

LABELS RSE

Accompagner
les entreprises
et donner confiance
à leurs
parties prenantes

Jean-Paul CHAPRON, président directeur général de ASI

Coralie DUBOST, députée, vice-présidente de la commission des lois et
rapporteuse de la loi PACTE

Fella IMALHAYENE, déléguée générale du Global Compact France

Mariella MORANDI, rapporteure, Direction générale du Trésor

Rapport remis le 30 novembre 2020 à

Bruno Le Maire, Ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance

Agnès Pannier-Runacher, Ministre déléguée auprès du ministre de l'Économie, des
Finances et de la Relance, chargée de l'Industrie

Olivia Grégoire, Secrétaire d'État auprès du ministre de l'Économie, des Finances et
de la Relance, chargée de l'Économie sociale, solidaire et responsable

Table des matières

TABLE DES MATIERES	3
TABLE DES ILLUSTRATIONS	6
ARTICLE 174 DE LA LOI N° 2019-486 DU 22 MAI 2019 RELATIVE A LA CROISSANCE ET LA TRANSFORMATION DES ENTREPRISES	7
LETTRE DE MISSION	8
LES AUTEURS	10
INTRODUCTION	13
I. OBJECTIFS DE LA MISSION	17
II. NOTE METHODOLOGIQUE	19
III. SYNTHESE DES RECOMMANDATIONS	20
A. RECOMMANDATIONS RELATIVES A LA STRUCTURE DE REVUE ET D'EVALUATION DES LABELS	20
B. RECOMMANDATIONS RELATIVES A LA PLATEFORME RSE.....	20
C. RECOMMANDATIONS RELATIVES A L'ELABORATION ET A LA MISE EN ŒUVRE DE LA CHARTE PUBLIQUE	20
D. RECOMMANDATIONS RELATIVES A L'ORGANISATION DES LABELS.....	21
E. RECOMMANDATIONS RELATIVES AUX ACTIONS DE FORMATION.....	21
F. RECOMMANDATIONS RELATIVES AUX ACTIONS DE COMMUNICATION.....	21
IV. LA RSE CONTINUE DE SE DEVELOPPER SANS FAIRE L'OBJET D'UN CADRE JURIDIQUE OU CONCEPTUEL UNIQUE	23
A. LA RSE, UNE EXPRESSION CONSACREE MAIS TOUJOURS EMPREINTE D'UNE CERTAINE INDETERMINATION	23
1. <i>La notion de RSE a été consacrée par les institutions internationales.</i>	23
2. <i>La RSE emporte également des exigences réglementaires pour certaines entreprises.</i>	25
3. <i>La RSE reste parfois critiquée pour son caractère imprécis ou son usage à des fins de communication ou de marketing.</i>	25
B. UN CONTEXTE POLITIQUE ET ECONOMIQUE QUI INVITE LES ENTREPRISES A DEVELOPPER LEURS DEMARCHES ET A CONCRETISER LEURS IMPACTS.....	27
1. <i>Le rôle pionnier de la France en matière de RSE</i>	27
2. <i>Une mobilisation internationale plus récente mais prometteuse</i>	29
C. LES LABELS CONSTITUENT L'APPROCHE LA PLUS SYNTHETIQUE DE LA RSE EN COMPARAISON AVEC LES DEMARCHES INDIVIDUELLES, LES DISPOSITIFS DE NOTATION OU LES NORMES DE REPORTING EXTRA-FINANCIER	31
D. LE CADRE REGLEMENTAIRE DE LA RSE N'A POUR LE MOMENT PAS CONCERNE LES PME	32
V. LE MANQUE DE RECONNAISSANCE ET DE LEGITIMITE DES LABELS RSE NE LEUR A POUR LE MOMENT PAS PERMIS D'EXPLOITER TOUT LEUR POTENTIEL (PANORAMA DE L'ECOSYSTEME DES LABELS)	33
A. CONSTATS GENERAUX ET PANORAMA DES LABELS RSE	34
1. <i>Une offre multiple qui manque de lisibilité</i>	34

2.	<i>Par conséquent, la labellisation est encore une démarche qui manque d'attractivité</i>	37
3.	<i>Malgré l'essor de la RSE, les labels d'entreprise ont connu un succès faible, contrairement à certains labels-produits</i>	38
B.	MIEUX ENCADRES, LES LABELS POURRAIENT CONTRIBUER EFFICACEMENT A L'ESSOR DE LA RSE.....	41
1.	<i>Les labels peuvent permettre aux petites et moyennes entreprises d'engager une démarche RSE</i>	41
2.	<i>Les labels constituent des réseaux de solidarité entrepreneuriale et permettent ainsi l'émulation de bonnes pratiques</i>	41
3.	<i>Les labels pourraient être un outil de communication efficace envers les parties prenantes</i>	42
4.	<i>Les labels contribuent à l'engagement de la gouvernance de l'entreprise et des fédérations professionnelles</i>	42
VI. REPONSES DE LA MISSION SUR LES QUESTIONS DE L'ARTICLE 174 ET AUTRES RECOMMANDATIONS		
43		
A.	LA MISSION NE RECOMMANDE PAS LA MISE EN PLACE D'UNE STRUCTURE SPECIFIQUE DE REVUE ET D'EVALUATION DES LABELS MAIS UNE VALORISATION DE L'EXPERTISE DE LA PLATEFORME RSE	43
1.	<i>Face à un paysage institutionnel déjà complexe, la mission ne recommande pas l'intervention d'un nouvel acteur</i>	43
2.	<i>Un encadrement législatif des labels n'est pas non plus souhaitable à court terme, en particulier du fait du manque d'harmonisation des indicateurs de performance extra-financière</i>	43
3.	<i>A court terme, la plateforme RSE devrait être plus valorisée et son organisation adaptée en vue de développer son rôle sur les labels.</i>	45
B.	LA MISSION CONSIDERE QU'UNE CHARTE PUBLIQUE SUR LES PRATIQUES DE LABELLISATION POURRAIT FAIRE CONTRIBUER EFFICACEMENT LES LABELS A L'ESSOR DE LA RSE	50
1.	<i>L'adhésion aux principes de la charte serait la condition d'une reconnaissance publique et d'un accompagnement</i>	50
2.	<i>La crédibilité de la charte viendrait de ses modalités d'élaboration et de contrôle</i>	51
3.	<i>La mission propose de faire de la charte un recueil de principes et que des indicateurs harmonisés puissent être développés ultérieurement par la Plateforme</i>	51
4.	<i>Le coût de la labellisation devrait rester raisonnable pour ne pas décourager les entreprises mais aussi pour des questions de crédibilité des organismes.</i>	52
5.	<i>Le label doit intégrer une dimension d'apprentissage et de progrès</i>	53
C.	LA MISSION RECOMMANDE UN CIBLAGE SUR LES PME ET LE RENFORCEMENT DE L'ACCOMPAGNEMENT ET DES INCITATIONS.....	59
1.	<i>Les labels gagneraient à cibler expressément les PME et TPE et à leur offrir une offre adaptée</i>	59
2.	<i>Des simplifications administratives sur le modèle de « Dites-le-nous une fois » pourraient être envisagées</i>	60

3. *La prise en compte des objectifs de développement durable dans la commande publique devrait être plus systématique et la France devrait porter une harmonisation du droit européen en la matière* 61

D. ENFIN, LA MISSION INSISTE SUR L'IMPORTANCE D'UNE MEILLEURE FORMATION DES DIRIGEANTS, SALARIES, DONNEURS D'ORDRE ET AUTRES PARTIES PRENANTES AUX ENJEUX ET METHODES DE LA RSE 62

ANNEXE I – PRINCIPES EN VUE DE L'ELABORATION D'UNE CHARTE PUBLIQUE RELATIVE AUX LABELS..... 63

ANNEXE II - INVENTAIRE DES LABELS ETUDIES PAR LA MISSION 65

ANNEXE III – COMPOSITION DE LA PLATEFORME RSE 76

ANNEXE IV – PERSONNALITES AUDITIONNEES PAR LA MISSION..... 79

Table des illustrations

<i>Encadré 1- Une référence, la norme ISO 26000</i>	<i>23</i>
<i>Encadré 2- Entreprises et objectifs de développement durable</i>	<i>26</i>
<i>Encadré 3 - Les produits financiers, des objets privilégiés pour la labellisation</i>	<i>28</i>
<i>Encadré 4 - Une activité de réglementation internationale toujours marquée par la régulation des grands acteurs économiques</i>	<i>30</i>
<i>Encadré 5 - Et le secteur public ?.....</i>	<i>31</i>
<i>Encadré 6 - La société à mission, une première réglementation s’appliquant aux entreprises de toute taille</i>	<i>33</i>
<i>Encadré 7 - La notation extrafinancière, un secteur dominé par les acteurs anglo-saxons</i>	<i>36</i>
<i>Encadré 8 – Un exemple à succès : le label AB.....</i>	<i>40</i>
<i>Encadré 9 - L’initiative Syntec</i>	<i>41</i>
<i>Encadré 10 – La révision de la directive sur le reporting extra-financier</i>	<i>45</i>
<i>Encadré 11 – La création de la plateforme RSE.....</i>	<i>46</i>
<i>Encadré 12 – L’expérimentation relative aux labels sectoriels.....</i>	<i>48</i>
<i>Encadré 13 - Qu'est-ce qu'un OTI ?</i>	<i>56</i>

Article 174 de la loi n° 2019-486 du 22 mai 2019 relative à la croissance et la transformation des entreprises

Au plus tard un an après la promulgation de la présente loi, le Gouvernement remet au Parlement un rapport sur les conditions de mise en place d'une structure de revue et d'évaluation des labels de responsabilité sociale des entreprises permettant de valoriser des produits, des comportements ou des stratégies. Cette structure associe, notamment, des experts et des membres du Parlement et propose des pistes de rationalisation et d'harmonisation des conditions de validité, de fiabilité et d'accessibilité de ces labels pour les petites sociétés.

Le rapport mentionné au premier alinéa propose également une charte publique de bonnes pratiques de labellisation des performances extra financières des entreprises, présentant des critères et indicateurs objectifs en matière de distribution de l'épargne salariale, de partage de la valeur créée et de sensibilisation, y compris graphique, aux écarts de rémunérations.

A partir des conclusions du rapport mentionné au deuxième alinéa, l'Etat peut mettre en place une politique publique d'homologation des instruments d'audit, notamment les labels et les certifications, qui respectent une sélection d'indicateurs et une méthodologie définis par elle.

Lettre de mission



LE MINISTRE
LA SECRÉTAIRE D'ÉTAT

Paris, le - 4 FEV. 2020

Madame la Députée,
Madame, Monsieur,

L'article 174 de la loi PACTE dispose que le gouvernement remet un rapport au Parlement sur les conditions de mise en place d'une structure de revue et d'évaluation des labels de responsabilité sociale des entreprises permettant de valoriser des produits, des comportements ou des stratégies. Ce rapport devra également proposer une charte publique de bonnes pratiques de labellisation des performances extra-financières des entreprises.

Au regard de votre engagement reconnu en matière de responsabilité sociale et environnementale des entreprises, j'ai souhaité vous confier une mission pour alimenter les travaux du gouvernement sur ces questions.

En coordination étroite avec la plateforme RSE placée auprès du Premier ministre, vous réaliserez un panorama des labels de responsabilité sociale des entreprises – ou toute forme de normalisation équivalente – actuellement utilisés par les entreprises françaises, pour valoriser leurs produits, leurs comportements ou leurs stratégies, à l'exclusion des labels de produits d'épargne qui feront l'objet de travaux dédiés.

Vous auditionnerez un large panel d'acteurs impliqués en matière de responsabilité sociale des entreprises : entreprises engagées dans une démarche RSE, fédérations professionnelles, organisations proposant des labels, associations de consommateurs.

.../...

Mme Coralie DUBOST, députée
M. Jean-Paul CHAPRON, président directeur général de ASI
Mme Fella IMALHAYENE, déléguée générale du Global Compact France


MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE
ET DES FINANCES

139 rue de Bercy - Télédéc 151 - 75572 Paris cedex 12

Sur la base de ce bilan, vous étudierez l'opportunité de mettre en place une structure de revue et d'évaluation des labels, en vous attachant notamment à examiner les fonctions que pourrait remplir une telle structure et tenant compte des spécificités des TPE, PME et ETI. Le cas échéant, vous pourrez proposer toute piste alternative qui vous paraîtrait opportune : encadrement réglementaire, politique de communication, etc.

Vous proposerez également une charte publique de bonnes pratiques de labellisation des performances extra-financières des entreprises, en vous fondant sur les meilleures pratiques observées.

Pour la conduite de ces travaux, vous pourrez bénéficier du soutien de la Direction générale du Trésor et de France Stratégie. Vous me remettrez votre rapport le 30 avril 2020.



Bruno LE MAIRE



Agnès PANNIER-RUNACHER

Les auteurs

Jean-Paul Chapron

Après l'obtention de son diplôme d'ingénieur en 1980, Jean-Paul Chapron rejoint la compagnie IBM France, au sein de laquelle il exerce différentes fonctions techniques puis commerciales et prend des responsabilités d'animation des réseaux de partenaires d'IBM. Après 17 ans au sein de la multinationale, il rejoint en 2000 l'ESN (Entreprise de Services Numérique) ASI en tant que directeur régional Pays de Loire.



Courant 2008, le président fondateur d'ASI ayant décidé de prendre sa retraite, Jean-Paul Chapron reprend les rênes de l'entreprise en associant un certain nombre de cadres au capital. Président d'ASI depuis 2008, il repositionne progressivement l'entreprise afin d'accompagner majoritairement les grands comptes tertiaires sur des activités de conseil en transformation digitale en complément de son activité historique d'expertise et de maîtrise d'œuvre de projets numériques.

Très impliqué dans l'écosystème régional, il est nommé Délégué Régional du syndicat patronal Syntec Numérique et chef de file de la Fédération Syntec en Pays de Loire. A ce titre, siégeant à la CPREFP (Commission Paritaire Régionale pour l'Emploi et la Formation Professionnelle), avec la Région Pays de Loire, Pole Emploi et les organismes de formation, il impulse différentes actions et participe à plusieurs événements en faveur de l'apprentissage, du retour à l'emploi et de la reconversion professionnelle vers le numérique des populations en situation difficile.

Il est nommé en 2019 ambassadeur de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes par le cabinet de Muriel Pénicaud. Jean-Paul Chapron est également membre du conseil consultatif de la Banque de France.

Particulièrement sensible aux sujets de RSE, il est membre de l'association DRO (Dirigeants Responsables de l'Ouest) très investie sur ces sujets et du Global Compact depuis plus de 7 ans. A ce titre, il entraîne la Fédération Syntec sur l'appel à projet de la plateforme RSE de France Stratégie concernant l'expérimentation de labels RSE sectoriels adaptés aux TPE, PME et ETI, suivi d'une phase pilote en région Pays de Loire regroupant une dizaine d'entreprises représentatives de la branche.

Coralie Dubost

Coralie Dubost, née le 4 mars 1983 à Montpellier, est une femme politique, députée LREM de la 3ème circonscription de l'Hérault.



Juriste de formation, elle a réalisé ses études à Montpellier, Nancy et Bruxelles. Après avoir travaillé comme juriste dans le secteur privé, elle travaille dans le domaine associatif, notamment FACE (Fondation Agir Contre l'Exclusion) et se spécialise dans les sujets de la RSE. En 2017, Adjointe du DG de la business School de Montpellier, elle entre l'aventure En Marche, référente pour le département de l'Hérault. En tant que députée elle a porté la loi PACTE, qui promeut, entre autre, des entreprises plus justes par la reconnaissance et la consécration des bonnes pratiques.

Fella Imalhayene

Après un double cursus universitaire en gestion et en philosophie, Fella Imalhayene débute sa carrière professionnelle en 2004 au Centre Georges Pompidou en tant qu'Attachée de relation avec les publics, en charge de l'égalité des chances. Sa mission a consisté à diversifier le public du musée en attirant les visiteurs de catégories socio-professionnelles défavorisées et d'origine extra européenne.



Début 2005, elle soutient les premiers pas de la Charte de la diversité, un texte d'engagement des entreprises à ne pas discriminer et à promouvoir la diversité. Elle rejoint les entreprises pour la Cité, une association d'entreprises engagées en faveur de la RSE créée par Claude Bébéar fondateur d'AXA. Au sein de celle-ci, en tant que Secrétaire générale de la Charte de la diversité, elle poursuit sa mission de promotion. Ainsi elle développe des outils de mise en œuvre, suit au travers d'études son application et met en place un réseau de partenaires nationaux et locaux. Elle accompagne également le lancement de chartes de la diversité en Europe.

En 2014, elle rejoint un cabinet conseil pour créer une offre d'accompagnement des entreprises sur la RSE notamment sur les questions d'inclusion.

En septembre 2017 elle est nommée déléguée générale du Global Compact France, un mouvement d'entreprises engagées en faveur du développement durable sous l'égide de l'ONU.

Le Global Compact

Lancée par l'ONU en 2000, le Global Compact est la plus importante initiative internationale d'engagement volontaire en matière de développement durable.

C'est une plateforme d'engagement et d'action collective favorisant des sociétés stables et inclusives. Plus de 70 réseaux locaux dans le monde assurent une relation de proximité avec les participants et une mobilisation nationale. Relais local officiel du Global Compact des Nations Unies, le Global Compact France rassemble plus de 1 100 entreprises et 100 organisations à but non lucratif, ce qui en fait le deuxième réseau dans le monde en nombre de participants.

Le Global compact est décliné en 10 principes qui sont autant d'axes de progrès pour les signataires. Ces 10 principes s'inscrivent dans 4 thèmes : les droits de l'homme, les normes internationales du travail, l'environnement et la lutte contre la corruption.

Introduction

La labellisation est peut-être l'outil le moins connu du paysage de la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE)¹. Et pour cause, elle ne concerne que quelques centaines d'entreprises en France et les labels ne paraissent connus qu'au sein des cercles les plus spécialisés. Les entreprises labellisées sont à 80% des petites et moyennes entreprises (PME)²

Pourtant une étude de BPIFrance³ en partenariat avec l'organisation B-lab en mars 2018 a montré que 90% des dirigeants de PME ont des actions en faveur de la RSE. Un dirigeant sur quatre aurait une démarche structurée. Les labels correspondent justement à une volonté du dirigeant de formaliser sa démarche et de s'engager dans une voie de progrès. Face à cet engouement pour la RSE, le peu de succès des labels pose question.

La labellisation RSE ne doit pas être confondue avec la labellisation de produits ou de services. On pense par exemple aux labels AB ou AOC/AOP qui font aujourd'hui référence lorsqu'il s'agit de consommer des denrées respectueuses de la santé du consommateur, de l'environnement, des territoires et des savoirs faire.

La labellisation RSE se distingue des labels « produits » et « services » sur plusieurs points. A l'heure actuelle, la labellisation RSE s'adresse en priorité aux entreprises, pour développer leur démarche RSE et la communiquer auprès de leurs clients professionnels et salariés. A contrario, elle est encore peu utilisée pour informer les clients particuliers ou consommateurs ou le grand public. Elle ne correspond de ce fait pas à la définition juridique d'un label tel que prévue par le code de la consommation. Elle ne correspond pas non plus à un niveau atteint et certifié par un cahier des charges, elle permet plutôt d'évaluer les efforts mis en œuvre en matière de RSE. Enfin, elle ne bénéficie aujourd'hui pas d'une reconnaissance de l'Etat, sauf pour certains labels thématiques dont l'Etat est propriétaire.

Il ne fait pourtant peu de doute que les Français privilégient de plus en plus les entreprises vertueuses sur les plans sociaux et environnementaux ou en matière de gouvernance. Le développement de concepts comme le « risque réputationnel⁴ » ou la « marque employeur » témoigne du souhait des citoyens et salariés de privilégier les acteurs économiques cohérents avec leurs principes de vie. Jusqu'à présent,

¹ On parle également de responsabilité sociale des entreprises. Le terme « sociétal » étant aujourd'hui consacré par les avis de la Plateforme RSE, il a été choisi de l'utiliser systématiquement dans le présent rapport.

² L'expression comprend les très petites entreprises, les moyennes entreprises et les entreprises de taille intermédiaire soit toutes les entreprises de moins de 500 salariés.

³ Bpifrance Le Lab l'enquête auprès de 1 150 dirigeants « Une aventure humaine : les PME-ETI et la RSE ».

⁴ Selon une étude menée par le cabinet Deloitte auprès de 300 dirigeants, le risque réputationnel est l'un des plus importants pour le management. Voir : https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Governance-Risk-Compliance/gx_grc_Reputation@Risk%20survey%20report_FINAL.pdf

l'évaluation des entreprises par les citoyens ou leurs partenaires commerciaux se fait sur des critères plus ou moins objectifs : communication de la société, bouche à oreille, échos dans la presse, réseaux sociaux voire certains outils d'évaluation en ligne⁵. En d'autres termes, la réputation d'une entreprise est fondée sur de l'information soit complètement interne, soit complètement externe⁶.

L'article 174 de la loi PACTE, à l'origine du présent rapport, manifeste dans une certaine mesure le peu de notoriété des labels RSE. L'article 174 est la conclusion d'un débat sur l'opportunité de créer un label d'Etat valorisant les entreprises tenant le plus compte de leur responsabilité sociétale. Les discussions autour de cette proposition ont montré l'absence de compréhension commune de ce que pouvait être une entreprise vertueuse socialement. L'Etat a-t-il par ailleurs vocation à noter ou récompenser les entreprises sur la base des stratégies ou des actions qu'elles mettent en œuvre de manière volontaire ? Ne devrait-il pas se concentrer sur le respect des lois ? Comme dans beaucoup de domaines, il est reproché à l'Etat d'en faire trop ou trop peu. Un point d'étape s'imposait, à la fois pour mieux connaître cet objet que sont les labels d'entreprise et pour déterminer le niveau d'implication des pouvoirs publics dans leur régulation.

L'absence de consensus sur la mesure de la performance RSE a conduit à la multiplication des initiatives et méthodes d'évaluation notamment pour le calcul de la performance extra-financière des entreprises. Plus généralement, si l'objectif d'une croissance « plus juste⁷ » est partagé, les moyens d'y parvenir sont loin d'être consensuels. Les modalités d'implication des entreprises ne font pas exception à ce débat comme l'ont montré les débats de la loi PACTE relatifs à l'introduction d'une « raison d'être » des entreprises au sein du code civil. Cette multiplication des initiatives en matière de RSE n'est pas dommageable dans un premier temps, en l'absence de certitude sur les options à privilégier. Sur le plus long terme, le risque est celui de la confusion, du manque de dialogue et du développement de procédés parallèles de faible qualité, profitant de l'absence de régulation.

La question s'est donc posée dans des termes très simples : à quelles conditions les labels RSE constituent-ils des vecteurs de mobilisation en faveur de la RSE pour l'entreprise et ses parties prenantes ? Faut-il les encadrer rigoureusement pour éviter le phénomène de « green washing⁸ », qui nuit à la RSE en donnant aux acteurs l'impression d'agir et en retardant d'autant les actions efficaces ?

⁵ On peut citer l'exemple de Moral Score (<https://moralscore.org/companies/>) ou ChooseMyCompany (<https://choosemycompany.com/fr/?country=FR>)

⁶ Il existe une exception à cette idée avec la notation extra-financière, qui ne concerne encore qu'une minorité d'entreprises et dont l'audience est essentiellement celle des investisseurs. Il y a dans ce cas une forme de dialogue entre l'entreprise et l'agence de notation.

⁷ Le chapitre 3 de la loi PACTE, duquel est issu l'article 174, s'intitule « Des entreprises plus justes »

⁸ Littéralement, l'expression signifie « repeindre en vert » et vise les actions de communication autour du développement durable, visant à donner une image écologique d'un produit ou d'une entreprise qui ne l'est pas ou, au mieux, qui ne l'est pas plus que les autres.

Une conclusion apparue rapidement est que la thématique des labels intéressait davantage les PME que les grandes entreprises. Il y a plusieurs raisons à cela. D'une part, les labels présents dans le paysage français sont essentiellement nationaux et ces reconnaissances ne présentent pas de valeur ajoutée en termes de communication pour une grande entreprise opérant à l'international. D'autre part, les grandes entreprises demandent une harmonisation sur le plan de la mesure extra-financière, car elles sont sollicitées par des agences de notation, des investisseurs ou des grands donneurs d'ordre. Les labels, dans ce cadre, n'apparaissent pas comme une réponse permettant de simplifier cette exigence d'information. Ils ne sont pas non plus utilisés par les grandes entreprises pour la sélection de leurs fournisseurs et sous-traitants, ce qui pourrait pourtant leur être utile dans le cadre, par exemple, de leurs obligations en matière de devoir de vigilance. Elles paraissent encore préférer l'utilisation de leurs référentiels internes ou s'appuyer sur des agences ou organismes de scoring de leurs fournisseurs.

Les grandes entreprises sont en effet plus soucieuses de développer un modèle individuel de RSE, correspondant à l'image de leur marque ou de s'engager dans des démarches de certification ou de labellisation qui ont une dimension et une reconnaissance internationales, ce que n'ont pas les labels français. Par ailleurs, la réglementation et leur communication financière les obligent à publier régulièrement des informations quant à leur performance extra-financière, qui ne correspondent pas forcément aux informations utilisées lors de la labellisation ; elles sont donc plus attentives à l'harmonisation des référentiels d'information.

De par leur taille, elles sont également moins intéressées par les effets de réseau recherchés par les labels. La mission s'est donc principalement penchée sur les conditions qui permettent aux labels d'engager les TPE, PME et ETI dans une voie de progrès, tout en s'interrogeant sur l'intérêt des labels dans la relation de ces dernières avec les grands donneurs d'ordre.

La mission a porté sur tous les labels valorisant les efforts des entreprises, quels que soient les enjeux de RSE traités. La mission a donc à la fois étudié des labels sectoriels et généralistes, des labels thématiques et des labels évaluant la démarche RSE dans toutes ses dimensions. La mission n'a cependant pas souhaité émettre de recommandation sur l'approche (généraliste, thématique, territoriale, sectorielle) à privilégier. La question s'est en effet posée de la pertinence des labels généralistes, souhaitant évaluer des entreprises quelle que soit leur taille, leur secteur d'activité et sur tous les facteurs de performance extra-financière⁹. La mission a considéré que ces approches avaient des objectifs et des intérêts différents. Par exemple, les labels sectoriels permettent une analyse plus fine des enjeux ESG au regard du modèle d'affaire de l'entreprise mais, du point de vue collectif, les labels généralistes ont un potentiel plus grand pour faire connaître les démarches RSE des PME auprès des consommateurs, citoyens et donneurs d'ordre.

⁹ L'expression facteurs ESG pour Environnement, Social et Gouvernance sera parfois utilisée dans le rapport pour évoquer les thématiques de la RSE

La mission a constaté que les labels étaient une performance collective, souvent portée par des acteurs privés ou des fédérations professionnelles. Leur intérêt majeur est de produire des réseaux et de réaliser des économies d'échelle en matière de communication ou de développement de bonnes pratiques. La mission tient à saluer l'implication des fédérations, associations et réseaux d'entrepreneurs rencontrés. Ils sont essentiels pour que les labels deviennent des outils utiles aux PME.

Enfin la mission souhaite souligner un élément sur le contexte de ses auditions. En effet celles-ci se sont déroulées pour leur majorité avant la crise sanitaire. Force est de constater que la crise, si elle fragilise les entreprises et notamment les PME sur le plan économique, a néanmoins permis d'accélérer la prise de conscience des dirigeants de devoir agir en faveur de la RSE.

I. Objectifs de la mission

La mission avait en premier lieu pour objectif de répondre à la **lettre de mission** envoyée par Bruno Le Maire et Agnès Pannier-Runacher le 4 février 2020. Il s'agissait donc de :

- réaliser un panorama des labels RSE existants ou toute forme de normalisation équivalente ;
- proposer une charte publique des bonnes pratiques de labellisation des performances extra-financières des entreprises ;
- étudier l'opportunité de mettre en place une structure d'évaluation et de revue des labels, adaptées aux spécificités des TPE, PME et ETI ;
- le cas échéant, de proposer toute piste alternative pour le développement efficace des labels RSE (encadrement réglementaire, politique de communication, etc.)

Pour se faire, la mission était invitée à auditionner les acteurs impliqués en matière de RSE et à travailler en coordination étroite avec la Plateforme RSE.

En réponse à la lettre de mission, une partie du présent rapport est dédiée à un panorama des labels existants ([partie V](#)). L'objectif était de mieux connaître ces dispositifs et l'écosystème qu'ils forment. Ce panorama a été réalisé par une étude de l'information disponible sur internet et l'audition d'une partie des représentants des labels. Ce travail a abouti à l'inventaire annexé au présent rapport qui présente, pour chaque label, les objectifs, l'organisme gestionnaire du label et la méthodologie de contrôle. Il pourra utilement être complété ultérieurement par les administrations actives sur les sujets de RSE ou tout organisme intéressé. Pour enrichir la comparaison, ce recensement inclut également certains labels produit.

Le rapport pourra également servir d'introduction pour les PME souhaitant débiter une démarche de labellisation ou s'informer sur la réglementation existante en matière de RSE. L'ambition de ce rapport est en effet d'analyser objectivement les avantages et inconvénients d'une démarche de labellisation. L'objectif est aussi d'identifier les leviers qui amèneront les PME et TPE à s'engager dans des démarches RSE structurées, porteuses d'avantages concurrentiels et de transformation de l'entreprise. Comme il l'a déjà été mentionné en introduction, la mission s'est rapidement rendu compte que les labels RSE étaient avant tout un enjeu pour les PME (TPE et ETI incluses). La mission a donc été attentive à la question du développement de la RSE pour cette catégorie d'entreprises. A des fins pédagogiques, la mission s'est également fixée comme objectif d'éviter la confusion entre des notions de labellisation, reporting, notation, référentiels, normes¹⁰.

¹⁰ Certains modèles hybrides entre la notation et la labellisation ont été intégrés au panorama pour s'assurer de l'exhaustivité de ce dernier. Il s'agit essentiellement des labels B-Corp et de la notation Ecovadis qui proposent une note associée à leur label. L'obtention d'une note minimale est nécessaire pour être labélisé ou obtenir une reconnaissance

Le rapport se veut également porteur de recommandations pour les labels eux-mêmes, afin qu'ils améliorent leur offre et gagnent en notoriété (partie IV.B). Lors des auditions, un certain nombre de réserves ont été portées sur l'existence même de labels. La mission est partie du principe que son objectif n'était pas de se positionner dans l'absolu sur la pertinence des labels mais d'identifier les éléments moteurs dans ces dispositifs qui permettent l'essor de la RSE au sein des PME et une meilleure appropriation du signal qu'ils représentent pour les parties prenantes.

Les enjeux de la RSE étant vastes, ce rapport n'a en revanche pas la prétention d'imposer une démarche RSE unique et un référentiel de labellisation. Il appelle néanmoins de ses vœux une convergence vers les objectifs de développement durable et un alignement ultérieur avec la réglementation européenne sur le reporting extra-financier en cours d'élaboration. Pour celles et ceux qui souhaitent découvrir les normes et bonnes pratiques applicables en matière de RSE, certaines parties de ce rapport pourront faire office d'introduction à la matière et de présentation simple de l'écosystème institutionnel. Les lecteurs intéressés par plus de détails trouveront des indications bibliographiques et des liens hypertextes au sein du rapport.

Le débat ayant déjà été conclu par l'article 174 et le lancement de la présente mission, le rapport n'a pas vocation à revenir sur l'opportunité de créer un label public en matière de RSE. En revanche, l'étude des labels existants et le cadre réglementaire actuel de la RSE lui ont permis de comprendre les enjeux de la création d'un tel label qu'elle a souhaité rappeler dans la partie dédiée aux recommandations (partie VI).

II. Note méthodologique

En conformité avec la lettre des ministres, la mission a appuyé une large partie de sa réflexion sur l'audition d'acteurs concernés ou connaisseurs du sujet des labels RSE. L'objectif était d'obtenir la diversité de points de vue la plus importante possible. La mission a donc auditionné une cinquantaine de personnes comprenant des représentants des entreprises, des auditeurs, des associations, des chercheurs, des institutions publiques et des organismes responsables de labels, des représentants des salariés. La liste des personnes auditionnées est disponible dans l'annexe IV.

Internet a évidemment été une source d'informations très importante. Dès que nécessaire, nous avons cité nos sources ou proposé des renvois. L'inventaire des labels en annexe a été réalisé en majeure partie grâce à l'information publiée sur leurs sites internet. Toute erreur serait évidemment malencontreuse et nous invitons les organismes intéressés à se rapprocher de la mission pour corriger toute inexactitude et afin de rendre ce travail le plus juste possible.

Pour faciliter la lecture, des encadrés présentent des focus sur des problématiques particulières. Ils peuvent se lire indépendamment.

La mission s'est conduite parallèlement à l'expérimentation de la Plateforme RSE¹¹ relatives aux labels sectoriels entamée en 2017. En raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de Covid-19, les calendriers de travail de la Plateforme et de la présente mission ont été quelque peu dissociés¹². La mission a néanmoins pu s'appuyer sur les travaux en cours et espère que ce rapport sera une contribution utile au travail de la Plateforme. La contribution commandée par la Plateforme à l'École de Droit de Sciences Po était par ailleurs achevée au moment de l'écriture de ces lignes et a pu les enrichir.

¹¹ La Plateforme RSE est l'instance nationale de dialogue pour tous les acteurs de la RSE. Elle est présentée plus en détail dans la suite du rapport.

¹² La Plateforme devrait remettre les conclusions de ses travaux d'ici fin 2020

III. Synthèse des recommandations

A. Recommandations relatives à la structure de revue et d'évaluation des labels

- ⇒ Mise en place d'un « comité de surveillance » ou d'une « commission permanente » dédiée à la sélection et au suivi des labels RSE adossé à la Plateforme RSE.
- ⇒ Le « Comité » est responsable de l'évaluation, de la sélection et du suivi des labels.
- ⇒ Les membres de ce comité devraient être désignés pour au moins la durée d'un cycle d'évaluation (durée proposée : trois ans). Seules les organisations non « juges et parties » pourront siéger dans le comité. Chacun des cinq pôles de la plateforme devrait être représenté. Le nombre de membres devrait être limité à une quinzaine.

B. Recommandations relatives à la Plateforme RSE

- ⇒ Création d'une mission d'animation et de coordination des actions des fédérations professionnelles afin de les inciter à publier des guides de bonnes pratiques et à développer des référentiels d'actions RSE en vue de généraliser la création de labels sectoriels par les fédérations.
- ⇒ Amendement des principes de fonctionnement de la plateforme pour permettre au nouveau comité créé de rendre une décision dans des délais raisonnables sur le critère du consensus ou à défaut à la majorité des voix exprimées.
- ⇒ Amendement des principes de fonctionnement de la plateforme pour garantir l'indépendance et le respect de règles de déontologie par les membres du nouveau comité.
- ⇒ La Plateforme, en lien avec les organismes labellisateurs, devrait identifier les indicateurs et méthodes de calcul de référence qui pourraient être utilisés par tous afin de ne pas contraindre les entreprises de fournir plusieurs fois la même information sous différentes formes.

C. Recommandations relatives à l'élaboration et à la mise en œuvre de la charte publique

- ⇒ Le respect de la Charte publique relative aux labels RSE devrait être le critère de reconnaissance des labels par la Plateforme RSE.
- ⇒ Le Comité de surveillance précité devrait être responsable de faire évoluer la Charte.
- ⇒ La Charte devrait être adaptable et tenir compte, dans le futur, des développements réglementaires européens en matière de reporting extra-financier et s'assurer de la convergence vers les objectifs de développement durable.
- ⇒ La charte ne devrait contenir que des principes et non des indicateurs de performance standardisés.
- ⇒ Inclure dans la charte le principe d'accessibilité et de proportionnalité des coûts, notamment pour les petites entreprises.

- ⇒ Inclure dans la Charte le principe d'adaptation à la maturité de l'entreprise en matière de RSE et de valorisation des progrès.
- ⇒ Inclure dans la charte le principe de participation des parties prenantes à l'élaboration du référentiel d'évaluation et de représentativité de l'instance de labellisation. La composition de ces parties-prenantes doit être publique ;
- ⇒ Inclure dans la charte le principe d'accessibilité et de lisibilité des informations relatives aux critères d'évaluation, de labellisation et de contrôle.
- ⇒ Inclure dans la Charte publique l'obligation de contrôle par un organisme indépendant de l'organisme labellisateur. Les critères et modalités de contrôle devraient être publiés sur le site internet du label ainsi que sur celui du site de la Plateforme RSE.
- ⇒ Inclure dans la charte une recommandation pour les labels généralistes de promouvoir des adaptations sectorielles ou liées à la taille de l'entreprise.
- ⇒ Inclure dans la charte le principe de la coexistence de critères d'évaluation quantitatifs et qualitatifs.
- ⇒ Inclure dans la charte le principe de transparence de la gouvernance et du financement du label.
- ⇒ Inclure dans la Charte le principe de séparation des pouvoirs entre le normalisateur, l'évaluateur et le labellisateur. Le comité de surveillance de la Plateforme s'assure de l'indépendance des évaluateurs.
- ⇒ Inclure dans la charte le principe d'une reconnaissance du label limité dans le temps et renouvelable régulièrement.

D. Recommandations relatives à l'organisation des labels

- ⇒ Les labels devraient développer la partie accompagnement de leur processus de labellisation afin de faire de la labellisation un outil au service des PME pour l'amorçage d'une démarche RSE.
- ⇒ Les labels devraient utiliser les référentiels des labels thématiques ou sectoriels dans le cadre de l'évaluation des entreprises sur ces thématiques ou ces secteurs.
- ⇒ Les labels devraient travailler étroitement avec les fédérations professionnelles pour une promotion efficace et pour une adaptation des référentiels aux secteurs d'activité.
- ⇒ Inciter les pouvoirs publics à soutenir financièrement les entreprises dans des démarches de labellisation.

E. Recommandations relatives aux actions de formation

- ⇒ Développer l'information et la formation des acheteurs publics en matière de clauses de performance-extra-financière qui peuvent être intégrées dans les cahiers des charges. La Plateforme RSE numérique pourrait être utilisée à cet effet.
- ⇒ Mettre en place un e-cours gratuit disponible sur la Plateforme RSE numérique à destination des entreprises.
- ⇒ Inciter les fédérations professionnelles et organisations patronales, en s'appuyant sur leurs OPCO, à développer et faire connaître les dispositifs et parcours de formation à destination des dirigeants et salariés.

F. Recommandations relatives aux actions de communication

- ⇒ Créer une Plateforme RSE numérique publique concentrant toutes les informations de qualité relatives à la RSE et proposant des objets d'accompagnement pour les entreprises.
- ⇒ Inciter les acteurs et acheteurs publics à faire connaître la plateforme RSE numérique aux entreprises.
- ⇒ La plateforme RSE numérique devrait également servir de guide pour les acheteurs publics afin qu'ils intègrent mieux les clauses RSE dans les appels d'offre.

IV. La RSE continue de se développer sans faire l'objet d'un cadre juridique ou conceptuel unique

A. La RSE, une expression consacrée mais toujours empreinte d'une certaine indétermination

I. La notion de RSE a été consacrée par les institutions internationales.

La responsabilité sociétale des entreprises (RSE) également appelée responsabilité sociale des entreprises ou responsabilité sociale et environnementale est définie par la Commission européenne¹³ comme l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec les parties prenantes. Une entreprise qui pratique la RSE va donc chercher à avoir un impact positif sur la société, tout en étant économiquement viable. Par conséquent, le champ de la RSE est potentiellement très large.

Encadré 1- Une référence, la norme ISO 26000

ISO 26 000 a été publiée en 2010 par Afnor normalisation, référence internationale en matière de normalisation partenariale. Cette norme est la plus citée lorsqu'il s'agit de demander aux entreprises ou autres organisations quels « référentiels » elles appliquent. Or, ISO 26 000 n'est pas un référentiel à proprement parler. Il s'agit plus d'un cadre conceptuel ou d'un corpus de principes (nous revenons sur les différences entre principes, référentiels, notation et labels par la suite).

La norme, de près de 150 pages, propose un périmètre de la RSE autour de 7 thématiques et définit les principes devant encadrer une démarche RSE. La RSE étant une démarche volontaire, ces principes permettent de légitimer et crédibiliser les actions de l'organisation.

Les sept thématiques sont les suivantes :

- 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 ;
- les communautés et le développement local.

La norme définit également les principes d'une démarche de RSE :

- **redevabilité** : accepter un examen approprié, répondre aux questions des parties prenantes ;

¹³ COMMUNICATION DE LA COMMISSION AU PARLEMENT EUROPÉEN, AU CONSEIL, AU COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL EUROPÉEN ET AU COMITÉ DES RÉGIONS Responsabilité sociale des entreprises: une nouvelle stratégie de l'UE pour la période 2011-2014 /* COM/2011/0681 final */

- **transparence** sur les activités et décisions ayant un impact sur la société ;
- **avoir un comportement éthique**, ce qui implique notamment la transparence sur les valeurs et la surveillance de certains comportements tels que les conflits d'intérêt ;
- la reconnaissance des intérêts des parties prenantes, ce qui suppose leur identification préalable ;
- **le respect du principe de légalité**, ce qui paraît évident mais qui, pour une entreprise, implique un investissement dans les fonctions ou l'activité dite de « conformité » (ie. s'assurer régulièrement que toutes les activités sont conformes au droit et à ses évolutions) ;
- lorsque la réglementation nationale est inexistante ou insuffisante, l'organisation doit **prendre en comptes les réglementations internationales** ;
- **le respect des droits de l'homme**, qui est à la fois une thématique (cf. supra) et un principe d'action.

Pour chacun de ces thématiques et principes, la norme propose des exemples de questions à se poser ou de pratiques à adopter. L'Afnor a développé une activité d'évaluation de la mise en œuvre de la norme à l'issue de laquelle les organisations se voient fournir un « Bilan de responsabilité » qui inclut des pistes d'amélioration¹⁴. La brochure de présentation précise néanmoins que « *ISO 26000 n'est pas une norme de système de management. Elle ne contient pas d'exigences et, en tant que tel, n'est pas destinée à des fins de certification. Toute offre de certification, ou prétention de certification, selon ISO 26000 serait une mauvaise représentation de l'intention et de l'objectif de cette Norme internationale* ».

L'accès à la norme est payant (141 euros au moment de l'écriture de cet encadré) et se fait sur le site internet de l'Afnor. En 2017, elle avait été adoptée par plus d'une centaine de pays.

ISO 26000 fait actuellement l'objet de réflexions en vue de sa révision. L'objectif est de la mettre à jour des nouveaux enjeux de la RSE et de l'adapter pour son usage par les PME et ETI.

Le premier élément de définition porté par la Commission est l'aspect volontaire de la RSE. La RSE touche en effet des thématiques très vastes, ce qui la définit est donc moins ses objets que ses modalités. La RSE, c'est **ce que l'entreprise fait en plus de ses obligations légales** et dont la portée va au-delà de sa prospérité individuelle. Si le droit a donné aux entreprises une personnalité morale, la RSE leur donne une personnalité quasi-civique. En cela, la RSE rapproche les deux sphères de l'économie et du politique. Avoir une démarche de RSE pour une entreprise, c'est avoir un impact en dehors de son strict objet économique (ie. celui défini dans ses statuts). De même, de nombreux comportements de consommation, autrefois simplement économiques, sont devenus pour les citoyens des moyens d'agir, des actes politiques donc. En pratique, cela signifie que les entreprises vont mettre en place des dispositifs souvent mieux-disants que leurs obligations légales en matière

¹⁴ Label « Engagé RSE » de l'Afnor

de respect de l'environnement ou de droit du travail par exemple. De même, ces démarches seront motivées par d'autres objectifs que la maximisation de leurs marges ou la conquête d'un marché.

Toutes les entreprises ou autres organisations¹⁵ peuvent mettre en œuvre une démarche RSE, et ce, quelle que soit leur taille, leur statut ou leur secteur d'activité. Beaucoup d'entreprises font de la RSE sans le savoir. Si les bénéficiaires restent les mêmes pour leurs salariés et la société, le problème est qu'elles ne valorisent alors pas assez leurs efforts et peuvent ne pas en bénéficier pour leur développement.

2. La RSE emporte également des exigences réglementaires pour certaines entreprises.

Pour les grandes entreprises, l'exigence en matière de RSE est avant tout celle de la **transparence** (directive sur le reporting extra-financier¹⁶ devenue en France la « Déclaration de performance extra-financière»). Pour les plus grandes d'entre elles (plus de 5 000 salariés en France ou 10 000 dans le monde), il existe également une obligation de moyens *via* la législation sur le devoir de vigilance¹⁷. La loi PACTE a, quant à elle, codifié la notion d'intérêt social - en précisant, dans les travaux parlementaires, qu'elle s'entend d'un intérêt dépassant celui des seuls actionnaires pour englober celui des parties prenantes - et l'obligation (de moyens) de gérer la société « en prenant en considération les enjeux sociaux et environnementaux de son activité »¹⁸. Les dirigeants ont donc une injonction légale sur ce point.

Toutes les entreprises peuvent également connaître des obligations juridiques de résultats. Si la RSE n'a pas de cadre juridique spécifique, les pratiques des entreprises en la matière tombent dans le droit commun du droit civil ou du droit de la consommation. Afficher publiquement des pratiques qui ne sont pas mises en œuvre relève, par exemple, du délit de tromperie prévu à l'article L. 441-1 du code de la consommation. La labellisation de produits entraîne des obligations encore plus spécifiques (voir ci-dessous). Les entreprises créent également leurs propres obligations en intégrant de plus en plus de clauses RSE dans leurs contrats avec leurs fournisseurs et clients.

3. La RSE reste parfois critiquée pour son caractère imprécis ou son usage à des fins de communication ou de marketing.

Plusieurs personnes auditionnées par la mission se sont avérées critiques envers la notion même de RSE. Les principales raisons avancées ont été :

¹⁵ On parle parfois de RSO pour Responsabilité Sociétale des Organisations/

¹⁶ [Directive 2014/95/UE du Parlement européen et du Conseil du 22 octobre 2014 modifiant la directive 2013/34/UE en ce qui concerne la publication d'informations non financières et d'informations relatives à la diversité par certaines grandes entreprises et certains groupes](#)

¹⁷ [LOI n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre](#)

¹⁸ art. 1833, al. 2 C. civ. ; voir également, pour les SA : art. L. 225-35, al. 1er et L. 225-64, al. 1er C. com.

- le caractère « mou » de la notion qui ne permet pas de recouvrir la diversité des enjeux et des démarches. Cette critique est liée à la difficulté des dirigeants de PME d'appréhender ce qu'ils doivent faire et par où commencer à partir de la seule injonction de « faire de la RSE » ;
- le sentiment que la RSE est un concept construit par et pour les grandes entreprises, voire imposés par elles dans les appels d'offres ;
- l'utilisation de la RSE à des fins de communication seule et la faiblesse des impacts sous-jacents ;
- la source d'injonction à la RSE peut poser des problèmes, lorsque ce sont des grands donneurs d'ordre privés ou l'Etat, leur exemplarité (plus diplomatique ? : sera source de légitimité de l'injonction) peut être questionnée.

Malgré ces critiques, souvent compréhensibles, la RSE a l'avantage d'être une notion et un acronyme connus dans le monde de l'entreprise. Elle est également un concept international et connaît une version anglaise littéralement identique avec l'expression de « Corporate social responsibility » qui est utilisée par les différentes initiatives des Nations Unies en la matière.

Encadré 2- Entreprises et objectifs de développement durable

En septembre 2015, les états membres des Nations Unies ont adopté 17 Objectifs de Développement Durable (ODD) assortis de 169 cibles qui devront être atteintes en 2030 ; les ODD sont une forme de consensus de l'ensemble des enjeux du développement durable auquel le monde fait face. Dès leur lancement, le Secrétaire général des nations unies a confié aux Global Compact des Nations Unies le soin de traduire les ODD en langage « business » auprès des entreprises.

En effet tous les acteurs sont invités à contribuer aux ODD au premier rang desquels les entreprises.

Très tôt, les grandes entreprises se sont appropriées les ODD pour mettre en valeur leur contribution au bien commun. Les PME commencent à suivre ce mouvement. Ce qui intéresse les entreprises dans l'agenda 2030, c'est sa dimension internationale, sa compréhension par une pluralité d'acteurs au premier rang desquels les collaborateurs. Les investisseurs responsables et les agences de notation (MSCI par exemple) se basent de plus en plus sur les ODD pour évaluer la performance extra financière des entreprises. Les grandes entreprises se basent sur les ODD pour définir leur raison d'être.

D'autres entreprises rendent compte de leurs actions en utilisant des indicateurs liés aux ODD.

Dans l'ensemble, les entreprises appellent de leurs vœux une harmonisation de la mesure de l'impact sur les ODD, elles sont 68% à demander un outil cohérent qui puisse leur permettre de communiquer avec leurs parties prenantes.

En moins de 4 ans les ODD sont devenus le point de convergence des démarches RSE dans le monde. Ainsi le Global Reporting Initiative en lien avec le Global Compact des Nations Unies a contribué à une publication permettant de recenser les indicateurs qui rendent compte de l'action en faveur des ODD. L'organisation

internationale de normalisation (ISO) a travaillé à une concordance entre les 7 thèmes de la norme ISO 26 000 et les 17 ODD.

Plusieurs acteurs internationaux se saisissent de cette nouvelle grammaire. En France, les entreprises les plus avancées adoptent sur ce nouveau modèle.

Enfin, les principaux référentiels et labels s'attachent à montrer leur correspondance aux 17 ODD et aux 169 cibles.

L'un des enjeux est d'accompagner les entreprises dans leur appropriation des ODD car ce langage au-delà des instances internationales est aussi intégré par l'Union européenne et deviendra à terme le paradigme de la RSE.

B. Un contexte politique et économique qui invite les entreprises à développer leurs démarches et à concrétiser leurs impacts

1. *Le rôle pionnier de la France en matière de RSE*

La France est l'un des premiers États à s'être positionné de manière ambitieuse sur le sujet de la RSE. La loi sur les nouvelles réglementations économiques (NRE) de 2001 est la première à demander aux entreprises cotées en bourse d'indiquer dans leur rapport annuel une série d'informations relatives aux conséquences sociales et environnementales de leurs activités. Ces informations sont ensuite précisées par la loi de modernisation de l'économie (LME) de 2008. La France s'est ensuite fortement engagée pour la mise en place d'un tel modèle au niveau européen. Cette négociation a abouti à l'adoption de la directive sur le reporting extra-financier en 2014, transposée en 2017 à l'article L225-102-1 du code de commerce. Cette directive fait actuellement l'objet d'un projet de révision en vue d'harmoniser davantage l'information fournie par les entreprises.

Au niveau national, cette ambition s'est également concrétisée par la mise en place d'une plateforme de dialogue et de construction de propositions mise en place en 2013. Elle entend notamment promouvoir la RSE tant à travers les politiques publiques qu'à travers le soutien aux initiatives volontaires des acteurs privés, valoriser les pratiques exemplaires et favoriser la concertation des parties prenantes en amont et en appui aux négociations de normes internationales (voir encadré ci-dessous).

La RSE a par ailleurs connu des développements complémentaires pour le secteur financier¹⁹. On utilise alors plus régulièrement l'expression de « finance durable » pour évoquer la RSE appliquée au secteur financier. Par l'article 173 de la loi de 2015 pour la transition énergétique et la croissance verte, la France a été le premier pays au monde à mettre en place un reporting ESG pour les investisseurs privés et

¹⁹ Pour une synthèse et une analyse prospective sur la finance durable, voir le rapport remis par d'Alexandre Holroyd à la ministre de la Transition écologique et au ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance : <https://www.economie.gouv.fr/remise-rapport-choisir-finance-verte-accord-paris#>

institutionnels. Ce modèle a été repris au niveau européen par l'adoption en 2019 d'un règlement sur les informations financières en matière de soutenabilité²⁰.

Encadré 3 - Les produits financiers, des objets privilégiés pour la labellisation

Trois labels d'État ont été élaborés en France : (i) le label Greenfin (2015), porté par le Ministère de la Transition Écologique et Solidaire (MTES), dont l'objectif est de garantir la qualité verte des fonds d'investissement ; (ii) le label Investissement Socialement Responsable ou ISR (2016), soutenu par le Ministère de l'Économie et des Finances, qui vise à promouvoir la visibilité de la gestion de l'ISR pour les épargnants; (iii) le label Sunref, créé par l'Agence française de développement et déployé depuis 2006 dans plus de trente pays d'intervention, qui promeut l'investissement dans des projets énergétiques et environnementaux dans les économies en développement. Les labels ISR et Greenfin sont accordés après un processus de certification strict mené par des organismes indépendants, participant à la crédibilité des initiatives des acteurs de la place.

Objectifs du Label ISR : lancé janvier 2016, le label ISR vise à assurer une meilleure lisibilité pour les investisseurs des fonds ISR, promouvoir la logique de financement de moyen et long termes d'entreprises ou d'autres émetteurs s'inscrivant dans une démarche de progrès mesurable et, plus largement, développer une économie durable par la sélection des fonds. En juin 2020, 441 fonds ont été labellisés ISR pour un total d'encours de 160 milliards d'euros.

Gouvernance du label ISR : le ministère de l'Économie et des Finances est propriétaire du label (marque, règlement d'usage, référentiel) et homologue par arrêté les propositions d'évolution du label formulées par le **comité du label ISR**. Ce dernier définit les grandes orientations en matière d'animation de l'ensemble du dispositif et propose des évolutions du cahier des charges du label aux pouvoirs publics. Il veille au bon fonctionnement du processus de labellisation et à son évolution. Pour mener à bien ses travaux, le comité du label s'appuie sur un **comité scientifique** composé d'universitaires spécialistes du sujet. Un **comité de promotion** du label a été désigné par le ministère. Il est constitué de représentants de l'Association Française de la Gestion financière (AFG), du Forum pour l'Investissement Responsable (FIR) et de la Direction générale du Trésor.

Certification : le label ISR est délivré par des organismes certificateurs, eux-mêmes accrédités par le COFRAC (comité français d'accréditation). A ce jour, E&Y et AFNOR sont les seules organismes certificateurs. A l'issue de l'audit de certification initial, le label est octroyé à l'entreprise pour une durée de 36 mois ; deux audits de suivi ont lieu à l'issue de la 1ère puis de la 2e année. En cas de non-conformité, des audits spécifiques de suivi peuvent être organisés et lors de non-conformités graves, des mesures correctives doivent être prises sous 3 mois. Une suspension voire un retrait de la certification peut également être envisagé.

Financement et utilisation des ressources : une redevance annuelle fixe est versée par chaque société de gestion des fonds labellisés au comité de promotion au moment de l'obtention du label. Ces ressources sont destinées à la conception et

²⁰ [Règlement \(UE\) 2019/2088 du Parlement Européen et du Conseil du 27 novembre 2019 sur la publication d'informations en matière de durabilité dans le secteur des services financiers](#)

la mise en œuvre d'une stratégie de communication par l'intermédiaire d'une agence de communication.

Une communication digitale avec l'animation du site internet du label ISR et des réseaux sociaux s'ajoute aux actions de communication plus traditionnelles sous la forme de campagnes d'affichage dans les gares de Paris et Lille et sur les bus, de spots sur les chaînes de radio.

Au niveau international, la France s'est distinguée par son rôle dans la signature de l'accord de Paris qui a donné à notre pays un rôle moteur à jouer sur le sujet en Europe et à l'international. L'urgence climatique plaide pour une accélération de ces efforts. La France bénéficie à la fois d'une avance d'expertise mais aussi de l'héritage précieux de la COP21 qui lui confère une autorité morale immatérielle mais réelle et sans commune mesure.

2. Une mobilisation internationale plus récente mais prometteuse

Au niveau européen, le **Plan d'Action de la Commission européenne de mars 2018 pour une croissance durable** a initié une dynamique pour la prise en compte des enjeux ESG par les entreprises. L'adoption de règles harmonisées de publication d'informations extra-financières pour les investisseurs, le renforcement d'exigences de transparence des indices de références (règlement dit « benchmark ») et le développement d'une taxonomie des activités durables (règlement dit « Taxonomie ») sont les premiers jalons d'une dynamique incontestable en matière de réglementation. Cette dynamique se poursuivra avec la révision de la directive sur le reporting extra-financier, dont le projet est annoncé pour le début de l'année 2021. La Commission européenne a depuis développé une réelle stratégie de croissance visant à rendre l'économie européenne plus durable et résiliente (voir encadré ci-dessous sur le *Green deal* européen).

Au niveau international, les objectifs de développement durable et la signature de l'Accord de Paris ont été déterminants pour la diffusion des enjeux liés à l'environnement et au développement humain. L'accord de Paris prévoit de limiter l'augmentation de la température à 2°C, avec un objectif de +1.5°C par rapport à l'ère préindustrielle. Il identifie des engagements de la part de chaque pays, des modes de contrôle des efforts réalisés, ainsi que des solutions au travers du Fonds vert pour le climat²¹. Les Objectifs de développement durable ont, quant à eux, été adoptés par l'ONU en 2015 et sont rassemblés dans l'Agenda 2030. Des cibles indicatives sont à atteindre à l'horizon 2030, définies ODD par ODD. Les cibles sont au nombre de 169 et sont communes à tous les pays engagés (voir encadré ci-dessus).

²¹ L'Accord de Paris est entré en vigueur le 4 novembre 2016, un an après la COP21, le double seuil nécessaire de la ratification par 55 pays couvrant au moins 55% des émissions de gaz à effet de serre ayant été atteint grâce à la ratification des pays les plus émetteurs comme le Canada, la Chine, les États-Unis ou l'Inde. Les États-Unis se retireront de l'Accord de Paris en novembre 2020, mais à ce jour, 183 signataires du texte sur les 197 l'ont ratifié. La situation internationale et l'état actuel des relations multilatérales suggèrent que l'Accord de Paris est susceptible d'être le référentiel global principal de progrès en matière de transition climatique pendant un temps long.

Encadré 4 - Une activité de réglementation internationale toujours marquée par la régulation des grands acteurs économiques

La Taskforce on Climate Financial Disclosure (TCFD) :

En réponse à un mandat du G20 – et à l’initiative de la France dans le cadre de la préparation de la COP 21-, le Comité de stabilité financière (FSB) a lancé lors de la COP 21 une *Taskforce on Climate Financial Disclosure* (TCFD) avec pour objectif de formuler toutes les recommandations utiles à l’amélioration de l’information permettant aux acteurs financiers de prendre en compte les enjeux liés au changement climatique dans leurs décisions de crédit, d’investissement, etc. A ce titre, la TCFD a travaillé sur les fondations qui permettent une réorientation des flux financiers (à l’échelle du système financier dans son ensemble) en cohérence avec la transition bas carbone et les objectifs de l’Accord de Paris. La TCFD a remis au FSB et au G20 son rapport final en juillet 2017. Elle propose notamment une approche du *reporting* climat des entreprises autour de 4 piliers (gouvernance, stratégie, risques, métriques). Depuis, la TCFD a publié deux « status reports », l’un en 2018 et l’autre en 2019. Malgré des améliorations notables, le rapport de 2019 souligne que les progrès doivent s’accélérer et que les publications d’informations actuelles ne suffisent pas à réorienter les investissements vers des solutions et modèles d’affaires soutenables et résilients face aux risques climatiques.

Le *Green deal* européen :

Le *Green Deal* précise que la stratégie de l’Union sur la finance durable – qui sera révisée au cours du troisième trimestre 2020 – mettra l’accent sur les signaux de long-terme afin d’orienter les flux financiers vers l’investissement vert et de prévenir les actifs « échoués »²². Or, il est important d’assurer la cohérence – juridique et opérationnelle – entre les textes législatifs issus du Plan d’action, notamment quant à l’alignement avec la taxonomie. En particulier, trois textes s’avèrent aujourd’hui déterminants en vue de catalyser le verdissement initié : (i) le référentiel de critères de l’Ecolabel européen pour les produits financiers²³ - dont les critères d’exclusions environnementales doivent être fondés sur les critères d’évaluation de la taxonomie ; (ii) le standard d’obligation verte – dont les critères relatifs aux émetteurs devront être en accord avec la taxonomie²⁴ ; et (iii) la révision de la Directive sur l’information non-financière des entreprises (NFRD) au cours de l’année 2021 – *via* l’établissement d’un cadre de *reporting* en matière environnementale, aligné sur les exigences de la taxonomie. Sur ce point, la réussite de la mise en œuvre de la future taxonomie dépendra étroitement des prochaines étapes en matière d’information extra-financière dans l’Union, en vue de la révision

²² Le *Green Deal* du 11 décembre 2019 met ainsi l’accent sur les propositions suivantes : renforcement du cadre de gouvernance d’entreprise ; meilleure transparence sur le climat et l’environnement *via* la révision de la NFRD ; mise au point de pratiques normalisées de comptabilisation du capital naturel ; adoption d’un Ecolabel pour les produits financiers et d’un standard d’obligation verte ; gestion et intégration des risques climatiques et environnementaux dans le système financier (par l’intermédiaire du cadre prudentiel) ; et meilleure évaluation des risques physiques et de transition.

²³ Il est prévu par la Commission européenne que le référentiel soit adopté d’ici fin 2020.

²⁴ Le TEG a publié un rapport d’information sur le *EU Green Bond Standard* en juin 2019. La Commission proposera dans le courant du premier trimestre 2020 une traduction législative de ce standard, afin de développer et renforcer l’intégrité du marché des obligations vertes au sein de l’Union.

de la NFRD. Seul un *reporting* extra-financier de qualité permettra aux acteurs de marché d'adapter leurs politiques d'investissement.

C. Les labels constituent l'approche la plus synthétique de la RSE en comparaison avec les démarches individuelles, les dispositifs de notation ou les normes de reporting extra-financier

La mission a fait particulièrement attention à ne pas confondre label, notation et reporting. De façon générale, le label est une étape ultime, après reconnaissance d'une valeur par une évaluation qui donne lieu à une notation. Le reporting est lui la simple communication d'informations extra-financières par l'entreprise à ses actionnaires, investisseurs et autres parties prenantes. Par ailleurs certains organismes se contentent de faire uniquement de la notation.

Un label est, par définition, un outil synthétique. Ceci paraît avoir un avantage et un inconvénient. L'avantage est celui de la visibilité, de la lisibilité et de la simplicité pour le destinataire de l'information. Un label peut être facilement assimilé à n'importe quel outil promotionnel ou marketing. Il peut ainsi être aussi efficace que la « marque », qui porte en elle-même des valeurs, un savoir-faire et une notoriété propre à l'entreprise qui l'exploite. Certains labels produits sont devenus de véritables marques comme le label « AB » (Agriculture biologique). L'inconvénient est celui du manque de subtilité et de l'uniformisation. Le signal envoyé par un label est simple et uniforme, quel que soit l'objet labellisé. Concernant les labels RSE d'entreprise, les labels ne permettent évidemment pas de refléter tous les enjeux propres à chaque entité. Dans l'idéal, ce serait alors à la procédure d'attribution du label de s'adapter aux différents modèles d'entreprise. La crédibilité du label et de l'organisme labellisateur doit donc être forte. C'est lui qui détient toute l'information et qui labélise en connaissance de cause.

Encadré 5 - Et le secteur public ?

Peu de démarches s'adressent indifféremment aux secteurs public et privé. Pourtant, les enjeux RSE paraissent bien similaires, quel que soit le financement de l'organisation. Deux dispositifs peuvent néanmoins être mis en évidence :

➤ **Le label Relations fournisseurs et achats responsables (RFAR)**

Créée en 2010, la Charte Relations fournisseurs responsables vise à inciter les entreprises, organismes publics et privés à adopter des pratiques responsables vis-à-vis de leurs fournisseurs. Elle est aujourd'hui pilotée par le Médiateur des entreprises et le CNA (Conseil National des Achats). Un dispositif d'évaluation et de contrôle permet la labellisation des organisations respectant les principes de la Charte.

➤ **Les labels diversité et égalité professionnelle entre les femmes et les hommes**

Ces deux labels, propriété de l'état viennent récompenser des organismes privés ou publics ayant une démarche en faveur de la non-discrimination et de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes. Remis pour 3 ans, ils font suite à une évaluation par un tiers indépendant et à l'étude du dossier au sein d'une

commission de labellisation présidé par le Ministère du travail et regroupant plusieurs parties prenantes. Le Ministère de l'Economie et des Finances a été la première administration d'Etat à avoir obtenu le label diversité en 2010

➤ Les guides RSE relatifs aux marchés publics

Les collectivités ont la possibilité, pour tous leurs achats de fournitures, de services et de travaux, d'intégrer dans leurs Cahiers des charges et dans les procédures de passation de marchés, des objectifs de développement durable, sous la forme de clauses notamment liées aux conditions d'exécution et/ou sous la forme de critères de jugement des offres. La RSE peut se présenter sous la forme de :

- questionnaire à compléter « auto-évaluation fournisseurs-développement durable » ;
- note justifiant les actions spécifiquement menées sur le chantier dans la démarche RSE » ;
- d'outils d'auto-évaluation informatique à remplir fournis par la collectivité et faisant référence à son référentiel RSE.

Le ministère de l'Economie et celui du Travail mettent à la disposition des acheteurs un guide sur les aspects sociaux de la commande publique²⁵. Le périmètre de ce guide, limité aux aspects sociaux, s'explique par l'antériorité du sujet environnemental, que les acheteurs se sont appropriés beaucoup plus tôt, avec une production importante de guides, dont certains à destination des acheteurs publics et donc de leurs fournisseurs²⁶.

Aucun label ne vient en revanche valoriser le bon usage de ces pratiques.

D. Le cadre réglementaire de la RSE n'a pour le moment pas concerné les PME

Une idée répandue est celle selon laquelle les acteurs de la RSE seraient plutôt des grandes entreprises. D'une part, les grandes entreprises sont considérées comme celles ayant un impact, c'est donc davantage vis-à-vis d'elles que les citoyens vont exiger une responsabilité. Ensuite, les grandes entreprises ont fait de la RSE un avantage commercial et marketing, afin de satisfaire les souhaits de leurs clients d'être, eux-mêmes, plus responsables dans leurs modes de consommation. Enfin, les grandes entreprises ont davantage de moyens pour développer de nouvelles stratégies en matière environnementale ou pour, par exemple, mettre en place des initiatives RH améliorant le bien-être de leurs salariés.

²⁵https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/daj/marches_publics/conseil_acheteurs/guide/guide-aspects-sociaux-cp.pdf

²⁶ Voir les travaux de l'observatoire économique de l'achat public (OEAP) ou du Groupes permanents d'études de marchés (GPEM).

Les grandes entreprises ont donc logiquement été la cible du régulateur. Cette réglementation des grandes entreprises a pu avoir comme inconvénient de masquer les efforts des PME sur le même sujet.

Encadré 6 - La société à mission, une première réglementation s'appliquant aux entreprises de toute taille

Créée par la loi PACTE, la société à mission n'est pas une nouvelle catégorie juridique, c'est une **démarche volontaire** qui est ouverte à des sociétés, coopératives et mutuelles qui existent déjà et quelle que soit leur taille. **Cinq conditions sont prévues par la loi** : trois conditions internes, ce sont des conditions statutaires, et deux conditions externes, de vérification.

Les trois premières conditions dépendent uniquement de la société elle-même et impliquent des modifications statutaires :

- doter l'entreprise d'une **raison d'être**, ce qui implique la modification des statuts ;
- prévoir dans les statuts, en plus de cette raison d'être, des **objectifs sociaux et environnementaux** que la société se donne pour mission de poursuivre dans le cadre de son activité ;
- doter la société d'un **comité de suivi** de l'exécution de la mission, distinct des organes qui existent déjà dans la société.

À ces trois conditions statutaires d'organisation interne se rajoutent deux conditions de vérification :

- la première demande à ce que l'exécution des objectifs fasse l'objet d'un **audit externe** conduit par un organisme tiers indépendant sur le modèle de la vérification effectuée en matière de déclaration de performance extra-financière ;
- la deuxième condition externe consiste à inscrire les modifications statutaires au greffe du tribunal de commerce.

Le caractère de société à mission peut être, à certains égards, considéré comme un label. Pour donner un signal fiable au public, la loi prévoit qu'une entreprise peut se prévaloir de la qualité de société à mission à partir du moment où elle en remplit réellement les conditions. L'entreprise doit en revanche retirer cette qualité à partir du moment où elle ne respecte plus ces conditions. Pour assurer ce retrait, le législateur a prévu la faculté pour tout intéressé d'alerter le juge et de demander à la société qui ne respecterait pas les conditions de retirer de tout document public la mention de société à mission. Cette vérification peut se faire sur la base de la publicité du rapport de l'OTI.

Enfin, la société à mission donne une place importante aux parties prenantes qui sont accueillies au sein du comité de suivi. Leur composition dépend des objectifs sociaux et environnementaux poursuivis par la société.

V. Le manque de reconnaissance et de légitimité des labels RSE ne leur a pour le moment pas

permis d'exploiter tout leur potentiel (Panorama de l'écosystème des labels)

A. Constats généraux et panorama des labels RSE

Nb : le détail des caractéristiques de chaque label analysé est disponible en annexe.

1. Une offre multiple qui manque de lisibilité

(i) *L'absence d'encadrement des labels a permis le développement d'une offre importante.*

Les constats suivants de cette partie seront tous plus ou moins liés à ce facteur initial : les labels sont nombreux. La mission a restreint son enquête approfondie à une vingtaine de labels RSE mais il en existe probablement le double si l'on inclut l'ensemble des labels sectoriels ou thématiques ou, encore, ceux développés par un territoire ou déployés au sein d'un réseau d'entreprises. La liberté de création de labels a toutefois permis à différents acteurs d'investir des moyens et donc de développer les approches de la RSE et la compétence collective sur le sujet. Elle a aussi permis de limiter le risque majeur de la labellisation : l'uniformisation. Quand bien même un label aurait une méthode permettant de prendre en compte les spécificités sectorielles ou géographiques de chaque entreprise, un problème de défiance subsisterait. Les auditions menées par la mission ont montré que la question de l'adaptation au modèle d'affaires était cruciale pour des dirigeants soucieux de valoriser leur propre approche de la RSE qui correspond souvent à des valeurs et convictions personnelles. **Le nombre de labels n'est finalement que le symptôme de la difficulté d'appréhender la RSE de façon générique ainsi que la nécessité d'offrir des parcours diversifiés aux entreprises.** Il devient néanmoins un problème en lui-même lorsque ces offres sont mal articulées (existence de doublons) ou qu'elles présentent des architectures si différentes (cadre conceptuel, processus de labellisation) qu'elles deviennent difficilement comparables.

(ii) *La diversité des champs d'évaluation des labels permet une adaptation à différents enjeux mais contribue à leur manque de visibilité*

Les labels peuvent avoir différentes cibles quant à :

- leur thématique : certains labels évaluent la performance des entreprises sur l'ensemble des enjeux RSE, d'autres sur des thématiques plus ou moins précises (environnement, égalité professionnelle, relations acheteurs-fournisseurs, dialogue social, gouvernance...);
- la taille des entreprises ciblées : la plupart des labels visent implicitement les PME, les labels sectoriels s'adressent à toute taille d'entreprises, une minorité de labels vise particulièrement les grandes entreprises ;
- le secteur d'activité des entreprises ciblées : une grande partie des labels existants sont des labels sectoriels. Ces labels font en majorité référence à la norme ISO 26 000. C'est également cette catégorie qui compte le plus d'entités labellisées. L'adaptation de l'évaluation au secteur d'activité est en effet attractive. Ce sont également les labels qui sont le plus à même de proposer un accompagnement

RSE efficace car ils connaissent les meilleures pratiques du secteur et ont les moyens de les diffuser via les canaux de communication habituels de leur fédération ;

- la situation géographique des entreprises ciblées : les collectivités locales sont les principales organisations à l'initiative de ces labels. La dimension locale a l'avantage de faciliter les effets de réseaux et permet tout simplement une proximité plus évidente entre le label et les labélisés. Ces labels ont par ailleurs un intérêt économique dans la mesure où de plus en plus de citoyens sont soucieux de favoriser les productions de leur territoire. Les labels locaux intègrent en effet souvent une mesure de l'impact territorial.

(iii) Des méthodes et standards de labellisation hétérogènes malgré des références récurrentes

Pour évaluer les entreprises, les organismes labellisateurs (ou le tiers indépendant) utilisent le plus souvent des critères de performance RSE issus de référentiels reconnus internationalement. L'exemple le plus fréquemment cité est la norme ISO 26 000. Or, la norme ISO 26 000 n'est pas un référentiel à proprement parler mais une définition de la RSE et un recueil de principes (voir encadré ci-dessus). Plusieurs labels déclarent avoir développé leur propre référentiel d'indicateurs à partir de ce standard ; ils mentionnent en général la déclinaison d'une vingtaine d'indicateurs. La majorité des labels développent une concordance aux Objectifs de développement durable (ODD) et/ ou font référence à la *Global Reporting Initiative* (GRI). Cependant, une caractéristique trop fréquente est l'absence de publication ou la difficulté d'accès en ligne aux critères ou questionnaires d'évaluation.

Une diversité équivalente se retrouve au niveau des processus de labélisation. Certains processus débutent par une autoévaluation de l'entreprise, d'autres par un audit sur place par des consultants. Certaines évaluations sont conduites par l'organisme ou sa filiale, d'autres par des partenaires extérieurs, cabinets de conseil ou experts indépendants.

(iv) Une offre franco-française dans un paysage de la notation extra-financière devenu très anglo-saxon

Parmi les labels étudiés par la mission, seul le label B-Corp est un label d'origine américaine ayant une dimension internationale et utilisé par des entreprises françaises. Ce constat est étonnant au regard de l'activisme des pays anglo-saxons sur le développement du reporting extra-financier. Il peut s'expliquer par le fait que les labels RSE ont plutôt été développés par des fédérations professionnelles ou des associations locales et par le souhait de développer une approche française de la RSE. Certains d'entre eux (labels « égalité » et « diversité » par exemple) ont par ailleurs été directement développés à l'initiative des pouvoirs publics français.

Si l'offre de labels français n'est pas confrontée à la concurrence étrangère, elle n'a fatalement pas pu bénéficier de l'aura de certains référentiels reconnus internationalement. Le manque de visibilité apparaît ainsi comme un cercle vicieux qui ne permet pas de développer des partenariats, de bénéficier de financements ou d'avantages réputationnels. A côté de cela, les acteurs anglo-saxons de la notation extra-financière bénéficient de moyens financiers et d'une présence historiquement forte.

Enfin, cette caractéristique les rend peu adaptés aux marchés et aux relations de travail internationales des grands groupes, ce qui ne leur permet pas de bénéficier de la publicité que pourraient leur apporter ces acteurs.

Encadré 7 - La notation extrafinancière, un secteur dominé par les acteurs anglo-saxons

La concentration du marché pose plusieurs types de problèmes aux acteurs européens interrogés dans le cadre de la mission :

- **Des biais méthodologiques dus aux différences sociaux-culturelles** : ainsi, un État providence européen plus interventionniste, susceptible de soutenir des fleurons de son industrie devrait *par définition* être un critère important dans l'élaboration d'une note de crédit portant sur l'un de ces fleurons – ce qui n'est pas le cas aujourd'hui ;
- **Des visions différentes de la RSE** pouvant avoir un impact, à terme, sur la disponibilité et l'utilisation de la données extra-financière ;
- **Une perte de la valeur ajoutée** d'un marché essentiellement créé en Europe. Les intermédiaires de la donnée, majoritairement non-européens, captent, et de façon plus importante, capteront, une part importante de la valeur de la donnée ESG ;
- **Un affaiblissement de la souveraineté nationale et européenne**. A terme, les méthodologies utilisées et les produits dérivés sont susceptibles de devenir des outils de qualification et quantification d'une dimension existentielle de la valeur des entreprises : leur état de préparation et d'exposition au changement climatique et aux composantes que ce changement sous-entend (acceptabilité sociale, cadre réglementaire évolutif etc.).

(v) Des labels peu reconnus par les grands donneurs d'ordre

Concernant les grandes entreprises, le constat est simple : parmi les déclarations de performance extra-financière étudiées, un nombre infime faisait référence à un processus de labellisation, que ce soit pour l'entreprise elle-même ou dans ses relations avec ses fournisseurs. Les retours obtenus par la mission pour ces acteurs sont particulièrement négatifs :

- ⇒ ils ne répondent pas aux exigences spécifiques des secteurs et des spécificités et exigences des fournisseurs ;
- ⇒ ils sont très franco-français donc peu adaptés aux marchés et aux relations de travail internationales des grands groupes ;
- ⇒ les labels publics (comme les labels « égalité » ou « diversité ») recouvrent en partie des obligations légales, ce qui crée des doublons et alourdit les démarches administratives ;
- ⇒ ces labels ne proposent pas de véritables mesures d'impact et ainsi ne correspondent pas à la réalité des pratiques RSE des entreprises.

Concernant la sélection de leurs fournisseurs, les grandes entreprises interrogées ont déclaré que la sélection par des labels était une approche peu développée, probablement du fait du peu d'entreprises labellisées et du manque de notoriété des labels. Ces labels par ailleurs n'offrent pas à ce stade de réponses à leurs obligations et besoin d'informations concernant leurs sous-traitants et fournisseurs. On peut

également penser que les grandes entreprises impliquées dans une démarche RSE vis-à-vis de leurs fournisseurs préfèrent ne pas déléguer la sélection de leurs fournisseurs. La qualité des labels est alors essentielle pour répondre aux besoins des grands donneurs d'ordre et éviter la multiplication des sollicitations des fournisseurs pour communiquer à chaque fois des informations différentes dans leur contenu ou leur format.

2. Par conséquent, la labellisation est encore une démarche qui manque d'attractivité

(i) Les coûts directs peuvent être considérés comme trop élevés pour les plus petites entreprises

Les coûts directs (« adhésion » ou « inscription ») correspondent la plupart du temps à la mise à disposition des questionnaires et à l'autorisation d'utiliser le label à des fins de communication. Ils ne comprennent souvent pas les frais d'évaluation par un OTI lorsque celle-ci est obligatoire. Outre l'aspect « propriété intellectuelle », l'adhésion permet souvent de participer au réseau des entreprises labélisées. Les réseaux sont plus ou moins actifs selon les labels. Certains sont particulièrement dynamiques et permettent aux chefs d'entreprises de se rencontrer et de développer de bonnes pratiques au sein de groupes de travail. Les labels généralistes rencontrant tous des audiences limitées, la mission n'a pas pu identifier si l'avantage « réseau » était probant et si des économies d'échelle pouvaient être réalisées en matière de gestion et de développement de la RSE dans les entreprises.

Le coût financier doit donc être évalué au regard de l'ensemble des avantages fournis par l'adhésion à un label. Les labels soutenus par des collectivités publiques octroient régulièrement des facilités de financement. La grande majorité des labels sont valables plusieurs années : la période choisie est souvent de trois ans.

(ii) Le coût en ressources humaines

En définitive, c'est sans doute le coût-homme qui s'avère le plus élevé. Pour les petites entreprises, ce coût est généralement couvert par le chef d'entreprise, lui-même à l'origine de la démarche RSE. Certaines PME peuvent consacrer un ETP (Equivalent Temps Plein) à la RSE (souvent sous la forme d'un chargé de mission, au sein du service RH). Le coût absolu est évidemment incomparable avec celui des grandes entreprises qui peuvent consacrer des équipes entières à la RSE.

Ces formalités s'ajoutent au temps consacré dans les PME à compléter les grilles d'analyses demandées par les services achats des grands groupes afin d'être référencées. L'hétérogénéité de ces grilles d'analyses et des indicateurs à fournir est souvent rédhibitoire car trop consommateur en termes de temps du dirigeant et donc inaccessible en termes de coûts pour la PME.

(iii) Le manque de ressources humaines compétentes au sein de l'entreprise

L'absence de compétences internes et de formation adaptée peut également être un frein important. Nous entendons ici les compétences dans une acception large. Il peut s'agir de simples connaissances des principes de la RSE et de son intérêt pour l'entreprise. La plupart du temps, dans les PME, c'est le chef d'entreprise ou la

direction qui sont à l'origine de la mise en mouvement. Tous les professionnels auditionnés par la mission ont insisté sur l'importance de l'implication des instances de gouvernance de l'entreprise. La RSE doit être ancrée dans la stratégie de l'entreprise à son plus haut niveau. Une démarche RSE peut également être amorcée par des solutions et initiatives des salariés. Ceux-ci sont d'autant plus moteurs dans l'engagement que le concept de « marque employeur » se développe parallèlement au souhait grandissant des jeunes actifs de voir leur entreprise en adéquation avec leurs valeurs. La crise de la Covid-19 devrait renforcer ce phénomène.

(iv) L'absence d'incitations

Un grand nombre d'organisations rencontrées par la mission ont pointé l'absence de dispositifs publics susceptibles d'inciter les entreprises à mettre en œuvre une démarche de labellisation RSE. Beaucoup ont appelé de leurs vœux des incitations fiscales ou des avantages en matière d'accès aux marchés publics. Des simplifications administratives ont également été évoquées mais sans être spécifiées. On peut à ce titre envisager qu'une labellisation adaptée permettrait de réduire certains contrôles administratifs ou de remplir automatiquement certaines obligations déclaratives. Un problème initial est cependant que les labels demandent des informations différentes aux entreprises, de telles simplifications demanderaient donc d'harmoniser les critères de sélection et les données demandées. Ce souhait d'harmonisation pourrait également être étudié avec les grandes entreprises et leurs services Achats et RSE.

(v) Le peu de lisibilité des labels.

La question est celle de l'accessibilité des critères d'évaluation sous-jacents. La plupart des labels ne laissent pas facilement découvrir leurs critères de sélection, il faut naviguer sur plusieurs pages du site internet, ouvrir des fichiers dont la simplicité n'est pas forcément la caractéristique principale. Beaucoup de labels font référence à d'autres référentiels. La norme ISO 26 000 est par exemple régulièrement citée mais celle-ci est payante et très longue ; par ailleurs, elle ne constitue pas en soi-seule une grille d'évaluation. Ce manque de lisibilité peut être vecteur de découragement voire d'incompréhension.

(vi) La faible notoriété des labels existants.

Cette faiblesse ne permet pas aux entreprises labellisées de bénéficier d'avantages commerciaux du fait des effets de réseau ou de la notoriété du label. Comme nous l'avons vu dans certains exemples, la notoriété d'un label repose essentiellement sur (i) des objectifs et référentiels reconnus par la majorité des membres d'un marché, (ii) une gestion dynamique de l'image de marque du label, (iii) la crédibilité des organismes participant au processus de labellisation et (iv) le nombre de pairs labellisés.

3. Malgré l'essor de la RSE, les labels d'entreprise ont connu un succès faible, contrairement à certains labels-produits

Au cours de ses travaux, la mission a pu identifier un peu plus d'une vingtaine de labels généralistes RSE. Ceux-ci ne faisant l'objet d'aucun recensement officiel, cet

inventaire a reposé essentiellement sur des recherches documentaires et les informations recueillies lors des auditions. La mission s'est également appuyée sur une étude confiée à des étudiants de Sciences-Po par la plateforme RSE²⁷.

Si les labels identifiés ont fait l'objet d'une analyse approfondie, le nombre d'entreprises labélisées n'est pas une information bien mise en évidence par les organismes labellisateurs. Il ressort de cet inventaire – imparfait du fait de l'absence d'informations - que le maximum d'adhérents à un label serait de 3000 pour le label international B-Corp (dont seulement 85 en France). Le label français le plus représenté serait le label Lucie avec environ 300 entreprises labélisées.

La faible audience des labels d'entreprise peut s'analyser au regard du succès de certains labels produits. Il y a sûrement deux distinctions principales entre les labels-produit et les labels-entreprise. D'une part, les labels-produits font l'objet d'une réglementation au sein du code de la consommation, d'autre part, ces labels bénéficient d'une visibilité plus grande pour les consommateurs du fait de la visibilité sur un grand nombre de produits de consommation courante. Les labels d'entreprise entrent dans une relation BtoB (*business to business*), par nature plus confidentielle alors que les labels produits peuvent connaître la notoriété équivalente à une marque BtoC (*business to consumer*).

La réglementation du code de la consommation a pu contribuer à la crédibilité des labels produits. L'article L.433-3 du Code de la Consommation définit la certification comme "l'activité selon laquelle un organisme, distinct du fabricant, de l'importateur, du vendeur, du prestataire ou du client, atteste qu'un produit, un service ou une combinaison de produits et de services est conforme à des caractéristiques décrites dans un référentiel de certification. Le référentiel de certification est un document technique définissant les caractéristiques que doit présenter un produit, un service ou une combinaison de produits et de services, et les modalités de contrôle de la conformité à ces caractéristiques. L'élaboration du référentiel de certification incombe à l'organisme certificateur qui recueille le point de vue des parties intéressées." L'article L.433-4 régit l'activité de certification : « *Peuvent seuls procéder à la certification de produits ou de services les organismes qui bénéficient d'une accréditation délivrée par l'instance nationale d'accréditation, ou l'instance nationale d'accréditation d'un autre État membre de l'Union européenne, membre de la coopération européenne pour l'accréditation et ayant signé les accords de reconnaissance mutuelle multilatéraux couvrant la certification considérée.* ».

Bien que le code de la consommation ne s'adresse qu'aux labels produits et services – et non à la labellisation d'entreprise, ils posent néanmoins certains principes pour la certification :

- ⇒ le certificateur ne doit pas être le bénéficiaire direct ou indirect de la vente du produit ou service ;
- ⇒ la certification repose sur un référentiel pour l'élaboration duquel les parties intéressées sont consultées ;

²⁷ A la date de publication du présent rapport, la version finale de cette étude n'est pas encore publiée. Elle le sera prochainement sur le site de la Plateforme RSE.

- ⇒ les certificateurs doivent être accrédités par l'instance nationale de certification (ie. en France, le COFRAC).

Encadré 8 – Un exemple à succès : le label AB

L'appellation AB peut être utilisée à des fins de certification de produits (ci-après le « label ») ou à des fins de communication (ci-après, la « marque »). Pour rappel, l'agriculture biologique repose sur des pratiques de culture et d'élevage soucieuses du respect des équilibres naturels ; elle exclut l'usage des produits chimiques de synthèse, des OGM et limite les intrants. Les produits pouvant être certifiés issus de l'agriculture biologique sont les produits agricoles vivants ou non transformés, produits agricoles transformés destinés à l'alimentation humaine, aliments pour animaux, ainsi que matériel de reproduction végétative et semences utilisées pour les cultures.

L'appellation AB est propriété du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation. Les conditions d'usage de la marque sont directement contrôlées par l'Agence bio, groupement d'intérêt public sous tutelle du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation. Le label AB est contrôlé par l'intermédiaire d'organismes certificateurs. Il peut être utilisé facultativement, en complément du logo européen qui reprend les exigences du règlement européen sur l'agriculture biologique²⁸.

Processus de normalisation du label : les règles d'usage du label AB sont fixées par un règlement du ministère de l'Agriculture. Ce règlement fixe cependant exclusivement les conditions d'utilisation de la marque ou du label. Le référentiel d'évaluation des produits sont les règles directement dictées par le règlement européen²⁹, adopté selon la procédure législative ordinaire de l'UE.

Processus de labellisation des produits : pour commercialiser des produits issus de l'agriculture biologique, tout opérateur (qu'il soit producteur, préparateur, distributeur ou importateur) doit avoir été contrôlé par un organisme certificateur agréé par l'Institut National de l'Origine et de la qualité (INAO) et accrédité par le Comité Français d'Accréditation (COFRAC). Une mention de cet organisme figure sur chaque produit, près du logo. Une douzaine de certificateurs sont actuellement répertoriés sur le site de l'INAO³⁰. Ils agissent par délégation du ministère de l'Agriculture pour autoriser l'utilisation du label.

Organisation du réseau et promotion du label : le ministère de l'agriculture met à disposition un annuaire en ligne de l'ensemble des producteurs, préparateurs, distributeurs et importateurs de produits certifiés AB. 60 000 opérateurs sont actuellement répertoriés. L'Agence Française pour le Développement et la Promotion de l'Agriculture Biologique (« Agence bio ») est en charge de la gestion de la marque AB et gère à ce titre la communication.

²⁸ Règlement (UE) 2018/848 du Parlement européen et du Conseil du 30 mai 2018 relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques

²⁹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX%3A32018R0848>

³⁰ <https://www.agencebio.org/profil/pages-communes/les-organismes-certificateurs-en-france/>

B. Mieux encadrés, les labels pourraient contribuer efficacement à l'essor de la RSE

Caveat : les constats de la présente partie présupposent que les labels mettent en œuvre les principes de la charte proposée dans la partie V ainsi que les autres recommandations du présent rapport.

1. Les labels peuvent permettre aux petites et moyennes entreprises d'engager une démarche RSE

Comme il a déjà été dit, les PME n'ont pas forcément les moyens humains et financiers de mettre en place des démarches RSE. Certaines d'entre elles mènent des actions en faveur de la RSE sans le savoir mais la question se pose des moyens à déployer pour valoriser cette démarche en interne, vis-à-vis des partenaires extérieurs ou des clients. Le coût des labels évoqués plus haut est donc à comparer avec le coût de la RSE si l'entreprise devait la développer par ses propres moyens et la valeur gagnée par l'entreprise par la mise en place d'une telle démarche. En définitive, la labellisation peut constituer un coût raisonnable relativement au recrutement d'une personne dédiée ou la sollicitation d'un conseil externe. **S'ils ont des référentiels et des méthodes efficaces, les labels peuvent en effet faire profiter les entreprises d'économies d'échelle en matière d'expertise.**

La labellisation peut également apparaître comme simple et rassurante pour le chef d'entreprise, notamment si le label est reconnu par des entreprises similaires ou par ses partenaires. Si des critiques sont faites sur l'aspect « prêt à l'emploi » d'une démarche RSE appuyée sur un label, cette critique est moins valable pour des PME débutantes en RSE. Au contraire, la labellisation peut inciter les entreprises à se lancer. Grâce à la labellisation, l'entreprise peut, dans des délais brefs, mieux comprendre ses forces et faiblesses en matière de RSE pour ensuite mettre en œuvre des politiques et des pratiques adaptées. Pour faciliter ceci, plusieurs organismes porteurs de labels ou des fédérations professionnelles proposent des axes d'amélioration, élaborent des plans correctifs ou offrent des guides de bonnes pratiques, des référentiels d'actions et des formations.

2. Les labels constituent des réseaux de solidarité entrepreneuriale et permettent ainsi l'émulation de bonnes pratiques

L'adhésion à un label équivaut souvent à l'appartenance à un réseau. La communauté créée autour d'un label RSE permet l'échange d'expériences et de bonnes pratiques en matière de RSE et la facilitation de relations commerciales entre ses membres. Certains labels organisent des groupes de travail ou des journées de formation qui rassemblent les entreprises labélisées.

Encadré 9 - L'initiative Syntec

La Fédération Syntec, syndicat des professions de services à haute valeur ajoutée, est convaincue qu'engager une démarche RSE permet aux entreprises de concilier le temps court et le temps long, en rendant le modèle plus solide, plus responsable et plus durable. Pour cette raison, elle a mené d'octobre 2019 à mars 2020 une expérimentation dans les Pays de la Loire de son référentiel RSE sectoriel en projet,

après avoir remporté en mai 2019 un appel à candidature de France Stratégie. Cette région est particulièrement engagée en matière de responsabilité sociale des entreprises, avec notamment plus d'une centaine d'entreprises adhérentes au réseau Dirigeants Responsables de l'Ouest, unique en France, dont plus d'un tiers relèvent de la Fédération Syntec. Ce référentiel a été conçu pour être simple, lisible, adapté aux métiers de la branche et aux entreprises de toutes tailles, en particulier les TPE et PME.

Les entreprises volontaires pour cette expérimentation étaient d'un degré de maturité hétérogène en termes de RSE : pour certaines, il s'agissait d'une initiative récente et le référentiel leur a permis de voir quelles étaient les actions prioritaires sur lesquelles elles devaient progresser ; pour d'autres, il s'agissait d'un référentiel exigeant s'inscrivant dans la lignée d'une politique RSE déjà construite et venant mettre en exergue leurs points supplémentaires d'amélioration. Aussi, cette démarche a permis aux entreprises situées à différents stades d'avancement dans la RSE de partager leur expérience, notamment en se rendant compte qu'elles menaient pour la plupart beaucoup d'actions mais ne les formalisaient pas. De même, elles ont pu se nourrir mutuellement des actions correctrices mises en place ou qu'elles envisageaient de mettre en place à l'issue de la démarche, telles qu'adopter une raison d'être, mettre en place une équipe dédiée à la RSE ou des correspondants RSE sur chaque site, ou encore réaliser une cartographie des parties prenantes et davantage dialoguer avec elles.

3. Les labels pourraient être un outil de communication efficace envers les parties prenantes

La labellisation RSE permet aux entreprises la communication de leur engagement dans une démarche RSE, avant tout en utilisant le logo du label dans leurs communications internes et externes, mais aussi grâce aux actions de communication de l'organisme porteur du label. Pour les parties extérieures, particulièrement les clients qui ne consacrent que peu de temps à l'analyse de l'entreprise, un label est plus abordable que la lecture d'une déclaration de performance extra-financière ou que l'analyse d'une notation. La force de ce constat est proportionnelle à la crédibilité du label et à la confiance qu'il inspire aux parties prenantes. Les modèles du label produit AB est un exemple édifiant de cet effet signal fort.

4. Les labels contribuent à l'engagement de la gouvernance de l'entreprise et des fédérations professionnelles

La labellisation de l'entreprise dans son ensemble est forcément une démarche approuvée par la direction de l'entreprise, contrairement à des initiatives internes qui peuvent se développer à des niveaux intermédiaires. Elle constitue également un objectif concret, un projet d'entreprise dont la réalisation est objectivable.

De même, le développement des labels sectoriels – sous l'impulsion de l'expérimentation de la Plateforme RSE notamment - ont conduit les fédérations à s'investir sur les thématiques de RSE et à développer des initiatives d'accompagnement de leurs membres. Les labels sectoriels peuvent donc être des éléments fédérateurs pour les secteurs économiques.

VI. Réponses de la mission sur les questions de l'article 174 et autres recommandations

A. La mission ne recommande pas la mise en place d'une structure spécifique de revue et d'évaluation des labels mais une valorisation de l'expertise de la Plateforme RSE

1. Face à un paysage institutionnel déjà complexe, la mission ne recommande pas l'intervention d'un nouvel acteur

Le constat effectué sur les labels pourrait certainement être appliqué aux organismes et structures qui promeuvent, codifient ou évaluent les pratiques RSE³¹. Si une entreprise cherche à se renseigner sur le moyen de démarrer une démarche RSE sur internet, les résultats de la recherche seront nombreux et comprendront des offres d'accompagnement à but lucratif ou non et une multitude de sites d'information.

Les dispositifs publics en matière de labels ne sont pas plus rassemblés.

Pour les labels produits et services, ils sont gérés par :

- deux organismes (INAO et Agence Bio) rattachés au ministère de la Transition écologique pour le label AB ;
- l'ADEME pour le déploiement en France de l'Ecolabel européen
- le ministère de la Transition écologique pour le label financier Greenfin ;
- le ministère de l'Economie pour le label financier « ISR ».

Pour les labels de démarches d'entreprises, ils sont gérés par :

- le médiateur des entreprises pour le label Relation fournisseur et achats responsables ;
- le ministère du travail (en partenariat avec l'Afnor) pour les labels Egalité et Diversité.

2. Un encadrement législatif des labels n'est pas non plus souhaitable à court terme, en particulier du fait du manque d'harmonisation des indicateurs de performance extra-financière

L'opportunité de créer un label public en matière de RSE avait fait l'objet d'un débat au moment de la discussion de la loi PACTE³². Le Parlement avait conclu ce débat avec l'adoption de l'article 174, à l'origine du présent rapport. Les arguments ayant présidé ce choix paraissent encore valables aujourd'hui :

- l'absence de référentiel unique et consensuel sur la manière d'évaluer la performance RSE ;

³¹ Pour un revue des référentiels existants, voir le rapport commandé par le ministre de l'Economie et des Finances à Patrick de Cambourg « Garantir la pertinence et la qualité de l'information extra-financière des entreprises : une ambition et un atout pour une Europe durable »

³² LOI n° 2019-486 du 22 mai 2019 relative à la croissance et la transformation des entreprises : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000038496102&categorieLien=id>

- en lien avec le point précédent, un risque d'obsolescence rapide du dispositif du fait de la rigidité du référentiel et un manque d'adaptabilité aux modèles d'affaire des entreprises (vs. l'approche souple du label ISR ou des sociétés à mission). Un risque corollaire serait celui de l'instabilité du droit du fait du développement parallèle de référentiels européens ;
- un risque de complexité administrative dans un contexte normatif déjà abondant. Cet argument s'entend tant du point de vue de l'élaboration que de l'accès au label, de telles démarches favorisent les entreprises bien établies qui ont des services administratifs dédiés ;
- un risque de défaut d'appropriation par les entreprises d'un outil peu adapté à leur fonctionnement ;
- un risque de stigmatisation d'entreprises pourtant engagées dans une démarche de progrès avec une notation qui ne permettrait pas de prendre en compte les efforts fournis par l'entreprise à moyen-long terme. Des secteurs sont en effet spontanément plus susceptibles d'être vertueux, dans les services par exemple où l'utilisation de matières premières est moins intense. A contrario, les secteurs les moins vertueux *a priori* sont ceux qui devraient être encouragés à avoir une démarche de progression ;
- un risque de déception des entreprises quant à ce label dans la mesure où y associer des mesures fiscales ou en matière d'accès à la commande publique pourrait être contraire au droit de la concurrence (voir partie VI.C).

En revanche, la question d'une régulation des labels pourrait se poser à moyen terme. On pourrait par exemple envisager l'alignement de l'information fournie par les entreprises pour leur labellisation sur celle fournie par les acteurs financiers. En matière de produits financiers, le règlement européen sur les informations en matière de soutenabilité³³ prévoit que les produits commercialisés comme « soutenables », doivent faire l'objet d'une information détaillée sur leurs caractéristiques. Concernant les labels-produits, la réglementation européenne prévoit le cadre de développement et d'utilisation de l'Ecolabel pour une trentaine de catégories de produits et services éligibles. Une évolution réglementaire européenne sur les labels d'entreprises permettrait de résoudre efficacement le problème du manque de transparence des critères de labellisation utilisés puisque l'utilisation d'un label serait subordonnée à la publication de ces critères.

De façon générale, si la France a été pionnière au niveau national, le bon niveau de réglementation est aujourd'hui le niveau européen. Le développement de labels crédibles a besoin d'un référentiel de mesure de la performance et du progrès de haute qualité. La révision de la directive sur le reporting extra-financier devra être l'occasion de fournir un ensemble d'indicateurs utiles pour les évaluations de labellisation. La présente mission sur les labels RSE a montré le manque de langage commun et, par conséquent, l'incompréhension autour des critères de labellisation. Par ailleurs, le niveau européen permettrait de ne pas pénaliser les entreprises françaises par rapport à leurs concurrentes, en leur imposant des contraintes de transparence supplémentaire.

³³ RÈGLEMENT (UE) 2019/2088 DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL du 27 novembre 2019 sur la publication d'informations en matière de durabilité dans le secteur des services financiers : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX%3A32019R2088>

Encadré 10 – La révision de la directive sur le reporting extra-financier

Le cadre juridique européen en matière de reporting extra-financier découle de la directive 2014/95/UE qui a modifié la directive comptable afin de rendre obligatoire une communication sur les risques ESG. Cette directive comporte un article principal, devenu l'article 19 bis de la directive comptable, qui prévoit la publication dans le rapport de gestion d'une « déclaration non financière » par les sociétés de plus de 500 salariés. La déclaration doit comporter : une description du modèle d'affaire de l'entreprise, une description des politiques mises en œuvre et des principaux risques relatifs aux questions « non-financières » et, enfin, les indicateurs de performance utilisés.

La transposition de la directive, intervenue en 2017, a été l'occasion d'en préciser les exigences et de confirmer l'avance de la France en matière de reporting ESG. Toutes les possibilités offertes par la directive ont été utilisées : une application aux sociétés non cotées, le contrôle de la DPEF par un organisme tiers indépendant (OTI) et la publication du document sur le site internet de l'entité, en plus de l'intégration au rapport de gestion. Une plus grande harmonisation des pratiques au niveau européen permettrait notamment d'améliorer les conditions de concurrence réglementaire entre entreprises.

L'objectif principal de cette révision est de préciser le contenu de l'information publiée par les entreprises, afin d'améliorer la qualité et la comparabilité de ces déclarations. En effet, les premières évaluations des DPEF ont révélé la très grande hétérogénéité des informations fournies et le foisonnement des référentiels développés par des acteurs privés et des ONG.

Recommandations relatives au développement de la réglementation :

- ⇒ La mise en place d'un label d'Etat pour les pratiques RSE des entreprises n'est pas souhaitable en l'absence de cadre de référence sur les bonnes pratiques et indicateurs pertinents.
- ⇒ La mise en place d'une nouvelle structure publique pour évaluer les labels développés par les acteurs privés n'est pas à privilégier du fait du nombre d'acteurs publics et privés ayant déjà des missions similaires.
- ⇒ Le développement d'une réglementation européenne sur la labellisation des entreprises devrait être encouragé afin de rendre obligatoire, pour chaque label utilisé, la publication des critères de sélection sur le modèle de la réglementation actuelle sur les produits financiers.

3. A court terme, la plateforme RSE devrait être plus valorisée et son organisation adaptée en vue de développer son rôle sur les labels.

(i) La Plateforme a acquis depuis sa création une forte légitimité du fait de ses productions et de sa représentativité

La création de la Plateforme RSE répondait au besoin de rassembler l'ensemble des acteurs intéressés au sein d'une seule instance et de trouver un terrain d'entente.

La plateforme RSE publie régulièrement des avis et des guides de qualité à destination des entreprises³⁴. Elle présente l'avantage d'être une structure paritaire, reconnue comme la principale instance de dialogue sur la RSE. L'ensemble des institutions publiques précitées est représenté de même que les partenaires sociaux, associations professionnelles et principales associations reconnues en matière de RSE (voir annexe III pour composition complète).

Encadré 11 – La création de la plateforme RSE
(source : www.strategie.gouv.fr)

La plateforme nationale d'actions globales pour la responsabilité sociétale des entreprises, « formule des recommandations sur les questions sociales, environnementales et de gouvernance soulevées par la responsabilité sociétale des entreprises ».

En juillet 2012, seize organisations représentatives des employeurs, des salariés et de la société civile ont demandé au Premier ministre la création auprès de lui d'une « *Plateforme nationale de dialogue et de concertation [qui] associerait les différents acteurs de la société française ayant un intérêt pour la RSE (représentants des entreprises, des salariés, des associations et ONG, des structures multi-parties prenantes...) et les représentants des pouvoirs publics (administrations centrales, parlementaires, collectivités territoriales...)* ».

En réponse à cette demande, la création de la Plateforme nationale d'actions globales pour la Responsabilité sociétale des entreprises (Plateforme RSE) a été décidée lors de la première Conférence environnementale, le 16 septembre 2012.

Installée par le Premier ministre au sein de France Stratégie en juin 2013, la Plateforme RSE, plateforme nationale d'actions globales pour la responsabilité sociétale des entreprises, « *émet des avis sur les questions qui lui sont soumises et formule des recommandations sur les questions sociales, environnementales et de gouvernance soulevées par la responsabilité sociétale des entreprises* » (article 5 du décret n° 2013-333 du 22 avril 2013 modifié).

Le fonctionnement de la Plateforme est régi par un texte adopté par son Assemblée plénière³⁵.

La plateforme est hébergée au sein de France stratégie ; elle bénéficie du soutien en compétences et logistique de France Stratégie. Toute organisation intéressée peut faire acte de candidature à condition de respecter les principes constitutifs de la Plateforme. Le Commissaire général à la Stratégie et à la prospective publie régulièrement la liste des organisations et institutions membres qu'il nomme au sein de la Plateforme, sur la base de critères de représentativité, de légitimité, de

³⁴ Toutes les publications sont disponibles au lien suivant : <https://www.strategie.gouv.fr/reseau-france-strategie/plateforme-rse>

³⁵ Principes de fonctionnement de la Plateforme nationale d'actions globales pour la responsabilité sociétale des entreprises adoptés en assemblée plénière le 26 janvier 2015 révisés en assemblée plénière le 6 décembre 2017 et le 9 juillet 2019 : https://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/principes_de_fonctionnement_09_07_2019.pdf

compétence et d'assiduité, sur proposition des pôles et du Bureau (article 8 des principes de fonctionnement).

Dans toutes les instances (Assemblée plénière, bureau, groupes de travail), les échanges ont lieu sous l'empire de la règle de *Chatham House*. Ainsi, les propos tenus par les participants ne peuvent être nominativement rapportés à l'extérieur par une autre personne sans leur accord.

(ii) Confier à la Plateforme une mission d'évaluation et de recommandations sur les labels RSE serait cohérent avec ses missions actuelles et pourrait se faire à droit constant et à un horizon proche

Plusieurs objectifs actuels (article 4 des principes de fonctionnement) de la Plateforme en feraient l'organisme idoine pour analyser les labels RSE, notamment :

- la Plateforme constitue « un espace de dialogue, de concertation et de construction de propositions » ;
- la Plateforme « contribue de manière efficace à la promotion de la RSE » ;
- la Plateforme « valorise les pratiques exemplaires et identifie les moyens pour les diffuser largement » ;
- la plateforme « soutient et accompagne, en mobilisant l'ensemble de leurs parties prenantes, les entreprises et autres organisations qui le souhaitent dans leurs démarches d'apprentissage, de progrès et de valorisation » ;
- la plateforme « promeut l'évaluation des dispositifs et pratiques de RSE ».

Il en va de même des missions confiées à la Plateforme (article 5 des principes de fonctionnement), notamment celle visant à « faire toute recommandation qu'elle juge pertinente à l'Etat, ou à d'autres institutions et organisations, y compris ses membres, susceptible de renforcer les pratiques sincères de responsabilité sociétale des entreprises et autres organisations, en particulier concernant la valorisation des démarches de RSE ».

(iii) Certains principes de gouvernance et d'organisation pourraient néanmoins faire l'objet d'adaptations afin d'être plus adaptés à un travail d'évaluation des labels

La mise en place d'un « comité de surveillance » sur les labels RSE, à moyens constants, nécessiterait une réorganisation de l'activité de la Plateforme. Le comité pourrait, par exemple, prendre la place d'un des quatre groupes de travail constitués chaque année pour remettre des avis à la demande du gouvernement ou à l'initiative de la Plateforme. Pour renforcer la crédibilité des travaux de la Plateforme, un groupe de travail par an pourrait également être dédié à l'évaluation et au recueil d'expérience sur la mise en œuvre des avis émis par la Plateforme depuis sa création. Les groupes de travail constitués pour élaborer de nouveaux avis seraient donc réduits au nombre de deux. Ce nombre serait satisfaisant au regard du volume total de publications mises en ligne chaque année sur les sujets de RSE et des avis déjà rendus. Depuis sa création, la Plateforme a en effet déjà émis de nombreux d'avis qui forment un corpus étoffé pour accompagner les entreprises dans leurs démarches.

L'article 4 prévoit que l'un des objectifs de la Plateforme est d'assurer un **suivi de la mise en œuvre de ses recommandations**. Cet objectif n'a pour le moment pas été parfaitement atteint. La Plateforme est chaque année sollicitée sur des sujets

nouveaux et dispose de peu de moyens (trois équivalents temps plein rattachés à France Stratégie). Aucune règle ne permet actuellement de consacrer une partie du temps de travail et des moyens techniques de la plateforme à l'évaluation. Cet aspect est pourtant important pour la légitimité et la crédibilité du travail de la Plateforme sur le long terme.

Encadré 12 – L'expérimentation relative aux labels sectoriels

Lancée en 2017 pour mobiliser et encourager les entreprises dans leur démarche RSE, l'expérimentation sur les labels RSE concerne les très petites entreprises (TPE), aux petites et moyennes entreprises (PME) et aux entreprises de taille intermédiaire (ETI).

La Plateforme RSE a lancé en juillet 2017 un premier appel à candidature à l'issue duquel 12 fédérations professionnelles ont été retenues pour participer à l'expérimentation. En 2019, un nouvel appel à candidatures a permis de sélectionner six nouveaux lauréats.

Les critères de sélection reposaient sur des principes tels que la transparence, la représentativité ou le contrôle par un tiers. Ils sont précisés dans l'appel à candidature³⁶ :

- Le référentiel RSE sectoriel est adapté aux enjeux de son secteur d'activité ou de sa profession.
- Il est élaboré avec les parties prenantes et notamment, lorsque cela est possible, avec les organisations représentatives du personnel, en tenant compte de l'état de l'art en matière de responsabilité sociétale.
- Les normes volontaires ou réglementaires utilisées sont explicitement désignées.
- Le référentiel RSE sectoriel ne se limite pas à reproduire des exigences législatives et réglementaires en matière sociale et environnementale.
- Le référentiel RSE sectoriel peut reprendre des éléments de référentiels existants.
- Le référentiel RSE sectoriel intègre des informations en matière de stratégie, de management et de déploiement de la démarche de RSE, permettant de mesurer le niveau ou la conformité de l'entreprise et est adapté aux capacités et aux spécificités des TPE, PME et ETI.
- Dans le cas d'une évaluation, le référentiel RSE sectoriel précise, pour chaque niveau de maturité, les exigences attendues en matière d'objectifs, de moyens et / ou de résultats.
- Le référentiel RSE sectoriel précise le cadre d'intervention des OTI chargés de vérifier le niveau ou la conformité de l'entreprise.
- Dans le cas d'une évaluation, le référentiel RSE sectoriel indique le niveau minimal que l'entreprise doit avoir atteint pour pouvoir s'en prévaloir.

A noter que l'appel à candidature comprenait également un descriptif détaillé du dossier à constituer par les fédérations.

³⁶ Les principes mentionnés dans le présent encadré sont directement extraits de l'appel à candidature : https://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/2017-07-10-appel-candidature-experimentation-labels-rse-ok_1.pdf

Sous la forme d'un comité ad hoc désigné par le bureau de la plateforme, un comité de sélection a été mis en place. Ses membres ont dû signer des déclarations d'intérêt et de confidentialité.

Un groupe de travail thématique, constitué en mars 2020, devraient remettre en octobre 2020 ses conclusions et recommandations.

L'article 11 des principes de fonctionnement prévoit que **le mode de décision de l'Assemblée plénière est le consensus** : « Les décisions sont adoptées par consensus. Les opinions divergentes, lorsqu'elles existent, peuvent être consignées à la demande de leurs auteurs. » Les dissensus peuvent également être publiés. Ce mode de décision pourrait être inadapté en cas de nouvelle mission sur les labels RSE. Un scrutin à la majorité pourrait être envisagé.

Les moyens de communication de la Plateforme, particulièrement le site internet, devraient être renforcés afin de donner une visibilité plus forte aux labels sélectionnés. Etant adossée administrativement à France Stratégie, la Plateforme ne dispose actuellement que d'une rubrique dédiée sur le site www.strategie.gouv.fr. Se faisant, la plateforme RSE est mal référencée dans les résultats de recherche de mots clefs sur la RSE. Le rapport coût-bénéfice de cette mesure serait avantageux. La visibilité constituerait une incitation forte pour les labels à se faire référencer par la Plateforme. Cela permettrait à la Plateforme RSE d'être également une plateforme sur le web, où les entreprises intéressées par le sujet pourraient facilement se renseigner auprès d'un acteur public de référence. Comme pour la rubrique internet actuelle, la gestion fonctionnelle de ce site pourrait se faire par le personnel permanent de la Plateforme et sa gestion technique pourrait, de même, continuer à être exercée par France Stratégie. La gestion de cette plateforme numérique par un autre organisme public, en lien avec la Plateforme, pourrait également être envisagée.

Mis à part les modifications de ses principes de fonctionnement, confier à la Plateforme RSE une mission d'évaluation et de recommandations sur les labels RSE pourrait vraisemblablement se faire à droit constant. Ce nouveau rôle ne changerait en effet pas fondamentalement ses missions et objectifs. La rédaction de l'article 5 du décret n° 2013-333 du 22 avril 2013 ne semble en effet pas exclure une mission d'évaluation des labels. **Une nouvelle lettre de mission du Premier ministre devrait suffire à inviter les membres de la Plateforme à modifier ses principes fondateurs et à débiter de nouveaux travaux.** Ces derniers pourraient fonctionner sur le modèle de l'initiative menée sur les labels sectoriels.

Au-delà du rôle d'évaluation, la plateforme pourrait aussi se voir confier une mission complémentaire d'animation des fédérations professionnelles sur la question de la RSE. En effet l'expérimentation des labels sectoriels de la plateforme RSE a montré l'intérêt des fédérations pour le déploiement de labels sectoriels ou de référentiels d'actions. Celles-ci sont les plus à même de promouvoir la RSE auprès des PME et TPE aux cotés des chambres de commerce et de métier. Il serait pertinent de les réunir une à deux fois par an sous l'égide de la plateforme pour les tenir informées des travaux de la plateforme mais aussi des attendus de celles-ci quant à la création d'un label ou d'un référentiel d'action sectoriel. Cette mission pourrait être limitée dans le temps, un grand nombre de fédérations sont en train de se doter de

référentiels qui très rapidement pourraient devenir des bases de démarche de labellisation.

Recommandations relatives au renforcement de la plateforme RSE :

- ⇒ Mise en place d'un « comité de surveillance » ou d'une « commission permanente » dédiée à la sélection et au suivi des labels RSE correspondant à la Charte. Les membres de ce comité devraient être désignés pour au moins la durée d'un cycle d'évaluation (durée proposée : trois ans).
- ⇒ Seules les organisations non « juges et parties » pourront siéger dans le comité. Chacun des cinq pôles de la plateforme devrait être représenté. Le nombre de membres devrait être limité à une quinzaine.
- ⇒ Création d'une mission d'animation des fédérations professionnelles sur les labels RSE au sein de la plateforme.
- ⇒ Amendement des principes de fonctionnement de la plateforme pour permettre au nouveau comité créé de rendre une décision dans des délais raisonnables même en l'absence de consensus. Un vote des membres à la majorité qualifiée pourrait être envisagé.
- ⇒ Amendement des principes de fonctionnement de la plateforme pour garantir l'indépendance et le respect de règles de déontologie par les membres du nouveau comité.
- ⇒ Développement d'une Plateforme RSE numérique, gérée ou non par la Plateforme RSE mais visant à promouvoir ses travaux.

B. La mission considère qu'une charte publique sur les pratiques de labellisation pourrait faire contribuer efficacement les labels à l'essor de la RSE

1. L'adhésion aux principes de la charte serait la condition d'une reconnaissance publique et d'un accompagnement

L'article 174 de la loi PACTE pose la question de l'opportunité d'une structure publique de revue des labels et demande au gouvernement de proposer « une charte publique de bonnes pratiques de labellisation des performances extra-financières des entreprises ». Ces deux dispositifs ne devraient pas être pensés indépendamment. Si une structure publique devait être mise en place, son rôle devrait être de s'assurer du respect de la charte par ses signataires. En contrepartie de l'adhésion à la charte et des efforts fournis pour la satisfaire, les labels bénéficieraient d'une reconnaissance publique et des retombées liées à la communication sur un site gouvernemental (cf. proposition relative au développement du site internet de la Plateforme RSE). Les labels sélectionnés bénéficieraient également de l'évaluation faite par la Plateforme, de ses recommandations et du dialogue avec l'ensemble de ses membres.

La plateforme pourra évaluer des labels mais également des référentiels d'actions qui ne donnent pas lieu à labellisation tels ceux développés par les fédérations professionnelles et organisations patronales pour accompagner leurs entreprises adhérentes dans leur démarche RSE.

Enfin la plateforme ne pourra évaluer les dossiers de labels récompensant uniquement des démarches RSE d'entreprises, les labels de produits et services ne

pourront pas être évalués par ses soins. La définition des labels et référentiels d'actions devra être précise.

Recommandation :

⇒ le respect de la Charte publique relative aux labels RSE et aux référentiels d'action devrait être le critère de reconnaissance des labels par la Plateforme RSE.

2. La crédibilité de la charte viendrait de ses modalités d'élaboration et de contrôle

En cohérence avec les principes applicables aux labels, la charte publique devrait être exemplaire, tant sur le plan de son élaboration que de sa mise en œuvre. L'annexe I présente un modèle de charte qui correspond aux résultats des recherches et entretiens conduits par la mission³⁷. Ce modèle pourrait ensuite faire l'objet d'évolutions – notamment pour l'adapter à la future réglementation européenne – prises en charge par le comité de surveillance.

Outre la sélection initiale des labels correspondant à la Charte, son application devrait faire l'objet d'un suivi rigoureux dans le temps. La mission propose qu'un renouvellement de l'adhésion soit effectué tous les 3 ans. Ce renouvellement serait conditionné au respect des objectifs d'amélioration, celles-ci pouvant évoluer dans le temps.. Pour assurer ce suivi, le comité de sélection de la Plateforme serait également un comité de supervision, réuni régulièrement et chargé de s'assurer du respect de la Charte par les organismes sélectionnés. Le comité devrait également s'assurer que les principes de la Charte demeurent pertinents au regard des évolutions réglementaires ou des pratiques observées.

Recommandation :

⇒ Le « Comité de surveillance des labels » devrait être responsable de faire évoluer les principes de la Charte.

3. La mission propose de faire de la charte un recueil de principes et que des indicateurs harmonisés puissent être développés ultérieurement par la Plateforme

L'article 174 demande au gouvernement de proposer une charte contenant « des critères et indicateurs objectifs en matière de distribution de l'épargne salariale, de partage de la valeur créée et de sensibilisation, y compris graphique, aux écarts de rémunérations ».

La mission a également souhaité dissocier les concepts de « charte » et de « référentiels » et « indicateurs ». Une charte est en effet un recueil de principes, un cadre conceptuel qui peut servir de base à la normalisation, l'équivalent d'une constitution en quelque sorte. Un référentiel est un ensemble d'indicateurs dont les méthodes de calcul peuvent elles-mêmes être harmonisées (travail dit de « standardisation »). Le développement d'un référentiel de qualité nécessite des

³⁷ La liste des personnes auditionnées est présentée en annexe IV

moyens techniques et du temps. Les indicateurs paraissant les plus simples (le nombre moyen de salariés par exemple) comportent un certain nombre de subtilités d'une entreprise à l'autre. Le travail de standardisation qui devrait être engagé au niveau européen à l'occasion de la révision de la directive sur le reporting extra-financier sera également une opportunité pour le développement des labels. Il permettra aux labellisateurs de renforcer la pertinence de leurs critères de sélection. Par conséquent, la Charte proposée par la mission ne contient pas d'indicateurs d'évaluation précis mais seulement des principes de labellisation. Les indicateurs devront faire l'objet de travaux ultérieurs. Ils devront par ailleurs porter sur un champ beaucoup plus large que ceux du partage de la valeur ou des écarts de rémunération mentionnés par l'article 174.

Recommandation :

- ⇒ la charte ne devrait contenir que des principes et non des indicateurs de performance standardisés. Elle devrait être adaptable et tenir compte, dans le futur, des développements réglementaires européens en matière de reporting extra-financier.
- ⇒ La Plateforme, en lien avec les organismes labellisateurs, devrait identifier les indicateurs et méthodes de calcul qui seraient utilisés par tous les labels afin de ne pas contraindre les entreprises à fournir plusieurs fois la même information sous différentes formes. Ces indicateurs pourront utilement alimenter la position française au niveau européen.

4. *Le coût de la labellisation devrait rester raisonnable pour ne pas décourager les entreprises mais aussi pour des questions de crédibilité des organismes.*

L'objectif n'est pas de rendre la labellisation gratuite ni de mettre en danger le modèle économique des organismes labellisateurs déficitaires. Le processus d'évaluation a un coût, de même que la gestion de la marque ou du réseau développés par les labels. Ces trois dimensions (évaluation, communication, réseau) sont des services fournis aux entreprises, et consommateurs en ressources. Il est donc normal de les facturer à hauteur du temps et des moyens investis par l'organisme et de la qualité du service. Le coût représente néanmoins un frein important pour les petites entreprises (plusieurs milliers d'euros, sans compter les ressources humaines mobilisées). Souvent assumé par des organisations non lucratives, le service d'accompagnement jusqu'à la labellisation ne devrait idéalement pas s'éloigner de façon importante du coût des prestations effectuées.

L'organisme labellisateur devrait également conseiller les entreprises sur la manière de financer leur labellisation (financement par leur fédération, subvention publique). Ces informations devront également être présentées sur la Plateforme numérique.

La mission recommande que les acteurs tels les régions, les chambres consulaires, les organisations patronales et fédérations sectorielles, prennent en charge une partie de ces coûts. Ils peuvent le faire soit de manière financière soit en organisant la montée en compétence des dirigeants des entreprises par territoire. Les budgets alloués à la transition écologique au niveau national doivent intégrer la montée en compétence du tissu économique français sur les sujets de la RSE. L'enjeu pour notre économie est de pouvoir innover pour faire face à la crise actuelle et à celles à venir.

Recommandations :

- ⇒ Inclure dans la charte le principe d'accessibilité et de proportionnalité des coûts, notamment pour les petites entreprises.
- ⇒ Prévoir des dispositifs de soutien financier et en nature des pouvoirs publics.

5. *Le label doit intégrer une dimension d'apprentissage et de progrès*

Une évaluation statique de la performance extra-financière d'une entreprise comporte deux inconvénients principaux : elle n'incite pas les entreprises en dessous du seuil à évoluer et elle provoque un phénomène de fixation sur les seuils de référence choisis pour l'attribution ou non du label. En effet, les entreprises les moins performantes n'auront pas intérêt à se faire évaluer si elles anticipent que le label ne leur sera pas attribué *in fine* et que leurs efforts ne seront donc pas récompensés. La littérature économique démontre également des effets de « fixation » lorsque les performances sont évaluées selon des critères quantitatifs précis. Les organisations se concentrent alors sur l'atteinte de l'objectif, ce qui peut les conduire à délaisser les autres aspects de leur performance et à relâcher leurs efforts une fois l'objectif atteint.

Une labellisation dynamique doit être incitative pour les nouveaux entrants dans la RSE et doit conduire les meilleurs à continuer d'interroger leurs leviers d'amélioration. Concrètement, cela peut se traduire par différents processus de labellisation :

- la mise à disposition d'un processus spécial de labellisation pour les entreprises les plus débutantes. Pour les TPE/PME, le processus peut être enclenché par un parcours de formation du dirigeant et l'adhésion à un référentiel d'actions ;
- un processus de labellisation doit comporter un accompagnement renforcé en matière d'évaluation et de recommandations. Il devrait également aboutir à une labellisation niveau « débutant » et donc à l'entreprise labélisée de bénéficier de la marque et du réseau du label ;
- la déclinaison du label en différents formats ou l'attribution de mentions ;
- l'utilisation d'objectifs ou de cibles adaptés à l'entreprise et non de critères uniformes ;
- un contrôle et une révision régulière des objectifs. Une temporalité de deux ou trois ans paraît adaptée. Elle donne en effet le temps à l'entreprise de progresser, tout en l'incitant à agir vite ;
- le dispositif doit permettre l'échange entre pairs de manière régulière et à un coût abordable avant, pendant et à la fin du processus de labellisation.

Recommandation :

- ⇒ inclure dans la Charte publique le principe d'adaptation à la maturité de l'entreprise en matière de RSE et de valorisation des progrès.

(iv) Une démarche associant l'ensemble des parties prenantes afin de garantir la crédibilité et l'adhésion

La RSE est la démarche qui permet d'intégrer et de faire participer l'entreprise à un ensemble d'enjeux sociétaux. La RSE est donc par essence une matière qui laisse une

place importante aux processus collaboratifs. L'association et la participation sont par ailleurs devenues des paramètres quasi-systématiques de la décision, qu'elle soit politique, administrative, associative ou économique. Les textes réglementaires font eux-mêmes référence aux processus de concertation. Les labels devraient donc être élaborés en intégrant cette dimension que ce soit au moment de sélectionner les critères d'évaluation ou au moment de l'évaluation des entreprises.

Recommandation :

⇒ Inclure dans la charte le principe de participation des parties prenantes à l'élaboration du référentiel d'évaluation et de représentativité de l'instance de labellisation. La composition de ces parties-prenantes est publique.

(v) Plus de simplicité et de transparence devrait accroître l'audience des labels

La difficulté actuelle à s'orienter dans l'offre des labels vient à la fois de l'hétérogénéité des méthodes et du manque de transparence. L'objectif est que la recherche du bon label et le processus d'évaluation ne sollicitent pas les moyens de l'entreprise candidate de façon disproportionnée.

Ainsi la Plateforme RSE numérique pourrait se présenter sous forme d'un questionnaire dont les réponses organiseraient le parcours du dirigeant d'entreprise. Il s'agirait au-delà des simples labels de recenser l'ensemble des initiatives existantes (nationales ou étrangères avec une représentation française). Le questionnement serait basé sur les enjeux du dirigeant. Souhaite-t-il organiser sa démarche RSE ? répondre à un donneur d'ordre ? augmenter sa visibilité, rencontrer et échanger avec des pairs ? de quelles ressources dispose-t-il ? souhaite-t-il traiter un sujet en particulier ? ressources humaines, empreinte carbone etc. Le site indiquerait des initiatives intéressantes et reconnues par la plateforme RSE au regard de ses besoins. En commençant par la promotion des réseaux régionaux, sectoriels etc., puis en allant jusqu'à des initiatives d'évaluation ou de labellisation.

Il est donc important que l'entreprise sache à l'avance les informations et pièces justificatives qui vont lui être demandées. Un certain nombre de labels utilise un questionnaire d'auto-évaluation pour démarrer le processus d'évaluation. Cette approche est intéressante car elle permet aux entreprises d'évoluer à leur rythme. En revanche, la majorité de ces questionnaires ne sont pas disponibles en ligne mais à l'issue d'un premier entretien de pré-évaluation.

Les critères de labellisation ou référentiels utilisés devraient être disponibles en ligne. Certains labellisateurs ont confié lors des auditions que leurs critères d'évaluation étaient leur propriété intellectuelle. Cet argument est compréhensible d'un point de vue commercial mais il décourage la labellisation. Il ne permet pas non plus des synergies sur la compréhension de la RSE et ses méthodes d'évaluation. Par ailleurs, la plus-value de l'organisateur n'est pas tant le développement d'un référentiel *ad hoc* mais la promotion de sa marque, des entreprises labélisées et le développement d'un réseau. Par ailleurs, du fait du développement de la réglementation, les référentiels sont amenés à être de plus en plus diffusés et harmonisés, un modèle économique ne peut donc se construire sur la seule confidentialité du référentiel.

Recommandation :

- ⇒ Inclure dans la charte une obligation de mettre en ligne sur le site de la plateforme les conditions d'accessibilité et de lisibilité des informations relatives aux critères d'évaluation, de labellisation et de contrôle.

(vi) Une cohérence souhaitée avec les standards reconnus à l'international en attendant le développement d'un référentiel européen

En l'absence de définition réglementaire de la RSE et de référentiel homologué par les pouvoirs publics, une question est de savoir si la Charte devrait prévoir le respect d'une norme internationale privée comme ISO 26 000. Une autre option est une version « développée » de la Charte.

La majorité des labels déployés en France, qu'ils soient généralistes ou sectoriels, ou encore thématiques se basent sur l'ensemble ou une partie de la norme ISO 26 000. L'intérêt de cette norme est qu'elle est internationale et fait l'objet d'un large consensus. Certes, celle-ci n'est pas certifiable car elle présente une série de 7 thématiques qui doivent être abordées par la RSE. Elle permet néanmoins de structurer une démarche en faisant l'inventaire des enjeux RSE potentiels de l'entreprise.

Le second intérêt de cette norme est qu'elle démontre sa convergence avec les objectifs de développement durable de l'ONU. Ces objectifs sont de plus en plus plébiscités par les grandes entreprises ou les investisseurs pour estimer la contribution d'une entreprise aux 17 ODD. Ils deviennent le langage commun et partagé par de multiples parties prenantes et, ce, au niveau mondial.

Enfin de nombreuses fédérations professionnelles se dotent de lignes directrices basée sur l'ISO 26000 et correspondant aux 17 ODD.

Cette double attention est nécessaire pour l'entreprise à la fois grâce à la robustesse de l'ISO 26000 mais aussi parce que les ODD deviennent l'horizon de la RSE.

Recommandations :

- ⇒ Inclure dans la charte la prise en compte des normes nationales, européennes ou internationales de référence en matière de RSE comme, par exemple, la norme ISO 26000 et les ODD.
- ⇒ A moyen terme, les labels devraient s'aligner sur l'évolution de la réglementation européenne en matière de référentiel de performance extra-financière.

(vii) Une évaluation par un tiers indépendant devrait être rendue obligatoire

D'après les auditions menées avec des auditeurs, beaucoup de chefs d'entreprises surévaluent leurs performances RSE. La théorie des apparences plaide également pour que l'organisme délivrant le label et collectant les ressources d'adhésion, ne soit pas celui qui évalue les entreprises. Ceci plaide pour la justification des performances alléguées par des pièces justificatives (ou des données elles-mêmes justifiées) contrôlées par un tiers, cette évaluation devant être réalisée sur place afin d'éviter un contrôle uniquement déclaratif.

Aujourd'hui plusieurs modalités de contrôle coexistent selon les labels. Certains organismes parlent explicitement de contrôle par un tiers indépendant. La notion est cependant ambivalente en matière de RSE puisque les Organismes tiers indépendants sont initialement les experts accrédités par le Cofrac pour vérifier la déclaration de performance extra-financière, ainsi que les critères de la société à mission (voir encadré ci-dessous). En matière de labels, le tiers contrôleur est choisi par l'organisme, il peut être un cabinet de conseil, un expert indépendant ou un organisme spécialisé dans la certification. Le cahier des charges de l'expérimentation de la Plateforme RSE relative aux labels sectoriels demande déjà à ce « référentiel RSE sectoriel précise le cadre d'intervention des OTI chargés de vérifier le niveau ou la conformité de l'entreprise ».

Recommandation :

⇒ Inclure dans la Charte publique l'obligation de contrôle par un organisme indépendant de l'organisme labellisateur. Les critères et modalités de contrôle doivent être publiés sur le site internet du label ainsi que sur celui du site de la plateforme

Encadré 13 - Qu'est-ce qu'un OTI ?

L'expression « organisme tiers indépendant » a acquis une signification générique pour désigner l'organisme chargé de contrôler la bonne application d'une norme. En matière de RSE, les organismes tiers indépendants sont avant tout, en droit français, les organismes accrédités en vue de vérifier les informations fournies par les grandes entreprises dans leur déclaration de performance extra-financière. Les OTI sont accrédités³⁸ par le COFRAC³⁹. Leur contrôle de la DPEF est prévu à l'article L225-102-1 du code de commerce. Les diligences et l'opinion à fournir par l'OTI sont elles-mêmes précisées à l'article R225-105-2 du code de commerce. Les incompatibilités sont les mêmes que celles applicables à la profession de Commissaire aux comptes prévues à l'article L822-11-3 du code de commerce⁴⁰. A noter qu'un dispositif similaire a été mis en place pour l'application des mesures relatives aux sociétés à mission⁴¹.

A la date d'écriture de ce rapport, il existait 28 OTI pour évaluer les DPEF. La composition de ces organismes les rapprochent des missions d'audit financiers puisque 24 étaient des cabinets d'expertise comptable/commissariat aux comptes,

³⁸ La notion d'accréditation a été réglementée par l'article 137 de la [loi n° 2008-776 du 4 août 2008 relative à la modernisation de l'économie](#) : « L'accréditation est l'attestation de la compétence des organismes qui effectuent des activités d'évaluation de la conformité. Afin de garantir l'impartialité de l'accréditation, il est créé une instance nationale d'accréditation, seule habilitée à délivrer les certificats d'accréditation en France. »

³⁹ Le COFRAC a été créé par l'article 3 du [décret n° 2008-1401 du 19 décembre 2008](#) relatif à l'accréditation et à l'évaluation de conformité pris en application de l'article 137 de la loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie.

⁴⁰ <https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?cidTexte=LEGITEXT000005634379&idArticle=LEGIARTI000032256353&dateTexte=&categorieLien=cid>

⁴¹ C. com., art. L. 210-10. Voir également : C. mut., art. L. 110-1-1

les autres étant des cabinets d'expertise spécialisés dans l'ESG. 19 de ces OTI ont leur siège à Paris ou en région parisienne.

Exemples anonymisés de cabinet étant accrédités OTI par le COFRAC :

La mission OTI dans un grand cabinet d'audit : Sur près de 10 000 collaborateurs, 110 sont employés à temps plein sur des problématiques de RSE en France. L'activité RSE est divisée en 2 : du conseil aux entreprises (sécurité financière, intégration des risques sociaux et environnementaux de gouvernance dans les processus de décision, écoconception, DPEF, évaluation énergétique, évaluation sectorielle) et de l'audit (OTI accrédité cofrac, recommandation pour l'amélioration de politiques d'entreprises et publiques, intégration pour les grands donneurs d'ordre de la RSE dans le management ou le produit).

Modèle d'un OTI spécialisé en contrôle de conformité hygiène, sécurité, environnement : groupe de plus de 7 000 salariés dont une filiale est dédiée aux missions de certification. Ces dernières peuvent porter sur le contrôle qualité, la prévention des risques professionnels, la RSE, la protection des données et l'agriculture biologique. Une accréditation particulière du Cofrac est nécessaire pour chacune de ces activités de certification.

(viii) *L'évaluation devrait tenir compte des spécificités sectorielles et de la taille des entreprises*

Une des premières questions que s'est posées la mission est la pertinence des labels généralistes, visant tout type d'entreprise, de secteurs et englobant tout l'ESG. Un *a priori* – confirmé par l'audition des représentants des entreprises - était qu'un seul instrument ne pouvait être adapté à tous les objectifs de la RSE (avoir une économie innovante, assurer la transition énergétique, garantir la qualité de vie des salariés et citoyens, etc.). Après analyse, ce problème paraît surmontable. La question qu'il soulève n'est pas tant celle du caractère transversal du label que de la transparence et de l'adaptabilité de l'évaluation sous-jacente.

Un label généraliste pourrait selon nous adapter ses évaluations au secteur d'activité de l'entreprise évaluée. Une des premières adaptations à effectuer est de ne pas appliquer tous les critères d'évaluation à toutes les entreprises. Pour chaque évaluation, une réponse « non applicable » devrait être permise. Les labels devraient être encouragés à développer des grilles d'analyse sectorielles même s'il est évident qu'un seul organisme ne peut pas développer un référentiel pour chaque secteur de l'économie.

Les labels généralistes n'ont, qui plus est, pas tout à fait la même fonction que les labels sectoriels. Leur capacité d'audience auprès du grand public est potentiellement plus grande.

Les labels généralistes, devraient promouvoir des adaptations sectorielles de leur cahier des charges, c'est le cas par exemple avec l'ISO 20121, norme basée sur l'ISO 26000 dédié à l'événementiel, ou encore les référentiels d'actions construits dans le cadre de l'expérimentation de la plateforme RSE qui se basent tous sur l'ISO 26000 en l'adaptant aux enjeux du secteur.

Recommandation :

⇒ inclure dans la charte une recommandation pour les labels généralistes de promouvoir des déclinaisons sectorielles ou liés à la taille de l'entreprise. Ceci suggère notamment de ne pas utiliser de questionnaires universels où les questions non applicables conduisent à attribuer une note de 0 sur le critère en question.

(ix) Le cahier des charges des labels doit s'adapter à l'évolution des enjeux et des connaissances sur les thématiques RSE

Les labels devraient régulièrement adapter leur cahier des charges pour prendre en compte l'évolution de la connaissance en matière de risques environnementaux ou d'hygiène et de sécurité au travail par exemple. Le cahier des charges doit également s'adapter aux évolutions réglementaires. Les pratiques devenant obligatoires ne devraient en effet plus être considérées comme une démarche volontaire de l'entreprise et être valorisées ainsi. Par ailleurs, les cahiers des charges ou référentiels devraient tenir compte, dans le futur, des développements réglementaires européens en matière d'indicateurs de performance extra-financière. A court terme, il est par exemple souhaitable que les organismes se renseignent sur les règlements techniques élaborés par les autorités de supervision européennes pour l'application du règlement européen sur les informations ESG à fournir par les investisseurs financiers⁴². Cette adaptabilité suggère que les principes de révision des cahiers des charges ou référentiels d'évaluation soient clairement définis sur le site internet du label et de la plateforme. Les révisions doivent faire l'objet d'une consultation des parties prenantes et d'une communication régulière aux entreprises labélisées et aux entreprises candidates. Les révisions doivent permettre une période de transition pour la mise en conformité des entreprises. Ces dernières devraient idéalement faire l'objet de recommandations de l'organisme labellisateur pour effectuer ce changement.

Recommandations :

- ⇒ Inclure dans la charte le principe d'adaptation régulière des cahiers des charges ou des référentiels d'évaluation afin de tenir compte des évolutions des enjeux de RSE, de l'apparition de nouvelles thématiques et des changements réglementaires. Ces adaptations doivent se faire selon un processus transparent, en collaboration avec les parties prenantes et être accompagnées d'une communication et d'un accompagnement pour les entreprises labélisées ou les entreprises candidates à l'évaluation.
- ⇒ Inclure dans la charte le principe de la coexistence de critères d'évaluation quantitatifs et qualitatifs.

(x) L'organisme labellisateur doit faire preuve d'indépendance de la part des parties prenantes et groupes d'intérêt

⁴²<https://www.amf-france.org/fr/actualites-publications/actualites/consultation-des-autorites-europeennes-de-surveillance-sur-le-reglement-disclosure-lamf-donne-des>

La RSE vise à associer toutes les parties prenantes à la vie de l'entreprise. Un des enjeux est de prendre en compte des intérêts variés, voire contradictoires, avec pour objectif d'améliorer ou d'accélérer la performance globale de l'entreprise. Trouver l'équilibre nécessite de l'objectivité et de l'indépendance vis-à-vis des différents intérêts, afin de les pondérer équitablement. Le label exerce un jugement, il doit donc être impartial et indépendant. L'indépendance vaut également vis-à-vis des acteurs autres que les parties prenantes de l'entreprise. Le financement et la gouvernance des labels doivent donc également être transparents.

A partir des éléments déjà présents dans le code de consommation pour les labels produits, la mission considère que l'indépendance et la fiabilité d'un label peuvent s'appuyer sur les principes suivants ;

- une distinction entre le normalisateur, l'évaluateur et le labellisateur ;
- une indépendance vis-à-vis des labélisés (multiplicité des financements, etc).

Recommandations :

- ⇒ Inclure dans la charte le principe de transparence de la gouvernance et du financement du label.
- ⇒ Inclure dans la Charte le principe de séparation des pouvoirs entre le normalisateur, l'évaluateur et le labellisateur. Le comité de surveillance de la Plateforme s'assure de l'indépendance des évaluateurs.

C. La mission recommande un ciblage sur les PME et le renforcement de l'accompagnement et des incitations

1. Les labels gagneraient à cibler expressément les PME et TPE et à leur offrir une offre adaptée

Comme il a déjà été mentionné, les PME, notamment les plus petites, ne disposent pas forcément de moyens dédiés pour entamer une démarche RSE. La labellisation est alors intéressante pour ce type d'entités puisque qu'elle comprend à la fois un volet accompagnement – via les processus d'évaluation des démarches et de formation des dirigeants et salariés – et un volet de communication interne et externe – via la gestion de la « marque » du label par le labellisateur. Cibler plus directement les PME et TPE permettrait aux labels de développer une offre adaptée, notamment en matière d'accompagnement et d'effets de réseau.

L'enquête menée par la mission a montré que les grandes entreprises, mis à part certains labels thématiques ou sectoriels, étaient peu intéressées par les labels généralistes. Les grandes entreprises sont plus intéressées par le fait d'élaborer leur propre vision de la RSE, ou de répondre à des évaluations connues au niveau international que ce soit sur leurs actions sur le volet environnemental ou social. Par ailleurs le fait que leurs sous-traitants répondent à ces labels ne les aide pas à obtenir les informations nécessaires à leur devoir de vigilance pour les plus grandes.

Les grandes disposent par ailleurs d'équipes voire de services dédiés à la RSE et à la conduite du changement. *A contrario*, la labellisation pour les PME peut être considérée, dans un premier temps, comme une externalisation. Cette affirmation n'a rien de péjoratif, avec une démarche de qualité, les labels peuvent contribuer à

diffuser les meilleures pratiques et un intérêt pour les questions de RSE au-delà des cercles les mieux informés. La labellisation sectorielle contribue quant à elle à valoriser le rôle des fédérations professionnelles.

Ainsi le modèle des organismes labellisateurs gagnerait à aider les entreprises labellisées à mettre davantage en exergue les informations demandées par les grands donneurs d'ordre privés (informations qui sont encore différentes de celles demandées par les investisseurs aux grandes entreprises) et donc dans l'évaluation qui est faite de leur politique RSE de prévoir un rendu dans ce sens.

Recommandations :

- ⇒ Les labels en lien avec les fédérations sectorielles et les chambres de commerce devraient développer la partie accompagnement de leur processus de labellisation afin de faire de la labellisation un outil au service des PME pour l'amorçage d'une démarche RSE.
- ⇒ La labellisation devrait faciliter la réponse des PME aux questions de leurs donneurs d'ordre.

2. *Des simplifications administratives sur le modèle de « Dites-le-nous une fois » pourraient être envisagées*

La plupart des représentants d'entreprises rencontrés par la mission ont lié le peu d'audience des labels - et, de manière générale, le peu d'attractivité de la RSE pour les PME - à l'absence d'incitations financières ou administratives. Une recommandation régulièrement avancée a été de réduire certains contrôles ou obligations déclaratives des entreprises. A intervalle réguliers, les entreprises sont en effet soumises à des contrôles administratifs pour lesquels elles doivent fournir un certain nombre de données et de pièces justificatives. Pour faire l'association aux thématiques de la RSE, on peut par exemple citer les contrôles de l'Inspection du travail, les contrôles sanitaires ou encore les contrôles en matière de réglementation environnementale.

Une difficulté réside dans le fait que ces contrôles reposent sur des réglementations *obligatoires*, alors que les labels vérifient les démarches *volontaires* des entreprises. Les labellisateurs ne sont donc normalement pas amenés à garantir le respect de la législation et cela vaut sûrement mieux. Une telle mission, sans fondement législatif, créerait une insécurité juridique préjudiciable aux entreprises et aux organismes labellisateurs. En revanche, il est plus envisageable que des labels reconnus par la Plateforme RSE - et l'évaluation sous-jacente - puissent servir dans les dossiers de sollicitation d'aides publiques. La labellisation pourrait également être reconnue dans le cas des appels d'offre publics dont le montant est inférieur aux seuils européens d'obligation de mise en concurrence. De même, des synergies pourraient être développées avec les contrôles dont les sources proviennent des règles internes de l'entreprise (audit interne, contrôle qualité, etc.). Les labels devraient dès que possible éviter les doubles contrôles.

Recommandations :

- ⇒ La Plateforme RSE, en collaboration avec le Ministère de l'Économie, devrait être responsable de la promotion des labels auprès des administrations locales ou des organismes distribuant des subventions.
- ⇒ Les labels devraient développer les synergies avec les autres démarches volontaires de contrôle interne des entreprises.
- ⇒ Le guide de la commande publique en termes de RSE devrait intégrer les informations disponibles sur la plateforme numérique RSE

3. La prise en compte des objectifs de développement durable dans la commande publique devrait être plus systématique et la France devrait porter une harmonisation du droit européen en la matière

A priori, la politique générale de l'entreprise en matière de RSE ne peut être prise en compte en tant que telle dans le choix du titulaire, faute de lien suffisant avec l'objet du marché ou ses conditions d'exécution. La directive 2014/24/UE du Parlement européen et du Conseil du 26 février 2014 sur la passation des marchés publics impose en effet que les spécifications techniques (article 42) et les critères d'attributions (article 67) soient liés à l'objet du marché⁴³. Imposer la prise en compte de la démarche RSE de l'entreprise serait donc directement contraire au principe constitutionnel d'égalité de traitement des candidats et au principe européen de non-discrimination.

L'objectif de prise en compte des préoccupations sociales et environnementales dans la commande publique reste néanmoins une priorité du droit de la commande publique et devrait être mieux valorisé. Il est présent dès le deuxième considérant de la directive 2014/24. Le code de la commande publique contient de nombreux outils permettant aux acheteurs de faire de leurs marchés publics des instruments au service de leur politique sociale et environnementale.

Il s'agit donc essentiellement d'un manque d'harmonisation et de diffusion des bonnes pratiques. En effet, le Code de la commande publique impose déjà aux acheteurs de prendre en compte des objectifs de développement durable dans la définition de leur besoin⁴⁴. Cette « prise en compte » n'est néanmoins pas normalisée.

Aucun indicateur n'est imposé aux pouvoirs adjudicateurs pour évaluer la performance extra-financière des projets ou achats qui font l'objet du marché.

Les donneurs d'ordre sont régulièrement invités par le ministère de l'Économie pour insérer des critères ou clauses sociales et/ou environnementales dans les contrats lorsque cela est possible au regard de l'objet du marché ou de ses conditions d'exécution. Aucun moyen ne permet néanmoins de vérifier l'appropriation de ces incitations par les acheteurs.

Recommandation :

- ⇒ Développer l'information et la formation des acheteurs publics en matière de clauses de performance-extra-financière qui peuvent être intégrée dans les

⁴³ Pour un exemple d'application par le Conseil d'État, voir. CE, 25 mai 2018, Nantes Métropole, n°417580

⁴⁴ article L. 2111-3 du code de la commande publique

cahiers des charges. La Plateforme RSE numérique pourrait être utilisée à cet effet.

- ⇒ Porter une réforme européenne du droit de la commande publique pour renforcer la prise en compte des objectifs de développement durable dans la définition de leur besoin. Ces critères devraient être renforcés et harmonisés en coordination avec les travaux effectués sur le reporting extra-financier.

D. Enfin, la mission insiste sur l'importance d'une meilleure formation des dirigeants, salariés, donneurs d'ordre et autres parties prenantes aux enjeux et méthodes de la RSE

Comme nous l'avons vu plus haut, l'engagement des dirigeants de PME est essentiel pour le développement de la RSE pour les PME. Les thématiques abordées par la RSE ne font pas forcément partie de leur cœur de métier. L'information sur internet publiée par des acteurs privés est foisonnante, les structures nationales sont, elles, peu connues (Plateforme RSE notamment et). Le ministère de l'Economie dispose d'une page d'information sur les grands principes de la RSE mais elle ne fournit pas de conseil de mise en œuvre, à terme cette page pourrait renvoyer sur le site de la plateforme.

Pour être efficaces par rapport à leurs objectifs (ie. rendre les entreprises plus vertueuses), les labels devraient intégrer une dimension de formation du management. Les évaluations devraient donc être structurées de façon didactique, l'accompagnement devrait être orienté vers la transmission de compétences et le gain d'autonomie des entreprises.

Enfin les OPCO devraient se saisir et déployer avec plus d'ampleur les formations RSE destinées aux dirigeants de PME et TPE.

Recommandation :

- ⇒ Mettre en place un e-cours gratuit disponible sur la Plateforme RSE numérique.

Annexe I – Principes en vue de l'élaboration d'une charte publique relative aux labels

I. Exemplarité : les labels devraient respecter les normes et pratiques qu'ils valorisent.

II. Transparence sur l'organisme :

- Sur le statut de l'organisme : le label est-il une association ou une entreprise ? Est-il une filiale ou le partenaire d'un autre organisme ?
- Sur sa gouvernance : quelles sont les personnes responsables des évaluations et sélection ;
- Sur ses sources de financement : l'organisme est-il financé exclusivement à l'aide des frais de labellisation ou des cotisations des entreprises labélisés ? Le cas échéant, quelles sont ses autres sources de financement ?

III. Transparence sur les critères et référentiels d'évaluation : les critères d'évaluation doivent être disponibles en ligne gratuitement.

IV. Matérialité. Adaptation au modèle d'affaire, à la taille et au secteur de l'entreprise. Ce principe emporte avec lui la nécessité d'indicateurs d'évaluation aussi bien quantitatifs que qualitatifs. Afin de rendre compte au mieux de l'importance du critère d'évaluation pour l'entreprise.

V. Progression : la labellisation doit être un processus insufflant une dynamique pour les entreprises : les critères et méthodes d'évaluation doivent inciter à la progression sans pénaliser les entreprises ayant déjà un haut niveau de performance. Différents niveaux de labellisation devraient être proposés.

VI. Comparabilité avec les meilleurs standards internationaux : les labels devraient s'appuyer sur des référentiels connus des entreprises et reconnus par les parties prenantes dans la formalisation de leurs critères d'évaluation (par exemple : les objectifs de développement durable ou la norme ISO 26 000).

VII. Simplicité : outre la contribution financière, les labels ne devraient pas exiger des démarches administratives excessives de la part des entreprises candidates ou labélisées. Les critères d'évaluation et les éventuelles pondérations devraient être sans ambiguïté.

VIII. Accessibilité : l'accès à l'information doit être simple, les composantes du coût doivent être transparentes, le coût ne doit pas être désincitatif mais proportionnel aux prestations fournies par l'organisme.

IX. Bénéfices concrets pour l'entreprise. Pour cela, le label doit :

- **Accompagner :** le processus de candidature et la détention de la labellisation ne doivent pas être des dispositifs exclusivement administratifs, la labellisation doit inclure une transmission de savoir de l'évaluateur à l'entreprise ;
- **Fédérer :** la labellisation doit contribuer à l'émulation des bonnes pratiques parmi les entreprises labélisées. Les labels doivent s'investir dans l'animation

du réseau des entreprises labélisées, ils doivent leur permettre de se rencontrer et d'échanger sur leurs expériences et meilleures pratiques *via* des groupes de travail, des journées de formation ou des séminaires ;

- **Promouvoir** : le label doit être géré comme une marque par l'organisme. Ce dernier s'assure de promouvoir et de garantir la réputation du label.

X. Représentativité : le label doit être conçu en collaboration avec les parties prenantes aux objectifs qu'il promeut. Cette participation s'entend pour l'élaboration des critères de sélection et pour leur évaluation, lorsqu'un comité de labellisation existe.

XI. Séparation des compétences : standardisation, évaluation et décision de labellisation devraient être effectuées par des instances indépendantes.

XII. Adaptabilité : les référentiels doivent évoluer en fonction des évolutions nationales, européennes et internationales, notamment la future directive européenne sur le reporting extra-financier et intégrer les nouveaux enjeux et thématiques de la RSE de manière régulière.

Annexe II - Inventaire des labels étudiés par la mission

Nb : les cases n'ont pas été renseignées lorsque l'information n'a pas été trouvée en ligne. Ce tableau pourra utilement être complété par les administrations concernées ou la Plateforme RSE. Il n'a pas la prétention d'être un inventaire exhaustif des labels RSE.

Nom du Label	Cible	Sectoriel Local Thématique	Détails sur la cible	Objectifs	Mode de candidature (comment l'entreprise le sollicite)	Référentiel utilisé	Mode de sélection (comment l'organisme l'attribue)	Contrôle	Nombre de certifiés
Label Engagé RSE Afnor	Entreprise	Généraliste	Tout type d'organisations, entreprises. En pratique, essentiellement des PME.	Déterminer le niveau d'intégration de la norme internationale de référence ISO 26000 au sein de votre structure.	Demande d'un devis de certification en ligne	ISO 26 000 SD 21000 GRI	Par l'Afnor certification.	Evaluation sur site et rencontres avec l'écosystème. Contrôle par Afnor certification	170 entreprises dont 73% de PME, 59% de labalisation au niveau "confirmé" et 71 entreprises en île de France
Label Lucie Toumaï	Entreprise	Généraliste	Tout type d'organisations, entreprises	Aider les entreprises à intégrer le développement durable à leur mission.	Auto-évaluation en ligne, trois demi-journées de formation puis nouvelle évaluation supervisée par un consultant Lucie. Enfin, évaluation de la conformité avec ISO 26000 par l'un des trois experts partenaires de l'agence Lucie	ISO 26 000	Par le comité de labélisation constitué d'experts et de représentants d'associations en RSE, tous bénévoles	Par un des trois évaluateurs externes de l'agence Lucie : Bureau Veritas Certification, RSEVAL ou bien VIGEO-EIRIS	6 entreprises

Nom du Label	Cible	Sectoriel Local Thématique	Détails sur la cible	Objectifs	Mode de candidature (comment l'entreprise le sollicite)	Référentiel utilisé	Mode de sélection (comment l'organisme l'attribue)	Contrôle	Nombre de certifiés
Label Lucie 26000	Entreprises	Le label propose 8 déclinaisons sectorielles.	Tout types d'organisations, entreprises	Mesure de la performance RSE globale.	Auto-évaluation en ligne, trois demi-journées de formation puis nouvelle évaluation supervisée par un consultant Lucie. Enfin, évaluation de la conformité avec ISO 26000 par l'un des trois experts partenaires de l'agence Lucie	ISO 26 000	Par le comité de labélisation constitué d'experts et de représentants d'associations en RSE, tous bénévoles	Par un des trois évaluateurs externes de l'agence Lucie : Bureau Veritas Certification, RSEVAL ou bien VIGEO-EIRIS	
Global compact	Entreprises	Généraliste	Toute personne morale	4 thématiques : respect des Droits Humains, aux normes internationales du travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption.	Inscription et formulaire d'adhésion via une Letter of Commitment au Global Compact des Nations Unies. Participation financière obligatoire. (processus d'adhésion différent entre entreprises et organisation à but non lucratif)	Adhésion conditionnée au respect des 10 Principes du Global compact	NA	NA	1282 dont 1184 entreprises et 98 organisations à but non lucratif

Nom du Label	Cible	Sectoriel Local Thématique	Détails sur la cible	Objectifs	Mode de candidature (comment l'entreprise le sollicite)	Référentiel utilisé	Mode de sélection (comment l'organisme l'attribue)	Contrôle	Nombre de certifiés
Charte de la diversité	Entreprises	Thématique	Organisations : entreprises, associations, acteurs de l'économie sociale et solidaire, établissements publics, collectivités locales.	Valoriser le déploiement d'actions concrètes et de progression des entreprises dans développement de la diversité. Recherche d'un management respectueux des différences et fondé sur la confiance.	Réponses au questionnaire de la charte	La Charte de la diversité est elle-même un texte d'engagement proposé à la signature de tout employeur, qui souhaite par une démarche volontariste, agir en faveur de la diversité et dépasser ainsi le cadre légal et juridique de la lutte contre les discriminations	Réponse au questionnaire de la charte	Réponse tous les deux ans à un bilan de la diversité	Plus de 4000 organisations signataires
Label égalité Afnor	Entreprises	Thématique	Organismes privés dont l'effectif est supérieur à 50 salariés	Egalité entre les hommes et les femmes	Demande d'une certification à l'Afnor	Cahier des charges disponible en ligne	respect du cahier des charges	Certification par Afnor certification	
Label diversité afnor	Entreprises	Thématique	Organismes privés dont l'effectif est	recherche de la mixité sociale dans les recrutements	Demande d'une certification à l'Afnor	Cahier des charges	respect du cahier des charges	Certification par Afnor certification	plus d'une centaine d'entreprises

Nom du Label	Cible	Sectoriel Local Thématique	Détails sur la cible	Objectifs	Mode de candidature (comment l'entreprise le sollicite)	Référentiel utilisé	Mode de sélection (comment l'organisme l'attribue)	Contrôle	Nombre de certifiés
			supérieur à 50 salariés			disponible en ligne	(exigences uniquement qualitatives)		(individuelles) et de collectivités locales
Made in respect	Entreprises	Généraliste	Universel. PME-ETI	Savoir-faire, dignité de l'homme, préservation de l'environnement, éthique des affaires	Donnée non disponible	Référentiel propre qui couvre les thématiques de l'ISO 26000	Non renseigné	Certification par ECOCERT	Donnée non disponible
B-corp (notation)	Entreprises	Généraliste	toute sociétés (à but lucratif)	Le label vise l'ensemble des facteurs ESG	Le questionnaire (le "B-impact assessment") est disponible en ligne. L'entreprise doit y répondre et solliciter ensuite la certification de B-Lab.	Référentiel propre	L'entreprise doit obtenir un nombre de points suffisants à un questionnaire de 200 questions	La vérification est effectuée par B-Corp.	Plus de 2000 sociétés certifiées en 2017. 45 000 auraient rempli le questionnaire.
Ecovadis (notation)	Entreprises	Généraliste	Contrôler la RSE dans la chaîne d'approvisionnement	Permettre la prise en compte des enjeux RSE dans chacune des décisions de l'entreprise	questionnaire d'autoévaluation	21 critères déclinés de la norme ISO 26000	notation par un expert	Système de notation par un expert sur la base du questionnaire rempli par l'entreprise et des pièces justificatives	À ce jour, EcoVadis a évalué plus de 45 000 partenaires commerciaux dans le monde.

Nom du Label	Cible	Sectoriel Local Thématique	Détails sur la cible	Objectifs	Mode de candidature (comment l'entreprise le sollicite)	Référentiel utilisé	Mode de sélection (comment l'organisme l'attribue)	Contrôle	Nombre de certifiés
Label "Développement durable, mon coiffeur s'engage."	Entreprises	Sectoriel	Label créé en 2009 par les Institutions de la Coiffure, membres du groupe AG2R LA MONDIALE, à la destination des salons de coiffure français.	Le label évalue : les économies d'énergies, la gestion des déchets, l'utilisation des produits (chimiques et naturels), le matériel ergonomique et les équipements du salon, la santé des collaborateurs, le rôle citoyen du salon et le respect des normes et de la réglementation. les économies d'énergies, la gestion des déchets, l'utilisation des produits (chimiques et naturels), le matériel ergonomique et les équipements du salon, la santé des collaborateurs, le rôle citoyen du salon et le respect des normes et de la réglementation.	référentiel d'évaluation d'environ 40 questions		Dossier validé par le comité de suivi de la Marque	Audit par un organisme certificateur (ECOCERT ou AFNOR)	Une soixantaine

Nom du Label	Cible	Sectoriel Local Thématique	Détails sur la cible	Objectifs	Mode de candidature (comment l'entreprise le sollicite)	Référentiel utilisé	Mode de sélection (comment l'organisme l'attribue)	Contrôle	Nombre de certifiés
Label "Prestadd"	Entreprises	Sectoriel	Label créé en 2011 par le Synpase, syndicat professionnel représentant les prestataires de services de l'audiovisuel scénique et événementiel à la destination des organisations du secteur du spectacle et de l'évènementiel, à l'exclusion des événements isolés.	Environnement : Economie d'énergie, Economie des ressources en eau, Tri des déchets, Gestion responsable des transports, Utilisation en sécurité des produits dangereux, Eco-gestes, Eco-conception, Communication responsable, Réduction des émissions de CO2, Biodiversité. Social : Politique RH, Prévention des risques, Formation des salariés. Economie : Achats responsables, Comportement sur les marchés, Pérennisation de l'activité de l'entreprise, Intégration dans le tissu économique et social local.	questionnaire disponible en ligne	questionnaire disponible en ligne			Une trentaine d'agences et de prestataires
Label "RSE Agences Actives"	Entreprises	Sectoriel	agences-conseils en communication	ision et gouvernance, Réalisation des prestations, Ressources humaines et aspects sociaux, Impact environnemental de l'agence	questionnaire basé sur la norme internationale ISO 26000	ISO 26000	Commission de labellisation	Pour chaque critère, l'agence doit mettre à disposition des évaluateurs AFNOR les éléments de preuves justifiant leurs réponses.	32 agences

Nom du Label	Cible	Sectoriel Local Thématique	Détails sur la cible	Objectifs	Mode de candidature (comment l'entreprise le sollicite)	Référentiel utilisé	Mode de sélection (comment l'organisme l'attribue)	Contrôle	Nombre de certifiés
Label "coopératives responsables"	Entreprises	Sectoriel		Les points portent sur des pratiques ainsi que sur des résultats et intègrent des spécificités des coopératives comme la gouvernance coopérative, le lien entre la coopérative et les agriculteurs-coopérateurs, les enjeux environnementaux de l'agroalimentaire	évaluation de 1 000 points mesurant la maturité de la démarche RSE mise en place par une coopérative	base sur l'outil "Engagé RSE" d'AFNOR Certification		Afnor certification	5 coopératives
Label acheteurs et fournisseurs responsables	Entreprises	Thématique			Demande auprès du médiateur	Référentiel propre disponible en ligne		Auditeurs indépendants sélectionnés par le médiateur	La Charte Relations Fournisseurs Responsables compte aujourd'hui plus de 2000 signataires. 51 entreprises sont labellisées
Ecolabel européen	Produit	Thématique	Tout produit ou service	Limitation des impacts des produits et services sur l'environnement et la santé, tout en maintenant leur niveau de performance.	L'entreprise sollicite la certification de l'Afnor	Règlement UE	Critères et seuils qui varient selon les produits	Certification par un tiers indépendants (Afnor certification)	Début 2018, la Commission Européenne recensait : 23 catégories de produits

Nom du Label	Cible	Sectoriel Local Thématique	Détails sur la cible	Objectifs	Mode de candidature (comment l'entreprise le sollicite)	Référentiel utilisé	Mode de sélection (comment l'organisme l'attribue)	Contrôle	Nombre de certifiés
									et services éligibles ; 2130 entreprises titulaires en Europe (dont 476 en France) ; 54 000 références de produits en Europe (dont 4 366 par les titulaires français);
NF environnement	Produits	Thématique	Tout produit ou service	Idem ecolabel mais la certification porte également sur la qualité d'usage.		ISO 14024 sur les labels environnementaux		Certification par Afnor certification	
Envol	Entreprises	Thématique		Plan d'action sur 5 ans pour que l'entreprise maîtrise mieux ses impacts sur l'environnement	Autoévaluation, questionnaire en ligne et engagements pris par l'entreprise	NF X30-205		Sur les 5 ans, audit sur site réalisé par Bureau Veritas	

Nom du Label	Cible	Sectoriel Local Thématique	Détails sur la cible	Objectifs	Mode de candidature (comment l'entreprise le sollicite)	Référentiel utilisé	Mode de sélection (comment l'organisme l'attribue)	Contrôle	Nombre de certifiés
Label FSC pour la pâte à papier	Produits	Sectoriel	Sectoriel. Pâte à papier et bois	FSC est un label mondial qui identifie les produits provenant d'une gestion responsable des forêts		propre ensemble de principes et de critères de bonne gestion forestière			
Marine Stewardship	Produits	Sectoriel	Sectoriel. Produits de la mer						
RSPO	Produits	Sectoriel	Sectoriel. Huile de palme						
Label Alsace excellence	Entreprises	Local	Toute entreprise ayant un établissement en Région Alsace	Réseau régional d'entreprises engagées dans la RSE. Promotion de l'économie locale.	Autoévaluation puis candidature auprès de l'agence		Audit par un tiers agréé par l'Agencede développement de l'Alsace (ADIRA)	oui	53 en 2020
Label Unicem	Entreprises	Sectoriel	Industries de carrières et matériaux de construction			ISO 26000		Par un tiers.	Une centaine
Label « Proprement engagés »	Entreprises	Sectoriel	Entreprises du secteur du nettoyage		Dossier à compléter en ligne	22 critères	Avis délivré par un Comité de labellisation formé de 3 collèges (professionnels, parties prenantes, experts)	Certification par l'Afnor	2 entreprises

Nom du Label	Cible	Sectoriel Local Thématique	Détails sur la cible	Objectifs	Mode de candidature (comment l'entreprise le sollicite)	Référentiel utilisé	Mode de sélection (comment l'organisme l'attribue)	Contrôle	Nombre de certifiés
Label "Lyon, Ville Équitable et Durable"	Entreprises	Local	Label RSE sectoriel (2010) créé par la Ville de Lyon à la destination des entreprises situées sur le territoire de la Métropole lyonnaise quels que soient leur taille ou leur secteur d'activité.	Gestion environnementale Achat et consommation responsable :Engagement citoyen :Innovation	Contact avec le service compétent de la municipalité	Questionnaire "Lyon, Ville Équitable et Durable".	Comité de labellisation	Dossier instruit par la mission "Économie Sociale et Solidaire" de la Ville de Lyon	240 structures de l'agglomération sont labellisées
Label "Produit en Bretagne"	Entreprises	Local	Label RSE sectoriel (1993), créé par l'association Produit en Bretagne, regroupant des entreprises implantées dans les cinq départements historiques de la Bretagne et quels que soient leur taille ou leur secteur d'activité.		Demande d'adhésion auprès de l'association	Charte propre	Si la demande d'adhésion de l'entreprise est acceptée, celle-ci signe alors la charte d'engagement qui contractualise les engagements de Produit en Bretagne et de chacun des adhérents et explicite les objectifs.		420 entreprises

Nom du Label	Cible	Sectoriel Local Thématique	Détails sur la cible	Objectifs	Mode de candidature (comment l'entreprise le sollicite)	Référentiel utilisé	Mode de sélection (comment l'organisme l'attribue)	Contrôle	Nombre de certifiés
Label de l'Union for Ethical BioTrade	Produits	Thématique	Dignité de l'Homme, protection de la biodiversité.						
Label CEEP-CSR (ex-Discerno).	Entreprises	Sectoriel	Entreprises publiques ou entreprises d'intérêt général européennes	Généraliste RSE	Autoévaluation en ligne puis envoi de pièces justificatives. La campagne de sélection a lieu tous les deux ans.			Tiers non précisé sur le site internet	150
Label Enseigne Responsable	Entreprises	Sectoriel	Commerce	Généraliste RSE	L'enseigne se voit remettre un Manuel Opératoire constitué de l'ensemble des outils, procédures, documents d'information et bonnes pratiques pour la mise en œuvre du plan de progrès.	ISO 26 000		Tiers non précisé sur le site internet	25 enseignes à date. 240 points de vente sont annoncés comme futurs labellisés entre octobre 2020 et avril 2021.
Label SCOP BTP (Simply RSE)	Entreprises	Sectoriel	Batiment	Généraliste RSE	Prise de rendez-vous en ligne	ISO 26 001		Diagnostic d'une journée dans votre Coopérative réalisé par un expert AFNOR	7
Vignerons engagés	Entreprises	Sectoriel	Vignerons	Environnement, qualité, patrimoine local, juste prix		ISO 26 001		AFNOR	Une vingtaine

Annexe III – Composition de la plateforme RSE

(également disponible sur : <https://www.strategie.gouv.fr/actualites/presentation-de-plateforme-rse>)

Les membres de la Plateforme RSE

Pôle des entreprises et du monde économique

AFEP - Association française des entreprises privées

AFG - Association Française de la Gestion Financière

ANDRH - L'Association Nationale des Directeurs des Ressources Humaines.

C3D - Collège des directeurs du développement durable

CPME - Confédération des petites et moyennes entreprises

Coop FR - Les entreprises coopératives

FIR - Forum pour l'investissement responsable

Global Compact France

MEDEF (2 sièges) - Mouvement des entreprises de France

OREE - Organisation pour le Respect de l'Environnement dans l'Entreprise

ORSE - Observatoire sur la responsabilité sociétale des entreprises

Réseau Alliances pour la RSE

France Chimie

U2P - Union des entreprises de proximité

Suppléants

Coop FR a proposé son siège de suppléant à Les Scop

C3D à l'Association Nationale des Directeurs Financiers et de Contrôle de Gestion (DFCG)

Global Compact France à Entreprises pour les Droits de l'Homme

OREE au CJD – Centre des jeunes dirigeants

France Chimie à la Fédération des entreprises de propreté

Réseau Alliances à l'Union des employeurs de l'économie sociale et solidaire (UDES)

Pôle des organisations syndicales de salariés

CFDT - Confédération française démocratique du travail

CFE/CGC - Confédération française de l'encadrement – Confédération générale des cadres

CFTC - Confédération française des travailleurs chrétiens

CGT - Confédération générale du travail

FO - Force ouvrière

UNSA - Union nationale des syndicats autonomes

Pôle des organisations de la société civile

Amnesty International France

Association 4D – Association Dossiers et Débat pour le Développement Durable

ATD Quart Monde

CCFD - Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement

FCRSE - Forum citoyen pour la RSE
FNH - Fondation pour la Nature et l'Homme
FNE - France Nature Environnement
Humanité et Biodiversité
Léo Lagrange Consommateurs
LDH - Ligue des Droits de l'Homme
SHERPA

Suppléants

Association 4D a proposé son siège de suppléant à l'Association Française des Petits Débrouillards (AFPD)
CCFD au Collectif de l'Ethique sur l'Etiquette
FNE au Réseau des Etudiants Français pour le Développement Durable (REFEDD)
Léo Lagrange Consommateurs à INDECOSA-CGT

Pôle des chercheurs et développeurs de la RSE

ADERSE - Association pour le Développement de l'Enseignement et de la Recherche sur la Responsabilité Sociale de l'Entreprise
Comité DD et RSE de Consult'in France
Comité 21 - Réseau des acteurs du développement durable
CGE - Conférence des Grandes Écoles
CPU - Conférence des Présidents d'Universités
FACE - Fondation Agir contre l'exclusion
ObsAR - Observatoire des Achats Responsables
RIODD - Réseau International de Recherche sur les Organisations et le Développement Durable

Suppléants

La Conférence des Présidents d'Universités est représentée par l'Université de Strasbourg et l'Université de Paris-I (ISJPS)

Pôle des institutions publiques

Assemblée nationale
Sénat
CESE - Conseil économique, social et environnemental
Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères
Ministère de la Justice
Ministère de la Transition écologique et solidaire
Ministère de l'Économie et des Finances (DG Entreprises et DG Trésor)
Ministère du Travail
Régions de France
CCI France - Chambres de Commerce et d'Industrie
CNCDH - Commission Nationale Consultative des Droits de l'Homme
Défenseur des droits

Suppléants

CCI France a proposé son siège de suppléant à AFNOR-normalisation
Le ministère de l'Europe et des Affaires étrangères a proposé le sien à la Direction des affaires européennes et internationales des ministères sociaux

Le bureau de la Plateforme RSE :

Composé de 14 membres, assure le pilotage et les adaptations progressives de la Plateforme à la réalisation de ses missions. La présidente, **Frédérique Lellouche**, et les vice-présidents, **Guillaume de Bodard**, **Sylvain Boucherand** et **Bettina Laville**, élus par le bureau, exercent des fonctions d'animation et de représentation.

Principes de fonctionnement de la Plateforme RSE :

Les membres de la Plateforme RSE ont d'abord adopté un texte de référence, le 9 octobre 2014, qui accorde une importance prioritaire à l'acteur économique, social et environnemental qu'est l'entreprise sans exclure de prendre en compte la responsabilité et les impacts des parties prenantes de celle-ci ainsi que des autorités publiques.

Ils ont ensuite adopté, le 26 janvier 2015, leurs principes de fonctionnement, complétés le 5 juillet 2016 par une charte pour l'expression des opinions divergentes.

Secrétariat permanent de la Plateforme RSE :

Le secrétariat permanent de la Plateforme RSE, animé et coordonné par **Gilles Bon-Maury**, est chargé d'assurer la mise en œuvre des orientations décidées par l'assemblée plénière et le bureau. Il exerce une mission générale d'appui logistique et en rédaction auprès de la Plateforme.

Annexe IV – Personnalités auditionnées par la mission

Type d'entité	Nom de l'entité	Personnalité
Associations	Planet RSE	Benoit Thierry, président
	C3D	Fabrice Bonnifet, Président
	AACC	Marie Gabri, directrice déléguée
	GEIIS	Cristina Lunghi
	Comité 21	Betina Laville, Présidente et fondatrice
	Comité 22	Sarah Schönfeld, Directrice
	FNEGE	Maelle Brumard
	Club Génération Responsable	Jocelyne Moperatti
	U2P	Pierre Burban
	U2P	Nathalie Roy
	Dirigeants Responsables de l'Ouest	Lionel Fournier, président
Ecoles	Mines - Saint Eteinne	Sandrine Berger-Douce
	ESSEC	Thierry Sibieude, professeur chercheur
	Mines ParisTech	Blanche Segrestin, Professeur
	Mines ParisTech	Jérémy Levêque, chercheur
	Université de Rennes 2	Catherine Malecki
	Audencia	Delphine Gibassier, professeur de accounting for sustainable development
Entreprises	Good will Management	Arnaud Bergeron, Directeur des opérations
	Utopies	Elisabeth Laville
	Ecoact	Gerald Maradan
Labels	Label PME+	Christine Barthe
	SVP Research - Ecovadis	Sylvain Guyoton
	B corporation	Augustin Boulot
	Afnor	M. Alain Jounot, responsable du département RSE
	Label Lucie	Alan Fustec, directeur général

	Label Diversité (Afnor)	Thierry Geoffroy
Organisations professionnelles	CPME	Sandrine Bourgogne, Secrétaire Générale Adjointe
	CPME	Sarah Rachi, responsable développement durable
	FEP/FARE	Laurence Acerbo, directrice RSE du groupe ONET et Présidente de la Commission RSE de la FEP
	FEP/FARE	Véronique Vansteene, Chef de Projets RSE FEP/FARE
	CMA	Samuel Deguara
	Syntec	Eleonore Cartillier, Responsable affaires publiques et RSE
	Ordre des Experts Comptables	François Jegard, Président de la commission développement durable
	France Chimie	Aurore Fries
	ORSE	Hélène Valade, Présidente
	CJD	Benoit Coquille, Délégué général
	Afep	Elisabeth Gambert, Directrice RSE
	Medef	Lucie Togni, Responsable RSE
	Organismes/ Administrations publics	Médiateur des entreprises
Médiateur des entreprises		Pierre Pelouzet
Commissariat général au développement durable		Timothee Asensio-Frery
Commissariat général au développement durable		Eric Dodemand
OTI	HLP Audit	Estelle Le Bihan
	Deloitte	Julien Rivals, Directeur du département RSE
	SGS	Marine Pietton
	EY	Caroline Delerable, associée sustainable performance and transformation
	EY	Jean-Philippe Rayssac, senior manager
	SGS	Vincent Francfort

