Creative Lab

Lille, le 17 octobre 2017

Comment les pouvoirs publics locaux, nationaux et supranationaux peuvent-ils favoriser la RSE ?

Organisateurs

Laurie AYOUAZ et Claire VIDEAU, Comité 21
Anthony RATIER, Global Compact France

Les participants sont invités à travailler en trois groupes qui étudieront chacun à leur tour les trois axes de réflexion.

I. En quoi les achats responsables peuvent-ils constituer un levier pour une démarche de RSE dans le public comme dans le privé ?

Modératrice : Joséphine, Responsable RSE du Groupe Damart

1. Enjeux stratégiques

- ✓ L'exemplarité de la démarche : la valorisation de l'image et la préservation de la réputation des organisations publiques et privées
- ✓ L'enjeu humain : la mobilisation de l'ensemble des collaborateurs autour du sujet des achats et l'amélioration de la réputation du métier des achats
- ✓ Les aspects économiques : participer au développement économique local, réaliser des économies par d'autres biais (en sécurisant les approvisionnements, par exemple)
- ✓ L'éducation du consommateur, qui fait pression sur les prix
- ✓ La responsabilisation de l'acheteur, et *in fine*, de la direction générale
- ✓ Les enjeux organisationnels : la globalisation de la réflexion sur la manière dont les achats impactent les autres processus de l'Entreprise (transport, approvisionnement…), la conclusion de partenariats sources d'innovation
- ✓ Les enjeux commerciaux : savoir répondre aux appels d'offres intégrant des critères RSE et travailler en BtoB
- ✓ L'enjeu réglementaire : durcissement des réglementations (*Modern Salary Act* en Grande-Bretagne, devoir de vigilance en France)

2. Outils et mécanismes

a. Les outils et mécanismes pointés par le groupe de travail

L'analyse des enjeux des achats responsables au sein de l'entreprise et de son organisation permet de bien utiliser la boite à outils de l'achat responsable :

- ✓ la cartographie des fournisseurs et des prestataires (éventuellement accompagné d'une auto déclaration de ces derniers permettant d'éclairer la démarche)

La proximité des clients et des fournisseurs, ainsi que la pérennisation de la relation avec ceux-ci, peuvent constituer des outils de mise en œuvre d'une politique d'achats responsable pour une entreprise locale.

- ✓ L'établissement d'une charte des achats responsables (ou la communication des exigences de l'Entreprise en amont de la relation contractuelle)
- ✓ La formation des collaborateurs (notamment des acheteurs)
- ✓ La rédaction de clauses spécifiques dans les contrats et marchés
- ✓ L'orientation des achats conformément à des labels ou des normes
- ✓ Les audits et la certification (social, environnement, management), sachant qu'il existe des initiatives de partages d'audit en fonction d'une grille standardisée et commune à différentes entreprises (ICS, par exemple).
- ✓ La taxation et les subventions par les pouvoirs publics

Pour engager une politique d'achat responsable, les entreprises doivent définir des objectifs communiqués et chiffrés, déclinés en différents axes, exiger des engagements des fournisseurs à travers une charte et vérifier leur effectivité à travers des processus d'évaluation.

L'implication des acheteurs constitue la clé du succès des achats responsables (objectifs chiffrés, vérification des conditions de fabrication sur place…).

3. Quelles solutions et partenariats ?

La mise en œuvre d'une politique d'achat responsable nécessite :

- les partenariats avec les associations et ONG ;
- l'éducation du consommateur
- la prise en compte du coût global et du cycle de vie du produit
- l'édiction de labels et de normes (nécessité de clarifier les labels)
- l'éco conception
- la conclusion de partenariats sur le long terme permettant de créer une relation de confiance avec les fournisseurs, quitte à l'accompagner dans sa démarche (e-learning, par exemple) ;
- un éventuel recours à des évaluateurs.

II. Comment les acteurs peuvent-ils favoriser la RSE et renforcer les liens avec le secteur privé ?

Modératrice : Lucie LEHOUCQ, LMCU

1. Enjeux stratégiques

- ✓ La formation et la sensibilisation
  L'acteur privé peut parfois percevoir la RSE comme une contrainte, ce qui peut être lié à un manque d'information, à l'absence de vision globale ou à une ambition démesurée en la matière. De même, les acteurs publics doivent être sensibilisés aux enjeux de la RSE.

- ✓ L'instauration d'un langage et un cadre commun entre les acteurs privés (orientés vers la performance) et collectivités (défendant l'intérêt général), l'adaptation au vocable de chaque entreprise
- ✓ L'importance de la valorisation par l'acteur public des actions mises en œuvre par l'acteur privé, qui peut d'ailleurs faire de la RSE sans le savoir
- ✓ La nécessité de l'exemplarité des acteurs publics et de la responsabilisation des différents acteurs dans le cadre d'une dynamique territoriale et partenariale
- ✓ Les PME rencontrent des difficultés à structurer une logique RSE, faute de dispositif d'aide.

2. Outils et mécanismes

- ✓ L'acteur public peut intervenir tant que donneurs d'ordres ou s'appuyer sur des réseaux tels qu'Alliance, qui sont en capacité de comprendre à la fois les enjeux du territoire, de répondre aux préoccupations et de parler le langage de l'Entreprise. La collectivité n'est pas forcément perçue comme légitime pour parler de RSE aux entreprises.
- ✓ Les bonnes pratiques des collectivités peuvent donner envie aux entreprises de s'engager dans la RSE. A l'inverse, les marchés publics peuvent constituer un levier en matière de RSE.
- ✓ Découper une politique RSE en différentes étapes permet de démontrer qu'il ne s'agit pas d'une contrainte, mais d'un atout (par exemple, la RSE permet d'acquérir une meilleure maîtrise des données) et de trouver une porte d'entrée pour sensibiliser les entreprises.
- ✓ Les acteurs publics peuvent jouer un rôle en matière de RSE soit en subventionnant, soit en mettant les acteurs en réseau. Ils disposent également de la possibilité de procéder à des expérimentations, ce qui leur permet de s'affranchir de la réglementation. A ce titre, le mécénat constitue une solution intéressante pour mobiliser non seulement l'entreprise, mais également les salariés, dans le cadre d'une logique systématique territoriale, au service de l'intérêt général.

3. Quelles solutions et partenariats ?

Les partenariats peuvent être interentreprises, entre les différents échelons d'acteurs publics ou s'inscrire dans un écosystème territorial.

Par ailleurs, il serait intéressant de créer des ponts entre le salariat privé et le fonctionnariat afin de favoriser la connaissance mutuelle : aménager des périodes professionnelles au sein des entreprises pour les fonctionnaires, par exemple.

Le dialogue entre les acteurs est d'autant plus nécessaire que ni la collectivité, ni l'entreprise ne disposent des moyens nécessaires pour se conformer seules aux exigences sociales et environnementales.

III. Quels outils et parties prenantes (collectivités, salariés) sont à mobiliser pour mieux connaître et maîtriser sa chaîne d'approvisionnement (anticorruption et vigilance) ?

Modérateur : Anthony RATIER, Global Compact France

1. Enjeux stratégiques

La loi « vigilance » découle de la volonté des acteurs de la société civile (Terre Solidaire, par exemple) de mettre fin à l'impunité des crimes économiques commis par les entreprises. La loi prévoit la co-construction du plan de vigilance avec les syndicats, mais ceux-ci ne sont pas forcément sensibilisés à la RSE. Ces dispositions ont parfois été présentées comme favorables à la relocalisation des approvisionnements à l'international.

Les grands groupes disposent de davantage de moyens que les PME pour mettre en place un plan de vigilance, conformément aux récentes évolutions législatives. S'ils sont d'ailleurs les seuls concernés par la législation, ils ont tendance à faire preuve du même niveau d'exigence à l'égard de leurs fournisseurs (cf. catastrophe du Rana Plazza), puisqu'ils sont responsables de leur filière de fabrication.

Quant aux collectivités, elles peuvent challenger les grandes entreprises à travers des clauses sociales. Il est à noter le risque de corruption au sein d'une entreprise augmente de 80 % en cas de marché public. A terme, à l'instar des entreprises, les collectivités seront tenues de mettre en place leur propre plan de vigilance.

Les entreprises ont jusqu'en 2019 pour se mettre en conformité avec la loi. A l'heure des réseaux sociaux, l'enjeu en termes de réputation est considérable. En outre, certaines entreprises rencontrent à des difficultés à se financer faute de suffisamment de garanties sociales et environnementales, notamment chez les Anglo-saxons. Certaines assurances proposent d'ailleurs des tarifs préférentiels aux entreprises dont les chaînes d'approvisionnement sont correctement maîtrisées.

Les enjeux sont donc de l'ordre de la réputation, des aspects stratégiques et financiers. Il est à noter que le Conseil constitutionnel a sanctionné la pénalité financière prévue initialement par la loi s'agissant de la vigilance. En revanche, la corruption peut faire l'objet de sanctions pénales.

2. Outils et mécanismes

Pour maîtriser leur chaîne d'approvisionnement, les entreprises peuvent utiliser :

- ✓ le partenariat avec les ONG
- ✓ la transversalité entre les différents services (DRH, RSE, etc…)
- ✓ des critères de notation financière prenant en compte les droits humains
- ✓ la cartographie des risques et l'audit social
- ✓ le levier financier (ISR)
- ✓ les études d'impact
- ✓ la relocalisation des fournisseurs qui permet de minimiser les risques
- ✓ la lutte contre le dumping social (clauses sociales)

- ✓ les outils informatiques

Le nouveau Code des marchés incite les collectivités à rencontrer les fournisseurs avant de conclure des marchés, pour examiner dans quelle mesure intégrer des éléments d'évaluation sociale et environnementale du fournisseur.

3. Quelles solutions et partenariats ?

S'agissant des partenariats, la nouvelle législation induit une obligation de co-construction.

- ✓ Les prix attribués par des fonds d'investissement
- ✓ Des salariés citoyens au sein de l'Entreprise
- ✓ La protection des lanceurs d'alerte
- ✓ Des partenariats commerciaux plus équilibrés
- ✓ Les clauses des marchés pour les collectivités
- ✓ La construction de réseaux de remontée d'information
- ✓ Les politiques de mécénat des entreprises en faveur des collectivités

Document rédigé par la société Ubiqus – Tél. 01 44 14 15 16 – www.ubiqus.fr – infofrance@ubiqus.com