



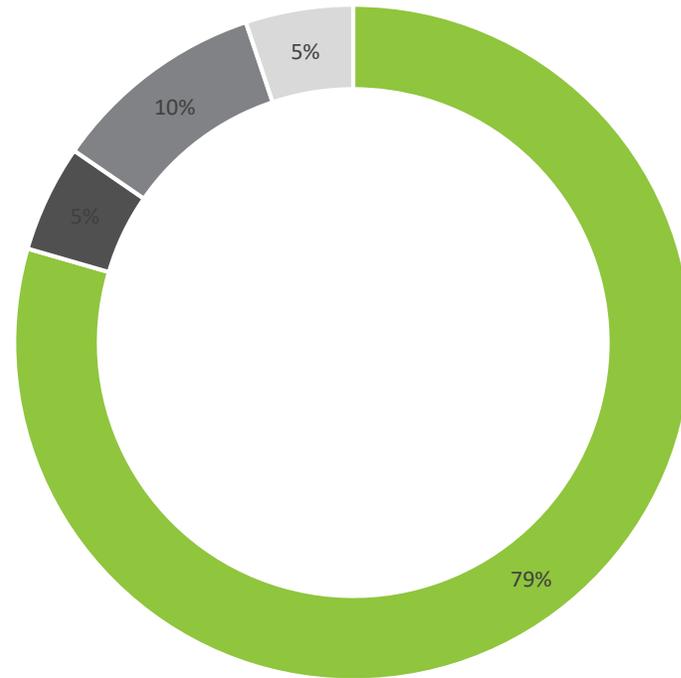
# Retour atelier Entreprise à mission

Martin Richer

Convention LUCIE 2019

La labellisation RSE de référence

# 01 Les participants



■ Entreprise ■ Organisation publique ■ Association ■ Autre

# 01 Les principaux avantages à devenir une entreprise à mission



## Valoriser et légitimer

- ✓ Valorisation de l'entreprise / Avoir la légitimité de l'entreprise d'exercer son activité vis-à-vis de la société / S'inscrire dans la société et assumer ses valeurs / Rendre visible les objectifs de l'entreprise pour les parties prenantes internes et externes / Afficher clairement les efforts faits pour une entreprise vertueuse en termes de RSE / Valorisation de l'image de l'entreprise, devenir l'ambassadeur de la cause auprès du grand public, un référent du domaine / Ancrer la mission dans les statuts et la rendre opposable / Sortir définitivement du green-washing / Mesurer son impact sociétal et pérenniser la RSE

## Donner une vision long terme

- Fondement stratégique avec une vision long-terme / Assoir son entreprise dans la durabilité / Long terme / Sortir du court-terme / Garantir que l'entreprise ne s'éloigne pas de sa mission dans la durée

## Donner un cadre d'engagement

- Poser le cadre d'action de l'entreprise vis-à-vis de sa responsabilité sociétale / Comprendre sa vocation d'un point de vue social, sociétal et environnemental / Repositionne la structure dans son environnement pour avoir un réel impact dans les changements positifs liés aux ODD / Comprendre ses enjeux DD et adapter sa stratégie / Rendre la démarche RSE concrète vis-à-vis de la société / Disposer d'un filtre pour prendre les bonnes décisions

## Mobiliser ses parties prenantes

- Avoir un comité de Parties Prenantes / Comité Mission / Mobiliser ses parties prenantes actuelles et futures pour pérenniser l'entreprise / Lier toutes les parties prenantes dans un but commun / Adhésion des salariés, fournisseurs, clients à un projet d'entreprise / Intégration des parties prenantes / Mobiliser en interne et expliquer en externe ce qui anime l'entreprise / Être engageante pour mes parties prenantes face avancer le projet / Être inspirante pour faire bouger les lignes / Fédérer toutes les parties prenantes autour d'un seul but (fédérateur, valoriser les hommes qui contribuent à la structure) / Fédérer les équipes autour d'un projet commun / Créer de la motivation / Être challengé pas seulement sur sa performance économique / Sexy pour les partenaires et clients

## Donner du sens et se différencier

- Echanger sur le sens et harmoniser la vision et mission / Connaître son identité, sa singularité pour définir un cap (et déployer ses actions ensuite) / Se différencier, se faire connaître / Donner du sens / Lien avec les enjeux de l'entreprise (cœur) / Être compris par les parties prenantes majeurs (personnel, clients...) / Rappeler les valeurs / Marquer son intégrité, sa différence / Donner un sens fort aux activités d'une entreprise / Redéfinir son rôle, ses contributions aux territoires, « à quoi sert une entreprise ? », redonner du sens aux activités / Donner un cap / Prendre des engagements / Définir les enjeux de l'entreprise / C'est une avancée majeure de la loi pour la transition de notre société au sens large

# 01 Les principaux freins à devenir une entreprise à mission



## Définir des objectifs pertinents et vérifiables

- ✓ Avoir des indicateurs pertinents en lien avec les données comptables / Définition et suivi des objectifs en lien avec la raison d'être / Difficulté à identifier des objectifs SMART à intégrer dans les statuts / Apporter la preuve pour garantir le respect des statuts / Valoriser la démarche s'il n'y a pas d'attentes particulières de la part des parties prenantes / Absence de stratégie et de relations avec les parties prenantes

## Appréhender le sujet et comprendre l'intérêt

- Manque de connaissances et d'information des dirigeants et des parties prenantes / Faire comprendre l'intérêt / Notion floue en entreprise dont les dirigeants ne perçoivent pas les avantages / Manque de compréhension des enjeux de la raison d'être / Risque de se précipiter pour définir sa raison d'être sans consulter les parties prenantes / Nécessité de la maturité en RSE / Manque de visibilité sur le retour sur investissement / Ne pas trouver d'intérêt pour une entreprise déjà labellisée LUCIE26000 / S'engager pour de mauvaises raisons (RSE-washing)

## Avoir de la résistance au changement

- La peur de la contrainte / La norme et l'obligation de tenir ses engagements dans la durée / Exposer ses objectifs vis-à-vis de la société et au jugement potentiellement négatif par les parties prenantes / Dépasser les croyances de l'entreprise et ses limites / Pas de sanctions si non respect de la mission (actionnaires) / Engageant juridiquement / Engagement fort avec difficulté d'un éventuel retour en arrière / Les habitudes / Changer de paradigme / Lourdeur de mise en place (réservé aux grandes entreprises)

## Définir une raison durable dans le temps

- Vite obsolète suivant son apprentissage sur les sujets et ses actions / Définir une raison d'être qui reste stable dans le temps / Faire perdurer la raison d'être dans le temps

## Surmonter la complexité et la lourdeur de la démarche

- Démarche complexe et lourde / Vaste définition et peu de cadre pour définir l'entreprise à mission / Nécessité du temps, sujet moins prioritaire que d'autres sujets (business) / Lourdeurs administrative (statut) / La taille de l'entreprise

## Mettre tout le monde d'accord autour d'un but commun

- Mettre toutes les directions d'une entreprise d'accord pour une définition commune / Intégration de l'ensemble des parties prenantes / Temps à passer avec les parties prenantes pour définir sa raison d'être / Valider en assemblée générale avec 2/3 du chorum / Décider à 360° avec les différentes parties prenantes les plus importantes, pertinentes / Impliquer les parties prenantes / Réussir à impliquer toutes les parties prenantes du projet / Avoir une volonté partagée par tous les actionnaires

# 01 Les besoins en outils et accompagnements

