilité sociétale efficace et la mise en œuvre de bonnes pratiques étant essentielle à l'atteinte de résultats performants, le premier critère (Vision en termes de responsabilité sociétale et gouvernance) est surpondéré par rapport aux autres.

L'évaluation aboutit à une note sur 1 000 points qui permet à l'organisation de se situer sur l'un des 4 niveaux suivants :

- De 0 à 300 points : **initial**
- De 301 à 500 points : **progression**
- De 501 à 700 points : **confirmé**
- Plus de 701 points : **exemplaire**



La communication externe n'est autorisée qu'à partir du niveau « progression »

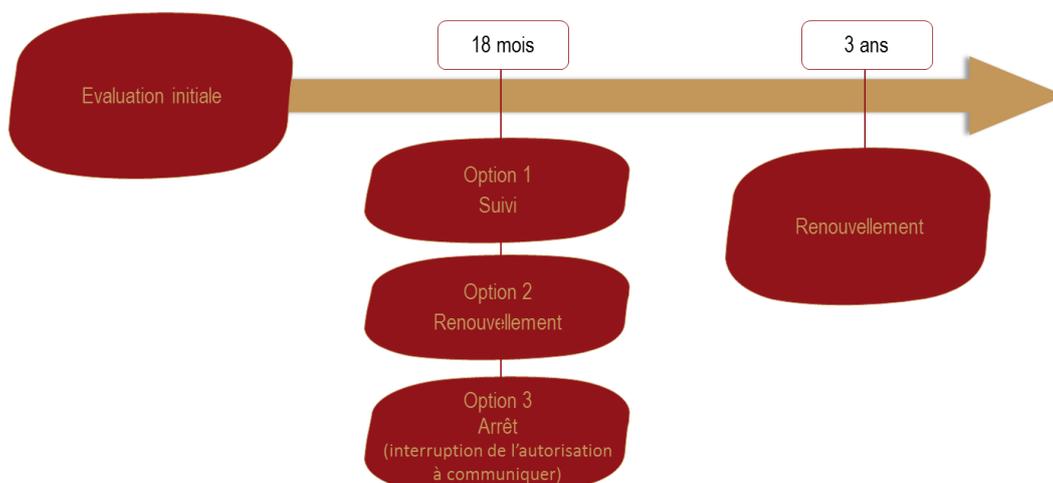
AFAQ 26000, un dispositif de reconnaissance valable 3 ans avec une évaluation de suivi intermédiaire

La reconnaissance AFAQ 26000 est valable 36 mois à compter de l'évaluation initiale. Le cycle de reconnaissance est souple et inclut des options : l'évaluation de suivi à 18 mois ou l'évaluation de renouvellement.

L'évaluation de suivi au bout de 18 mois est obligatoire afin de s'assurer que le niveau de maturité AFAQ 26000 constaté lors de l'évaluation initiale est toujours présent. Dans l'affirmative, la possibilité à communiquer 18 mois supplémentaires sur ce niveau est maintenue. Dans le cas contraire AFNOR Certification ne renouvelle pas la reconnaissance AFAQ 26000 ; seule une évaluation de renouvellement permettra d'établir précisément le nouveau niveau de maturité et l'éventuelle possibilité de communiquer.

Au bout de 36 mois, une évaluation de renouvellement doit être mise en œuvre pour initier un nouveau cycle. En effet, en 3 ans les contextes et les pratiques sur les nombreux thèmes que couvre la responsabilité sociétale auront forcément évolué, que ce soit en interne ou en externe. Une nouvelle évaluation est alors nécessaire pour établir le niveau de maturité.

L'évaluation de renouvellement peut, bien entendu, être mise en œuvre avant ces échéances, si elle répond à des finalités au service du projet de l'entreprise. Le choix d'une évaluation de suivi ou de renouvellement est effectué par l'organisation et dépend des objectifs de l'entreprise.



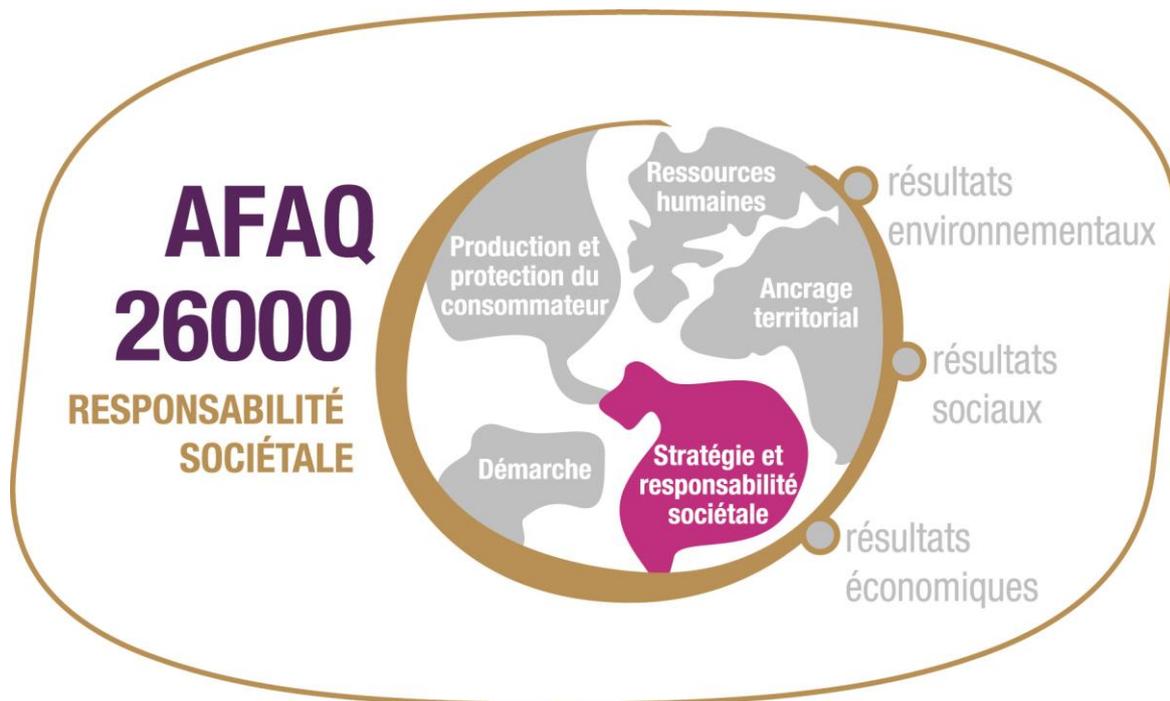
VOLET I PRATIQUES

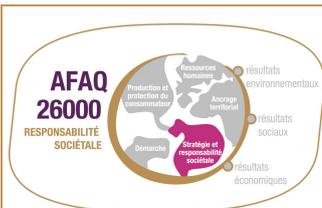
1. Vision en termes de Responsabilité Sociétale & Gouvernance

Il s'agit du **critère clé du modèle** d'évaluation AFAQ 26000. L'évaluateur cherche à **évaluer la vision, la stratégie et la gouvernance de la démarche de responsabilité sociétale de l'entreprise**, en cohérence avec les concepts essentiels de l'ISO 26000 (notamment, les 7 questions centrales et les 7 principes de la Responsabilité Sociétale).

Les 7 principes et les 7 questions centrales de la responsabilité sociétale établis par l'ISO 26000 ne constituent pas des sous-critères en tant que tels d'AFAQ 26000. Ils sont abordés de manière transverse au travers du modèle d'évaluation, qui les balaie de manière exhaustive et contextualisée.

En effet, ils sont transverses à toute démarche de RS. Par ailleurs, il est plus pédagogique, opérationnel et pragmatique, de disposer d'une grille d'analyse dont les clefs d'entrée sont constituées par les éléments qui structurent le fonctionnement de l'organisation, amenant ainsi à voir comment ce fonctionnement (à la fois stratégique et quotidien) permet d'intégrer les principes et questions centrales.

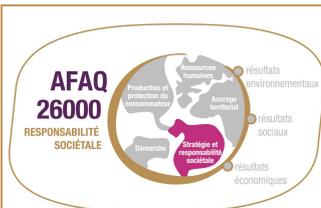




1.1 Réflexion globale sur l'activité

L'organisation mène une réflexion globale sur la contribution de ses activités au développement durable

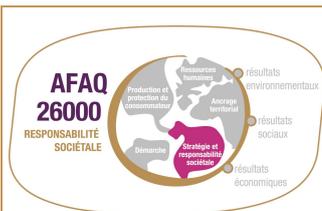
| | |
|--|---|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer l'existence d'une réflexion critique sur l'« utilité sociale » des activités de l'organisation, y compris la capacité à réorienter, voire modifier, les activités à moyen / long terme si elles sont antagoniques aux principes du développement durable, • Déterminer si l'organisation mène une réflexion claire et pertinente sur la manière dont la responsabilité sociétale interpelle son cœur de métier aujourd'hui mais aussi demain, • Évaluer la façon dont l'organisation intègre les résultats de ces analyses et réflexions dans ses décisions stratégiques, • Analyser les périmètres pris en compte par ces réflexions. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Développement d'une nouvelle culture interne intégrant le développement durable comme référence fondamentale pour tout nouveau développement de produit/service, • Présence des dirigeants lors de sessions rassemblant les parties prenantes permettant les échanges sur les sujets de fond, • Mise en place d'une méthodologie d'identification et de valorisation des coûts et bénéfices cachés, • Rapport social et environnemental validé par un tiers de confiance, • Contribution à différentes réflexions sur la RSE. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Réflexion globale sur l'activité à travers des initiatives sectorielles: le Manifeste pour une communication plus responsable, la charte d'engagement Com'Avenir, les travaux sur la normalisation sectorielle ISO 26000... |



1.2 Dialogue avec les parties prenantes

L'organisation identifie ses parties prenantes et dialogue avec elles afin d'identifier leurs intérêts au regard du développement durable.

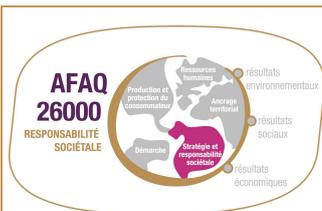
| | |
|--|--|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer la pertinence, l'étendue et le systématisme de l'identification des parties prenantes, • Évaluer les modalités et processus de détermination des attentes des parties prenantes et notamment la prise en compte de la complexité inhérente à cet exercice, • Évaluer la mise en place d'un dialogue avec les parties prenantes afin d'identifier dans le temps leurs attentes, leurs intérêts et les stratégies gagnant/gagnant qui peuvent être développées. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Créer de nouveaux canaux de dialogue permettant d'échanger avec les parties prenantes sur les enjeux de la RS, • Approche managériale participative, implication des salariés lors des décisions, • Cartographie de ses parties prenantes, suivi de leurs attentes en termes de RS, • Partenariat avec certaines parties prenantes sur des projets RS, • Journées avec certaines parties prenantes pour échanger sur la démarche RS, • Le dialogue avec les parties prenantes fait évoluer les positions et les projets de l'organisation de communication. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • La cartographie des parties prenantes s'appuie sur celle établie dans le cadre du guide FD X30-028 : « Responsabilité sociétale - Guide d'utilisation de l'ISO 26000 pour le secteur de la communication ». |



1.3 Identification de la sphère d'influence

L'organisation identifie, parmi l'ensemble de ses parties prenantes, celles qui constituent sa sphère d'influence

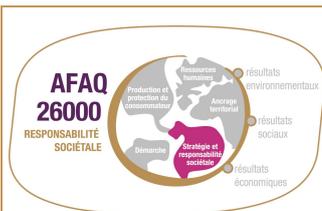
| | |
|--|--|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer la capacité de l'organisation à identifier sa sphère d'influence de manière pertinente et exhaustive, • Évaluer la capacité de l'organisation à déterminer quels acteurs ont une vision, des valeurs, des enjeux communs aux siens, et quels acteurs ont des intérêts divergents, • Évaluer la mise en œuvre de l'influence de l'organisation au service d'un développement durable. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Mettre en place une organisation en vue de participer aux réunions décisionnelles (lois, normes, associations de consommateurs...), • Participer à l'élaboration des lois, normes... • Partenariat avec certaines parties prenantes de la sphère d'influence sur des projets RS, • Journées pour échanger sur la démarche RS avec les membres de la sphère d'influence, • Méthodologie d'analyse du cycle de vie des projets mise en place pour déterminer la sphère d'impacts et d'influence de l'organisation. • L'identification de la sphère d'influence s'appuie sur l'utilisation de méthode reconnue, XP 30-029 : Méthodologie d'identification des domaines d'action pertinents et importants de la responsabilité sociétale pour une organisation. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Sphère d'influence élargie : prise en compte de la responsabilité sectorielle spécifique vis-à-vis de la société civile et des populations vulnérables au-delà des clients directs. |



1.4 Analyse des questions centrales

L'organisation analyse les implications des 7 questions centrales de l'ISO 26000, et des domaines d'actions associés, pour l'ensemble de ses activités. Les 7 questions centrales sont : la gouvernance de l'organisation, les droits de l'Homme, les relations et conditions de travail, l'environnement, la loyauté des pratiques, les questions relatives aux consommateurs, le développement et les communautés locales.

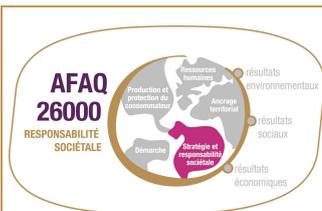
| | |
|--|---|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer la capacité de l'organisation à analyser systématiquement et de manière pertinente, les implications des 7 questions centrales pour chaque activité de l'organisation, • Évaluer la façon d'aborder cette question sous l'angle des « activités », « métiers », « processus », « sites / implantations » (locales / internationales...), selon que cela est pertinent, pour identifier au mieux les questions qui revêtent des enjeux de RS, • Déterminer si l'organisation est en capacité de spécifier les pratiques de RS qu'elle déploie ou qu'elle pourrait mettre en place en lien avec chaque question centrale, • Identifier dans quelle mesure cette analyse est collégiale et « authentique » (appropriée et partagée, y compris par le management intermédiaire, les opérateurs... à l'inverse par exemple d'une analyse réalisée en externe qui n'impacterait pas réellement les réflexions et décisions de l'organisation). |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Recours à et/ou mise à jour de diagnostics et analyses existants dans l'organisation, au regard de l'ISO 26000 et d'autres textes de référence sur le développement durable (Agenda 21 de Rio, conventions de l'OMC, Global Compact des Nations Unies...), afin de rendre cette analyse la plus pertinente et constructive possible, • Ouverture et/ou validation de l'analyse en intégrant des parties prenantes externes. • Intégration des questions centrales dans la stratégie de l'organisation. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Prise en compte du guide issu de la commission sur l'ISO 26000 pour le secteur de la communication : FD X30-028 : Responsabilité sociétale – Guide d'utilisation de l'ISO 26000 pour le secteur de la communication. |



1.5 Hiérarchisation des enjeux

L'organisation hiérarchise ses enjeux en termes de RS, en s'appuyant sur les 7 questions centrales et sur le dialogue avec ses parties prenantes.

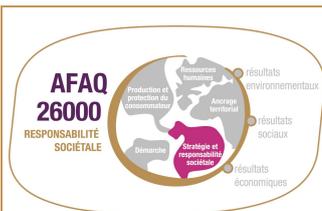
| | |
|--|---|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer la méthode d'identification des principaux impacts de l'organisation, • Évaluer le champ des éléments concernés par la méthode d'identification, • Évaluer l'étendue géographique, temporelle des principaux impacts identifiés ainsi que leurs conséquences éthiques. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Utilisation d'une méthode systématique et exhaustive pour déterminer les principaux enjeux (exemple FD X30-029 : Responsabilité sociétale - Déterminer la priorité des domaines d'action de l'ISO 26000), • Utilisation d'une méthodologie d'analyse de risques touchant aux trois piliers du développement durable (environnement, économie, social), • Identification des principaux enjeux grâce à un groupe projet et selon une approche pluridisciplinaire, contradictoire et consensuelle, • Échanges avec les parties prenantes pour la hiérarchisation des enjeux. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Prise en compte du guide issu de la commission sur l'ISO 26000 pour le secteur de la communication : FD X30-028 : Responsabilité sociétale – Guide d'utilisation de l'ISO 26000 pour le secteur de la communication. |



1.6 Gouvernance et prise de décisions

Les processus de prise de décision de l'organisation intègrent la transparence, un comportement éthique, le respect des intérêts des parties prenantes et le principe de légalité. Ils intègrent également l'obligation de vigilance quant aux actions de responsabilité sociétale.

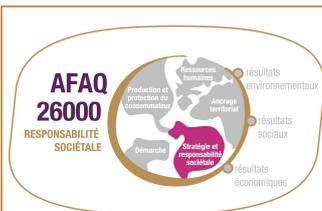
| | |
|--|--|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer si les processus de décision vis-à-vis des parties prenantes internes et externes sont transparents, • Évaluer la capacité de l'organisation interne à détecter, mettre à l'ordre du jour et suivre les sujets de responsabilité sociétale et de développement durable, • Évaluer la présence et l'efficacité de dispositifs de vigilance (permettant d'identifier et d'éviter les impacts négatifs des décisions et activités sur tout le cycle de vie des projets, des activités et des produits), • Évaluer les dispositions de l'organisation pour assurer le bon fonctionnement de son organisation. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Transparence sur le mode de fonctionnement de l'entreprise sur l'éthique, les valeurs et la stratégie vis-à-vis des tiers, • Mise en place d'une cellule dédiée à la concertation notamment sur des enjeux délicats ou prêtant à controverse, • Mise en place d'un système de veille élargie (marché / société) pour pouvoir identifier de nouvelles parties prenantes et de nouvelles attentes, • Participation au CODIR de certaines parties prenantes les plus importantes, • Développement de partenariats avec les parties prenantes, • Participation des collaborateurs à des organes de décision, • Mise en place d'un comité éthique pour se positionner sur certains projets. |



1.7 Loyauté des pratiques

L'organisation applique une conduite éthique à ses transactions avec ses parties prenantes (bonnes pratiques des affaires...). La loyauté des pratiques inclut la concurrence loyale, la promotion de la RS, l'obligation de vigilance, la prévention de la complicité et la lutte contre la corruption.

| | |
|--|--|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Déterminer si l'organisation identifie les risques liés à ses activités en termes de conduite éthique et de loyauté des pratiques, • Évaluer les pratiques, les outils de prévention et de suivi de l'organisation qui assurent la loyauté de sa conduite dans la mise en œuvre de ses activités, • Évaluer les pratiques en matière de respect de la propriété intellectuelle (brevets, droits d'auteur, droits d'image...), • Déterminer si l'entreprise a mis en place un dispositif pour sélectionner ses clients/campagnes au regard de critères éthiques et de sa démarche RS. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Veille réglementaire continue. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Connaître et s'inspirer des codes et engagements professionnels de la filière communication, • Respect de la propriété de la création entre agences, annonceurs, • S'interroger lors de l'achat de mots clés correspondant à des marques concurrentes ou tierces, hors cadre contractuel, des conséquences vis-à-vis du respect du droit des marques et de détournement éventuel des consommateurs, • Respecter les réglementations en vigueur (Loi Evin...), • Vigilance quant aux modes de diffusion (spam, mailing, origine des fichiers, identification de l'émetteur...), • Refuser les campagnes fausses promesses, • Transparence sur les activités de l'agence, • Pas d'abus de position dominante vis-à-vis des free-lances. |



1.8 Vision et leadership

Les dirigeants portent et font partager à l’ensemble de l’organisation, ainsi qu’à leur sphère d’influence, leur vision de ce que signifie la RS au regard des caractéristiques de l’entreprise. Ils font preuve de leadership quant aux 7 principes de l’ISO 26000. Les 7 principes sont : Redevabilité, Transparence, Comportement éthique, Reconnaissance des intérêts des parties prenantes, Respect du principe de légalité, Prise en compte des normes internationales de comportement, Respect des droits de l’Homme.

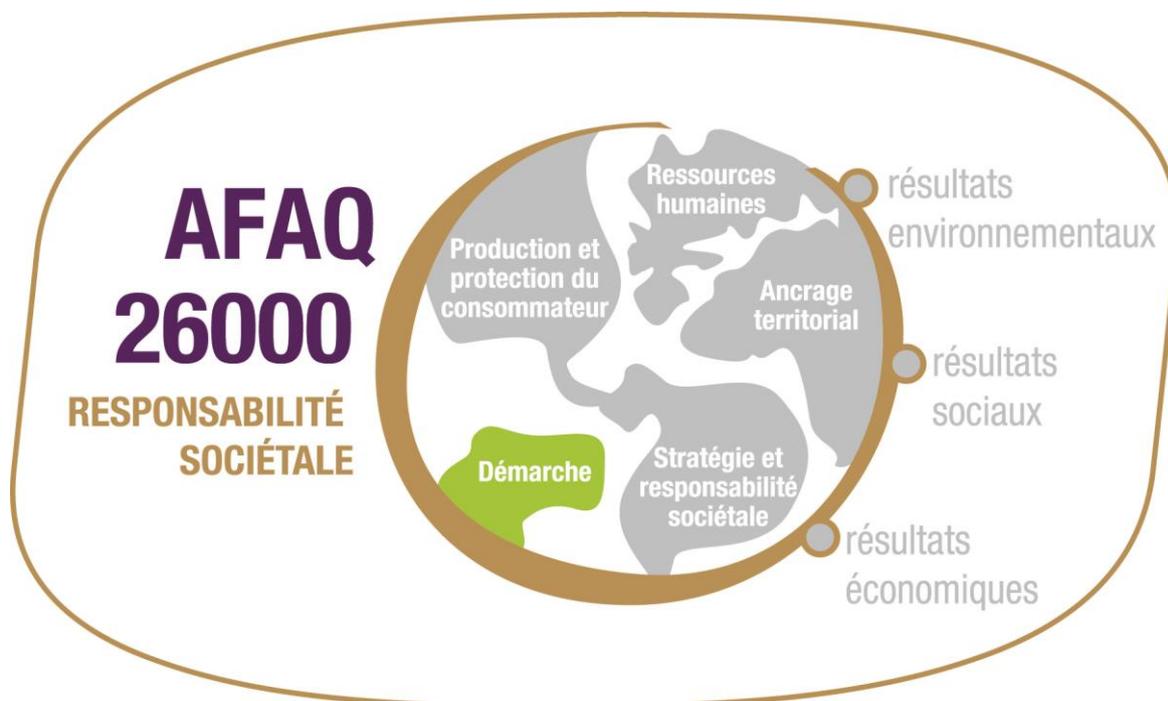
| | |
|--|---|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer comment les dirigeants définissent leur vision et sur quelles données d’entrée ils se basent, • Déterminer la façon de communiquer des dirigeants sur leur vision à l’ensemble de l’organisation et aux parties prenantes, • Analyser la mise en œuvre de la vision des dirigeants sur le thème de la RS |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Exemplarité des dirigeants en matière de développement durable (comportement, compétences, expérience, implication personnelle...), • Présence des dirigeants lors de sessions avec les parties prenantes, • Diffusion des bonnes pratiques observées, • Promotion de la RS au sein de ses parties prenantes, • S’inscrire dans une logique de reconnaissance par un tiers (concours, prix...) de la politique RS mise en place par l’organisation, • Intégration de la RS dans les activités annexes de l’organisation. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Participer aux réseaux en matière de communication et de RSE : APACOM, ACIDD, Adwiser, Association pour une communication plus responsable... |

2. Intégration de la responsabilité sociétale et communication

Il s'agit d'analyser comment la stratégie de RS (et la/les politique(s) associée(s)...) est supportée par des processus (formalisés ou non) qui permettent son déploiement effectif au sein de l'entreprise, afin notamment d'atteindre les objectifs associés.

Il s'agit, par le biais de ce critère, d'évaluer comment le management de l'organisation permet de traduire en actes l'intégration des principes de développement durable au quotidien.

L'évaluateur détermine si l'intégration des principes de développement durable concerne toutes les activités / tous les processus de l'entreprise, dans une perspective d'amélioration continue.





2.1 Déclinaison de la stratégie

La stratégie, intégrant les principaux enjeux de RS, est déclinée en politiques et en objectifs.

| | |
|--|---|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Analyser la réflexion que l’organisation a menée sur la contribution de ses activités au développement durable, • S’assurer de l’existence d’une politique de développement durable, formalisée, communiquée et comprise par les collaborateurs, • Rechercher comment les responsables transforment la politique en objectifs et la déclinent en plan d’actions, • S’assurer de la cohérence et de la complémentarité entre la politique définie et les principaux enjeux, comprenant également des éléments relatifs aux attentes des parties prenantes, • S’assurer de la cohérence et de la complémentarité entre les objectifs et les enjeux significatifs déterminés. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Planification et hiérarchisation des principaux enjeux de l’organisation, • La politique et les objectifs sont connus et compris par l’ensemble des salariés, • La politique recouvre l’ensemble des champs du développement durable (économique, social, environnemental) et reprend les 7 principes de l’ISO 26000, • Analyse des objectifs fixés par la dite politique au regard des principaux enjeux de responsabilité sociétale de l’organisation, • Les parties prenantes sont intégrées au processus de réflexion pour la définition de la politique et des objectifs RS de l’organisation, • La stratégie de développement commercial est en accord avec la stratégie RS. |



2.2 Identification des rôles et responsabilités

Une organisation claire est définie et les collaborateurs sont mis en capacité de déployer la stratégie et la politique RS.

| | |
|--|--|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Analyser la façon dont les responsables mettent en œuvre la politique et facilitent son déploiement (dont l'attribution des moyens techniques, humains, financiers, organisationnels...), • Rechercher comment les responsables identifient les processus clés et/ou stratégiques et leurs contributions aux objectifs définis dans la stratégie RS, • Analyser le déploiement de la stratégie de responsabilité sociale au sein des collaborateurs. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • L'évolution de l'atteinte éventuelle des objectifs par les collaborateurs fait l'objet d'un suivi / reporting régulier par les dirigeants, • Les dirigeants se réunissent régulièrement pour examiner le déploiement de la politique (efficacité de l'organisation), • Poste à temps plein pour déployer la stratégie RS de l'organisation. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Recrutement de profil hybride conception/réalisation • Mise en place de tandem pour le déploiement de la démarche de responsabilité sociale. |



2.3 Intégration de la responsabilité sociétale dans le système de management

L'organisation améliore en continu l'intégration de la RS dans ses pratiques, procédures, systèmes et activités.

| | |
|--|--|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> Analyser comment l'organisation assure la prise en compte de ses enjeux de responsabilité sociétale dans l'ensemble de ses pratiques, procédures, systèmes, activités, Analyser comment l'entreprise identifie et conçoit les processus qui lui permettent d'apporter de la valeur ajoutée à ses parties prenantes dans une perspective de développement durable, Analyser comment le système est évalué et amélioré, Analyser le déploiement de la politique et la réalisation des objectifs, mode de fonctionnement permettant d'intégrer les objectifs et indicateurs. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> Définir des indicateurs représentatifs des besoins exprimés par les parties prenantes et reliés aux objectifs de l'organisation, Déployer la RS dans tous les compartiments (RH, SI, DAF,) et dans toutes les activités de l'organisation, l'organisation fait une analyse entre les différents projets pour identifier, répliquer et améliorer les pratiques pertinentes en y intégrant les parties prenantes concernées, Valorisation des succès, petits et grands avec leurs impacts et leviers sur les 3 piliers du développement durable, Évaluation de la perception de l'organisation vis-à-vis de la responsabilité sociétale par ses parties prenantes (indicateurs, interviews...). |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> Collaborer avec ses confrères sur la promotion d'une communication responsable. Benchmark auprès d'autres professionnels de la communication sur le thème du développement durable et de la communication responsable. Proposition d'une offre intégrée : conception / réalisation / installation qui permet d'avoir une maîtrise des impacts transverses. |



2.4 Veille réglementaire

L'organisation effectue une veille réglementaire et s'assure de l'application de la réglementation dans ses différentes activités.

| | |
|--|---|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Déterminer si l'organisation fait une veille, au vrai sens du terme, c'est-à-dire en anticipant les textes, • Analyser le processus de suivi de la réglementation, • Regarder le champ/périmètre de la veille, • Évaluer comment sont traitées, prises en compte et partagées les données de la veille par l'organisation, • S'assurer que l'organisation évalue sa conformité réglementaire au regard de son fonctionnement et de ses activités. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Anticipation de la réglementation, • Participation à des réseaux organisés de veille réglementaire, aux travaux normatifs... |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • S'empêcher de diffuser des campagnes ne respectant pas la réglementation. • Inscription et participation aux cellules et organes de partage d'information sectoriels (AACC, UDA, Adviser, ARPP, PESI, Acidd, APACOM...). |



2.5 Veille technologique, concurrentielle et sur les bonnes pratiques

L'organisation suit l'évolution du marché (veille technologique et concurrentielle) et effectue une veille sur les bonnes pratiques de RS.

| | |
|--|--|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Déterminer si l'organisation a mis en place une veille technologique, concurrentielle et sur les bonnes pratiques, • Analyser les processus de collecte des bonnes pratiques qu'elles soient économiques, sociales ou environnementales, • Déterminer si la veille mise en place par l'organisation est proactive et anticipe les évolutions. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Participation à un réseau d'organisations sur le sujet du développement durable, • Groupes de travail thématiques en interne afin d'optimiser par métiers / activités la collecte de bonnes pratiques en matière de développement durable, • Participation à des programmes de recherche ou des focus groupes clients afin de déterminer l'évolution du marché. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Veille sur les approches de communication innovantes et respectant des critères RS, • Inscription et participation aux cellules et organes de partage d'information sectoriels (AACC, UDA, Adwiser, ARPP, PESI, Acidd, APACOM...), • Recueil des informations pertinentes en matière de RS liées aux projets et aux consultations auxquelles l'agence participe. |



2.6 Gestion des informations et données

Les informations et les données concernant les produits, les activités et/ou le système sont analysées et exploitées.

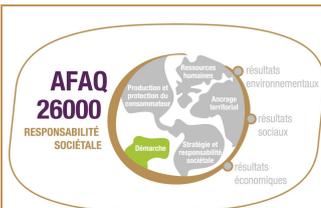
| | |
|--|---|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Déterminer si l’organisation analyse les informations et les données concernant les produits, les activités et/ou son système, • Évaluer la gouvernance mise en place par l’organisation pour analyser ces informations et ces données, • Évaluer les moyens mis en place par l’organisation pour la protection des données et la protection de la vie privée des consommateurs, • Identifier les dispositifs mis en place par l’organisation pour l’acquisition, la protection, l’exploitation et la confidentialité des données. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Analyse et gestion des risques en termes d’utilisation de données, • S’appuyer sur une exploitation à moyen et long terme des données (permettant d’avoir des tendances), • Engagement volontaire réaffirmant le respect de la vie privée inscrit dans la loi. • Mise en place de mailing lists ou d’un intranet pour l’échange d’informations en interne sur la responsabilité sociétale. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Sensibiliser et former les collaborateurs à être vigilants sur le respect de la confidentialité des données personnelles et des données d’autrui (droit à l’image, droit à l’oubli...), • Bonnes pratiques sectorielles sur l’utilisation des données et charte d’engagement sur l’utilisation des données privées, • Protection des données, sauvegardes...non vendables. |



2.7 Communication interne

La communication interne (ascendante, descendante et transverse) permet le partage de l'information.

| | |
|--|---|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer les méthodes utilisées pour cibler la communication, définir le mode de diffusion et sélectionner les canaux de diffusion les plus pertinents au sein de l’organisation, • Décrire les méthodes d’écoute du personnel afin de capter leurs attentes en matière de communication, • Déterminer si la communication interne intègre de manière pertinente les enjeux et les pratiques de RS de l’organisation, • Évaluer les modalités de communication interne et si elles permettent le partage de l’information de manière ascendante, descendante et transverse. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Existence d’une méthodologie formalisée de communication interne, • Réalisation d’un rapport/note interne développement durable (fiable, compréhensible, représentatif et pertinent) en s’appuyant sur la participation du personnel et accessible aux collaborateurs, • S’inspirer des principes directeurs de la GRI pour la rédaction et la diffusion des informations financières et extra financières présentes dans le rapport/note développement durable. • Organisation de séminaires et de rencontres plusieurs fois par an avec des intervenants externes sur le thème du développement durable. |



2.8 Communication externe

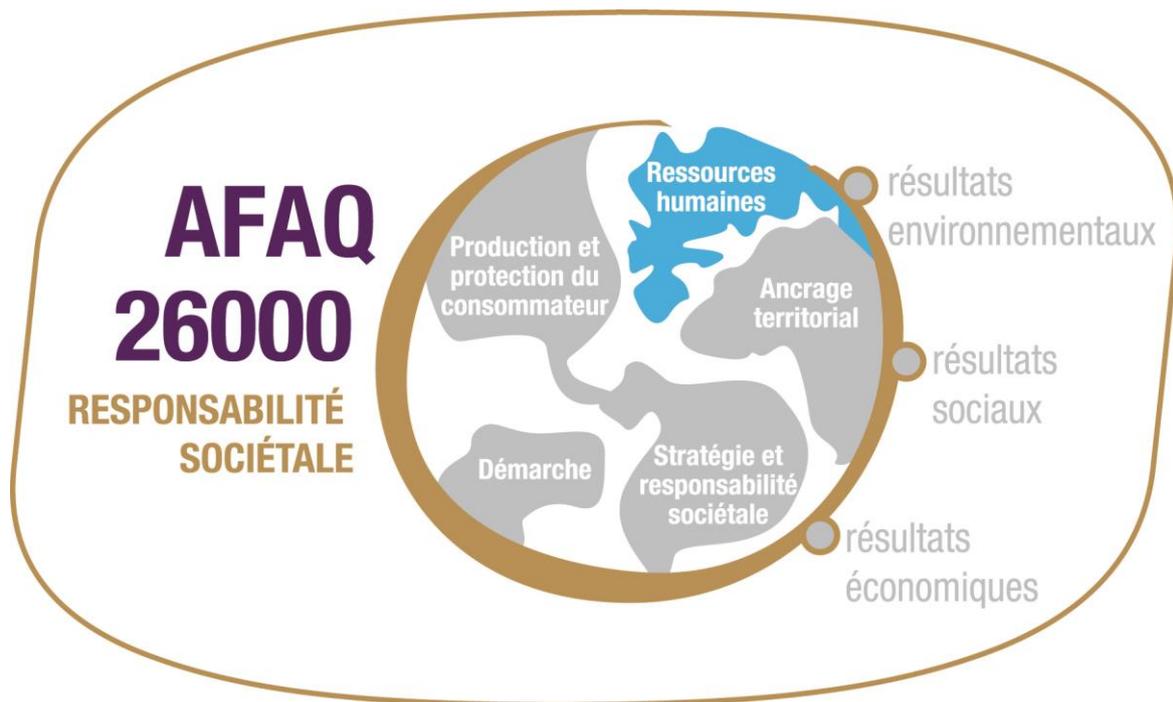
La communication externe permet de répondre de façon appropriée et pertinente aux besoins d'information des parties prenantes.

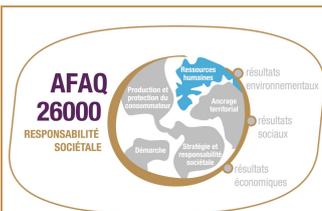
| | |
|--|---|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer les méthodes utilisées pour cibler la communication, définir le mode de diffusion et sélectionner les canaux de diffusion les plus pertinents auprès des parties prenantes, • Décrire les méthodes d'écoute des parties prenantes externes afin de capter leurs attentes en matière de communication, • Déterminer si la communication externe intègre de manière pertinente les enjeux et les pratiques de RS de l'organisation. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Mise en place d'un groupe de travail avec les parties prenantes externes afin d'échanger sur les choix de supports de communication et en particulier le rapport / note développement durable, • Existence, accessibilité et communication d'une politique présentant et expliquant les engagements responsabilité sociétale de l'organisation, • Réalisation de projets avec les parties prenantes dans le domaine du développement durable, • Rapport / Tableau de bord / note DD mis en ligne, • Vérification du rapport / tableau de bord / note DD par tierce partie. • Compensation carbone des sites. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Audit des pratiques de communication par tierce partie, • Diffuser les bonnes pratiques le plus largement possible, • Accessibilité de l'information produite, • Proportionner l'image sociale d'une marque organisation produit/service en fonction de son degré de maturité sur les enjeux, • Répondre aux sollicitations des parties prenantes sur le thème de la RS, • Communication externe essentiellement dématérialisée : site internet, blog, réseaux sociaux, vidéo sociale... |

3. Ressources humaines, relations et conditions de travail

Mieux gérer les ressources humaines au service de la stratégie de l'agence et mettre en place des actions afin de stimuler les hommes et les femmes, sont des facteurs clés de réussite d'une organisation. La responsabilité sociétale met les hommes et les femmes au centre de ses préoccupations, et prend aussi acte que le déploiement de pratiques responsables est conditionné en retour par l'implication de ce dernier.

Les pratiques en matière de management des ressources humaines concernent bien évidemment la gestion des compétences, l'implication, la reconnaissance et le bien-être du personnel, sans oublier les relations sociales, éléments que l'évaluation doit permettre de mettre en évidence, dans une perspective de responsabilité sociétale. Les aspects de santé (physique mais aussi mentale) et de Sécurité sont évidemment aussi au cœur des préoccupations.

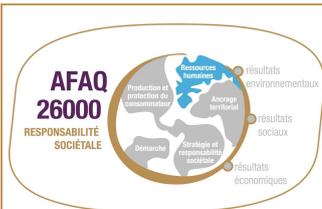




3.1 Ressources humaines et stratégie RS

Les prévisions et les plans relatifs aux ressources humaines assurent l'adéquation des ressources humaines de l'organisation avec sa stratégie RS.

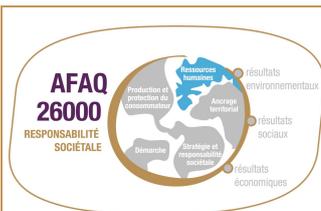
| | |
|--|---|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer la cohérence des prévisions et des plans relatifs aux ressources humaines de l'organisation avec sa stratégie RS, • Déterminer les liens entre RS et RH de l'organisation. Est-ce qu'un dialogue interne existe avec les collaborateurs et d'autres parties prenantes ? • Évaluer si les prévisions et les plans ressources de l'organisation sont proactifs et en relation avec la RS. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • La DRH est co-acteur de l'élaboration de la stratégie d'organisation avec la direction générale, • Les plans RH intègrent les besoins exprimés par les collaborateurs et les parties prenantes au travers d'un comité RH, par exemple, • Les plans RH sont envisagés à moyen/long terme, • Attribuer et répartir des responsabilités claires pour porter la RS au sein de l'organisation. • |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Avoir une démarche structurée et responsable en matière de Ressources Humaines et relations de travail y compris vis-à-vis des free-lances et des stagiaires. • L'agence se benchmark sur sa politique RH à travers des conseils et la participation à des clubs comme Entreprises Humaines. |



3.2 RS, formation et compétences

La formation et la montée en compétences des collaborateurs, concernant les principes généraux de la RS et les impacts RS de l'organisation, sont assurées.

| | |
|--|---|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Déterminer si l'organisation assure la sensibilisation / formation des collaborateurs sur le développement durable et les principes généraux de la RS, • Déterminer si l'organisation assure la sensibilisation / formation des collaborateurs en ce qui concerne ses enjeux spécifiques de responsabilité sociale, • Déterminer si l'organisation assure la formation et la montée en compétences des collaborateurs sur la maîtrise des enjeux spécifiques de RS. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Existence d'une cartographie des compétences en lien avec le développement durable (internes et externes), • Formation / sensibilisation des managers et des collaborateurs aux bonnes pratiques de la RS et du développement durable, • Existence d'un plan de formation spécifique sur les enjeux RS, • Organisation de séminaires orientés RS pour les salariés. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Formation des managers et des collaborateurs à la communication responsable (éco-socio-conception...). |



3.3 Implication du personnel vis-à-vis de la stratégie RS

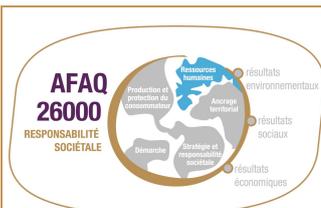
Le personnel est impliqué, responsabilisé et reconnu vis-à-vis de l'atteinte des objectifs de RS.

Exemples de points à traiter/évaluer

- Déterminer si l'organisation s'assure de la prise de conscience des collaborateurs quant à leurs impacts sur la maîtrise des enjeux de la RS de l'organisation,
- Évaluer les dispositions prises pour pérenniser l'implication et l'engagement du personnel en ce qui concerne le développement durable au sein de l'organisation,
- Déterminer si le personnel est responsabilisé et reconnu vis-à-vis de l'atteinte des objectifs de RS de l'organisation.

Exemples de bonnes pratiques

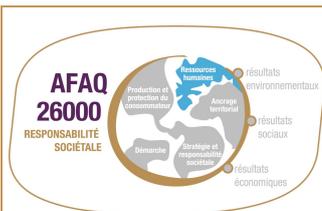
- Prise en compte des avis formels et/ou informels des collaborateurs dans la définition de la stratégie,
- Système de gouvernance globale autrement dit implication de tous dans la prise de décision, la conduite de projet et le fonctionnement quotidien,
- Déclinaison des objectifs RS en objectifs individuels, point RS dans l'évaluation annuelle,
- Intégrer des critères RS dans la fiche de poste,
- Prise en compte et encouragement des initiatives personnelles vis-à-vis de l'atteinte des objectifs de RS,
- Implication de l'organisation pour encourager les bonnes pratiques quotidiennes (transports, restauration...),
- Mise en place d'un concours interne pour récompenser les meilleures initiatives personnelles,
- Mise en place de relais au sein des équipes sur le sujet de la RS pour promouvoir la démarche auprès des autres salariés.



3.4 Gestion des RH en cohérence avec les principes RS

Les ressources humaines sont gérées en tenant compte des diversités culturelles et sociales et en respectant l'équité et les droits de l'Homme à tous les niveaux.

| | |
|--|--|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer le respect des droits de l'Homme et de l'équité dans la gestion des RH ainsi que de la prise en compte des diversités culturelles et sociales, • Déterminer si l'organisation applique les principes de la RS à la gestion des RH, • Évaluer si la mise en œuvre d'une gestion des ressources humaines est respectueuse des principes de RS (approche participative interne...), • Évaluer la politique RH de l'organisation vis-à-vis des stagiaires et des séniors. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • CV anonyme, • Vigilance à l'égard des calendriers religieux, des pratiques alimentaires, • Information, sensibilisation des collaborateurs aux différences culturelles et religieuses, • Encourager la mobilité des groupes vulnérables, • Faciliter l'emploi et le maintien des personnes en situation de handicap et veiller à l'adéquation des postes et conditions de travail, • S'engager une fois par an à mener une action de défense des droits de l'Homme ou des enfants, • Signature de la Charte Diversité. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Gestion et départ des séniors : mise en place d'un plan sénior, • Engagement formel de l'agence sur l'aménagement du temps de travail, • Connaissances / formation sur les droits de l'homme et intégration des grands principes de l'OIT par l'organisation, • Ne pas systématiser le recours à des stagiaires pour un travail récurrent, • Nombre de stagiaires limité à 15% de l'effectif total. |



3.5 Motivation et développement des RH

La gestion des ressources humaines permet la motivation et la reconnaissance du personnel ainsi que le développement des compétences et des carrières.

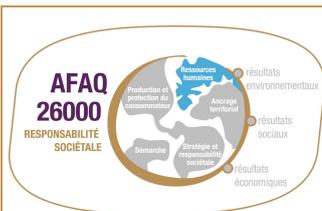
| | |
|--|---|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Analyser les dispositifs mis en place par l'organisation pour permettre le développement des carrières et des compétences, • Analyser les moyens de reconnaissance et de motivation des collaborateurs mis en place par l'organisation, • Rechercher comment le bien-être du personnel (motivation, reconnaissance...) est préservé en cohérence avec la politique de l'organisation, • Rechercher comment les objectifs de l'organisation sont déclinés en objectifs individuels ou collectifs et comment sont évalués les résultats. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluation et conservation des compétences stratégiques, • Élaboration et déploiement des compétences du personnel pour le futur (GPEC...), • Existence d'un processus de tutorat pour le transfert des savoirs et la capitalisation des connaissances, • Recueil des attentes des collaborateurs dans les critères de qualification et de mérite, • Existence d'une grille d'évaluation formalisée pour une évaluation périodique, • Communication transparente des modes de reconnaissance appliqués et des critères d'appréciation. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Favoriser les relations inter agences pour accroître les options de mobilité (stage/emploi, âge, connaissance métier, échanges...), • Développer des opportunités de carrière et de participation (par exemple capitalistique) au devenir de l'agence. |



3.6 Dialogue social

Les relations sociales sont fondées sur le dialogue avec les instances représentatives du personnel et développées grâce à des modalités de concertation entre employeurs et employés.

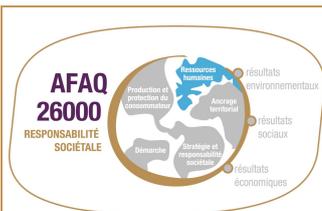
| | |
|--|---|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Analyser les modalités du dialogue social au sein de l’organisation, • Déterminer les mécanismes de consultation voire de concertation des instances représentatives du personnel, • Déterminer les sujets sur lesquels porte le dialogue social au sein de l’organisation, • S’assurer que l’organisation favorise le dialogue social au sein de l’organisation. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Les recommandations des instances représentatives du personnel sont prises en compte, • La politique sociale est concertée et co-construite. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Développer une démarche volontaire pour animer la consultation sociale interne, même quand la loi n’y force pas (petites structures), • Mise en place de chartes internes (ex. : reconnaissant la liberté d’association et les engagements volontaires...), • Reconnaissance des activités liées à la représentation des intérêts des salariés (donc du temps à y consacrer). |



3.7 Gestion de la santé et de sécurité au travail

L'organisation gère les aspects de santé et de sécurité au travail, incluant la prévention des risques, auprès de l'ensemble des salariés et des personnes intervenant dans le cadre de ses activités.

| | |
|--|--|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Analyser les données d'entrée de la politique SST de l'organisation, • Déterminer le périmètre couvert par la politique SST de l'organisation, • Déterminer les principaux impacts sur la santé des activités menées par l'organisation et évaluer les dispositifs mis en place pour leur prise en compte. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Encourager un engagement / des actions en faveur du bien-être au travail et du droit universel à la santé, • Campagne de sensibilisation et de prévention et de dépistage, accompagnement, avec la médecine du travail, • Travailler dans une approche intégrant les parties prenantes afin de déceler les problématiques liées à la qualité de vie au travail et trouver des solutions d'amélioration qui répondent aux attentes et besoins des salariés ou collaborateurs, • Disposer d'un document unique d'évaluation des risques réalisé en collaboration avec les collaborateurs et la médecine du travail, • Une formation sur les premiers secours a été dispensée aux salariés de l'agence. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Travail avec des ergonomes et la médecine du travail sur la conception des postes de travail, • Extension de la politique de prévention et de prévoyance aux collaborateurs non permanents, • Le stress est limité par les choix organisationnels de l'agence : limitation des charrettes, équilibre vie privée-vie professionnelle, pas de part variable dans la rémunération des commerciaux. • Des aliments sains et des fruits sont proposés dans l'agence. |



3.8 Conditions de travail et relation au travail

L'organisation assure à l'ensemble des salariés, et des personnes intervenant dans le cadre de ses activités, de bonnes conditions de travail, notamment en termes de rémunération, d'horaires et d'équilibre vie professionnelle / vie privée et de relation des individus à leur travail.

| | |
|--|---|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Déterminer si l'organisation intègre les données d'entrée (analyses, diagnostics, dialogue...) dans la réflexion sur les conditions de travail au sens large, • Déterminer les sujets pertinents pour favoriser les bonnes conditions de travail au sein de l'organisation, • Évaluer les politiques, pratiques, dispositifs qui visent à favoriser un bon équilibre entre vie pro et vie privée. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Élaborer une politique de compensation transparente en cas de dépassement des temps de travail, en fonction du contrat de travail, • Formation des managers à l'identification du harcèlement, aux risques associés et aux mesures de prévention, • Mise en place d'une conciergerie d'entreprise. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Charte ou accord sur le respect du temps de travail légal et décent, • Mise en place d'une charte de bonne utilisation des outils de communication (mail, téléphone...), • Lutter contre le travail systématique masqué (poursuite du travail à domicile), • Gestion des plannings : anticipation des délais de réalisation des contrats pour les collaborateurs, free-lances, stagiaires... |

4. Modes de production, de consommation durables et questions relatives aux consommateurs

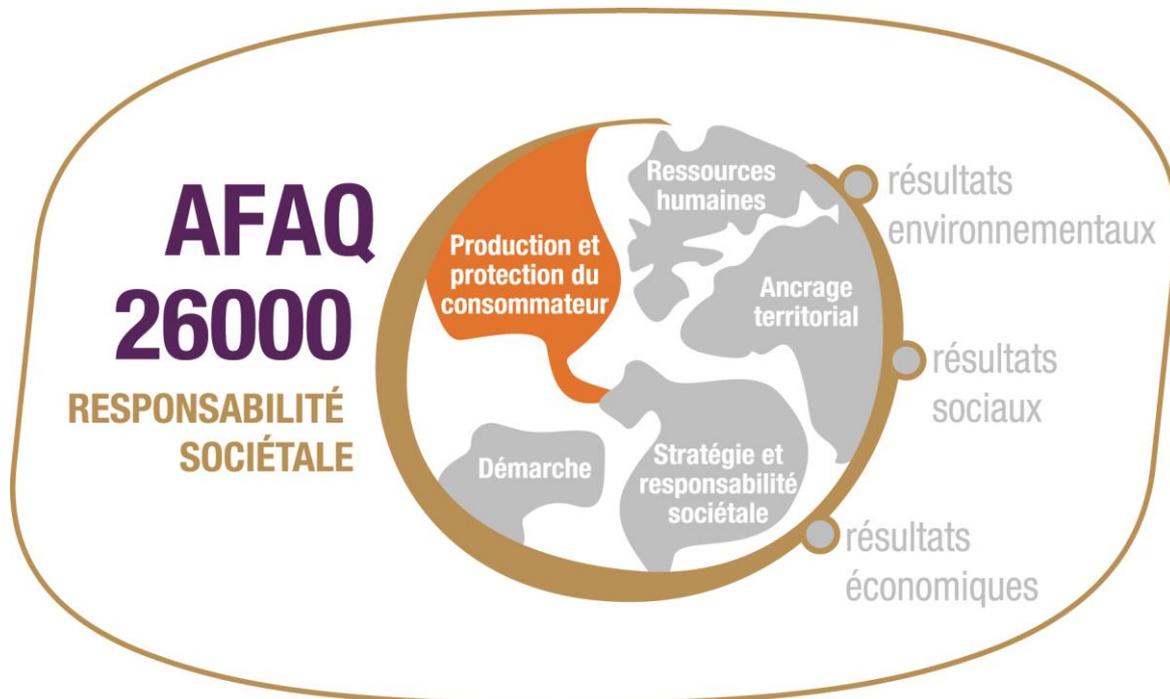
Il s'agit d'une des approches majeures en matière de développement durable. En effet, l'intégration des principes de développement durable au sein d'une organisation est nécessairement étroitement liée à deux aspects fondamentaux : d'une part, son secteur d'activité (et donc ses modes de production et de consommation) et d'autre part, son ou ses implantation(s) géographique(s) (envisagées plus loin sous l'angle de l'ancrage territorial et de la contribution au développement local).

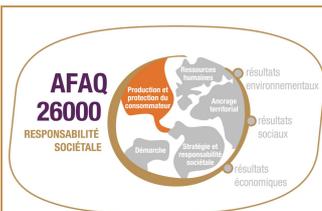
Le développement durable interpelle notamment un certain nombre de secteurs sur le passage d'une « économie de consommation » à une « économie de fonctionnalité ».

Une posture éthique doit être respectée par l'organisation quant à l'ensemble des enjeux, notamment dans sa relation et son information aux consommateurs, et dans la protection des intérêts de ces derniers. Enfin, la contribution de l'organisation au développement durable passe également par l'identification de ce que recouvrent les biens publics (y compris les « biens publics mondiaux »). L'organisation doit en particulier analyser l'utilisation qu'elle fait de ces biens, et éventuellement le caractère concurrentiel de cette utilisation avec d'autres utilisateurs et intérêts.

Le caractère pérenne (durable) ou non de ces biens doit être au centre de cette réflexion, et s'accompagner d'une analyse sur les mesures de préservation, d'économie, de compensation, etc. que l'organisation peut envisager.

L'évaluateur analyse ainsi la cohérence et la profondeur de la démarche de responsabilité sociétale de l'organisation via l'évaluation de la pertinence des pratiques en matière de modes de production et de consommation.





4.1 Innovation et conception vers une production durable

L'organisation analyse au regard du développement durable les produits et les services qu'elle conçoit tout au long de leur cycle de vie (éco-socio-conception...).

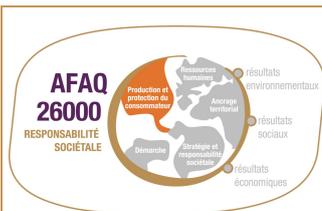
| | |
|--|---|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer la façon dont l'organisation intègre les principes et les enjeux du développement durable dans des processus d'innovation et de conception, • Déterminer si ces éléments sont intégrés tout au long de la chaîne de valeur et du cycle de vie, • Identifier si les parties prenantes sont intégrées dans les phases de conception et d'innovation, • Déterminer si l'organisation partage ses préoccupations et ses pratiques d'éco-socio-conception avec les différents collaborateurs impliqués dans les phases d'innovation et de conception. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Expertises indépendantes sur des aspects techniques, • Compensation carbone des projets, • Avoir une stratégie par rapport aux moyens de production pour limiter les impacts environnementaux et sociaux des produits/services éco-conçus. • Implication des parties prenantes dans les prises de décisions sur le développement commercial, |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Analyse systématique de la demande client pour une réponse éco-socio-conçue, • D'une façon générale préférer le « sur-mesure » au plan média de masse, • La chaîne complète conseil, création, exécution, impression prend en compte les aspects environnementaux, • Développement d'outils d'analyse environnementale sur la communication, • Optimisation de l'impact environnemental des sites web, • Développement systématique de sites accessibles aux malvoyants, • Réalisation d'une check-list qualité / environnement sur les projets web, • Utilisation du guide de l'éco-communication de l'ADEME. • Mise en place d'une démarche d'éco-socio-conception au sein de l'agence intégrant les parties prenantes. Un retour d'expérience est réalisé au fil des projets, • Participations régulières à des campagnes de sensibilisation des agences à l'ACV et à l'éco-socio-conception, • L'agence dispose d'un processus particulier d'analyse préalable des conséquences sur sa RS et ses parties prenantes pour tout nouveau produit ou service qu'elle conçoit, • Utilisation d'une méthode pour déterminer les impacts environnementaux des produits conçus par l'agence (bilan carbone, ACV, Comeco Impact...), |



4.2 Achats et choix des produits et services

L'organisation gère ses choix de produits et/ou de services et prestations, en lien avec la production et la R&D, en intégrant des critères sociaux et environnementaux dans les cahiers des charges.

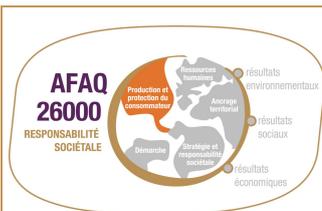
| | |
|--|--|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer l'intégration des principes et des enjeux du développement durable dans ses choix de produits et de services, • Déterminer si l'organisation intègre les principes et les enjeux du développement durable (environnement, social et économique) dans les cahiers des charges d'achat de produits et de services, • Évaluer que l'organisation assure le partage des préoccupations et des pratiques relatives au développement durable entre l'ensemble des collaborateurs impliqués dans les phases de choix et d'achat de produits et de services. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Intégration systématique de critères sociaux et environnementaux dans les cahiers des charges produits et services, • Le conditionnement des produits et la nature de leurs emballages font partie des critères de choix, • L'organisation dispose d'une liste noire de produits réellement ou potentiellement « dangereux » pour l'environnement et la société, • Mise en place d'une grille de critères pour aider à la rédaction des cahiers des charges et à la sélection des produits et des services en accord avec la politique RS (choix de matériaux recyclés/recyclables, biodégradables...), • Mise en place d'un système de compensation carbone pour les achats de l'organisation, • Recours aux bases de données existantes en termes d'achats responsables, • Relocaliser la production et l'origine des matières à chaque fois que c'est possible. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Vigilance spécifique sur la communication par l'objet, les goodies importés de pays présentant des risques sociaux, environnementaux ou sanitaires, • Vigilance particulière pour les produits et services achetés en ligne, • S'interroger sur la pertinence du recours à des technologies open source, • Sur les achats d'espaces serveurs, l'agence développe une réflexion pour disposer de serveurs économes énergétiquement. • L'agence s'appuie en premier lieu sur des produits ou services labellisés ou certifiés (marquage CE, marque NF, Imprim Vert, PEFC, FSC etc.) ou issus de démarche d'éco-socio-conception, |



4.3 Achats et relations avec les fournisseurs

L'organisation gère ses choix de fournisseurs et ses relations avec ces derniers en promouvant la RS le long de la chaîne de la valeur.

| | |
|--|--|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer l'intégration des principes et des enjeux du développement durable dans les choix des fournisseurs et prestataires, en France mais aussi à l'étranger, • Évaluer le comportement de l'organisation vis-à-vis de ses fournisseurs (application des principes de développement durable par l'organisation dans les relations avec ses fournisseurs pour mettre en évidence la pression de certains acteurs de la grande distribution par exemple), • Évaluer la manière dont l'organisation intègre les principes et enjeux du développement durable dans des outils d'analyse, d'évaluation et/ou reconnaissance lors des choix des fournisseurs et des prestataires, • Vérifier si l'organisation assure le partage des préoccupations et des pratiques relatifs au développement durable entre l'ensemble des collaborateurs impliqués dans le choix des fournisseurs et de prestataires ainsi que chez ces derniers. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Prise en compte des conditions de travail et des pratiques environnementales des fournisseurs/sous-traitants/prestataires, • Formation et accompagnement des fournisseurs/sous-traitants/prestataires à la RSE et au développement durable, • Transfert de savoir-faire technologique et/ou partenariat avec la chaîne de valeur pour le développement de solutions propres/durables/responsables, • Relations pérennes avec la chaîne de valeur : partenariats et co-innovation, encouragement des fournisseurs à des approches vertueuses sans que cette injonction soit un critère de choix arbitraire imposé sans capacité d'adaptation... • Mise en place d'une charte entre l'organisation et le fournisseur/sous-traitant-prestataire sur les enjeux RS, • Intégration de critères socio-environnementaux dans les appels d'offres, • Encourager la mise en place et l'usage des modes alternatifs tels que le webinaire, la conférence call, la visioconférence, • L'organisation doit connaître les différentes organisations intervenant dans la réalisation du projet. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Mise en place d'une politique d'achat spécifique avec les fournisseurs vulnérables (freelance, petites structures) sur les délais de paiement, • Mise en place d'une politique pour les dédommagements sur les compétitions, • Les imprimeurs sont certifiés Imprim'Vert, • Plus généralement, favoriser les prestataires labellisés en s'assurant de la qualité du signe de reconnaissance. |



4.4 Production (de biens et de services) et aspects sociaux

L'organisation intègre les aspects sociaux dans ses processus de production, incluant le stockage et le transport (ergonomie, conditions de travail, respect des droits de l'Homme...).

| | |
|--|--|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer la prise en compte par l'organisation des aspects sociaux dans ses processus de production, incluant le stockage et le transport, • Analyser la façon dont l'organisation évalue ou s'assure de la prise en compte des aspects sociaux dans ses processus de production, incluant le stockage et le transport, • Déterminer le périmètre pris en compte par l'organisation sur ces aspects (extraction des matières premières, transport lors des étapes intermédiaires...), • S'assurer que les mêmes règles de prévention sont appliquées par tous les collaborateurs, y compris par les sous-traitants et tous les acteurs intervenant pour le compte de l'organisation. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Prise en compte de l'ergonomie des postes de travail et de production, • Mise en place de groupe de travail rassemblant l'ensemble des parties prenantes afin de minimiser et de prévenir, à tous les niveaux, les impacts sociaux, • Contrôles/audits sociaux de l'organisation et des sous-traitants/prestataires, • |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Privilégier les technologies qui permettent une accessibilité maximale, • Respect de l'équilibre vie professionnelle / vie privée, • Paiement d'un prix compatible avec le respect du droit de propriété (copyright). • Les choix de conception intègrent les impacts au montage. • Véritable culture de prévention des risques dans l'agence y compris envers les sous-traitants intervenant dans les activités de l'agence. |



4.5 Production (de biens et de services) et environnement

L'organisation intègre les aspects environnementaux dans ses processus de production, y compris le stockage et le transport. Ceci inclut une meilleure utilisation de ses énergies et ressources ainsi qu'une réduction des déchets.

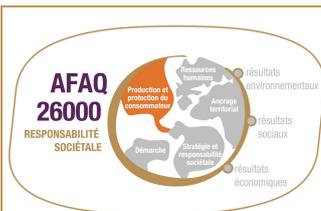
| | |
|--|--|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer la prise en compte par l'organisation des aspects environnementaux dans ses processus de production, incluant le stockage et le transport, • Analyser les méthodes mises en œuvre par l'organisation pour évaluer les aspects et impacts de ses activités sur l'environnement, y compris leur caractère participatif en interne et ouvert aux parties prenantes, • Déterminer le périmètre pris en compte par l'organisation sur ces aspects (extraction des matières premières, transport lors des étapes intermédiaires...), • Analyser la pertinence des choix de priorités de l'organisation en matière de réduction de son empreinte environnementale, • Analyser la capacité de l'organisation de promouvoir l'éco-conception et de réaliser des produits/services éco-conçus. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Mise en place de groupe de travail rassemblant l'ensemble des parties prenantes afin de minimiser et de prévenir, à tous les niveaux, les impacts environnementaux, • Investissement, partenariat pour la recherche et le développement de solutions plus écologiques, • Contrôles / audits environnementaux de l'organisation et de la chaîne de valeur, • Valorisation ou recyclage des déchets issus de la production en respectant les principes et les enjeux de la RS (consommables informatiques, chutes de papier...), • S'appuyer sur des guides/référentiels/chartes existants sur les bonnes pratiques en termes de prise en compte des aspects environnementaux dans la production et la logistique, • |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Imprimer/fabriquer au plus proche par des fournisseurs/prestataires/sous-traitants engagés dans des démarches environnementales, • Veiller à optimiser la gestion du parc machine en termes d'impacts environnementaux, • Dématérialisation raisonnée des processus (vente, production, facturation, échanges avec les clients/fournisseurs etc.). • Réalisation d'un Bilan Carbone puis compensation des impacts carbone de l'agence. |



4.6 Relation aux usagers, clients, consommateurs

L'organisation déploie une relation responsable avec ses usagers, clients et consommateurs notamment à travers de bonnes pratiques en matière d'affichage, d'étiquetage et de marketing. Ceci inclut les aspects de protection des données.

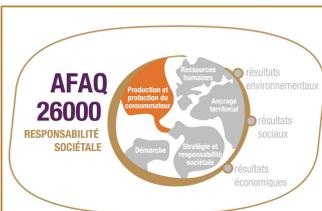
| | |
|--|---|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Déterminer si l'organisation a clairement défini sa responsabilité vis-à-vis des usagers, des clients et des consommateurs ainsi que le champ et les enjeux de cette responsabilité, • Évaluer si l'organisation a identifié les bonnes pratiques en termes de relation à ses usagers, clients et consommateurs, • Déterminer si les pratiques de l'organisation sont fondées sur un dialogue avec les parties prenantes, une veille réglementaire, un benchmark externe, • Évaluer les modes de protection des données et de la vie privée des consommateurs, • Évaluer l'influence positive ou négative des messages sur des modes de consommation et des modes de vie plus ou moins responsables et soutenables. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Requérir l'avis d'associations de références sur le sujet traité en cas de doute. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilité élargie aux pratiques des clients, • Lutte contre le greenwashing : Guide Anti Greenwashing de l'ADEME, • Favoriser la relation entre l'utilisateur et l'annonceur, • Veiller à utiliser des systèmes de diffusion non intrusifs (spam, affichage sauvage...), • Méthode de travail mise en œuvre par l'agence avec le client pour valider les besoins, les attentes et les réponses à apporter, • Proportionner le message à la maturité de l'annonceur et/ou à l'impact du produit/service promu, • Ne pas induire des comportements contraires aux enjeux du développement durable, • Définition contractuelles des responsabilités réciproques agences-clients, • Veiller à respecter la liberté d'expression vis à vis du produit et de la marque hormis cas de dénigrement, • Respect de la « clause de conscience » sur un client, un projet, une création susceptible de mettre mal à l'aise un collaborateur, • Conditions de cession des droits. |



4.7 Responsabilité du fait des produits et des services vis-à-vis des consommateurs et des autres parties prenantes

L'organisation s'assure de la protection de la santé et de la sécurité des consommateurs et des parties prenantes intervenant dans l'utilisation et/ou la fin de vie de ses produits/services. Ceci inclut le respect de l'accès aux services essentiels, le respect des droits de l'Homme, le respect de l'environnement.

| | |
|--|--|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer si l'organisation identifie clairement sa responsabilité du fait de la nature et des caractéristiques de ses produits et services, vis-à-vis des consommateurs et autres parties prenantes, • Déterminer si le champ et les enjeux de cette responsabilité sont pertinents, • Évaluer si l'organisation a identifié les bonnes pratiques en termes de responsabilité du fait de la nature et des caractéristiques de ses produits et services, • Déterminer si les pratiques de l'organisation sont fondées sur un dialogue avec les parties prenantes, une veille réglementaire, un benchmark externe. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Encourager l'information la plus claire possible pour le consommateur et la mise en place des formations adaptées, • Développement des compétences sur les questions de dispositif d'alerte et de rappel de produits, • Sensibiliser les consommateurs aux usages responsables des produits et services. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Ne pas tromper le consommateur final sur le service/produit promu (auto déclaration non vérifiée et non vérifiable, accessibilité et lisibilité des mentions légales...), • Réflexions sur la portée et l'impact du message auprès du consommateur (protection des publics fragiles...), • Soumettre la campagne à un organisme de contrôle ou à une phase de test avant diffusion, • Mise en place d'étapes de décision dans le développement du produit/service. |



4.8 Prise en compte des attentes des clients en termes de qualité des produits et des services

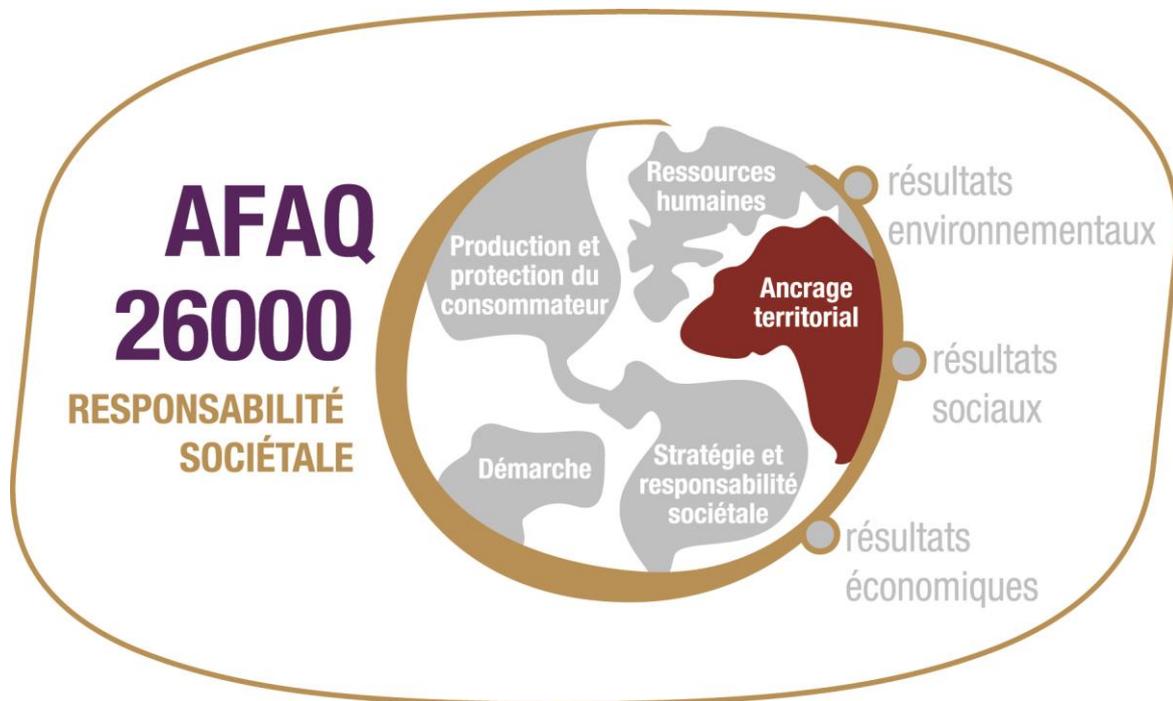
L'organisation s'assure de la prise en compte des attentes des clients concernant la qualité de ses produits et de ses services. Ceci inclut les aspects de service après-vente, d'assistance et de résolutions des réclamations et litiges.

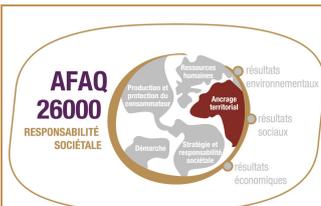
| | |
|--|---|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Déterminer si l'organisation répond aux attentes des parties prenantes en termes de qualité des produits et des services, • Déterminer si l'organisation répond aux attentes des consommateurs en termes de service après-vente, d'assistance et de résolutions des réclamations et litiges, • S'assurer que l'organisation concilie qualité des produits et services avec la prise en compte du développement durable. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Améliorer l'information et la pédagogie vis-à-vis du client. • Mise en place d'enquêtes de satisfaction. • |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Faciliter l'accès du client à sa propriété, • Mise en place d'une charte de bonne conduite entre l'agence et le client au niveau de l'après-campagne (proposer une option de sauvegarde de site dans le contrat initial...). • Un debrief informel est réalisé à la fin de chaque production. |

5. Ancrage territorial : communauté et développement local

Il s'agit d'une approche majeure à considérer dans une perspective de développement durable. En effet, outre le secteur d'activité et à travers lui les modes de production et de consommation, les enjeux de développement durable sont relatifs à l'implantation géographique sous l'angle de l'ancrage territorial.

L'évaluateur développement durable va rechercher à analyser la cohérence et la profondeur de la démarche de développement durable de l'organisation via l'évaluation de la pertinence du lien entre les choix stratégiques relatifs à l'ancrage territorial et les résultats.

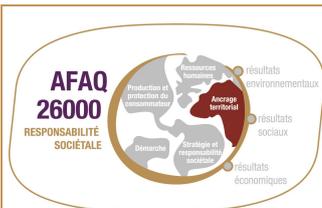




5.1 Lien entre la stratégie RS et les caractéristiques du ou des territoire(s)

L'organisation intègre, dans sa stratégie de RS, les caractéristiques et les risques / opportunités associés à son ou ses territoires d'implantation et dans lesquels elle opère et/ou est présente à différents niveaux.

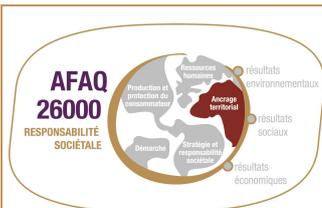
| | |
|--|--|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Analyser l'identification par l'organisation des différentes caractéristiques de son ou ses territoires d'implantation et dans lesquels elle opère, • Analyser la capacité de l'organisation à faire le lien entre sa responsabilité sociétale et les caractéristiques de son ou ses territoires d'implantation et dans lesquels elle opère, • Dans le contexte de pays en développement, analyser les possibilités de contribution de l'organisation à l'accès des plus démunis aux services essentiels (en cohérence avec Le Pacte international relatif aux droits économiques, sociaux et culturels de l'ONU), • Comment sont pris en compte le contexte de la communauté, les impacts de l'organisation sur la communauté dans la définition de la politique d'ancrage territorial de l'organisation (exemple : intégration paysagère, respect d'une charte architecturale éventuelle, conformité au PLU, etc.). |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • L'organisation s'appuie sur les principaux acteurs de son territoire pour en connaître les problématiques, • L'organisation s'appuie sur un diagnostic territorial, • Participation formalisée à l'Agenda 21 local, • Cartographie des parties prenantes du territoire et recherche d'opportunités de dialogue avec une large palette d'entre elles (dont groupes vulnérables, marginalisés, discriminés ou sous-représentés...), • Animation et promotion de groupes plurisectoriels en faveur du DD, • Utilisation des capacités spécifiques de conception et de diffusion de l'information pour favoriser le progrès et la promotion des territoires et des communautés d'appartenance, • Mécénat de compétences, • Politique partenariale sur des sujets divers allant de la culture au sport. • Mise à disposition des locaux pour l'accueil d'associations. |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Mettre son savoir-faire au service d'une cause (campagne pro bono). |



5.2 Contribution au développement environnemental du ou des territoire(s)

L'organisation participe au développement environnemental du ou des territoires dans un esprit gagnant/gagnant : écologie industrielle, protection de l'environnement et réhabilitation des habitats naturels,...

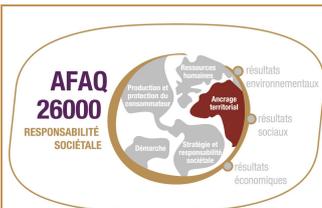
| | |
|--|---|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer comment l'organisation identifie et évalue les aspects et les enjeux environnementaux de ses activités, produits ou services sur ses territoires d'implantation, • Comment l'organisation identifie et prend en compte les contraintes environnementales de ses territoires d'implantation, • Comment l'organisation incite son personnel à participer au développement environnemental du territoire, • Déterminer si l'organisation a mis en œuvre des stratégies et des actions « gagnant/gagnant » avec le ou les territoires afin de contribuer à leur développement environnemental. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Participation de l'organisation aux programmes globaux d'aménagement du territoire, • Participation active aux Agendas 21 du territoire, • Cartographie claire des acteurs du territoire facilitant la mise en place de partenariats sur les enjeux environnementaux, • Contribution à des programmes de protection et de valorisation de la biodiversité spécifique du territoire et des ressources, • Contribution à des projets destinés à améliorer l'attractivité du territoire en valorisant ses atouts environnementaux (développement de l'éco-tourisme, par exemple), • Possibilité donnée aux collaborateurs, sur leur temps de travail, de contribuer à des actions de développement environnemental pour le territoire, • |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • - L'agence participe au développement d'un outil d'évaluation environnementale des supports de communication, reconnu et soutenu par la corporation, et mis à disposition gracieusement, • - L'agence incite ses parties prenantes à recourir aux outils d'évaluation environnementale des supports de communication, • Promotion des comportements éco-citoyens à travers les prestations de l'agence, • Élargissement de la politique de réduction des impacts environnementaux aux activités internes et infrastructures de l'agence (HQE des bâtiments...), • Élaboration d'une charte de bonnes pratiques entre l'agence et le fournisseur présent, dans un pays en développement, sur les aspects environnementaux. |



5.3 Contribution au développement social du ou des territoire(s)

L'organisation participe au développement social du ou des territoires (y compris investissement social, éducation, santé, culture) dans un esprit gagnant/gagnant.

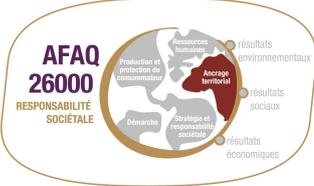
| | |
|--|--|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer comment l'organisation identifie et évalue les aspects et les enjeux sociaux de ses activités, produits ou services sur ses territoires d'implantation, • Évaluer l'étendue de la participation de l'organisation au développement social de son territoire, • Déterminer si l'organisation a mis en œuvre des stratégies et des actions « gagnant/gagnant » avec le ou les territoires afin de contribuer à leur développement social, • Déterminer comment l'organisation préserve la santé des personnes présentes au niveau du ou des territoires et comment elle contribue à la promotion de la santé. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Cartographie claire des acteurs du territoire facilitant la mise en place de partenariats pour le développement social du territoire, • Mise à disposition de moyens pour contribuer à répondre à des besoins de la communauté (crèche, infirmerie, etc.), • Contribution au développement de technologies à faible coût, faciles à reproduire et ayant un impact positif sur l'éradication de la pauvreté et de la faim, • Participation à des campagnes publiques de santé (vaccination, médicaments, alimentation et addiction, sports, précautions diverses, etc. • Accueil de stagiaires / formation des jeunes issus du territoire, • Possibilité donnée aux collaborateurs, sur leur temps de travail, de contribuer à des actions de développement social pour le territoire, • Développement sur son territoire de partenariats avec des institutions de microcrédit / micro-financement afin de favoriser le micro-entrepreneuriat et l'accès aux services essentiels, • Participation à des projets solidaires avec des associations de développement local, d'insertion... • Reversement de 1% du montant des prestations à des associations engagées dans des actions écoresponsables et solidaires, • Accompagnement d'associations pour l'emploi et l'insertion des handicapés, • Mise en place d'un Fonds de dotation. |



5.4 Contribution au développement économique du ou des territoire(s)

L'organisation participe au développement économique du ou des territoires dans un esprit gagnant/gagnant : création de richesses, développement de technologies / services, création d'emplois,...

| | |
|--|--|
| <p>Exemples de points à traiter/évaluer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer comment l'organisation identifie et évalue les aspects et les enjeux économiques de ses activités, produits ou services sur ses territoires d'implantation, • Évaluer l'étendue de la participation de l'organisation au développement économique de son territoire, • Déterminer si l'organisation a mis en œuvre des stratégies et des actions « gagnant/gagnant » avec le ou les territoires afin de contribuer à leur développement économique, • Évaluer comment l'organisation répartit les bénéfices de son activité économique (paiement des taxes) au niveau de son ou ses territoires. |
| <p>Exemples de bonnes pratiques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Participation de l'organisation et des employés aux programmes globaux d'aménagement du territoire, • Prise en compte systématique de l'impact en termes économiques et de création d'emplois sur le territoire des décisions d'investissement et d'externalisation de l'organisation, • Mise en œuvre de partenariats avec des organisations locales telles que les universités ou des laboratoires de recherche afin d'améliorer le développement scientifique et technologique avec des partenaires issus de la population locale, et emploi de locaux pour ces travaux, • Participation à des programmes de soutien à la création d'entreprises locales, • Favorisation de la création d'entreprise sur le territoire par des collaborateurs de l'organisation (essaimage...). |
| <p>Focus Métiers de la communication</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Achat d'espace dans les medias locaux, hébergeurs locaux... • Contribuer à la formation de populations n'ayant pas accès au matériel ou aux compétences, • Réutilisation des anciens appareils : dons au personnel, association ou organisme de réinsertion pour la réparation/revente d'appareil, • Promotion économique du territoire au travers des différents projets de l'agence. |

|  <h2 style="color: red; margin-left: 20px;">5.5 Transport de biens et de personnes et logistique</h2> | |
|--|--|
| L'organisation développe une politique de transport des biens et des personnes, ainsi qu'une logistique en cohérence avec les principes de développement durable. | |
| Exemples de points à traiter/évaluer | <ul style="list-style-type: none"> Évaluer comment l'organisation identifie les aspects et les enjeux économiques, sociaux et environnementaux liés au transport de biens et de personnes et à la logistique dans le cadre de ses activités, S'assurer que ces aspects et enjeux sont liés aux caractéristiques économiques, sociales, culturelles, géographiques, environnementales... du ou des territoires dans lesquels l'organisation opère, Identifier les choix et les pratiques mis en œuvre par l'organisation afin de minimiser ses impacts négatifs et de maximiser ses impacts positifs en termes de transport de biens et de personnes et de logistique, Évaluer les moyens à la disposition des collaborateurs pour se rendre sur leur lieu de travail et pour assurer leurs déplacements professionnels (réduction des impacts environnementaux, gestion des risques, optimisation des conditions de transport). |
| Exemples de bonnes pratiques | <ul style="list-style-type: none"> Existence d'un PDE (Plan de Déplacements des Entreprises), Anticipation voire animation d'un réseau régional de réflexion sur le transport et l'accessibilité, Partenariats avec des sociétés de transport en commun pour en faciliter l'utilisation par les collaborateurs et les visiteurs, Infrastructures pour encourager l'utilisation du vélo, la marche à pied et le télétravail, Introduction de primes d'objectifs liées au transport pour encourager le choix de transports propres, en commun ou le covoiturage, Participation et animation d'un réseau régional de covoiturage par exemple (interentreprises), Favoriser la dématérialisation des prestations et des modes de production afin de limiter les déplacements physiques, Optimiser la logistique de l'organisation en se tournant vers les transports doux (livreur à vélo...), Mise en place d'une politique voyage à moindre impact, Prise en charge des abonnements de transports en commun. |
| Focus Métiers de la communication | <ul style="list-style-type: none"> Les impacts logistiques sont anticipés en conception pour proposer des dispositifs d'exposition itinérante ingénieux et compacts, qui limitent de facto l'empreinte carbone liée à leur transfert. |

VOLET II

RÉSULTATS

6. Résultats Environnementaux

Cette partie permet d'analyser les résultats obtenus sur le plan environnemental grâce à la politique RS de l'organisation. L'évaluateur cherche à établir les liens entre les pratiques et les résultats obtenus. Entre parenthèses, sont proposés les indicateurs relatifs à la problématique étudiée issus de la Global Reporting initiative (GRI), version 3.

|  | |
|---|--|
| <h3>6.1 Matières premières</h3> | |
| <p>Exemples d'indicateurs génériques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Segmentation par type et consommation de matières en poids ou en volume (EN1), • Pourcentage de matières consommées provenant de matières recyclées (EN2), • Pourcentage de matières premières consommées évaluées / certifiées en termes d'impacts environnementaux et/ou sociaux, • Part des matières premières non consommées suite à des actions de modification des process de production, • % utilisation d'encre végétale, solvants à base aqueuse, papiers recyclés ou issus de forêts gérées. |
| <p>Exemples d'indicateurs (ou de suivis) pertinents</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évolution de la quantité de matières premières utilisées en poids par rapport au nombre, volume ou quantité de produits finis fabriqués, • Pourcentage de matières premières recyclées/recyclables utilisées en poids par rapport au nombre, volume ou quantité de produits finis fabriqués, • Pourcentage d'achats de matières premières locales • Suivi de la consommation de papier à usage bureautique et à usage production. • Pourcentage de matières utilisées donnant des garanties en matière de RS (origine locale, labellisation, recyclées ...) Ex : FSC pour le bois. • Suivi des différents postes de consommation. |

|  <h2 style="display: inline-block; margin-left: 20px;">6.2 Utilisation de l'Eau</h2> | |
|---|---|
| <p>Exemples d'indicateurs génériques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Volume total d'eau prélevé, par source (EN8), • Sources d'approvisionnement en eau significativement touchées par les prélèvements (EN9), • Pourcentage et volume total d'eau recyclée et réutilisée (EN10), • Quantité d'eau non consommée suite à des actions de modification des process de production. |
| <p>Exemples d'indicateurs (ou de suivis) pertinents</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Quantité d'eau potable (et brute) utilisée en volume ou en poids par rapport au nombre, volume ou quantité de produits finis fabriqués, • Pourcentage d'eau recyclée ou réutilisée sur le site, • Consommation d'eau sur l'ensemble du cycle de vie du produit/service, • Suivi du volume d'eau consommée par les postes de production. • Volume d'eau de pluie captée et utilisée, comparé au tableau des précipitations • % eau prélevée dans des ressources sensibles • Suivi des dispositifs pour réduire la consommation d'eau |

|  <h2 style="display: inline-block; margin-left: 20px;">6.3 Biodiversité</h2> | |
|---|--|
| <p>Exemples d'indicateurs génériques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Emplacement et superficie des terrains détenus, loués ou gérés dans ou au voisinage d'aires protégées et en zones riches en biodiversité en dehors de ces aires protégées (EN11), • Description des impacts significatifs des activités, produits et services sur la biodiversité (...) (EN12), • Étendue et caractéristiques des habitats protégés ou restaurés (EN13), • Stratégies, actions en cours et plans futurs de gestion des impacts sur la biodiversité (EN14), • Nombre d'espèces menacées figurant sur la Liste rouge de l'UICN et sur son équivalent national et dont les habitats se trouvent dans les zones affectées par des activités, par niveau de risque d'extinction (EN15). |
| <p>Exemples d'indicateurs (ou de suivis) pertinents</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Suivi des actions prises en faveur de la biodiversité par l'organisation (habitats protégés ou restaurés, ...), • Évaluer le nombre d'espèces menacées dont les habitats se trouvent dans les zones affectées par des activités, par niveau de risque d'extinction, • Déterminer les impacts de l'organisation sur la biodiversité sur l'ensemble du cycle de vie (destruction de forêt, d'habitats) de ses activités, • Évolution d'un Indice Biotique (eau, sol air) sur le(s) site(s) de conception, de production ou d'usage des activités, produits et services. • Nombre de sensibilisation des parties prenantes sur le sujet de la protection de la biodiversité. • Nombre d'actions en faveur de la biodiversité (aménagement d'espaces verts, accueil de ruches...) |

|  <h2 style="display: inline-block; margin-left: 20px;">6.4 Énergies et gaz à effet de serre</h2> | |
|---|---|
| <p>Exemples d'indicateurs génériques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Consommation d'énergie directe répartie par source d'énergie primaire (EN3), • Consommation d'énergie indirecte répartie par source d'énergie primaire (EN4), • Énergie économisée grâce à l'efficacité énergétique (EN5), • Initiatives pour fournir des produits et des services reposant sur des sources d'énergie renouvelables ou à rendement amélioré, réductions des besoins énergétiques obtenus suite à ces initiatives (EN6), • Émissions totales, directes ou indirectes, de gaz à effet de serre, en poids (teq CO₂) (EN16). |
| <p>Exemples d'indicateurs (ou de suivis) pertinents</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Suivi de la consommation et de l'évolution par type d'énergie et par quantité de produits finis (nombre, volume ou quantité), • Investissements et nombre d'actions pris par l'organisation pour réduire la consommation d'énergie, • Évaluer la consommation énergétique sur l'ensemble du cycle de vie du produit/service. • Indicateurs de réduction des consommations de carburant suite à une politique d'éco conduite et/ou d'optimisation des trajets, • Indicateurs d'utilisation d'énergies renouvelables, • Bilan carbone effectué et % de réduction des émissions de GES avec le plan d'actions • Suivi des consommations liées à la communication numérique • Nombre de salariés concernés par un Plan de déplacement (ensemble de mesures visant à optimiser les déplacements liés aux activités professionnelles en favorisant l'usage des modes de transport alternatifs à la voiture individuelle : co-voiturage, mise à disposition de moyens de transports collectifs, déplacement doux, etc.) |

|  <h2 style="display: inline-block; margin-left: 20px;">6.5 Émissions, effluents et déchets</h2> | |
|--|---|
| <p>Exemples d'indicateurs génériques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Émissions de substances appauvrissant la couche d'ozone, en poids (EN19), • Émissions de NOX, SOX et autres émissions significatives dans l'air, par type et par poids (EN20), • Total des rejets dans l'eau, par type et par destination (EN21), • Masse totale de déchets par type et par mode de traitement (EN22), • Masse des déchets transportés, importés, exportés ou traités, et jugés dangereux aux termes de la convention de Bâle (...) (EN24). |
| <p>Exemples d'indicateurs (ou de suivis) pertinents</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer les flux et les concentrations des différents polluants rejetés par l'organisation au cours de ses activités, • Évaluer les quantités de déchets produits par l'organisation au cours de ses activités, • Suivi de l'ensemble des substances préoccupantes (+médicaments, ...) et pas uniquement celles associées à une réglementation, • Quantité de matière première recyclée, utilisée en pourcentage par rapport à de la Matière première vierge • Taux de recyclage • Papier et carton d'emballage : % déchets valorisés/ générés • Taux de recyclage réalisé par une entreprise d'insertion |

|  <h2>6.6 Satisfaction des Parties Prenantes (internes et externes) : Attentes environnementales</h2> | |
|---|--|
| <p>Exemples d'indicateurs génériques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Mesure de la satisfaction des collaborateurs quant à l'image et aux actions de l'organisation en termes de respect de l'environnement, • Mesure de la satisfaction des associations environnementales quant au dialogue et aux pratiques mises en place par l'organisation pour gérer ses impacts et/ou sa valeur ajoutée environnementaux, • Mesure de la satisfaction des administrations de tutelle quant à la qualité des relations, du reporting règlementaire, des déclarations d'accidents. |
| <p>Exemples d'indicateurs (ou de suivis) pertinents</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Mesure de la satisfaction des collaborateurs quant à l'image et aux actions de l'organisation en termes de respect de l'environnement • Mesure de la satisfaction des parties prenantes externes sur le sujet de Proportionner le message à la maturité de l'annonceur et/ou à l'impact du produit/service promu • Suivi du retour client sur la prise en compte de l'environnement dans les projets |

7. Indicateurs sociaux

Cette partie permet d'analyser les résultats obtenus sur le plan social grâce à la politique RS de l'organisation. L'évaluateur cherche à établir les liens entre les pratiques et les résultats obtenus. Entre parenthèses, sont proposés les indicateurs relatifs à la problématique étudiée issus de la Global Reporting initiative (GRI), version 3.

|  | |
|---|--|
| <h3>7.1 Emploi</h3> | |
| <p>Exemples d'indicateurs génériques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Effectif total par type d'emploi, contrat de travail et zone géographique (LA1), • Turnover du personnel en nombre de salariés et en pourcentage par tranche d'âge, sexe et zone géographique (LA2), • Ancienneté dans l'agence, • Indiquer la répartition stagiaire / collaborateur. |
| <p>Exemples d'indicateurs (ou de suivis) pertinents</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Taux de transformation des stages en emploi • Nombre de promotion internes • Ancienneté moyenne des effectifs • Taux de CDI par rapport aux autres types de contrat • Turnover • Part de travail partiel • Rapport nombres d'heures données au free-lance/ aux salariés. |

|  <h2 style="display: inline-block; margin-left: 20px;">7.2 Santé et sécurité</h2> | |
|--|--|
| <p>Exemples d'indicateurs génériques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Méthodes de comptabilisation et de déclaration des accidents du travail et des maladies professionnelles, • Taux d'accidents du travail, de maladies professionnelles, d'absentéisme, nombre de journées de travail perdues et nombre total d'accidents mortels, par zone géographique (LA7), • Description de la politique et des programmes en matière de HIV / sida ; preuve du respect substantiel des principes directeurs de l'OIT, • Baromètre social (suivi du stress). |
| <p>Exemples d'indicateurs (ou de suivis) pertinents</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'actions de sensibilisation pour améliorer la santé et la sécurité des salariés • Nombre de formation des managers réalisé sur les risques psycho-sociaux • Suivi d'un baromètre social • Suivi du Document Unique d'Évaluation des Risques • Suivi des taux de fréquence et de gravité par type de collaborateurs, par métiers, et par statut (CDI, CDD, Intérim, sous-traitants) • Nombre d'accidents du travail/Nombre de jours de maladie, et identification des causes : existence et suivi d'un tableau |

|  | |
|---|--|
| <h2>7.3 Formation et éducation</h2> | |
| <p>Exemples d'indicateurs génériques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Nombre moyen d'heures de formation par an, par salarié et par catégorie professionnelle (LA10), • Programmes de développement des compétences et de formation tout au long de la vie destinés à assurer l'employabilité des salariés et à les aider à gérer leur fin de carrière (LA11), • Pourcentage de salariés bénéficiant d'entretiens d'évaluation et d'évolution de carrière périodiques (LA12), • Politique et programmes spécifiques de management des compétences ; ... |
| <p>Exemples d'indicateurs (ou de suivis) pertinents</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Nombre de parcours de formation personnalisés, mis en place • Nombre de partenariats avec des écoles et/ou universités pour le recrutement de stagiaires, • Nombre de tutorats mis en place • % de formation en sus du minimum légal de 1,5% de la masse salariale • Nombre de salariés ayant eu une formation sur 3 ans. |

|  | |
|---|--|
| <h2>7.4 Diversité, équité et égalité des chances</h2> | |
| <p>Exemples d'indicateurs génériques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Description de la politique ou des programmes d'égalité des chances, systèmes de suivi destinés à en vérifier le respect et résultats du suivi, • Composition des organes de gouvernance et répartition des employés par sexe, tranche d'âge, appartenance à une minorité et autres indicateurs de diversité (LA13), • Nombre total d'incidents de discrimination et mesures prises (HR4), • Rapport du salaire de base des hommes et de celui des femmes par catégorie professionnelle (LA14). |
| <p>Exemples d'indicateurs (ou de suivis) pertinents</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer les dispositifs mis en place par l'organisation pour promouvoir la diversité, l'équité et l'égalité des chances, • Suivi des moyens mis en œuvre pour promouvoir la diversité, l'équité et l'égalité des chances, • Composition des organes de gouvernance de l'organisation, • Nombre de formations internes en faveur de la promotion de la diversité • Part des femmes au sein des effectifs • Part de salariés étrangers au sein des effectifs |



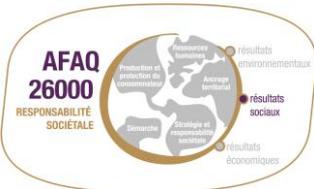
7.5 Droits de l'Homme et société civile

Exemples d'indicateurs génériques

- Pourcentage et nombre total d'accords d'investissement significatifs intégrant des clauses relatives aux droits de l'Homme ou ayant été soumis à un contrôle sur ce point (HR1),
- Pourcentage de fournisseurs et de sous-traitants majeurs dont le respect des droits de l'Homme a fait l'objet d'un contrôle ; mesures prises (HR2),
- Nombre total d'heures de formation des salariés sur les politiques et procédures relatives aux droits de l'Homme applicables dans leur activité ; pourcentage de salariés formés (HR3),
- Activités identifiées comme présentant un risque significatif d'incidents impliquant le travail d'enfants ; mesures prises pour contribuer à abolir ce travail (HR6),
- Nombre total d'incidents impliquant la violation des droits des populations autochtones et mesures prises (HR9),
- Part des revenus d'exploitation de la zone d'activité redistribuée aux collectivités locales ; nature, portée et efficacité de tout programme et pratique d'évaluation et de gestion des impacts des activités (...) sur les communautés (SO1),
- Pourcentage et nombre total de domaines d'activité stratégique soumis à des analyses de risques en matière de corruption (SO2).

Exemples d'indicateurs (ou de suivis) pertinents

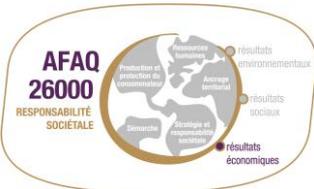
- Moyens mis en œuvre par l'organisation pour contrôler le respect des Droits de l'Homme en interne,
- Nombre d'actions/temps consacré à des initiatives volontaires de développement de la société civile
- Existence, nombre et montant des initiatives de mécénat
- Nombre de sensibilisation des parties prenantes internes et externes au respect des Droits de l'Homme.
- Temps consacré aux actions syndicales (implication dans la profession)
- Nombre de participation à des programmes de recherche, des jurys...
- Nombre de salariés relevant de public prioritaire (demandeurs d'emploi, chômeurs longue durée, jeunes sans qualification, handicapés)

|  <h2 style="display: inline-block; vertical-align: middle;">7.6 Satisfaction des Parties Prenantes (internes et externes) : Attentes sociales</h2> | |
|---|--|
| <p>Exemples d'indicateurs génériques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Mesure de satisfaction des collaborateurs quant à l'image et aux actions de l'agence en termes de respect des hommes et de conditions de travail : baromètre social interne, • Mesure de satisfaction des associations dans le domaine social (insertion) quant au dialogue et aux pratiques mises en place par l'organisation pour gérer ses impacts et/ou sa valeur ajoutée sociaux, • Mesure de satisfaction des administrations de tutelle (DRT, CARSAT, CPAM...) quant à la qualité des échanges et du reporting règlementaire (AT, bilan sociaux...). |
| <p>Exemples d'indicateurs (ou de suivis) pertinents</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Nombre de réunions avec les délégués du personnel • Nombre (et efficacité) des entretiens annuels pour le personnel, • Suivi des montants versés aux titres de l'intéressement, de la participation, et de l'abondement, • Suivi des partenariats avec les associations favorisant l'insertion sociale et l'accès à l'emploi • Nombre d'actions mises en place par l'agence qui bénéficient à la Société • Nombre de partenariats avec des établissements universitaires ou des centres de recherche pour avancer sur les enjeux sociaux. |

8. Résultats économiques

Cette partie permet d'analyser les résultats obtenus sur le plan économique grâce à la politique RS de l'organisation. L'évaluateur cherche à établir les liens entre les pratiques et les résultats obtenus. Entre parenthèses, sont proposés les indicateurs relatifs à la problématique étudiée issus de la Global Reporting initiative (GRI), version 3.

|  <h3>8.1 Performance économique et présence sur le marché</h3> | |
|---|--|
| <p>Exemples d'indicateurs génériques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • CA, • Marge et évolution / répartition de la marge, • Segmentation des marchés, clients, produits, • Montant de la trésorerie, • Capacité d'investissement, • Part d'achats / de fournisseurs locaux, • Pourcentage représentant chaque fournisseur dans le portefeuille de l'organisation, • Ancienneté des clients, • Durée des contrats au sein de la chaîne de valeur, • Part des achats locaux dans le volume global des achats. |
| <p>Exemples d'indicateurs (ou de suivis) pertinents</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Régularité des paiements des cotisations et des fournisseurs • Répartition du chiffre d'affaire par type d'activité / par client • Répartition des marchés entre clients publics / privés. • Taux de marge brut • Marge commerciale. |

|  <h2 style="display: inline-block; margin-left: 20px;">8.2 Redistribution de la Valeur Ajoutée</h2> | |
|--|--|
| <p>Exemples d'indicateurs génériques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Intéressement et participation, • Retombées socio-économiques des initiatives de commerce équitable, • Impôts et dons, mécénat, • Équilibre de la redistribution entre salariés, dirigeants actionnaires, • Pourcentage des salariés actionnaires, • Pourcentage du capital ouvert aux salariés. |
| <p>Exemples d'indicateurs (ou de suivis) pertinents</p> | <ul style="list-style-type: none"> • % des résultats distribués aux salariés associés (participation ou dividendes) • Répartition des investissements réalisés par l'organisation, • Suivi des montants versés aux titres de l'intéressement, de la participation, et de l'abondement (sociétaires et salariés) • Participation des salariés à l'actionnariat de l'organisation, • Écart de redistribution entre salariés (/ grille des salaires). • Montants alloués aux actions de mécénat et/ou de solidarité |

|  | |
|---|---|
| <h2>8.3 Politique salariale</h2> | |
| <p>Exemples d'indicateurs génériques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Salaires, • Écarts entre salaires les plus hauts et les plus bas, • Augmentations, primes • Grilles salariales. |
| <p>Exemples d'indicateurs (ou de suivis) pertinents</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Identifier si une part significative des salariés est rémunérée sur la base de salaires minima légaux, • Identifier les écarts de ratios entre les principaux sites, • Indiquer la distribution du ratio salaire d'entrée de base/salaire minimum. • Benchmark de la rémunération par rapport aux autres agences. • Écart entre salaire minimum et salaire maximum • Rémunération des stagiaires |

|  <h2 style="display: inline-block; margin-left: 20px;">8.4 Investissements RSE</h2> | |
|--|---|
| <p>Exemples d'indicateurs génériques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Parts d'investissement liées aux projets de développement durable, • Part des investissements alloués à l'amélioration de la démarche de développement durable, • Part de R&D allouée aux produits éco-socio-conçus, • Développement et impacts des investissements en matière d'infrastructures et de services... |
| <p>Exemples d'indicateurs (ou de suivis) pertinents</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Montants des investissements annuels alloués au Développement Durable • Budgétisation d'un ou de postes de collaborateurs dédiés à la démarche de RS et/ou formation sur ces sujets et/ou unités d'œuvre allouées à la démarche... • Participation à des programmes de Recherche & Développement • Part des investissements alloués à l'amélioration de la démarche de développement durable (budgétisation d'un ou de postes de collaborateurs dédiés à la démarche de RS et/ou formation sur ces sujets et/ou moyens matériels alloués à la démarche... • Existence de plans d'investissement de moyen et long terme (ex : dispositifs de récupération de l'eau de pluie, de gestion des déchets, d'arrosage automatique...). |

|  | |
|---|--|
| <h2>8.5 Qualité et satisfaction des consommateurs</h2> | |
| <p>Exemples d'indicateurs génériques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Indicateurs de qualité et de responsabilité sociétale des produits, • Suivi des litiges, • Nombre et nature des cas de non-respect de la réglementation en matière de santé et de sécurité des consommateurs ; pénalités et amendes encourues pour ces infractions, • Nombre et nature des cas de non-respect de la réglementation en matière d'information du consommateur sur le produit et d'étiquetage des produits ; pénalités et amendes encourues pour ces infractions, • Nombre de campagnes refusées par les organismes de contrôle ou mal notées par l'OIP ou dénoncées par les associations de consommateurs. |
| <p>Exemples d'indicateurs (ou de suivis) pertinents</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Enquête satisfaction client • Suivi de la satisfaction client • Nombre de réclamations clients • Nb et nature des cas de non-respect de la réglementation en matière de santé et de sécurité des consommateurs ; pénalités et amendes encourues pour ces infractions • Nb et nature des cas de non-respect de la réglementation en matière d'information du consommateur sur le produit et d'étiquetage des produits ; pénalités et amendes encourues pour ces infractions |

|  <h2 style="margin-left: 20px;">8.6 Satisfaction des Parties Prenantes (internes et externes) : Attentes économiques</h2> | |
|--|---|
| <p>Exemples d'indicateurs génériques</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Tout type d'attente économique de la part de tous les acteurs concernés sauf consommateurs en lien avec la qualité du produit, • Mesure de satisfaction des propriétaires, associés, actionnaires, salariés, collaborateurs ponctuels et/ou externes, • Mesure de satisfaction de la collectivité, des partenaires, fournisseurs (politique d'achat et délais de paiement...) |
| <p>Exemples d'indicateurs (ou de suivis) pertinents</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Connaissance et suivi des prix de revient et du coût horaire • Nombre d'interventions suite à une réclamation sur un produit ou services livrés • Suivi du montant des règlements sinistres • Satisfaction des Parties Prenantes • Taux de participation des salariés au projet d'entreprise • Délai de paiement des prestataires ou free-lance. |

ANNEXE I – Lexique

A

Agenda 21 local : l'Agenda 21 local correspond au Chapitre 28 de l'Agenda 21, qui constate que le concours des collectivités est essentiel pour mettre en œuvre le Développement Durable et l'Agenda 21. Ceci en raison de leur proximité avec les parties intéressées du territoire, et de leurs multiples compétences qui renvoient aux enjeux du Développement Durable.

L'Agenda 21 local, stratégie locale de Développement Durable, est une démarche volontaire de la part des collectivités pour la recherche de solutions pertinentes aux enjeux locaux et globaux du Développement Durable.

B

Benchmark : mesure d'un résultat du type "meilleur de la catégorie" ; étalon de mesure pour opérer des comparaisons ; niveau de performance reconnu comme une norme d'excellence pour un processus spécifique d'un marché donné.

Source : *Guide EFQM de la responsabilité sociale / sociétale d'entreprise, 2004.*

Benchmarking : processus continu et systématique de mesure ; processus de comparaison et de mesure en continu des processus d'affaires d'une organisation par rapport aux leaders du marché, partout dans le monde, afin d'acquérir les informations qui pourraient aider l'organisation à prendre des mesures pour améliorer ses performances.

Source : *Guide EFQM de la responsabilité sociale / sociétale d'entreprise, 2004.*

C

Comportement éthique : comportement conforme aux principes acceptés d'une conduite juste ou bonne dans le contexte d'une situation particulière, et en cohérence avec les normes internationales de comportement.

Source : *ISO 26000*

Communautés et développement local : De nos jours, il est largement admis que les organisations aient des relations avec les communautés au sein desquelles elles opèrent. Il convient que ces relations reposent sur une implication auprès des communautés afin de contribuer à leur développement. L'implication auprès des communautés – soit individuellement soit par l'intermédiaire d'associations cherchant à améliorer les biens publics - aide à renforcer la société civile. À l'image d'un arbre, l'organisation s'enracine dans des territoires et ses 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.

D

DD - Développement Durable : le Développement Durable est "un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. Deux concepts sont inhérents à cette notion :

- le concept de « besoin », et plus particulièrement des besoins des plus démunis, à qui il convient d'apporter la plus grande priorité, et
- l'idée des limitations, que l'état de nos techniques et de notre organisation imposent sur la capacité de l'environnement à répondre aux besoins actuels et à venir.

Le Développement Durable est un développement systématiquement équilibré sur trois piliers : l'économique, l'environnement, et le social ; on peut ajouter un quatrième pilier permettant de garantir cet équilibre : la gouvernance, autrement dit des modes adaptés de décision collective.

Source : *Commission mondiale sur l'environnement et le développement, Rapport Brundtland « Notre avenir à tous » 1987.*

Devoir de vigilance : démarche globale, proactive d'identification, visant à éviter et atténuer les impacts négatifs sociaux, environnementaux et économiques, réels et potentiels, qui résultent des décisions et activités d'une organisation sur tout le cycle de vie d'un de ses projets ou activités.

Source : Norme ISO 26000

Dialogue social : négociation, consultation ou simple échange d'informations entre les représentants des gouvernements, les employeurs et les travailleurs sur des sujets d'intérêt commun concernant la politique économique et sociale.

Source : Norme ISO 26000

Dialogue avec les parties prenantes : activité entreprise pour créer des opportunités de dialogue entre l'organisation et une ou plusieurs de ses parties prenantes, dans le but d'éclairer les décisions de l'organisation.

Source : Norme ISO 26000

Droits de l'Homme : les droits de l'Homme sont les droits fondamentaux auxquels tous les êtres humains ont droit. Il existe deux catégories de droits de l'Homme. La première catégorie regroupe les droits civils et politiques et comprend des droits comme le droit à la vie et à la liberté, l'égalité face à la loi et la liberté d'expression. La seconde catégorie regroupe les droits économiques, sociaux et culturels et inclut des droits comme le droit au travail, le droit à la nourriture, le droit au meilleur niveau de santé possible, le droit à l'éducation et le droit à la sécurité sociale.

Source : Norme ISO 26000

E

Eco-conception : intégration des aspects environnementaux dès la phase de conception des produits, qu'il s'agisse de biens, de services ou de procédés. Cette intégration repose sur une approche globale et multicritère de l'environnement et est fondée sur la prise en compte de toutes les étapes du cycle de vie des produits. L'éco-conception est principalement du registre des initiatives volontaires qui peuvent être encouragées et facilitées par la politique environnementale : elles se prêtent à un positionnement gagnant-gagnant de la politique environnementale, c'est à dire non subie (ou perçue comme telle) par les acteurs économiques mais portée par eux.

Source : www.ademe.org

Ecologie industrielle : principe selon lequel, au lieu de considérer le système industriel comme séparé de la biosphère, il est possible de le considérer comme un cas particulier d'écosystème. L'écologie industrielle s'intéresse à l'évolution à long terme du système industriel dans son ensemble et pas seulement aux problèmes d'environnement.

Source : *Dictionnaire du Développement Durable* – C. Brodhag, F. Breuil, N. Gondran, F. Ossama, éditions AFNOR, 2004.

Eco-socio-conception : conception qui, par sa recherche d'éco-socio-efficience, vise à fournir des biens et services satisfaisant les besoins des personnes et contribuant à la qualité de vie, tout en réduisant progressivement les nuisances environnementales et les impacts négatifs sociaux tout au long du cycle de vie du produit (conception, développement, extraction de matières premières, fabrication, production et sous-traitance, distribution, consommation, fin de vie, recyclage).

Source : *Dictionnaire du Développement Durable* – C. Brodhag, F. Breuil, N. Gondran, F. Ossama, éditions AFNOR, 2004.

Enjeu : ce que l'on peut perdre ou gagner, risque ou opportunité pour un organisme ou un territoire lors de ses choix de stratégie, d'une prise de décision.

Source : *Document d'application du SD21000 - Guide pour l'identification et la hiérarchisation des enjeux de Développement Durable*, FD X 30-023, 2006.

Enjeu significatif : préoccupation de Développement Durable, sur laquelle l'entreprise ou la collectivité concentre en priorité les objectifs de sa politique, son programme pluriannuel et son plan d'actions sur les aspects économiques, sociaux et environnementaux les plus sensibles.

Source : *Guide Afnor SD21000*, 2003.

Environnement : Les décisions et les activités des organisations ont inmanquablement un impact sur l'environnement. Ces impacts peuvent être liés à l'utilisation de ressources par l'organisation, à l'emplacement des activités de l'organisation, à la production de pollution et de déchets et aux impacts de ses activités sur les habitats naturels. Pour réduire leurs impacts sur l'environnement, il convient que les organisations adoptent une approche intégrée qui prend en compte les implications directes et indirectes de leurs décisions et de leurs activités d'un point de vue économique, social, sanitaire et environnemental.

Équité : répartition juste et appropriée des coûts et avantages des activités humaines. Ses deux composantes sont l'équité intergénérationnelle et l'équité actuelle entre personnes ou groupes de personnes. Ces deux équités impliquent que la consommation et la production dans l'une des communautés ne sapent pas les ressources écologiques, sociales et économiques des autres communautés pour maintenir ou améliorer leur qualité de vie. *Source : Dictionnaire du Développement Durable – C. Brodhag, F. Breuil, N. Gondran, F. Ossama, éditions AFNOR, 2004.*

Évaluation : l'évaluation est un champ plus récent que l'audit. Il a été porté en particulier depuis les années 80 et 90, d'une part par le secteur public afin de permettre l'évaluation des politiques publiques, et par le secteur privé afin d'apporter des outils d'aide à la décision face à des problématique globales ou complexes, et afin d'apporter des outils d'aide à la réflexion aux organismes matures au-delà de méthodes plus "classiques" d'audit de la conformité.

De nombreuses approches relèvent de la volonté de dépasser la conformité pour introduire la notion d'évaluation de la maturité (AFAQ Global Performance, par exemple...). Ce sont souvent les domaines couverts par l'analyse qui rendent ces approches pertinentes : nécessité d'une analyse portant sur l'ensemble du système d'entreprise (stratégie, management, processus, résultats...), et/ou nécessité d'une analyse portant sur des problématiques complexes (approche globale de la performance, prise en compte du Développement Durable).

Autrement dit, ces approches se prêtent bien à des analyses fines et multicritères, dans des contextes où il existe une relation forte entre les différents éléments de performance ou de maturité analysés.

Externalité : désigne une situation économique dans laquelle l'acte de consommation ou de production d'un agent influe positivement ou négativement sur la situation d'un autre agent non-impliqué dans l'action, sans que ce dernier ne soit totalement compensé ou ait à payer pour les dommages/bénéfices engendrés. Les externalités peuvent se traduire par des dommages/bénéfices d'ordre économique, social, environnemental.

Exemple de l'arboriculteur et de l'apiculteur : l'apiculteur profite de la proximité de l'arboriculteur et produit un miel de qualité grâce à la présence d'arbres entretenus par l'arboriculteur. C'est un service gratuit pour l'apiculteur. Inversement, l'arboriculteur profite de la présence de l'apiculteur pour la pollinisation de ses arbres. L'externalité est positive dans les deux sens.

G

Gouvernance : système par lequel une organisation prend des décisions et les appliquer en vue d'atteindre ses objectifs. La gouvernance peut comprendre à la fois des mécanismes formels de gouvernance, reposant sur des processus et des structures définis, et des mécanismes informels, émergeant en fonction des valeurs et de la culture de l'organisation, souvent sous l'influence des personnes qui dirigent l'organisation. La gouvernance est une fonction essentielle de tout type d'organisation car c'est le cadre des prises de décision au sein de l'organisation.

Source : Norme ISO 26000

Grenelle 2 : promulguée le 12 juillet 2010, la loi portant engagement national pour l'environnement, dite « Grenelle 2 », est un texte d'application et de territorialisation du Grenelle Environnement et de la loi Grenelle 1. Il décline chantier par chantier, secteur par secteur, les objectifs entérinés par le premier volet du Grenelle Environnement. On retrouve 248 articles qui déclinent des mesures dans six chantiers majeurs, à savoir :

- Bâtiments et urbanisme
- Transports
- Energie
- Biodiversité
- Risques, santé, déchets
- Gouvernance

Source : <http://www.legrenelle-environnement.fr/Presentation-de-la-loi-Grenelle-2.html>

I

Impact : changement positif ou négatif subi par la société, l'économie ou l'environnement, résultant entièrement ou en partie des décisions et activités passées et présentes d'une organisation.

Source : ISO 26000

Innovation : traduction pratique d'idées en produits, services, processus, systèmes et relations sociales d'un type nouveau.

Source : Guide EFQM de la responsabilité sociale / sociétale d'entreprise, 2004.

ISR, Investissement Socialement Responsable : l'ISR est un investissement individuel ou collectif effectué selon des critères sociaux, environnementaux, éthiques et de gouvernance d'entreprise sans occulter la performance financière.

L'ISR peut prendre 5 formes principales :

- les fonds socialement responsables ou de Développement Durable : ils intègrent des critères sociaux et environnementaux d'évaluation d'une entreprise cotée qui sont croisés avec des critères financiers pour sélectionner les compagnies les plus performantes d'un point de vue du Développement Durable. On évoque alors une approche positive pour désigner les "best in class", les meilleurs (élèves).
- les fonds d'exclusion : ils excluent a contrario certains secteurs comme l'armement, le jeu, le tabac..., approche d'exclusion, dite historique de l'ISR.
- l'engagement actionnarial : il consiste, pour les investisseurs, à exiger des entreprises une politique de responsabilité sociale plus forte par un dialogue direct, mais aussi par l'exercice des droits de vote en assemblées générales. On parle également dans ce cas d'activisme actionnarial.
- les fonds thématiques: ils concentrent l'investissement sur des secteurs d'activité favorables à l'environnement ou à la société, tel que les énergies alternatives ou l'économie solidaire par exemple.

L

Loyauté des pratiques : La loyauté des pratiques concerne la conduite éthique des transactions entre une organisation et d'autres organisations. Elle englobe les relations entre les organisations et des organismes publics ainsi qu'entre des organisations et leurs partenaires, fournisseurs, sous-traitants, clients, concurrents et les associations dont elles sont membres.

Des domaines d'action touchant la loyauté des pratiques se font jour en matière de lutte contre la corruption, d'implication responsable dans le domaine public, de concurrence loyale, de comportement responsable, de relations avec d'autres organisations et de respect des droits de propriété.

Source : Norme ISO 26000

N

Normes internationales de comportement : attentes vis-à-vis du comportement d'une organisation en matière de responsabilité sociétale, procédant du droit coutumier international, de principes généralement acceptés de droit international, ou d'accords intergouvernementaux universellement ou quasi universellement reconnus.

Source : Norme ISO 26000

P

PP - Partie prenante : individu ou groupe ayant un intérêt dans les décisions ou activités d'une organisation.

Source : Norme ISO 26000

Partie intéressée : Partie intéressée était le terme utilisé pour désigner les parties prenantes dans le Guide SD 21000, AFNOR, 2003, désormais remplacé par l'ISO 26000.

PDCA (Roue de Deming ou Cycle de Deming) : Principe de l'amélioration continue, connu sous le nom de PDCA, littéralement Plan, Do, Check, Act (Planification, Déploiement, Contrôle, Amélioration).

L'amélioration continue est aujourd'hui reconnue comme un principe de management déployé par les dirigeants et managers des entreprises pour contribuer, dans le temps, à l'amélioration des performances des entreprises et à la satisfaction des parties prenantes. La mise en œuvre de ce principe universel pour améliorer la performance de l'entreprise peut se faire par la pratique du « Cycle de Deming ».

La vertu pédagogique du cycle PDCA, fait que celui-ci peut se décliner sur toutes les activités d'un organisme. Ainsi le cycle PDCA peut s'appliquer à la stratégie et à son pilotage, aux processus, aux produits, à l'innovation, au management des risques, etc.

Cela démontre la puissance du principe de l'amélioration continue pour inscrire l'entreprise dans une démarche de performance globale.

Une planification intégrée et cohérente des pratiques et des actions (PLAN) doit être suivie d'un déploiement effectif (DO) et aussi systématique que nécessaire. Les vérifications et les mesures d'efficacité (CHECK) vont ensuite porter sur le déploiement lui-même, à des fins d'amélioration (ACT).

Principe de précaution : principe selon lequel l'absence de certitudes, compte-tenu des connaissances scientifiques du moment, ne doit pas retarder l'adoption de mesures effectives et proportionnées visant à prévenir un risque de dommages graves et irréversibles à l'environnement.

Source : *Charte de l'environnement, Journal officiel du 1er mars 2005.*

Q

Questions relatives aux consommateurs : Les organisations qui fournissent produits et services aux consommateurs ainsi qu'à d'autres clients ont des responsabilités vis-à-vis de ces consommateurs et de ces clients. Parmi les responsabilités, citons l'éducation et une information exacte, des informations relatives à la commercialisation et des processus contractuels honnêtes, transparents et efficaces, ainsi que la promotion d'une consommation durable et la conception de produits et services accessibles à tous et prenant en compte les personnes vulnérables et défavorisées, le cas échéant.

R

Redevabilité : état consistant, pour une organisation, à être en mesure de répondre de ses décisions et activités à ses organes directeurs, ses autorités constituées et, plus largement, à ses parties prenantes.

Source : *Norme ISO 26000*

Relations et conditions de travail : les relations et conditions de travail d'une organisation englobent toutes les politiques et pratiques liées au travail au sein d'une organisation, par elle ou pour son compte, y compris en cas de sous-traitance. Les relations et conditions de travail couvrent le recrutement et la promotion de travailleurs, les procédures disciplinaires et celles destinées à mettre fin aux atteintes aux droits, le transfert et les délocalisations de travailleurs, la cessation d'emploi, la formation et le développement des compétences, la santé, la sécurité et l'hygiène au travail ainsi que toute politique ou pratique affectant les conditions de travail, notamment le temps de travail et la rémunération. Les relations et conditions de travail englobent également la reconnaissance des organisations de travailleurs ainsi que la représentation et la participation tant des organisations de travailleurs que celles des employeurs aux négociations collectives, au dialogue social et aux consultations tripartites en vue de traiter les questions sociales liées à l'emploi.

Source : *Norme ISO 26000*

Respect du principe de légalité : le principe de légalité se réfère à la primauté du droit et, en particulier, à l'idée d'une part, qu'aucun individu ou organisation n'est au-dessus des lois, et d'autre part, que les pouvoirs publics y sont également soumis. Le principe de légalité est en opposition avec l'exercice arbitraire du pouvoir. Dans le contexte de la responsabilité sociétale, le respect du principe de légalité implique qu'une organisation se conforme à toutes les législations et réglementations en vigueur. Cela signifie qu'il convient que l'organisation prenne des mesures pour prendre connaissance des lois et réglementations en vigueur, pour informer ceux qui font partie de l'organisation qu'ils sont tenus d'observer et de mettre en œuvre les mesures en question.

Source : *Norme ISO 26000*

RS - Responsabilité Sociétale : responsabilité d'une organisation vis-à-vis des impacts de ses décisions et activités sur la société et sur l'environnement, se traduisant par un comportement éthique et transparent qui :

- contribue au Développement Durable, y compris à la santé et au bien-être de la société
- prend en compte les attentes des parties prenantes
- respecte les lois en vigueur tout en étant en cohérence avec les normes internationales de comportement
- est intégré dans l'ensemble de l'organisation et mis en œuvre dans ses relations

La responsabilité sociétale est, tout simplement, la contribution d'une organisation à un Développement Durable.

Source : *Norme ISO 26000*

Ressources environnementales : matières premières naturelles minérales, vivantes ou énergétiques permettant de subvenir aux besoins de la société humaine : eau, air, sol, énergie, biodiversité.

Risque : élément de l'enjeu. Par exemple, un risque chimique pourra avoir une conséquence sur des enjeux environnementaux (l'eau et l'air), mais également sur des enjeux sociaux (santé, sécurité au travail) et économique (rentabilité, risque économique).

S

Sphère d'influence : portée/ampleur des relations politiques, contractuelles, économiques ou autres à travers lesquelles une organisation a la capacité d'influer sur les décisions et les activités de personnes ou d'autres organisations.

Source : Norme ISO 26000

Stratégie Nationale de Développement Durable (SNDD) : la Stratégie Nationale de Développement Durable constitue un engagement national et de portée interministérielle vis-à-vis du Développement Durable. Autour de choix stratégiques qui ont fait l'objet d'un large consensus, la Stratégie Nationale de Développement Durable propose à tous les acteurs du pays, publics ou privés, un projet collectif commun pour les aider à construire et à faire connaître leurs propres projets de Développement Durable. Pour la période 2010-2013, la Stratégie Nationale pour Développement Durable pose les bases d'un mode de Développement Durable organisé autour d'une économie verte et équitable. Elle se structure autour de neuf défis clefs, à savoir :

- Consommation et production durables
- Société de la connaissance
- Gouvernance
- Changement climatique et énergies
- Transport et mobilité durables
- Conservation et gestion durables de la biodiversité et des ressources naturelles
- Santé publique, prévention et gestion des risques
- Démographie, immigration et inclusion sociale
- Défis internationaux en matière de Développement Durable et de pauvreté dans le monde

Source : <http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/Fiches.pdf>
<http://www.developpement-durable.gouv.fr/Strategie-nationale-de-17586.html>

T

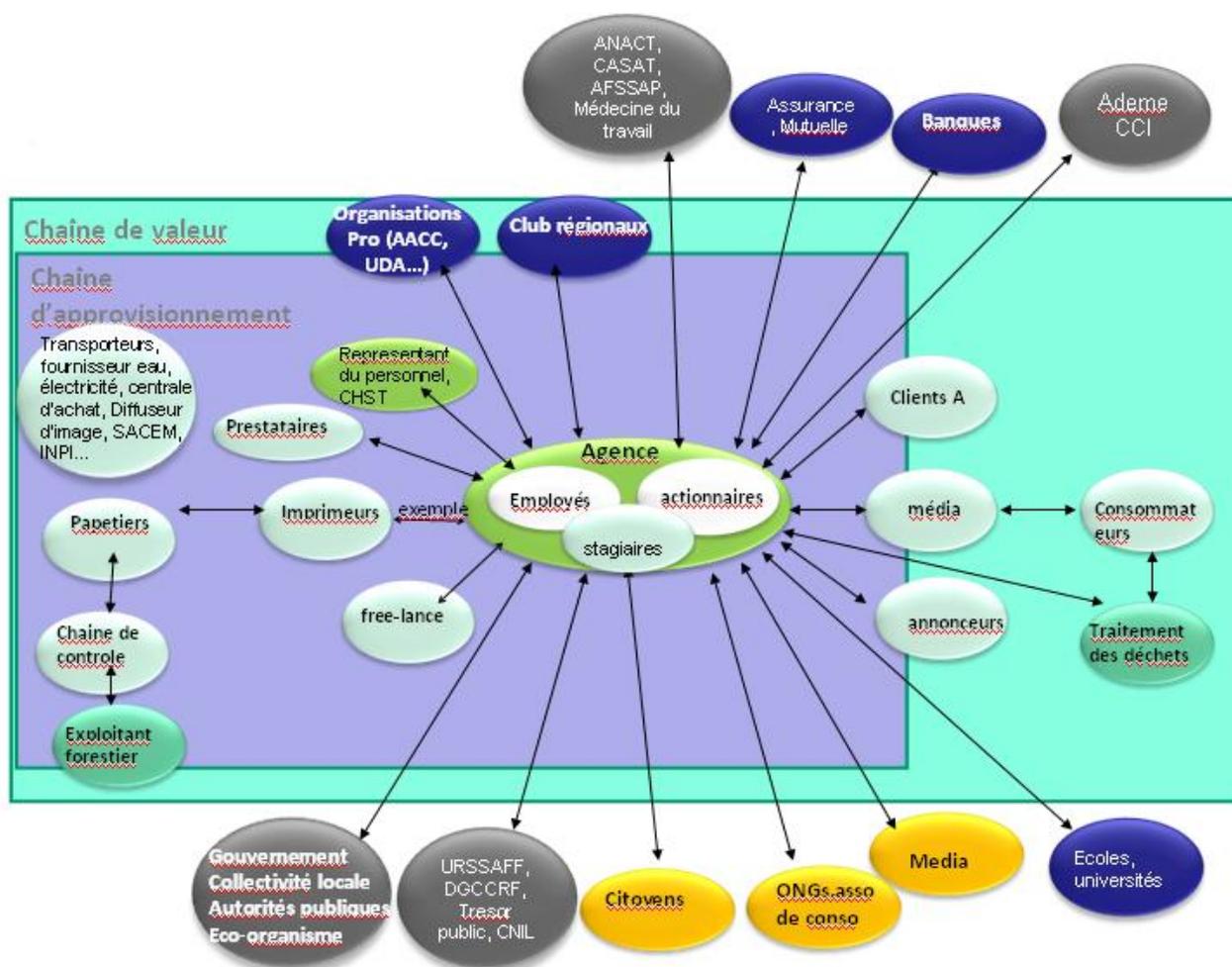
Transparence : accessibilité des informations relatives aux décisions et aux activités ayant une incidence sur la société, l'économie et l'environnement, et volonté d'assurer une communication claire, exacte, opportune, honnête et complète.

Source : Norme ISO 26000

ANNEXE II – Parties prenantes

1- Cartographie de Parties Prenantes des entreprises des métiers de la communication

La présente cartographie illustre les principales parties prenantes d'une entreprise des métiers de la communication. Celle-ci est focalisée sur les parties prenantes entrant habituellement dans la sphère d'influence des entreprises du secteur.



2- Liste des catégories de parties prenantes de la norme expérimentale XP X 30-029

Catégories de parties prenantes et exemples de structures pouvant les représenter

| | Catégories de parties prenantes | Exemples de structures pouvant représenter les parties prenantes |
|----|---|---|
| 1 | Salariés Collaborateurs Direction/managers Collaborateurs employés/opérationnels Collaborateurs intérimaires ou temporaires | Syndicat de salariés |
| | | CHSCT |
| | | Délégués du personnel |
| | | Comités d'entreprises |
| | | Médecins du travail |
| 2 | Filiales / agences | Voir instances ci-dessus |
| 3 | Ressources financières | Maison mère |
| | | Investisseurs (du mouvement ou extérieurs) |
| | | Banques |
| 4 | Coopérateurs, sociétaires, adhérents | Instances représentatives |
| | | Conseil d'administration |
| 5 | Compagnies d'assurances | Compagnies d'assurances |
| 6 | Fournisseurs, prestataires, Sous-traitants (rang 1, 2, ...) | Syndicat professionnel ou associations d'acteurs économiques |
| 7 | Clients | Syndicat professionnel ou associations |
| 8 | Consommateurs et Utilisateurs finaux | Associations de consommateurs |
| 9 | Entreprises de la filière (chaîne de la valeur) | Associations d'entreprises de la filière |
| 10 | Entreprises de même activité Entreprises concurrentes | Fédérations professionnelles |
| | | Syndicats professionnels |
| 11 | Entreprises de même secteur géographique (zone d'activité, collectivité) | Organismes consulaires (Chambres de commerce et d'industrie, Chambres de métiers et de l'artisanat) |
| | | Association d'entreprise sur la zone d'activité |
| | | Club d'entreprises |
| 12 | Ecosystèmes | Associations d'écologie et de protection de la nature spécialisée ou attachée à un territoire |
| | | Administrations spécialisées (DREAL, ADEME, Agence de l'eau) |
| 13 | Société dans son ensemble | Administrations |
| | | Associations généralistes ou globales |
| | | Médias |
| 14 | Communauté locale | Collectivités locales (ville, commune, communauté de communes ou d'agglomération, pays...) |
| | | Conseils régionaux |
| | | Conseil généraux |
| | | Associations d'insertion sociale et de solidarité |
| | | Associations sportives et de loisirs |
| | | Associations culturelles |

| | Catégories de parties prenantes | Exemples de structures pouvant représenter les parties prenantes |
|----|---|--|
| 15 | Riverains | Associations représentatives de riverains |
| 16 | Futurs embauchés | Ecoles d'ingénieurs, universités, IUT, filières d'apprentissage ... Associations d'élèves (futurs embauchés) |
| 17 | Femmes en situation professionnelle | Associations, administration |
| 18 | Handicapés en situation professionnelle | Associations, administration (CRAM) AGEFIPH (Association de gestion des fonds d'insertion professionnelle des personnes handicapés) |
| 19 | Enfants | Associations (droits enfants, familiales) |
| 20 | Groupes vulnérables | Associations de solidarité |
| | | Associations pour personnes éloignées de l'emploi |
| | | HALDE (Haute autorité lutte contre discriminations et pour l'égalité) |
| 21 | Génération futures | Associations |
| 22 | Organismes de formation | Etablissements d'enseignement |
| | | Instituts de formation |
| 23 | Pouvoirs publics (contrôles et soutien) | Préfecture |
| | | DREAL (environnement, risques, logement, transport...) |
| | | ADEME (énergie, environnement) |
| | | DIRECCTE (travail, emploi, formation professionnelle, développement industriel et technologique, consommation, commerce extérieur, commerce, artisanat, intelligence économique) |
| | | Pompiers, sécurité civile, SDIS |
| | | Agence régionale de santé (prévention, santé publique, veille et sécurité sanitaire, accompagnement médico-social) |
| | | URSSAF |
| | | Organisme de retraite complémentaire |
| | | Pôle emploi |
| | | Inspecteurs du travail |
| 24 | Producteurs de connaissance, recherche | Instituts de recherche |
| | | INERIS |
| | | Centres techniques |
| 25 | Organisations porteuses d'initiatives de responsabilité sociétale et de Développement Durable | Pacte Mondial (Global Compact ONU, association nationale) |
| | | ONG internationales (environnement et social) |
| | | Commission nationale des droits de l'Homme |
| | | Associations nationales ou locales (Comité21, ORSE, OREE, CIRIDD...) |
| 26 | Soutiens | Organismes de normalisation |
| | | Organismes de certification |
| | | Bureaux d'étude technique |
| | | Consultants, cabinets conseil (juridique, financier, système,...) |
| 27 | Organisations influentes sur l'opinion | Organisations politiques |
| | | Mouvements éthiques et philosophiques |
| | | Institutions religieuses |
| 28 | Autres... | |

ANNEXE III – Questions centrales de l'ISO 26000, quelques questions à se poser

Question centrale n°1 Gouvernance

- Dans quelle mesure la composition et le fonctionnement du conseil d'administration/organe équivalent traduisent-ils une volonté d'assurer la prise en compte des intérêts de tous les actionnaires, et ceux des autres parties prenantes ?
- Quels moyens et informations sont systématiquement mis à disposition du conseil d'administration/organe équivalent pour lui permettre d'exercer ses pouvoirs d'orientation et de contrôle ?
- Quels dispositifs de contrôle et d'audit avez-vous mis en place afin de garantir la fiabilité des comptes et la maîtrise des principaux risques ?
- Encouragez-vous la participation effective des employés à tous les niveaux, aux activités de l'organisation en rapport avec la responsabilité sociétale ?

Question centrale n°2 Droits de l'Homme

- Évaluez-vous comment les activités proposées ou déjà existantes peuvent avoir une incidence sur les Droits de l'Homme ? (dont devoir de vigilance sur la sphère d'influence)
- Êtes-vous vigilants aux conditions sociales et environnementales de fournitures des biens et de prestation des services ?
- Avez-vous établi des partenariats ou relations contractuelles avec un partenaire qui pourrait porter atteintes aux Droits de l'Homme ?
- Avez-vous analysé vos propres activités ainsi que celles des autres parties prenantes au sein de votre sphère d'influence pour déterminer l'existence éventuelle de discrimination ?
- Respectez-vous l'ensemble des droits politiques et civils individuels : vie des individus, liberté d'opinion et d'expression, droit de réunion pacifique et de libre association, le droit d'être propriétaire, le droit à un procès en bonne et due forme ?
- Respectez-vous les principes fondamentaux du droit du travail : liberté d'association et reconnaissance effective du droit de négociation collective, élimination de toute forme de travail forcé ou obligatoire, abolition effective du travail des enfants, élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession ?

Question centrale n°3 Relations et conditions de travail

> Emploi et relations employeur / employé

- Contrôlez-vous la situation régulière de tous les salariés embauchés, quel que soit leur statut (temporaire, travailleurs saisonniers...) : êtes-vous sûrs que le travail est réalisé par des hommes et des femmes qui sont juridiquement reconnus comme employés ou travaillant en indépendants ?
- Vous assurez-vous que les contrats de travail ou de sous-traitance ne sont passés qu'avec des organisations juridiquement reconnues ou capables d'assumer des responsabilités d'employeurs et d'assurer des conditions de travail décentes ?
- Quelle est votre politique de recrutement : avez-vous défini les cas où vous avez recours aux différents types de contrat (CDI, CDD, intérim, apprentissage, stage, etc.) ? Avez-vous pris des dispositifs pour éviter tout recours excessif au travail occasionnel ou temporaire ?
- Vous assurez-vous que les salariés en CDD, les intérimaires, les salariés à temps partiel bénéficient des mêmes avantages que les salariés en CDI ?
- Avez-vous pris des dispositions pour protéger les données personnelles des employés et leur vie privée ?
- Si vous opérez à l'international : déployez-vous des efforts afin de favoriser l'emploi, l'évolution professionnelle, la promotion et l'avancement des ressortissants du pays d'accueil ? (cela comprend l'approvisionnement et la distribution par des entreprises locales lorsque cela est possible)

> Conditions de travail et protection sociale

- Vous assurez-vous que les conditions de travail sont conformes à la législation et à la réglementation nationale (et normes internationales ?)
- Quelles sont les dispositions prises par l'entreprise en matière de temps de travail ? Quelles mesures prend l'entreprise pour assurer l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle ?
- Assurez-vous à vos employés des horaires de travail normaux ou convenus, établis dans la législation, les conventions collectives ? Assurez-vous un repos hebdomadaire et des congés annuels payés ? Assurez-vous aux travailleurs des compensations pour les heures supplémentaires conformément à la législation, aux conventions collectives ?
- Avez-vous identifié les principaux risques en matière de santé et sécurité pour les salariés ? Quels dispositifs avez-vous mis en place pour garantir la protection des salariés et la prévention des accidents, maladies professionnelles ?
- Les salaires et autres formes de rémunérations pratiquées sont-ils conformes à la législation, aux conventions collectives au niveau national ? Dans l'établissement des rémunérations, prenez-vous en compte le niveau général des salaires dans le pays, le coût de la vie, les avantages de la sécurité sociale, les exigences de développement économique...
- Avez-vous des objectifs / orientations pour assurer l'objectivité et la transparence des éléments de rémunération ?
- Valorisez-vous les performances individuelles et l'acquisition de nouvelles compétences ?
- Quels dispositifs avez-vous mis en place pour développer les compétences et assurer la progression professionnelle de vos collaborateurs ?
- Avez-vous mis en place des dispositions spécifiques en matière de protection sociale ?

> Dialogue Social

- Quels dispositifs avez-vous mis en place pour promouvoir le dialogue social ? La direction peut-elle prouver qu'elle fournit de l'information utile aux délégués et quelle assure la régularité du dialogue et de la négociation collective ?
- Quelles voies d'expression les salariés ont-ils à leur disposition ?
- Avez-vous organisé les relations avec les délégués syndicaux ? (rencontres, calendrier de discussions/négociation, écoute au quotidien...)
- Vous assurez-vous que les salariés syndiqués ne sont pas discriminés du fait de leur appartenance syndicale ?

> Santé et sécurité au travail

- Avez-vous mis en place des processus pour analyser et maîtriser les risques engendrés par vos activités pour la santé et la sécurité ?
- Vous assurez-vous, que les travailleurs prennent en permanence toutes les précautions d'usage et suivent les bonnes procédures ?
- Fournissez-vous correctement les travailleurs en équipements de sécurité requis pour empêcher les blessures et maladies professionnelles ainsi que les accidents du travail et pour traiter les urgences ?
- Faites-vous un suivi et une analyse de tous les incidents et problèmes de santé et de sécurité afin de les réduire, éliminer ?
- Prévoyez-vous une formation adaptée sur toutes les questions pertinentes à l'ensemble du personnel ?
- Assurez-vous une protection identique en matière de santé et sécurité aux travailleurs à temps partiel et aux travailleurs temporaires ainsi qu'aux sous-traitants ?
- Avez-vous mis en place des dispositifs pour éliminer les risques psychosociaux sur les lieux de travail, et ainsi lutter contre le stress et les maladies qui en découlent ?

> Discrimination, égalité des chances et respect de la dignité et des droits fondamentaux

- Avez-vous fixé des objectifs en matière de promotion de l'égalité hommes/femmes ?
- Avez-vous des objectifs précis pour les salariés exposés à la discrimination : salariés seniors, handicapés, personnes issues de l'immigration ?

- Avez-vous défini des mesures de prévention contre les situations de harcèlement ? Avez-vous identifié des risques en matière de sécurité des personnes (employés, clients) qui relèvent de la responsabilité de l'entreprise ?
- De quelle manière traitez-vous les fautes disciplinaires ?

Question centrale n°4 L'environnement

- Quels moyens (humains, financiers) consacrez-vous à la question de l'environnement ?

> Prévention de la pollution

- Avez-vous procédé à l'analyse des aspects et impacts environnementaux liés à votre entreprise (Bilan Carbone, diagnostic performance énergétique, ACV etc.) ? Avez-vous mis en place un programme d'actions correctives ?
- Identifiez-vous les sources de pollution et de déchets liés à vos activités ?
- Avez-vous mis en place des dispositifs pour mesurer, enregistrer dans un rapport vos sources significatives de pollution et la réduction de la pollution, la consommation d'eau, la production de déchets et la consommation d'énergie ? Les projets d'investissement et de conception des produits/services intègrent-ils une évaluation des impacts environnementaux ?
- Avez-vous pris des mesures visant à prévenir la pollution et les déchets ? Avez-vous mis en œuvre des mesures visant à réduire progressivement et le plus possible la pollution directe ou indirecte des activités que vous contrôlez ou sur lesquelles vous exercez une influence (et notamment promotion de produits et services plus écologiques) ?
- Avez-vous une politique de transparence quant aux quantités et types de matières toxiques et dangereuses significatives utilisées et libérées, y compris les risques connus que font courir ces matières pour la santé humaine et l'environnement, dans le cadre d'activités normales ou de libérations accidentelles ?
- Avez-vous mis en œuvre des moyens pour identifier et éviter l'utilisation de produits chimiques interdits, indésirables, identifiés comme inquiétants par les organismes scientifiques ou autre partie prenante, sur des motifs raisonnables et vérifiables ?
- Avez-vous mis en place des dispositifs de prévention des pollutions accidentelles, de gestion de crise ? Avez-vous identifié des risques liés à la pollution des sols ?
- Avez-vous mis en place des dispositifs pour informer vos parties prenantes des moyens mis en œuvre pour minimiser vos impacts environnementaux ?

> Utilisation durable des ressources

- Avez-vous identifié les sources d'énergie, d'eau et autres ressources utilisées ?
- Avez-vous mis en place un dispositif pour mesurer et enregistrer dans un rapport vos utilisations importantes d'énergie, eau et autres ressources ?
- Avez-vous défini des objectifs en matière de réduction de vos consommations d'énergie, d'eau et de matières premières ? Quels moyens mettez-vous en œuvre pour réduire vos consommations d'énergie, d'eau et de matières premières ?
- Avez-vous mis en place des mesures pour compléter ou remplacer si possible les ressources non renouvelables par d'autres ressources renouvelables durables et à faible impact sur l'environnement ?
- Avez-vous mis en place des mesures pour favoriser l'utilisation de matière recyclée et réutiliser l'eau, dans la mesure du possible ?
- Êtes-vous inscrit dans une de promotion : d'une politique d'achat durable, de consommation durable ?

> Atténuation des changements climatiques

- Avez-vous identifié les sources d'émissions directes et indirectes de gaz à effet de serre (GES) ?
- Avez-vous mis en œuvre des mesures optimisées de réduction progressive des émissions directes et indirectes de GES sous votre contrôle ? Encouragez-vous des actions similaires dans votre sphère d'influence ?
- Envisagez-vous d'assurer une neutralité carbone en mettant en œuvre des mesures destinées à compenser les émissions de GES restantes (captation de carbone, soutien à des programmes de réduction des émissions par exemple) ?

> Protection de l'environnement, biodiversité et réhabilitation des habitats naturels

- Avez-vous identifié les impacts négatifs potentiels sur la biodiversité et sur les services assurés par les écosystèmes ? Avez-vous pris des mesures pour éliminer ou réduire le plus possible ces impacts ?
- Avez-vous établi et mis en œuvre une stratégie intégrée de la gestion des sols, de l'eau et des écosystèmes qui promeuve la conservation et l'utilisation durable d'une manière équitable ? Avez-vous pris des mesures pour préserver toute espèce endémique, menacée ou en voie de disparition ?
- Avez-vous mis en place des dispositifs pour utiliser dans une proportion de plus en plus importante des produits dont les fournisseurs utilisent des technologies et processus plus durables ?

Question centrale n°5 Loyauté des pratiques

> Lutte contre la corruption

- Avez-vous procédé à une identification des risques de corruption ?
- Avez-vous formalisé un code de conduite, une charte ou autre document interne pour informer vos collaborateurs à l'égard des risques de corruption et d'extorsion et des conduites à tenir ?
- Des cas de corruption ont-ils été révélés ces dernières années par des parties prenantes externes ?

> Concurrence loyale

- Avez-vous défini des règles visant à interdire les pratiques anticoncurrentielles (ententes sur les prix, partage des marchés...) ?
- Des cas de non-respect des règles de la concurrence ont-ils été observés au cours de ces dernières années ?
- Vous assurez-vous que vous ne profitez pas de conditions sociales telles que la pauvreté pour obtenir des avantages concurrentiels déloyaux (prise en compte du contexte social) ?

> Promotion de la responsabilité sociétale dans la chaîne de valeur

- Avez-vous mis en place une politique d'achat responsable ?
- Prenez-vous en compte les critères de performances environnementale et sociale chez vos fournisseurs et sous-traitants (mise en place d'un dispositif efficace intégrant les critères RSO lors de la sélection des offres ?)
- Réalisez-vous un contrôle des pratiques sociales et environnementales des fournisseurs et sous-traitants les plus sensibles ?
- Vous êtes-vous engagés à développer des relations de partenariat/stables avec vos fournisseurs et sous-traitants (notamment si relation de dépendance ?)
- Avez-vous un comportement responsable avec vos fournisseurs, prestataires ? (respect des clauses contractuelles, délais de paiement raisonnables...)

> Respect des droits de propriété

- Avez-vous mis en œuvre une politique et des pratiques qui promeuvent le respect des droits de propriété et du savoir traditionnel ?
- Prenez-vous en compte les attentes de la société, des droits de l'Homme et des besoins fondamentaux des individus lors de l'exercice et de la protection de vos droits de propriété intellectuelle et physique ?
- Avez-vous identifié dans vos activités des pratiques qui pourraient impliquer la violation de droits de propriété, y compris l'abus de position dominante, la contrefaçon et le piratage ?

Question centrale n°6 Questions relatives aux consommateurs

> Pratiques loyales en matière de commercialisation, d'informations et de contrats

- Vous assurez-vous que l'entreprise ne s'engage dans aucune pratique trompeuse, frauduleuse, déloyale, peu claire, ambiguë, y compris l'omission d'informations cruciales ?
- Mettez-vous en œuvre ce qu'il faut pour vous assurer que l'intégralité des informations intéressant le client/consommateur a été transmise dans la phase avant-vente du produit/service ?

- Avez-vous défini des principes relatifs à la sincérité des messages publicitaires (offre de service/produit conforme aux engagements qualités et aux clauses contractuelles) ? Avez-vous mis en place des systèmes de contrôle de vos messages publicitaires et de vos pratiques commerciales ?
- Utilisez-vous des contrats qui sont rédigés dans une langue claire, lisible et compréhensible et qui ne comportent pas de termes contractuels abusifs et qui fournissent des informations claires et suffisantes concernant les prix, caractéristiques, termes, conditions, coûts, durée du contrat et délais d'annulation ?

> Protection de la santé et de la sécurité des consommateurs

- Avez-vous réalisé une analyse des risques liés à la santé et à la sécurité des utilisateurs du produit ou service commercialisé ?
- Fournissez-vous des produits/services qui dans les conditions d'utilisation normales ou raisonnablement prévisibles, sont sûrs pour les utilisateurs et autres personnes, leurs biens et l'environnement ?
- Avez-vous mis en place un processus garantissant l'identification régulière des risques sur l'ensemble du cycle de vie des produits / service ?
- Existe-t-il un processus qui assure la traçabilité des produits et services ?

> Consommation durable

- Promouvez-vous l'éducation nécessaire pour permettre aux consommateurs de comprendre les impacts de leurs choix de produits et services sur leur bien-être et sur l'environnement (conseils pratiques...)?
- Proposez-vous aux consommateurs des produits et des services bénéfiques d'un point de vue sociétal et environnemental : produits, emballages qui puisse facilement être réutilisés, réparés, recyclés et si possible, en proposant des services de recyclage et mise au rebut ; proposer des produits de grande qualité, ayant une durée de vie plus longue, à des prix abordables ; en fournissant aux consommateurs des informations scientifiquement fiables, cohérentes, précises...concernant les facteurs environnementaux et sociétaux liés à la production et à la livraison de ses produits ou services ?

> Service après-vente, assistance et résolution des réclamations et litiges pour les consommateurs

- Les clients disposent-ils de voies de réclamation effectives qui leurs sont systématiquement communiquées ? Les possibilités de résolution rapide et amiable des litiges sont-elles aménagées ?
- Des circuits de transmission et de traitement rapide des réclamations /plaintes sont-ils définis ?
- De quelle manière l'opinion des clients/consommateurs est-elle prise en compte ? (enquête de satisfaction, analyse des réclamations...)

> Protection des données et de la vie privée des consommateurs

- L'entreprise s'est-elle fixé des règles de respect de confidentialité des données et informations en sa possession ? Conservez-vous des données personnelles relatives à vos clients/Prospects ? (Avez-vous une autorisation de la CNIL pour conserver ces données ?)
- Spécifiez-vous l'objet de la collecte de données personnelles, que ce soit avant ou au moment de cette collecte ? Communiquez-vous aux consommateurs leur droit de regard sur les données personnelles qui les concernent ?
- Veillez-vous à ce que l'utilisation de services ou le bénéfice d'offres spéciales ne soient pas conditionnés à l'acceptation de la part du consommateur d'une utilisation abusive de données à des fins commerciales ?

Question centrale n°7 Communautés et développement local

> Éducation

- Êtes-vous engagés dans des actions d'appui et de promotion de l'éducation à tous les niveaux ? (amélioration de la qualité, de l'accès à l'éducation)
- Promouvez-vous des opportunités d'apprentissage pour les groupes vulnérables et discriminés ?
- Promouvez-vous des activités culturelles, et êtes-vous impliqués dans la conservation et la protection du patrimoine culturel ?

> Création d'emplois et développement des compétences

- Votre entreprise prend-t-elle des initiatives pour contribuer à l'emploi local ? Au développement économique des territoires dans lesquels elle est implantée ?
- Analysez-vous l'impact de vos décisions d'investissement sur la création d'emplois ?
- Êtes-vous engagés dans des programmes locaux et nationaux de développement des compétences (programmes d'apprentissage, de formation permanente,...)

> Développement des technologies et accès à la technologie

- Contribuez-vous au développement de technologies innovantes pouvant contribuer à traiter les questions sociales et environnementales dans les communautés locales ?
- Contribuez-vous au développement de technologies à faible coût, faciles à reproduire et ayant un impact très positif sur l'éradication de la pauvreté et de la faim ?

> Création de richesses et de revenus

- Avant toute décision de vous installer ou de quitter une communauté, prenez-vous en compte l'impact socio-économique de votre décision ?
- Dans vos choix d'approvisionnement : donnez-vous la préférence, si possible, à des fournisseurs locaux ? Contribuez-vous au développement de ces fournisseurs ?
- Apportez-vous votre contribution à des programmes et partenariats durables qui soutiennent les membres de la communauté (notamment les femmes et autres groupes socialement défavorisés et vulnérables) pour créer des entreprises et des coopératives ?

> Santé

- Avez-vous mis en œuvre des dispositions pour éliminer les conséquences néfastes sur la santé de tout processus de fabrication, produit ou service de l'organisation ?
- Poursuivez-vous des actions de promotion de la santé : favoriser l'accès aux médicaments et à la vaccination, encourager les styles de vie sains, favoriser une détection précoce des maladies, sensibiliser les populations aux méthodes de contraception... ?
- Contribuez-vous à apporter une aide pour faciliter un accès universel et durable aux services essentiels de santé, à l'eau propre et à des installations sanitaires appropriées ?

> Implication auprès des communautés / Investissement dans la société

- Dans les communautés où vous êtes implantés, consultez-vous les groupes représentatifs de la communauté pour déterminer les priorités en matière d'investissement dans la société ?
- Si les produits/services proposés par votre entreprise présentent un caractère d'intérêt général, avez-vous pris des initiatives pour améliorer leur accessibilité auprès des catégories de personnes qui rencontreraient des difficultés pour se les fournir ?
- Êtes-vous impliqués dans des initiatives d'intérêt général (mécénat, parrainage...) ? Comment le pilotage de ces actions est-il organisé ? Impliquez-vous vos collaborateurs dans ces projets ?
- Envisagez-vous des partenariats avec d'autres organisations, y compris les pouvoirs publics, les entreprises, ou les ONG afin de maximiser les synergies et d'utiliser des ressources, connaissances et compétences complémentaires ?

ANNEXE IV – Bibliographie

Publications normatives

NF ISO 26000 « Lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale », novembre 2010

Norme relative à la responsabilité sociétale des organisations, c'est-à-dire l'application des principes de Développement Durable aux organisations. Les objectifs de l'ISO 26000 sont de :

- guider les organismes dans la prise en charge des responsabilités sociétales.
- proposer un cadre pour :
 - permettre la responsabilité sociétale ;
 - identifier et dialoguer avec les parties prenantes ;
 - crédibiliser la communication à propos de la responsabilité sociétale.
- valoriser les résultats obtenus.
- améliorer les liens avec les clients, par un accroissement de la satisfaction et de la confiance.
- faire la promotion d'une terminologie unique au sujet de la responsabilité sociétale.
- assurer la cohérence avec les documents existants et les autres normes ISO.

Autres documents normatifs en lien avec l'ISO 26000 :

XP X 30-027 « Responsabilité sociétale - Rendre crédible une démarche de responsabilité sociétale basée sur l'ISO 26000 », décembre 2010

FD X 30-028 « Guide d'utilisation de l'ISO 26000 pour le secteur de la communication », juin 2012

XP X 30-029 « Norme expérimentale, Responsabilité sociétale – Déterminer la priorité des domaines d'action de l'ISO 26000 », août 2013

AC X 30-030 « Développement durable et responsabilité sociétale – Guide d'utilisation de la norme ISO 26000 pour les acteurs de l'agroalimentaire », septembre 2012

FD X 30-031 « Responsabilité sociétale – Gouvernance et responsabilité sociétale – ISO 26000 », août 2013

Afin d'apporter un éclairage complémentaires aux lignes directrices de l'ISO 26000, le FD X30-031 propose de préciser 6 domaines d'action pour décliner de manière opérationnelle la gouvernance de la manière suivante :

- définir la vision à long terme, et le positionnement en matière de responsabilité sociétale à travers la définition de :
 - la mission,
 - des valeurs,
 - des principes de responsabilité sociétale et
 - de la vision.
- établir un dialogue régulier avec ses parties prenantes à travers la mise en place de relation avec les parties prenantes,
- définir ses enjeux, ses objectifs et la façon de les atteindre à travers la définition de la stratégie et des priorités,
- mettre en place son « dispositif de gouvernance », en définissant les structures et processus de prise de décision,
- suivre son dispositif et améliorer de manière continue ; par la mise en place d'un mécanisme de pilotage, de mise en œuvre et de surveillance,
- assurer une communication interne et externe en rendant compte de la démarche.

NF X 50-135-1&2 « Fonction Achats – Achats Responsables – Guide d'utilisation de l'ISO 26000 ; Partie 1 : Politique – Stratégie ; Partie 2 : Déploiement opérationnel »

Autres publications

Commission européenne, Communication « Responsabilité sociale des entreprises une nouvelle stratégie de l'UE pour la période 2011-2014 », Bruxelles, octobre 2011

http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/getdocument.cfm?doc_id=7009

« Communication officielle de la Commission Européenne d'octobre 2011 sur la RSE : nouvelle définition, principes et orientations »

Earth Charter (Charte de la Terre)

<http://www.earthcharterinaction.org/contenu/pages/Lire-la-Charte.html>

« Initiative de la Charte de la Terre pour la promotion de la transition vers des modes de vie durables et une société globale sur la base d'un cadre éthique partagé amplement qui inclut le respect et le soin de la communauté de vie, l'intégrité écologique, les droits humains universels, le respect de la diversité, la justice économique, la démocratie et une culture de paix ».

Global Compact (Pacte mondial)

<http://www.unglobalcompact.org/Languages/french/index.html>

« Pacte par lequel des entreprises s'engagent à aligner leurs opérations et leurs stratégies sur dix principes universellement acceptés touchant les droits de l'homme, les normes du travail, l'environnement et la lutte contre la corruption. »

Global Reporting Initiative

<https://www.globalreporting.org/languages/French/Pages/default.aspx>

« Le Global Reporting Initiative (GRI) a pour mission de développer les directives applicables mondialement en matière de développement durable, de rendre compte des performances économiques, environnementales, et sociales, des sociétés et organisations. Le GRI propose un référentiel d'indicateurs qui permet de mesurer l'avancement des programmes de développement durable des entreprises. »

Organisation Internationale du Travail, Conventions obligatoires

<http://www.ilo.org/global/lang--fr/index.htm>

« L'Organisation internationale du Travail (OIT) est l'institution chargée au niveau mondial d'élaborer et de superviser les normes internationales du travail dans le cadre des Nations Unies. Dotée d'une structure tripartite, l'OIT rassemble des représentants des gouvernements, des employeurs et des travailleurs, pour élaborer des politiques et des programmes pour la promotion du travail décent pour tous. »

Principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales, 2011

<http://www.oecd.org/dataoecd/43/30/48004355.pdf>

« Les Principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales sont des recommandations non contraignantes adressées aux entreprises par les gouvernements qui y ont souscrit. Leur objectif est d'aider les entreprises multinationales à agir en conformité avec les politiques gouvernementales et les attentes de la société. »

Rapport J. Ruggie, Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme: mise en œuvre du cadre de référence « protéger, respecter et réparer » des Nations Unies,

http://www.reportingrse.org/droits_de_l_homme-p-137.html

« Le rapport présenté en 2008 au Conseil des droits de l'homme par John Ruggie propose un cadre politique construit autour des trois principes fondamentaux suivants

- l'obligation pour les États d'assurer une protection contre les abus commis par les entreprises,
- la responsabilité des entreprises de respecter l'ensemble des droits de l'homme,
- la nécessité d'offrir des voies de recours aux victimes d'abus commis par les entreprises. »

Les recommandations professionnelles

- Le Code ICC consolidé sur les pratiques de publicité et de communication commerciale : Construire une relation de confiance grâce à de bonnes pratiques de marketing, a été publié en 2011 par la Chambre de commerce internationale.
- Recommandations de l'ARPP (<http://www.arpp-pub.org/Regles-en-vigueur.html>).
- Guide de la relation entre l'annonceur et l'agence médias (UDA-Udecam, 2006).
- Guide de la relation entre l'annonceur et l'agence-conseil en communication (UDA-AACC, 2005).
- Clés pour une communication responsable (ADEME, UDA, Ethicity), 2009.
- La communication responsable, source de valeurs (ADEME, UDA, Ethicity), 2011.
- Les deux avis du Conseil national de la consommation relatif à la clarification d'allégations environnementales des 06/07/2010 et 15/12/2010 et le Guide pratique des allégations environnementales à l'usage des professionnels et des consommateurs, février 2012.
- Le site dédié de l'AACC pour une communication plus responsable : <http://communication-responsable.aacc.fr/>
- Le vademecom, guide web pratique pour une communication responsable, par le Club de la Com Midi-Pyrénées : <http://www.clubcom-mp.com/vademecom.html>
- Le guide anti-greenwashing de l'ADEME: <http://antigreenwashing.ademe.fr/>

Organisation d'événements

- Charte de développement durable de la filière événement / <http://www.eco-evenement.org/fr/charte-23.html>.
- FSCEF : Charte évolutive du développement durable.
- Guide de la relation entre l'annonceur et l'agence-conseil en communication événementielle (ANAé, UDA, AACC), 2010.
- ADERE, outil d'autodiagnostic environnemental pour les responsables d'événements.
- Organisation d'événements et développement durable», la V2 (ARPE Midi-Pyrénées et ADEME Midi-Pyrénées, avec le soutien de la Région et la contribution du Club de la Communication Midi-Pyrénées), mars 2012.

Communication numérique

- Recommandation de l'ARPP, Communication publicitaire digitale, décembre 2010.
- Charte paneuropéenne de la publicité comportementale, IAB, avril 2011.
- Charte de l'e-mailing de l'UFMD, mars 2005, Code relatif à l'utilisation de coordonnées électroniques à des fins de prospection directe.
- Charte sur la publicité ciblée et la protection des internautes, UFMD, septembre 2010.
- La Charte des médias sociaux.
- Code déontologique de la MMA, juin 2009 (guide des bonnes pratiques du marketing mobile) <http://www.mmaf.fr/cp-lancement-du-code-de-deontologie-mmaf-30-juin-2009>.
- Le site Green IT rassemble l'actualité sur les pratiques responsables concernant les technologies de l'information : <http://www.greenit.fr/>.

Pour le design

- Le livre blanc de l'Association Design Conseil sur la rémunération des compétitions design et les «5 engagements des agences de design pour commencer».
- Les publications du club Génération responsable en matière de retail et développement durable.

RP

- Guide des relations entre un annonceur et une agence-conseil en relations publiques (accord Syntec RP-UDA).
- Le Code d'Athènes : adopté en 1965, puis amendé en 1968 et 2009 par l'International Public Relations Association (IPRA), le Code d'Athènes édicte les règles éthiques des praticiens des relations publiques. L'auteur de ce code est M. Lucien Matrat, membre émérite français de l'IPRA.
- Code européen de déontologie professionnelle des relations publiques dit «Code de Lisbonne», adopté à l'assemblée générale de Lisbonne le 16 avril 1978, modifié le 13 mai 1989.
- Code de l'International Public Relations Association — IPRA: pour une pratique internationale éthique et socialement responsable du métier des relations publics.
- La Charte relative à l'exercice de la profession de conseil en lobbying.
- The ICCO Stockholm Charter.
- La Charte des médias sociaux.

Édition

- Charte de déontologie des journalistes.
- Comptabilisation des émissions de gaz à effet de serre.
- Éco-impact (Aggelos).
- Écoprod.
- Guide de la relation indépendant/agence/entreprise (Communication & Entreprise).
- Guide de la relation entreprise/agence (Communication & Entreprise).
- Guide éco-communication ADEME.
- Les indicateurs clés du cycle de vie des papiers, 2010.
- Guide Normes et labels environnementaux pour les produits papiers.
- Outil de sélection du papier responsable : <http://www.protegelaforet.com/top-papier>.

Achat médias

- ÉcoPublicité (Havas Media).
- Guide de la relation entre l'annonceur et l'agence médias (UDA-Udecam), 2006.
- GRI Media sector supplement.

Communication directe

- Étude ADEME sur les impacts des différents supports.
- Guides EcoFolio.
- Les indicateurs clés du cycle de vie des papiers 2010.
- Guide Normes et labels environnementaux pour les produits papiers.
- Charte déontologique du SNCD et Charte du développement responsable.
- Guide Médiapost, www.mediapost.fr.
- Outil de sélection du papier responsable : <http://www.protegelaforet.com/top-papier>.



**Nos conseillers commerciaux sont
à votre écoute :**

**Tél. : 01 41 62 80 11
certification@afnor.org
www.afnor.org**