



# Qu'apporte le label LUCIE ?

Premier label de responsabilité sociale adossé à l'ISO 26000, le label LUCIE séduit progressivement et se veut la référence pour les PME de l'Hexagone. Qu'en est-il vraiment ?



LE LABEL RSE  
DE REFERENCE

## De quoi s'agit-il ?

LUCIE est un label d'engagement dans la RSE et non de performance créé en 2009 à l'initiative de Qualité France Association. Il est aligné sur les 7 questions centrales de la norme de l'ISO 26000 : respect des intérêts des consommateurs et des clients, préservation de l'environnement, loyauté et responsabilité sur les marchés, valorisation du capital humain, respect des droits fondamentaux de la personne, équilibre entre intérêts de l'entreprise et intérêt général et transparence du système de décision et de contrôle.

## A qui s'adresse-t-il ?

Principalement aux PME mais aussi, et de plus en plus, aux filiales de grands groupes. 50 secteurs sont représentés et une sectorisation du label est donc à l'étude. 28 entreprises sont labellisées, 42 autres sont dans la démarche, dont 14 dans le cadre d'une expérience pilote avec le Centre des Jeunes Dirigeants. Le label a connu une forte progression en 2012 : « *Beaucoup d'entreprises ont compris que la RSE ne les freinait pas mais créait au contraire une richesse durable. Pour les premiers labellisés, il ne faut pas non plus occulter l'aspect de l'engagement militant* », commente Alan Fustec, le directeur général de l'agence LUCIE. Objectif : 1000 entreprises en 2017.

## Quelle est la démarche ?

La labellisation peut prendre de 3 mois à 1 an en fonction de la maturité de l'entreprise. Plusieurs étapes sont nécessaires pour obtenir le label. Une première optionnelle délivre une formation à l'ISO 26000 et à la démarche RSE, puis l'entreprise va s'auto-évaluer en fonction des 28 principes d'actions du label (dispositif de gestion des risques, sécurité des données clients, budget dédié à la gestion de l'environnement, accompagnement des sous-traitants, formalisation des engagements de non-discrimination, etc). Le candidat est ensuite évalué par Vigeo ou AFNOR Certification selon la taille de l'entreprise ou ses préférences. Il en ressort une indication sur le niveau (faible, partiel ou raisonnable) de maîtrise des risques et un plan d'actions de progrès. Ensuite, un comité d'experts représenté par des associations reconnues sur des pans de la RSE, comme Orée ou l'IMS, décide ou non d'attribuer le label, valable 3 ans. Un suivi est assuré tous les 18 mois pour mesurer les progrès.

## Quels sont les avantages ?

Le label se veut simple, pragmatique et abordable. Il est destiné à structurer la démarche de l'entreprise et à l'accompagner dans sa progression, en lui faisant anticiper les contraintes réglementaires. Faire partie du club LUCIE offre des avantages chez

les autres labellisés et auprès de banques, parfois aussi des subventions auprès de conseils régionaux comme celui de Poitou-Charentes. L'agence LUCIE s'occupe de la réalisation de supports de communication, d'opérations de visibilité dans les médias, de formation RSE et de développer le networking. Le label proposera bientôt un outil de mesure de la performance économique de la RSE (par Goodwill management, dont Alan Fustec est aussi le président). Pionnier, ce label est aujourd'hui considéré comme une référence en matière de RSE pour les PME mais il demande encore à gagner en visibilité et pourrait être concurrencé par de nouveaux arrivants.

## Combien ça coûte ?

L'agence du Label LUCIE reçoit une redevance moyenne de 2500 €/an et par entreprise (0,01% du CA de la société avec un plancher à 1000 € et un plafond à 12000 €). Il faut rajouter le coût de l'audit AFNOR ou Vigeo. Au final, il faut tabler au minimum 5000 euros environ/an sur trois ans pour une petite entreprise, ce qui n'est pas négligeable. Le coût augmente dans le cas d'une formation initiale. Il faut également compter l'investissement humain dans la démarche qui peut être chronophage.  
[www.labellucie.com](http://www.labellucie.com)

## L'avis des entreprises

● **Laurent Brunas**, directeur de **Regain Perform**, fabricant d'uniformes et de vêtements image de marque (24 salariés). « *Nous étions certifiés ISO 9001 et avons suivi une formation collective avec la chambre de commerce sur la RSE. Nous sommes venus au label pour rendre notre démarche plus visible pour nos clients. Pendant que nous travaillions à l'obtention du label (fin 2011) nous avons pu remporter des appels d'offre grâce à notre démarche RSE. Tout le personnel s'est mobilisé et a intégré cette approche car c'est clairement capital et stratégique pour l'entreprise. Cela nous offre un gros avantage concurrentiel : certaines entreprises ou collectivités sont prêtes à pondérer la note globale de 10 à 20% si l'on a une démarche RSE avancée. Mais c'est loin d'être systématique* ». [www.regain-perform.com](http://www.regain-perform.com)

● **Philippe Mella**, Pdg de **Lomarec**, entreprise de location de matériel de réceptions

(43 salariés/3,8 millions de CA en 2012). « *Obtenir un label était une sorte de suite logique aux actions RSE déjà engagées. Cependant quand j'ai vu l'ensemble des choses à faire pour obtenir le label, j'ai pris peur et cru que l'on n'allait pas y arriver. Mais j'ai suivi une formation pendant 8 mois – prise en charge par mon organisme de formation – et impliqué toute mon équipe. Au départ, les cadres n'étaient pas complètement convaincus, ils m'ont demandé « Combien ça coûte ? Qu'est-ce que ça rapporte ? ». Aujourd'hui, 16 mois après l'obtention du label – 15000 € avec la formation, l'audit et la redevance – je peux dire que ça rapporte beaucoup. Pas forcément en nouveaux clients – je l'espère à terme – mais pour l'instant en termes d'organisation, de mobilisation et de compétence de l'ensemble de l'équipe* ». Pour le suivi, une réunion est organisée sur la RSE une fois/an pour évaluer le plan d'actions et le faire évoluer.  
[www.lomarec.com](http://www.lomarec.com)

● **Denis Thialon**, co-fondateur et DG de **Vivalians**, entreprise de formation et de conseil en sécurité d'entreprises (110 salariés/7,5 millions CA 2012). « *La démarche de labellisation LUCIE dans laquelle nous sommes engagés dans le cadre de l'expérience pilote du CJD vient officialiser une démarche, essentiellement sociale pour le moment, qui fait partie de l'ADN de notre entreprise qui a crû très fortement et très vite ces dernières années. La labellisation est un bon début : il est exigeant pour le marché actuel mais n'est sans doute pas suffisant pour appréhender les enjeux majeurs du DD. Nous allons d'ailleurs aller plus loin en consacrant 80 000 € sur 2 ans à la montée en compétence de tous nos collaborateurs sur le sujet car c'est ce qui en fera un levier de performance durable* ». [www.vivalians.fr](http://www.vivalians.fr)

Béatrice Héraud ■