

# Labels RSE

Propositions pour des labels RSE  
sectoriels destinés aux TPE, PME et ETI



# Labels RSE

## Propositions pour des labels RSE sectoriels destinés aux TPE, PME et ETI

---

### **Animateur**

**Guillaume de BODARD – CPME**

### **Co-rapporteurs**

**Yves HUGUET – ALLDC**

**François MOREUX – CFE-CGC**

Le présent avis a été adopté par les membres de la Plateforme RSE réunis en assemblée plénière le 24 février 2021. Trois organisations membres présentes à l'assemblée plénière n'ont cependant pas pris part à cette adoption : l'Union des entreprises de proximité (U2P) – notamment en raison des recommandations 5 et 6 (p. 89) –, ainsi que le Forum citoyen pour la RSE et la Ligue des droits de l'Homme – notamment en raison des recommandations 22, 23 et 24 (p. 94-95).

**Secrétariat permanent**

**Gilles BON-MAURY**, secrétaire permanent

**Sandrine CADIC**, cheffe de projet

**Eva TRANIER**, chargée d'études

**Hortense BATTISTI**, stagiaire

[plateformerse@strategie.gouv.fr](mailto:plateformerse@strategie.gouv.fr)



## SYNTHÈSE

---

### *Une prolifération de « labels RSE »*

Parmi les outils permettant de structurer une démarche de RSE pertinente, la labellisation occupe une place particulière dans la mesure où elle permet de garantir et valoriser, sous certaines conditions et de **manière volontaire**, un engagement en matière de RSE.

On constate toutefois ces dernières années **une prolifération d'initiatives de toutes sortes en matière de RSE** – des évaluations, des indices de classement, des notations extra-financières, des trophées, mais aussi des marques professionnelles, des logos... –, pour certaines autodéclarées « label » voire « certification », **mais qui n'ont pas toutes la même robustesse**. En effet ces initiatives ne proposent pas le même niveau d'engagement, de garantie, voire de recours si nécessaire. **Se crée ainsi un maquis nourrissant scepticisme et incompréhension, et rendant difficile la recherche d'informations sérieuses par les consommateurs notamment.**

Dire clairement ce que recouvre un engagement et ce qu'il ne recouvre pas est indispensable. À défaut, le « label » ne constituerait plus un gage de crédibilité. Il importe ainsi de comprendre en quoi, et sous quelles conditions, les labels peuvent faire progresser et aider à la massification de la RSE dans les PME/TPE et ETI qui sont au cœur du tissu économique français.

### *Pourquoi s'intéresser en particulier aux labels RSE sectoriels ?*

#### **Labels RSE : une définition à clarifier**

Un label est défini de manière générale dans le cadre de la commande publique comme « tout document, certificat ou attestation qui prouve que les ouvrages, les produits, les services, les procédés ou les procédures en rapport avec l'objet du marché remplissent certaines caractéristiques. Les exigences en matière de label sont celles que doivent remplir ces ouvrages, ces produits, ces services, ces procédés ou ces procédures pour obtenir ce label<sup>1</sup> ».

---

<sup>1</sup> Article R. 2111-12 du Code de la commande publique.

Bien que n'ayant pas été officiellement défini, le terme « label RSE » désignera donc ici une attestation de garantie délivrée par une tierce partie qui caractérise la démarche RSE mise en œuvre par une entreprise au sens des lignes directrices ISO 26000. Le label RSE définit différents niveaux de progrès par rapport aux dispositions d'un cahier des charges et d'évaluations récurrentes sur site. Le label RSE vise à assurer et faciliter la reconnaissance des parties prenantes qu'une entreprise a engagé « sa responsabilité vis-à-vis des impacts de ses décisions et activités sur la société et sur l'environnement, se traduisant par un comportement éthique et transparent qui :

- contribue au développement durable, y compris à la santé et au bien-être de la société ;
- prend en compte les attentes des parties prenantes ;
- respecte les lois en vigueur tout en étant en cohérence avec les normes internationales de comportement ;
- est intégré dans l'ensemble de l'entreprise et mis en œuvre dans ses relations<sup>2</sup>.

### **La pertinence de l'approche sectorielle**

Afin de pouvoir établir un diagnostic sur les labels RSE – et plus particulièrement les labels sectoriels – et formuler des propositions, la Plateforme RSE a souhaité capitaliser sur l'expérimentation de dix-huit labels RSE sectoriels adaptés aux TPE, PME et ETI, qui s'est déroulée de mai 2018 à décembre 2019.

Parmi les différentes approches utiles observées – généraliste, thématique, territoriale, sectorielle –, l'approche sectorielle, apparue pertinente depuis le Grenelle de l'environnement, est privilégiée ici en ce sens qu'elle permet de prendre en compte avec pertinence les enjeux et problématiques spécifiques d'un secteur d'activité qui regroupe des entreprises de fabrication, de commerce ou de service qui ont la même activité principale. En effet, les enjeux environnementaux ne seront pas par exemple les mêmes pour le secteur agroalimentaire et pour le secteur des métiers de la communication.

### ***Quels enjeux en matière de labels RSE sectoriels ?***

Sur la base des auditions et des documents fournis par les fédérations dans le cadre de l'expérimentation, une première appréciation d'ensemble de l'expérimentation de « labels RSE » a permis d'identifier les enjeux auxquels les porteurs de labels sont confrontés, ainsi que les attentes des parties prenantes en la matière.

### **Un manque de reconnaissance et de valorisation de la part des donneurs d'ordres privés et publics**

Les pratiques d'achat des grands donneurs d'ordres privés sont encore trop souvent dans une logique de moins-disance, et l'objet des travaux de la Plateforme RSE est d'aller vers la mieux-disance RSE. En effet, si la RSE n'est plus un sujet inconnu dans les relations donneurs d'ordres-fournisseurs, cela ne se traduit pas encore par une reconnaissance suffisante des démarches RSE. Selon l'enquête « RSE : la parole aux fournisseurs », menée par Bpifrance, l'Orse et PwC, plus la taille d'un fournisseur est importante, plus les

---

<sup>2</sup> Source : Lignes directrices ISO 26000.

sollicitations sont fréquentes. Ainsi, « alors que la moitié des TPE sont sollicitées sur les sujets RSE, près de 79 % des PME le sont par leurs donneurs d'ordres ». Par ailleurs, 79 % des fournisseurs interrogés expliquent qu'ils ne parviennent pas à valoriser leurs performances RSE au travers des prix de vente de leurs produits ou services.

De même, la reconnaissance et le soutien des pouvoirs publics sont jugés trop faibles, voire absents. La prise en compte d'une démarche RSE n'est pas assez reconnue sur les marchés publics, et limitée par les dispositions actuelles du Code des marchés publics, pour constituer un véritable levier auprès des dirigeants des PME et TPE. Cette reconnaissance est pourtant essentielle pour identifier et différencier les labels « robustes » et donner plus de visibilité et de crédibilité à ceux reconnus.

### **Des attentes des parties prenantes en matière de robustesse et de crédibilité des labels**

***Enjeu de pertinence des engagements et de la gouvernance des labels*** : les membres du groupe de travail soulignent deux enjeux essentiels à la crédibilité d'une démarche RSE : la capacité à produire des avancées concrètes sur les enjeux économiques, environnementaux, sociaux/sociétaux et de gouvernance et la capacité à vérifier ces avancées. Afin de veiller à la pertinence et l'ambition de tels labels, la participation des parties prenantes externes est une condition essentielle.

***Enjeu de transparence et de garantie des labels*** : face au manque de valorisation pour les entreprises engagées dans des démarches crédibles de RSE, face au déficit d'information des tiers et à la crise de confiance envers les entreprises, de nombreux labels se développent de manière opportuniste sur ce terrain de demande croissante d'information. Des garanties doivent donc être apportées garantissant une démarche RSE engagée et crédible, ainsi qu'une information et une communication transparentes sur ce que recouvre un label RSE.

### ***Les exigences à respecter pour une valorisation et une reconnaissance officielle des labels RSE sectoriels***

**Pour répondre à ces enjeux et attentes, et permettre une reconnaissance officielle des labels RSE sectoriels tierce partie, ces derniers doivent créer une chaîne de confiance qui tienne dans la durée. Cette chaîne de confiance repose d'une part sur un impératif de qualité du référentiel et d'autre part sur un processus de labellisation garant de cette confiance.**

### **Des exigences pour un référentiel RSE sectoriel robuste et crédible**

Un référentiel pertinent, vérifiable et robuste doit servir de socle à la création d'un label RSE propre à un secteur d'activité. La qualité du référentiel RSE est conditionnée par le respect des principes suivants en matière de contenu, de pertinence des engagements et de crédibilité du référentiel :

- **Principe de robustesse** : les critères du référentiel portent sur des actions allant au-delà des exigences réglementaires existantes, organisés pour répondre aux questions centrales et domaines d'action de la RSE (voir les lignes directrices ISO

26000) ; ces critères sont déclinés en tenant compte des enjeux spécifiques du secteur d'activité.

- **Principe de matérialité des engagements** : les enjeux portent sur des objectifs d'impacts sur les dimensions économiques, environnementales, sociales/sociétales, et de gouvernance, en niveau ou en progression, évaluables objectivement.
- **Principe d'amélioration continue** : les critères du référentiel sont révisés périodiquement dans une logique d'amélioration continue intégrant les nouvelles thématiques RSE, les retours d'expérience, l'évolution de la réglementation.
- **Principe de bénéfice pour la société, l'environnement et l'entreprise** : l'évaluation pour l'attribution du label doit inclure l'évaluation des indicateurs et des objectifs associés concernant les enjeux RSE, ainsi que les moyens pris pour atteindre ces objectifs, condition nécessaire à la valorisation de la démarche par l'entreprise labellisée.

### **Des exigences pour un processus de labellisation garant de la crédibilité du référentiel**

Les exigences vont concerner la fiabilité de l'évaluation et de l'attribution du label d'une part, et la gouvernance avec l'implication des parties prenantes tout au long du processus de labellisation d'autre part ; processus qui comprend : l'élaboration du référentiel sectoriel RSE ; la rédaction des documents clés ; l'analyse et l'évaluation sur site par l'OTI ; la décision de labellisation ; et la valorisation de la labellisation.

La qualité du processus de labellisation est conditionnée par le respect des principes suivants en matière de gouvernance du label et de fiabilité de l'évaluation et de l'attribution du label.

- **Principe de représentativité** : le porteur du projet doit être représentatif du secteur ; la gouvernance du label assure l'intégration des parties prenantes pertinentes, notamment pour l'élaboration et la révision du référentiel et pour son attribution.
- **Principe de cohérence holistique et d'interdépendance (principe de non-compensation)** : la décision d'attribution du label intègre l'équilibre holistique des enjeux et de la performance globale de l'entreprise, une performance insuffisante sur un critère rédhibitoire ne pouvant être compensée par une meilleure performance sur un autre critère du référentiel.
- **Principe de séparation des compétences** : l'évaluation des résultats obtenus et des moyens mis en œuvre ne peut être assurée que par une tierce partie indépendante (OTI) de l'entreprise évaluée ; de même, la décision d'attribution du label doit être prise indépendamment de cette entreprise et de manière impartiale et doit tenir compte du rapport de l'évaluateur.
- **Principe de transparence** : il s'applique au niveau de l'organisme porteur d'un label RSE, du contenu des référentiels (accès public aux critères d'évaluation et d'attribution), et de la communication interne et externe (notamment précision de l'information sur ce qui est garanti « derrière » le logo et ce qui ne l'est pas).



- **Principe d'exemplarité** de l'organisme porteur d'un label RSE qui communique de façon transparente sur ses propres actions en matière de RSE.
- **Principe d'accessibilité** : la démarche de labellisation doit être accessible à l'ensemble des ETI, PME et TPE quelle que soit leur taille (la taille ne doit pas être un handicap) : lisibilité de l'information ; accompagnement dans la mise en œuvre ; mutualisation de moyens ; etc.

À défaut d'une telle chaîne de confiance, c'est la crédibilité même des labels RSE sectoriels, et par voie de conséquence la valorisation de ces labels, qui est menacée.

### *Les entreprises doivent être accompagnées, et leurs efforts valorisés, pour permettre une massification de la labellisation*

Un dilemme existe, entre d'une part des exigences nécessaires pour asseoir la crédibilité du label et améliorer la situation existante de prolifération de « labels » – mais qui peut engendrer des coûts supplémentaires – et d'autre part la nécessité de rendre accessible la démarche RSE à toutes les entreprises, y compris les TPE.

Face à ce véritable impératif d'exigences, conditions sine qua non à une reconnaissance des pouvoirs publics, les TPE/PME et ETI, et plus particulièrement les entreprises de moins de 50 salariés, **doivent être accompagnées et aidées financièrement**. Leurs efforts et engagements dans des démarches de labellisation robustes doivent être reconnus et valorisés tant par les donneurs d'ordres privés que publics.

### *Recommandations de la Plateforme RSE*

Face au constat d'une prolifération de « labels RSE » et autres initiatives, et en même temps de la nécessité de massification de la RSE, en particulier auprès des TPE/PME et ETI, **la Plateforme RSE souligne la nécessité et l'urgence de s'emparer du sujet**. Elle identifie en effet **quatre risques majeurs** si des exigences concernant la robustesse des référentiels et des procédures de labellisation ne sont pas posées :

- **le risque que la labellisation ne produise pas les impacts positifs** attendus en matière économique, environnementale, sociale/sociétale et de gouvernance ; au titre des Objectifs de développement durable, des plans nationaux ou locaux de développement durable, et définis par le dialogue avec les parties prenantes pertinentes dans la sphère d'influence ;
- **le risque que les donneurs d'ordres privés et publics s'emparent peu ou mal de la thématique**, avec pour conséquence une absence d'effets sur les relations donneurs d'ordres-fournisseurs ;
- **le risque que soit menacée la crédibilité du label**, et de ce fait sa possible valorisation par les entreprises engagées ;
- **le risque d'une absence d'investissement et d'incitations de la part des pouvoirs publics**, avec pour résultat une faible mobilisation et un manque d'intérêt à agir des entreprises et en particulier des plus petites.

Par suite, la Plateforme RSE formule **24 recommandations** adressées aux pouvoirs publics, aux organisations professionnelles, aux entreprises, aux organisations paritaires de branche, aux Organismes tiers indépendants, au monde de l'enseignement.

**La Plateforme RSE formule en partie IV du présent avis (p. 85 sq.)  
des recommandations détaillées, qui sont résumées ci-dessous.**

## **PARTIE 1 : ROBUSTESSE DE LA DÉMARCHE**

### **RECOMMANDATIONS AUX ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES ET PORTEURS DE LABELS CONCERNANT LE RÉFÉRENTIEL**

(1) La Plateforme RSE affirme la nécessité d'élaborer des référentiels RSE sectoriels, robustes et crédibles.

(2) La Plateforme RSE recommande d'être transparent sur la gouvernance et le financement du label, et le contenu du référentiel (principe de transparence et d'exemplarité).

(3) La Plateforme RSE recommande de rendre accessible le label aux adhérents mais aussi aux non-adhérents : l'ensemble des entreprises, quelle que soit leur taille, doit pouvoir accéder à la labellisation (principe d'accessibilité).

### **RECOMMANDATIONS TRAITANT DES PARTIES PRENANTES**

(4) La Plateforme RSE affirme la nécessité d'associer à toutes les étapes du processus de labellisation leurs parties prenantes, et d'en assurer leur représentativité (Principe de représentativité).

### **RECOMMANDATIONS TRAITANT DE L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT**

(5) La Plateforme RSE affirme la nécessité d'un OTI pour la validation du référentiel afin de s'assurer du respect des principes de l'ISO 26000. L'OTI est garant du respect du processus d'élaboration et de révision du référentiel, et du caractère auditable du référentiel.

(6) La Plateforme RSE affirme la nécessité de l'intervention d'un OTI pour l'évaluation des pratiques et résultats des entreprises dans une logique d'amélioration continue et de valorisation des progrès.

(7) La Plateforme RSE affirme la nécessité, pour l'obtention du label, de fixer un seuil minimal de performance dans l'échelle de maturité.

(8) La Plateforme RSE affirme la nécessité de prévoir un dispositif de recours concernant les évaluations et les décisions d'attribution, ainsi qu'un dispositif permettant aux parties prenantes de signaler les pratiques d'une entreprise en contradiction avec le référentiel (pouvant aller le cas échéant jusqu'à la suspension du label).

(9) La Plateforme RSE recommande aux Organismes tiers indépendants de s'assurer de la compétence et de la transparence des évaluateurs.

## **PARTIE 2 : RECONNAISSANCE ET VALORISATION DES LABELS RSE SECTORIELS** **TIERCE PARTIE**

### **RECOMMANDATIONS EN MATIÈRE DE SUPERVISION DES LABELS RSE SECTORIELS TIERCE PARTIE**

(10) La Plateforme RSE recommande que soient renforcées la supervision et la promotion de la RSE parmi les compétences de l'administration en charge, et que le sujet soit traité et suivi de manière pérenne : idée d'un guichet unique, facilitant l'accès à l'information et aux différents dispositifs existants, et des moyens financiers pour aborder globalement la question de la RSE et de son développement.

(11) La Plateforme recommande aux pouvoirs publics l'élaboration et la mise en œuvre d'une charte publique encadrant les conditions de reconnaissance de labels sectoriels RSE tierce partie.

(12) La Plateforme RSE ne recommande pas la création d'un label public d'État en matière de RSE mais recommande la supervision globale par les pouvoirs publics des labels RSE sectoriels tierce partie en s'appuyant sur un cahier des charges établi sur les principes de la charte publique.

### **RECOMMANDATIONS EN MATIÈRE DE RECONNAISSANCE ET DE VALORISATION**

(13) La Plateforme RSE recommande aux pouvoirs publics d'assurer une meilleure prise en compte des labels RSE sectoriels tierce partie dans les marchés publics.

(14) La Plateforme RSE recommande aux organisations paritaires de branche (patronales et syndicales) de favoriser l'intégration de la thématique RSE, y compris de la labellisation, dans les négociations paritaires de branche ; elle recommande aux pouvoirs publics d'inciter les organisations patronales et syndicales en ce sens.

(15) La Plateforme RSE recommande aux donneurs d'ordres privés de privilégier la mieux-disance à la moins-disance RSE : respecter la prise en compte et la valorisation dans leurs appels d'offres de la labellisation RSE tierce partie, et en particulier des labels RSE sectoriels.

### **RECOMMANDATIONS EN MATIÈRE DE COMMUNICATION**

(16) La Plateforme recommande aux pouvoirs publics de promouvoir les labels RSE sectoriels tierce partie répondant aux critères de la future charte publique, et les entreprises labellisées.

(17) La Plateforme RSE recommande aux organisations professionnelles et porteurs de labels d'assurer une communication active afin de valoriser les entreprises labellisées tout en assurant une information solide, adaptée et transparente en direction d'une part des professionnels et d'autre part des consommateurs.

(18) La Plateforme RSE recommande aux entreprises labellisées de respecter les dispositions réglementaires du Code de la consommation (article L. 115-28), de ne pas apposer de signe distinctif/logo lié au label RSE sur les produits (étiquetage, emballage,

etc.) afin d'éviter toute confusion dans l'esprit des consommateurs ; et mettre en place un dispositif permettant un accès public aux informations sur la labellisation.

## **EN MATIÈRE DE SENSIBILISATION, D'ACCOMPAGNEMENT ET DE FORMATION**

(19) La Plateforme RSE recommande aux organisations professionnelles et porteurs de labels de proposer un accompagnement aux TPE, PME et ETI pour identifier et maîtriser les moyens nécessaires à la réalisation de leurs engagements.

(20) La Plateforme RSE recommande aux organisations paritaires de branche (patronales et syndicales) de mettre en place un programme de formation/action, adapté aux entreprises du secteur, par l'intermédiaire de leur OPCOI (notion de programmes prioritaires).

(21) La Plateforme RSE recommande aux établissements publics et privés dispensant des enseignements et formations (initiales et continues) relatives au développement durable en entreprise de développer des modules dédiés aux enjeux spécifiques de management de la RSE dans les PME et TPE.

## **PARTIE 3 : POUR CRÉDIBILISER DANS LA DURÉE ET POUR RÉUSSIR LA GÉNÉRALISATION DE LA DÉMARCHE DE LABELS RSE SECTORIELS TIERCE PARTIE**

### **ÉVALUATION DES IMPACTS RÉELS**

(22) La Plateforme RSE recommande à tous les acteurs concernés que des moyens soient mobilisés pour développer une procédure d'évaluation robuste des impacts sociaux et écologiques de la labellisation RSE sectorielle tierce partie à intervalles réguliers et sur un périmètre pertinent.

### **INCITATIONS DES POUVOIRS PUBLICS**

(23) Pour inciter les entreprises à s'engager dans la labellisation RSE, la Plateforme RSE recommande aux pouvoirs publics de proposer une simplification des contrôles administratifs aux entreprises labellisées, selon le principe « Dites-le-nous une fois », étant entendu qu'elles ne sauraient déroger à leurs obligations légales.

(24) Par manque de moyens humains, en temps ou en compétences (les études s'accordent sur des effectifs autour de 50 salariés), la taille des TPE et PME constitue un handicap particulier pour s'engager dans une démarche de labellisation. La Plateforme RSE recommande pour ces entreprises un soutien spécifique.



# SOMMAIRE

---

<b>SYNTHÈSE</b> .....	<b>3</b>
<b>SOMMAIRE</b> .....	<b>11</b>
<b>COMMUNIQUÉ</b> .....	<b>13</b>
<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>15</b>
<b>I. CONTEXTE ET ENJEUX</b> .....	<b>21</b>
1. LABELS : UN IMPÉRATIF DE QUALITÉ POUR CRÉER DE LA CONFIANCE .....	<b>21</b>
2. CADRE RÉGLEMENTAIRE DE LA RSE.....	<b>25</b>
2.1 Des obligations réglementaires qui ne concernent pas directement les PME/TPE et ETI .....	25
2.2 Travaux en cours .....	26
3. PAYSAGE DES LABELS RSE .....	<b>28</b>
3.1 Multiplication des « labels » RSE.....	28
3.2 Des terminologies à clarifier.....	28
3.3 Typologie des labels RSE.....	31
4. LABELS RSE SECTORIELS : DES ENJEUX POUR LES PME ET TPE .....	<b>33</b>
4.1 L'expérimentation des labels RSE sectoriels .....	33
4.2 Enjeu de crédibilité des labels .....	41
4.3 Enjeu de pertinence .....	44
4.4 Enjeu de valorisation et de reconnaissance.....	44
<b>II. PROCESSUS DE LABELLISATION : CONSTRUIRE DES CHAÎNES DE CONFIANCE</b> .....	<b>51</b>
1. LA NÉCESSITÉ D'UN RÉFÉRENTIEL ROBUSTE.....	<b>51</b>
1.1. Création et évolution du référentiel .....	51
1.2. Contenu du référentiel .....	53
1.3. Modalités d'évaluation et d'attribution .....	57
1.4. Exemple d'un référentiel mis en place : La Fep.....	61
2. IMPLICATION DES PARTIES PRENANTES .....	<b>63</b>
2.1. Sélection des parties prenantes.....	63
2.2. Comment associer les parties prenantes ?.....	64
2.3. Rôle des parties prenantes .....	66
2.4. Exemple d'une pratique mise en place : Unicem.....	66

<b>3. RÔLE DE L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT .....</b>	<b>69</b>
3.1. <i>L'OTI : un facteur de confiance.....</i>	69
3.2. <i>Rôle de l'OTI aux différentes étapes de la labellisation .....</i>	71
3.3. <i>Exemple d'une pratique : La coopération agricole .....</i>	72
<b>III. L'ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES : SENSIBILISER, FORMER, VALORISER .....</b>	<b>75</b>
<b>1. SENSIBILISATION DES ENTREPRISES .....</b>	<b>76</b>
1.1. <i>Analyse amont des besoins .....</i>	77
1.2. <i>Rendre visibles les bénéfiques .....</i>	78
<b>2. ACCOMPAGNEMENT ET FORMATION DES ENTREPRISES.....</b>	<b>79</b>
2.1. <i>Programmes de formation .....</i>	79
2.2. <i>La mise à disposition d'outils et la création d'un réseau d'entreprises.....</i>	80
2.3. <i>Accompagnement financier : rôle des OPCO .....</i>	81
2.4. <i>Exemple d'une pratique: UNIIC .....</i>	82
<b>3. COMMUNICATION VERS LES PARTIES PRENANTES : VALORISER LA DÉMARCHE .....</b>	<b>83</b>
3.1. <i>Communication interne : valoriser auprès des salariés.....</i>	83
3.2. <i>Communication externe : un label crédible .....</i>	83
3.3. <i>Un exemple de communication mise en place : AACC.....</i>	85
<b>IV. RECOMMANDATIONS .....</b>	<b>87</b>
<b>V. ANNEXES .....</b>	<b>97</b>
<b>ANNEXE 1 – COMPOSITION DU GROUPE DE TRAVAIL .....</b>	<b>99</b>
<b>ANNEXE 2 – LISTE DES PERSONNES RENCONTRÉES .....</b>	<b>101</b>
<b>ANNEXE 3 – DÉFINITIONS .....</b>	<b>103</b>
<b>ANNEXE 4 – LES PME ET TPE : AU CŒUR DU TISSU ÉCONOMIQUE FRANÇAIS .....</b>	<b>108</b>
<b>ANNEXE 5 – EXEMPLES DE LABELS D'ENTREPRISES .....</b>	<b>109</b>
<b>ANNEXE 6 – LA COMMANDE PUBLIQUE : UN LEVIER POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE – RAPPEL DES TEXTES EN VIGUEUR .....</b>	<b>111</b>
<b>ANNEXE 7 – PRINCIPALES RÉGLEMENTATIONS EN MATIÈRE RSE.....</b>	<b>114</b>
<b>ANNEXE 8 – L'ISO 26000.....</b>	<b>115</b>
<b>ANNEXE 9 – BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>117</b>



## COMMUNIQUÉ

---

*La Plateforme nationale d'actions globales pour la responsabilité sociétale des entreprises (Plateforme RSE) réunit depuis 2013 un large éventail de parties prenantes : entreprises, partenaires sociaux, organisations de la société civile, réseaux d'acteurs, chercheurs et institutions publiques.*

*La Plateforme RSE a constitué un groupe de travail (GT) « Labels RSE » afin de pouvoir établir un diagnostic sur les labels RSE, et plus particulièrement les labels sectoriels, et formuler des propositions.*

*Il s'agit d'une auto-saisine s'appuyant à la fois sur le bilan de l'expérimentation de labels RSE sectoriels qui s'est déroulée de mai 2018 à décembre 2019, et de manière plus générale sur l'évaluation des labels ou référentiels RSE existants au travers d'une trentaine d'auditions.*

*La Plateforme RSE formule 24 recommandations adressées au gouvernement, aux entreprises, aux fédérations professionnelles, aux chercheurs.*







## INTRODUCTION

---

Parmi les outils permettant de structurer une démarche de RSE pertinente, les labels ont une place particulière dans la mesure où ils permettent de garantir et d'officialiser un engagement en matière de RSE.

Dans un contexte de foisonnement des labels, il importe de comprendre en quoi, et sous quelles conditions, les labels peuvent faire progresser la RSE dans les PME/TPE et ETI. Toute labellisation doit en effet reposer sur une démarche solide, encadrée par des exigences fortes, lors de la construction du référentiel, de l'attribution du label ou de l'évaluation de l'impact réel de cette labellisation, et à tous les niveaux, économique, environnemental et social/sociétal.

Pour rappel, de manière générale, un label est défini dans le cadre de la commande publique comme « tout document, certificat ou attestation qui prouve que les ouvrages, les produits, les services, les procédés ou les procédures en rapport avec l'objet du marché remplissent certaines caractéristiques. Les exigences en matière de label sont celles que doivent remplir ces ouvrages, ces produits, ces services, ces procédés ou ces procédures pour obtenir ce label<sup>3</sup> ».

Bien que n'ayant pas été officiellement défini, le terme « label RSE » désignera donc ici une attestation de garantie délivrée par une tierce partie qui caractérise la démarche RSE mise en œuvre par une entreprise au sens des lignes directrices ISO 26000. Le label RSE définit différents niveaux de progrès par rapport aux dispositions d'un cahier des charges et d'évaluations récurrentes sur site. Le label RSE vise à assurer et faciliter la reconnaissance des parties prenantes qu'une entreprise a engagé « sa responsabilité vis-à-vis des impacts de ses décisions et activités sur la société et sur l'environnement, se traduisant par un comportement éthique et transparent qui :

- contribue au développement durable, y compris à la santé et au bien-être de la société ;
- prend en compte les attentes des parties prenantes ;

---

<sup>3</sup> Article R. 2111-12 du Code de la commande publique.

- respecte les lois en vigueur tout en étant en cohérence avec les normes internationales de comportement ;
- est intégré dans l'ensemble de l'entreprise et mis en œuvre dans ses relations<sup>4</sup> ».

Les caractéristiques à réaliser concernent donc sa gouvernance, son mode d'organisation, ses processus et les produits et services qui en résultent – à la différence d'un label « produit » qui ne porte que sur des qualités du produit et qui de fait est hors champ de ce présent avis.

L'approche sectorielle est privilégiée depuis le Grenelle de l'environnement. Elle permet de prendre en compte avec pertinence les enjeux et problématiques spécifiques d'un secteur qui regroupe des entreprises de fabrication, de commerce ou de service qui ont la même activité principale. En effet, les enjeux environnementaux ne seront par exemple pas les mêmes pour le secteur agroalimentaire et pour le secteur des métiers de la communication. Une approche trop généraliste risque de ne répondre que partiellement aux véritables enjeux de l'entreprise en matière RSE.

Afin de pouvoir établir un diagnostic sur les labels RSE, et plus particulièrement les labels sectoriels (c'est-à-dire s'adressant aux entreprises ayant la même activité principale), et formuler des propositions, la Plateforme RSE a souhaité capitaliser sur l'expérimentation de 18 labels RSE sectoriels adaptés aux TPE, PME et ETI, qui s'est déroulée de mai 2018 à décembre 2019.

### **Genèse et contexte**

L'auto-saisine de la Plateforme RSE résulte de travaux menés en son sein depuis 2014 et de l'évolution du contexte économique et juridique.

#### **« Loi Grenelle I » (2009)**

L'intérêt pour les labels RSE remonte à 2007 avec l'engagement n° 202 du Grenelle de l'environnement et s'est traduit dans la loi du 3 août 2009, dite « Loi Grenelle I » (article 53 § 9<sup>5</sup>).

La Stratégie nationale de transition écologique vers un développement durable<sup>6</sup> (SNTEDD) 2015-2020 mentionne aussi cet enjeu.

#### **Travaux sous l'égide du Commissariat général au développement durable (2011)**

Un groupe de travail a produit en 2011 un rapport d'étape pour le CGDD sur les labels « entreprises responsables ». Il constate déjà un paysage des labels assez confus (labels, mais aussi marques professionnelles, logos, auto-déclarations... dont les niveaux d'exigences sont très inégaux), limitant la valeur d'usage par les consommateurs ou les

---

<sup>4</sup> Source : Lignes directrices ISO 26000.

<sup>5</sup> « L'État appuiera la création, pour les entreprises de toute taille, de labels attestant la qualité de leur gestion dans les domaines environnementaux et sociaux et leur contribution à la protection de l'environnement, et la mise en place d'un mécanisme d'accréditation des organismes certificateurs indépendants chargés de les attribuer. Il soutiendra de la façon la plus appropriée, y compris fiscale, les petites et moyennes entreprises qui s'engageront dans la voie de la certification environnementale. »

<sup>6</sup> Stratégie nationale de transition écologique vers un développement durable (SNTEDD) 2015-2020.

acheteurs professionnels ; et il note que « la proposition du Grenelle de l'environnement de donner une reconnaissance officielle à certains labels pourrait renforcer l'impact de ce type d'outil en apportant garantie et crédibilité aux démarches considérées comme suffisamment exigeantes ». Pour combiner développement et exigence, le rapport plaide pour le développement de certification environnementale à travers ISO 14001 et EMAS, avec un accompagnement des TPE-PME pour y accéder. Et il soutient la création de labels RSE : ainsi, « ces démarches volontaires de RSE pourraient être évaluées selon un référentiel de vérification de résultats sur engagements ou d'évaluation de la stratégie et des pratiques de RSE ». Il recommande une méthode d'évaluation tierce partie (évaluation de l'atteinte des résultats ; évaluation extra-financière des pratiques) et « l'expérimentation sectorielle » de cette labellisation « avec le concours d'organisations ou associations professionnelles ». Une « reconnaissance des labels par les pouvoirs publics sur la base d'un cahier des charges » pourrait alors constituer un cadre favorable.

### RECOMMANDATIONS DU RAPPORT AU CGDD – 2011

Proposition d'action n° 1 : Étudier l'accessibilité de la certification pour les TPE

Proposition d'action n° 2 : Soutenir les efforts des PME et TPE vers la certification

Proposition d'action n° 3 : Agir sur les marchés publics

Proposition d'action n° 4 : Expérimenter la reconnaissance des labels *via* un cahier des charges

### Travaux de la Plateforme RSE (2014-2018)

- **GT compétitivité de la Plateforme RSE**

Le GT1 « Compétitivité et développement durable, l'enjeu des TPE et PME », réuni à partir de décembre 2013, s'inquiétait dans son rapport d'étape du 9 octobre 2014 de la multiplicité des référentiels en matière de RSE, un maquis nourrissant « scepticisme et incompréhension ». Entre autres, les TPE /PME auditionnées avaient exprimé le besoin de clarifier les différents types de démarches – notamment de labellisation –, ainsi que le besoin d'une forme de reconnaissance forte par l'État.

- **L'expérimentation de labels sectoriels RSE (2018-2019)**

La Plateforme RSE a lancé en juillet 2017 une expérimentation afin d'inciter des fédérations professionnelles à élaborer des référentiels RSE sectoriels adaptés aux spécificités de leurs adhérents, de tester ces référentiels et de tirer les enseignements de leur mise en œuvre. Après appel à candidatures<sup>7</sup>, le comité de sélection a retenu douze candidatures en mai 2018 puis, en mai 2019, six autres candidatures. Cette expérimentation s'est déroulée jusqu'en décembre 2019 (voir section 4.1).

<sup>7</sup> L'appel à candidature était ouvert à tout regroupement d'un nombre significatif d'entreprises françaises d'un même secteur d'activité.

## « Loi PACTE » (2019)

Enfin, la loi du 22 mai 2019 relative à la croissance et la transformation des entreprises, dite « Loi PACTE », prévoit en son article 174 :

« Au plus tard [le 22 mai 2020], 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.

À partir des conclusions du rapport mentionné au deuxième alinéa, l'État 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. »

Le 4 février 2020, le ministre de l'Économie et des Finances a confié à trois personnalités (Coralie Dubost, députée ; Jean-Paul Chapron, chef d'entreprise ; Fella Imalhayene, déléguée générale du Global Compact France) une mission pour la mise en œuvre de cet article 174, dont les travaux se sont déroulés en coordination étroite avec certaines organisations membres de la Plateforme RSE. Le rapport a été remis le 30 novembre 2020.

### *Pourquoi ces travaux concernent particulièrement les enjeux des PME/TPE et ETI ?*

Alors que les PME et TPE sont au cœur du tissu économique français – près de 4 millions de PME représentent 99,84 % des entreprises et 48,7 % de l'emploi salarié<sup>8</sup> –, ces dernières connaissent une diffusion encore trop lente de la RSE.

Selon l'enquête menée par Bpifrance Le Lab<sup>9</sup>, 50 % des PME – ETI déclarent avoir mis en place une démarche RSE mais ne sont plus que 26 % à avoir effectué une démarche structurée avec un plan d'actions. En outre, même s'ils ont une vision large de la RSE, la plupart des dirigeants la réduisent à deux dimensions : le bien-être au travail et la protection de l'environnement, et la considèrent encore très souvent comme une nouvelle source de contraintes administratives. « L'effet taille au niveau des pratiques est très net : le nombre d'actions mises en place et le degré de structuration des démarches RSE progresse avec la taille de l'entreprise. »

L'absence de reconnaissance et de valorisation de ces démarches par les donneurs d'ordres privés, ainsi que dans le cadre des marchés publics, constitue un frein essentiel à l'engagement des petites et moyennes entreprises.

---

<sup>8</sup> Cf. Annexe n°4 : Les PME et TPE au cœur du tissu économique français.

<sup>9</sup> Bpifrance (2018), [Une aventure humaine – Les PME ETI et la RSE](#), mars.

## **PARTENARIAT AVEC LA CLINIQUE DE L'ÉCOLE DE DROIT DE SCIENCES PO**

La clinique de l'École de droit de Sciences Po – programme Responsabilité et innovation sociale des entreprises (RISE), a été sollicitée en 2019 par France Stratégie pour réaliser un état des lieux des pratiques en matière de labellisation RSE, analyser les attentes des différentes parties prenantes à l'égard de ces labels, et proposer des pistes de réflexion pour la création d'un cadre de « bonnes pratiques » en matière de labellisation. Ce rapport<sup>10</sup> a été réalisé par trois étudiants, Eren Ileri, Evangéline Mure et Rada-Ekaterina Shakirova, qui l'ont présenté aux membres du groupe de travail le 11 mai 2020. Il n'engage pas les organisations membres de la Plateforme RSE.

---

<sup>10</sup> Ileri E., Mure E. et Shakirova R-E. (2020), [\*Labels RSE: état des lieux des pratiques et attentes des parties prenantes\*](#), Clinique de l'École de droit de Sciences Po.





## I. CONTEXTE ET ENJEUX

---

### 1. Labels : un impératif de qualité pour créer de la confiance

Quels sont les bénéfices attendus d'un label et sous quelles conditions ? Le développement des référentiels internes, standards, normes, labels et autres signes de qualité répond à une nécessité : le prix n'étant jamais une information suffisante, l'acheteur a besoin de réduire son incertitude (pour une entreprise, l'équipement commandé doit être compatible avec celui déjà installé en production, sa fiabilité doit être maîtrisée pour assurer la sécurité de fonctionnement, etc. ; pour un consommateur, le produit doit être garanti sans danger pour sa santé, etc.).

Les règles ainsi fixées sur les caractéristiques du produit (bien ou service), du procédé de fabrication ou du management de l'organisation, visent donc à définir les propriétés requises, et une procédure pour en évaluer et garantir le respect<sup>11</sup>.

Si ces deux conditions de pertinence et de conformité sont réalisées, alors ces dispositifs pour garantir la qualité peuvent porter un contrat de confiance entre l'offreur et les tierces parties concernées (client, financeur, autorités publiques, organisations de la société civile, etc.) par son activité ; et si cette confiance est au rendez-vous, alors l'offreur peut aussi espérer une meilleure valorisation de son produit.

Des « labels RSE » définissant la capacité d'une entreprise à améliorer ses effets sociaux, écologiques et sa gouvernance (démarche dite « ESG ») peuvent-ils aussi remplir ces conditions ? Face au manque de valorisation des entreprises engagées dans des démarches crédibles de RSE, face au déficit d'information des tiers et à la crise de confiance envers les entreprises, la démarche suscite l'intérêt.

Mais tous les signes de qualité ne proposent pas le même niveau d'engagement, de garantie, voire de recours si nécessaire. Le label est défini en droit par le Code de la commande publique :

« Un label est tout document, certificat ou attestation qui prouve que les ouvrages, les produits, les services, les procédés ou les procédures en rapport avec l'objet du marché remplissent certaines caractéristiques. Les exigences en matière de label sont celles que doivent remplir ces ouvrages, ces produits, ces services, ces procédés ou ces procédures pour obtenir ce label. (Art. R2111-12, applicable depuis le 01/04/2019)<sup>12</sup>. »

---

<sup>11</sup> Voir par exemple Coestier et Marette, 2004.

<sup>12</sup> Source : [Légifrance](https://www.legifrance.gouv.fr/).

Pour éviter tout malentendu, il faut donc d'abord comprendre que le terme « qualité » ne signifie pas d'emblée « haut de gamme » mais conformité aux « exigences » définies et décrites dans le référentiel du label. Puis si celles-ci sont ambitieuses, significativement supérieures aux caractéristiques habituelles, alors ces deux sens peuvent se réunir<sup>13</sup>.

Dans le cas d'un label sur un produit (bien ou service), ce référentiel définit le plus précisément possible les caractéristiques techniques du produit ou du procédé de fabrication (par exemple, labels AB ou Nature & Progrès en agriculture biologique). Des normes de type socio-technique (cf. ISO 9 000 ou ISO 14 000 sur le management environnemental) existent aussi pour assurer certaines qualités d'une organisation, et non plus d'un produit. Elles concourent cependant aussi à la réalisation et à la qualité du produit puisqu'il s'agit de systèmes de management de la qualité (contrôle des défauts, traçabilité des produits, prévention des erreurs, etc.).

Pour qu'une démarche RSE puisse être considérée comme un label, il faut donc qu'elle précise en quoi consiste une « qualité RSE ». Et dès lors que celle-ci participe aussi à l'image de marque de l'entreprise et de ses produits, voire procure un avantage compétitif sur un marché, le référentiel d'un « label RSE » doit décrire, de façon suffisamment précise, vérifiable, pour chaque axe de progrès social ou écologique, les caractéristiques des objectifs visés (en niveau ou en progression) et des procédures pour y parvenir sur lesquelles sera évalué l'ensemble d'une entreprise.

Cet enjeu de qualité nécessite cependant des moyens. Or, si la RSE se définit comme une « initiative volontaire », au sens où elle ne résulte pas d'exigences réglementaires – ce qui est particulièrement le cas des TPE et PME –, quelles sont les incitations économiques pour engager ces moyens ?

En l'état du contexte économique, elles sont incertaines : du côté de l'entreprise, prendre le risque de ne pas rentabiliser le coût de cet effort en qualité<sup>14</sup> – d'autant plus qu'une « qualité RSE » n'améliore pas directement l'usage du produit par son acquéreur ; du côté des parties prenantes, comment s'assurer que les qualités promises par l'entreprise sont effectivement respectées quand, à la différence des normes techniques, on ne peut les vérifier par le simple usage du produit<sup>15</sup> ? Créer une chaîne de confiance qui tienne dans la durée, du producteur au consommateur final, est donc le second enjeu d'un label.

Pour une organisation dont les revenus proviennent de la vente, la réponse des clients (préférence pour ce type de démarche ? acceptation d'une hausse du prix unitaire ?)<sup>16</sup> est une épreuve décisive pour valider la démarche.

---

<sup>13</sup> Autrement dit, le niveau de qualité dépendra des spécifications énoncées dans le référentiel, et du degré de conformité du produit ou de l'organisation à ces spécifications.

<sup>14</sup> Le montant de ce surcoût varie cependant beaucoup selon l'investissement initial nécessaire (temps de réunions, temps de R&D, équipements...) puis dépend de l'impact sur les coûts de fonctionnement (à la hausse ou à la baisse selon le cas).

<sup>15</sup> La consommation d'un chocolat « équitable » n'informe pas le mangeur sur les conditions sociales de production du cacao ; de même, lors de la prestation d'un service, le client ne peut deviner que son fournisseur a restructuré le conseil d'administration pour contribuer aux objectifs 5 et 8 des ODD.

<sup>16</sup> La hausse du prix de vente peut cependant être nulle si l'effort est absorbé en interne (enjeu de la répartition de la valeur ajoutée). Elle peut être minimisée par d'autres actions : mutualisation par un nombre suffisant de PME ; investissement responsable. Reporter l'effort sur le prix d'achat aux fournisseurs ne fait que déplacer le problème, particulièrement dénoncé par les PME sous-traitantes.



On observe que les différentes formes de consommation écologique, éthique, responsable... progressent significativement – ce qui est incitatif –, mais insuffisamment pour être la norme. Et, sauf pour la fraction des ménages les plus motivés, le consentement à payer un prix unitaire plus élevé est assez faible et menacé soit par des comportements de fraude ou d'évitement (*greenwashing*, *bluwashing*) avérés, soit par la multiplication des signes de qualité écologique ou sociale qui amènent à douter de leur véracité<sup>17</sup>. La confiance de l'acheteur dans la « promesse d'un monde meilleur » que lui fait l'entreprise engagée doit donc être constamment soutenue en apportant les preuves de la réalité des impacts positifs sociaux et écologiques produits par la démarche<sup>18</sup>. Mais cette obligation de moyens et de résultat est aussi ce qui rend possible la valorisation recherchée, comme le montre l'économie de la qualité :

1. La capacité d'un signe de qualité à convaincre de nouveaux clients ou à augmenter leur consentement à payer est d'autant plus faible que la promesse est floue et sa réalisation incertaine ou non vérifiable<sup>19</sup>. Un label ne peut donc se contenter d'afficher des intentions, l'exécution des engagements doit être vérifiable ; les exigences de qualité énoncées dans le cahier des charges doivent définir une amélioration significative<sup>20</sup> et durable (en l'occurrence dans les domaines sociaux et écologiques) par rapport à des produits ou des organisations non labellisés<sup>21</sup> ; le contrôle du respect de ces exigences doit être fiable ; la fiabilité de ce contrôle doit aussi faire l'objet d'une forme de garantie (si nécessaire par l'autorité publique<sup>22</sup>). Ces conditions constituent en quelque sorte un cahier des charges pour tout référentiel de « label RSE »<sup>23</sup>.
2. L'engagement dans un tel modèle économique de qualité n'est durable de part et d'autre (producteur/acheteur) que si des équilibres financiers sont trouvés : financement des investissements nécessaires ; pouvoir d'achat des biens et services labellisés (ce qui dépend du partage de la valeur ajoutée tout au long de la chaîne de valeur) ; emplois, compétences et rémunérations en rapport avec les exigences de qualité, notamment dans les activités de service, etc. Ces conditions financières ne font pas l'objet dans le présent avis d'un examen approfondi, mais n'en sont pas moins déterminantes.

On peut représenter ainsi le raisonnement d'ensemble qui relie la robustesse des engagements, la fiabilité des garanties et la confiance des acheteurs nécessaire à une valorisation commerciale de la démarche en même temps que l'obtention de progrès d'ordre social ou écologique :

<sup>17</sup> Voir Harbaugh *et al.* (2011).

<sup>18</sup> Rappelons que le respect de la réglementation en vigueur est un pré-requis avant de pouvoir parler de RSE, et ne peut faire l'objet d'une labellisation RSE.

<sup>19</sup> De nombreuses études montrent que les déclarations d'entreprises sans preuves de résultat ni contrôle indépendant créent un « halo » dissuasif pour le consommateur ou pour l'investisseur (Etilé & Teyssier, 2016).

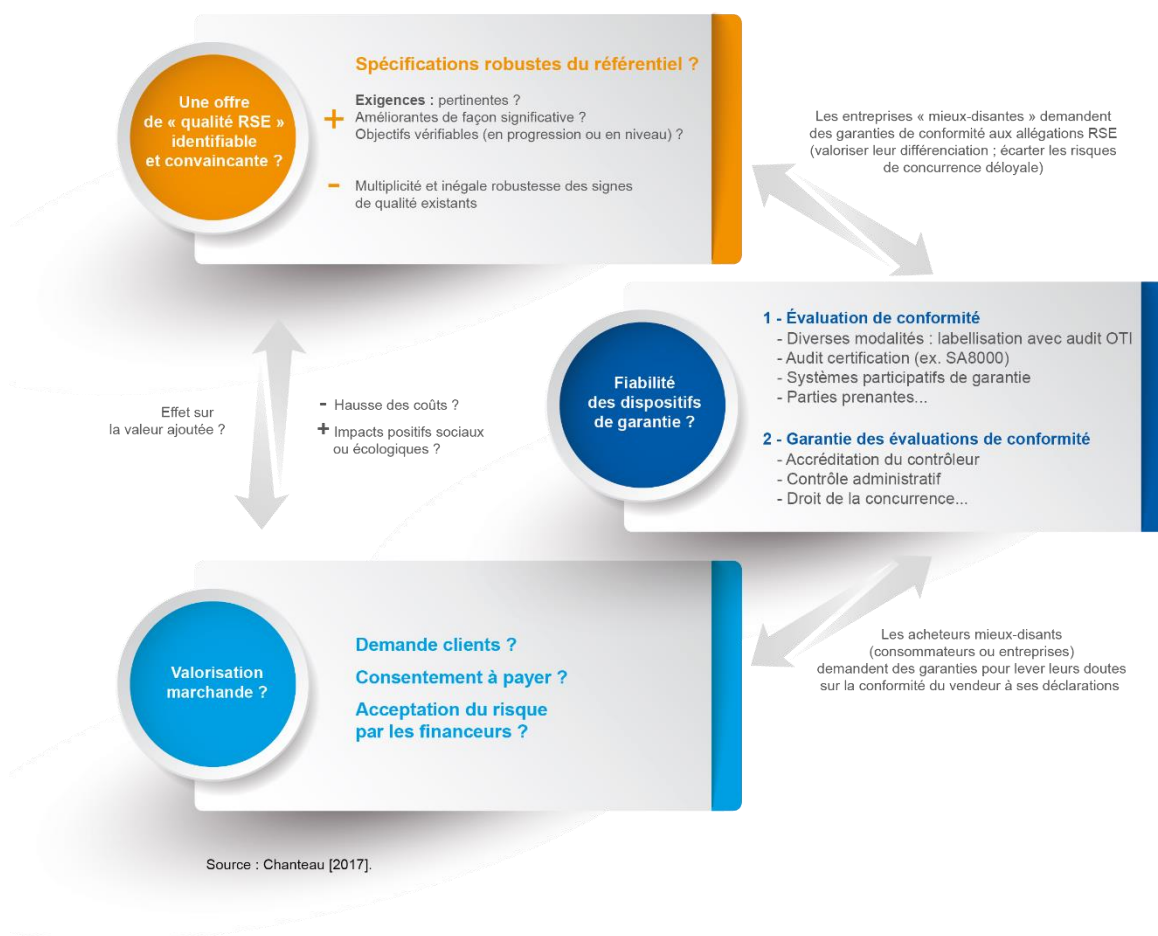
<sup>20</sup> Il est donc problématique que des « labels » ne satisfassent pas la réglementation existante (pour la « pêche responsable », voir Czarnecki *et al.*, 2014).

<sup>21</sup> Par exemple, sur l'insuffisante prise en considération des objections des parties prenantes par le label MSC (Marine Stewardship Council), voir Brown *et al.* (2016).

<sup>22</sup> Schéma classique de l'agrément public de cahiers des charges, de l'accréditation de certificateurs, etc., voire, le cas échéant, d'un contrôle direct par l'administration.

<sup>23</sup> Le projet de charte publique pour des labels RSE proposé par le rapport de la mission « Chapron-Dubost-Imalhayene », *Rapport sur les labels RSE. Accompagner les entreprises et donner confiance à leurs parties prenantes*, va aussi dans ce sens.

## Économie de la qualité : une affaire d'initiatives, de règles et de confiance à construire



En résumé de cet état des connaissances :

- un label trop peu exigeant sera certes facilement accessible aux entreprises mais manquera de sens et n'inspirera pas la confiance des parties prenantes parce qu'il ne produit pas d'améliorations significatives ou tolère trop de non-conformités ;
- tenir l'ambition d'exigences sociales ou écologiques significatives suppose des moyens financiers et de garantie (contrôle des procédures, évaluation robuste des impacts), qui constituent à la fois un coût à prendre en compte et une condition du succès, dont dépend ensuite la reconnaissance du label sur les marchés.

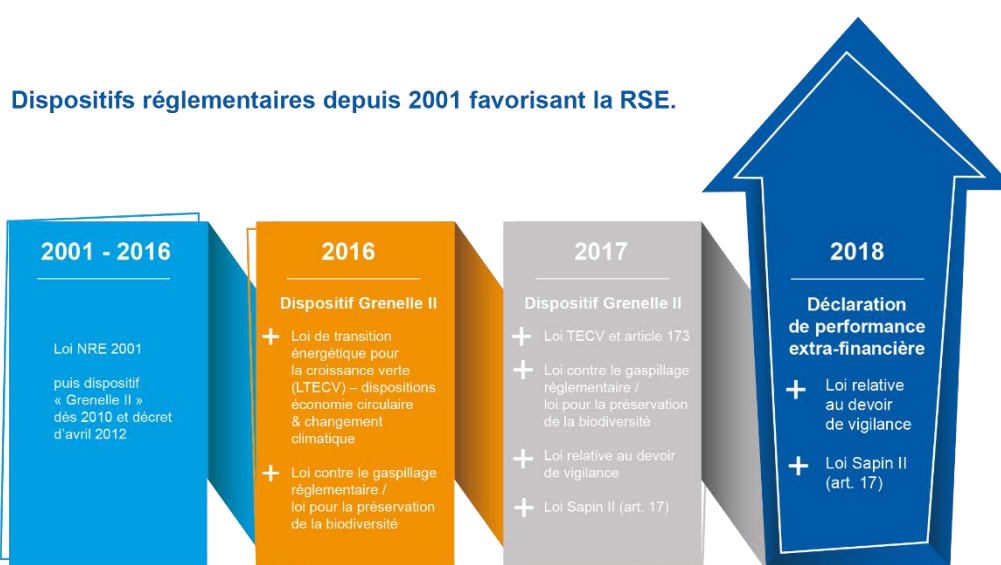
Relever ce défi est possible<sup>24</sup>. Dans cette perspective, un label RSE à l'échelle d'un secteur peut permettre de mieux ajuster les exigences sociales et écologiques par rapport aux enjeux d'une activité économique.

<sup>24</sup> Voir par exemple le marché des produits labellisés équitables, pour lesquels c'est bien l'entreprise, et pas le produit, qui a une démarche équitable.

## 2. Cadre réglementaire de la RSE

### 2.1 Des obligations réglementaires qui ne concernent pas directement les PME/TPE et ETI

Les labels RSE s’inscrivent dans un univers réglementaire de plus en plus important et un contexte d’accroissement de la demande d’information. Le cadre législatif et réglementaire français et européen concernant la RSE s’est en effet progressivement enrichi, notamment depuis la première loi française relative aux nouvelles régulations économiques (« loi NRE») du 15 mai 2001<sup>25</sup>. **Toutefois, ces obligations réglementaires ne concernent pas les PME et TPE.** Les entreprises sont en effet soumises à différentes obligations, selon notamment leur taille et leur chiffre d’affaires<sup>26</sup>.



Source : Rapport « Garantir la pertinence et la qualité de l’information extra-financière des entreprises : une ambition et un atout pour une Europe durable », Patrick de Cambourg, mai 2019

Cependant, les PME et TPE sont concernées indirectement par l’ensemble de cette réglementation dès lors qu’elles sont dans la sphère d’influence d’une grande entreprise par leurs relations d’affaires. Les PME et TPE intégrant une démarche RSE ne peuvent ignorer ces exigences et les dispositions qu’elles ont structurées. En outre, d’éventuelles évolutions de la législation en matière de *reporting* extra-financier, tel un abaissement des seuils exigibles, pourraient demain les impacter plus directement.

Par ailleurs, d’autres dispositions réglementaires peuvent soutenir l’intérêt pour des labels RSE :

- la modification du droit des sociétés par l’art.1833 du Code civil stipulant que « la société est gérée dans son intérêt social, en prenant en considération les enjeux sociaux et environnementaux de son activité » ;

<sup>25</sup> Plateforme RSE (2019), *RSE et performance globale : mesures et évaluation*, France Stratégie, novembre.

<sup>26</sup> Annexe 8 : Rappel des principales obligations réglementaires en matière de RSE.

- la possibilité d'introduire dans les statuts une « raison d'être » (art.1835) et une mission ([art. L.210-10 du Code de commerce](#)) vont aussi dans ce sens.

Ces dispositions sont applicables à tout type de société sans condition de taille.

Enfin, une entreprise peut volontairement s'engager à respecter des critères réglementaires d'utilité sociale et de gouvernance démocratique en adoptant un des statuts de l'économie sociale et solidaire (association, coopérative, mutuelle ou société ESS), le cas échéant spécifié par un agrément ESUS (entreprise solidaire d'utilité sociale). À ce socle de garantie, elle peut cependant parfois trouver intérêt à un label plus particulier.

## 2.2 Travaux en cours

### *En matière de reporting extra-financier*

La directive européenne en vigueur sur le *reporting* extra-financier est en cours de révision, avec un projet annoncé pour 2021. Elle répondra à un besoin croissant d'informations non financières, en particulier pour les investisseurs, et à la nécessité de confirmer la fiabilité de ces informations.

Dans le cadre de cette révision de la directive, la Commission européenne<sup>27</sup> a commissionné le Groupe consultatif européen sur l'information financière<sup>28</sup> (EFRAG) en vue de l'élaboration éventuelle de nouveaux standards de *reporting*. Concernant les PME, la lettre de mission indique en particulier : « *Assess whether a simplified standard or set of standards, possibly applied on a voluntary basis, could be appropriate to promote and facilitate cost-effective disclosure of non-financial information by Small and Medium-sized Enterprises (SMEs).* »

### *En matière de labels RSE et PME/TPE et ETI*

- **Rapport de la délégation sénatoriale aux entreprises *Comment valoriser les entreprises responsables et engagées ?***<sup>29</sup>

Le rapport fait le constat de la multiplicité des référentiels qui crée une « tour de Babel des labels ». Les propositions s'articulent autour de cinq axes : « Mettre la RSE à la portée des PME » ; « Privilégier une approche globale de la RSE, avec un équilibre de ses dimensions environnementales et sociales » ; « Pour un État exemplaire, moteur et facilitateur en matière de responsabilité sociétale » ; « Pour une Europe donnant aux

---

<sup>27</sup> [Lettre de mission de la Commission européenne adressée au Groupe consultatif européen sur l'information financière.](#)

<sup>28</sup> Le groupe de travail PTF-NFRS (Project task force – non financial standards) de l'IFRAG est présidé par Patrick de Cambourg, président de l'Autorité des normes comptables, et est composé d'une trentaine de membres issus du secteur public, du secteur privé et notamment des PME, et de la société civile. Le rapport final devrait être remis en début d'année 2021. [Liste des membres du groupe de travail PTF-NFRS](#) mis en place par l'*European Lab on corporate reporting* de l'Efrag. Un [rapport d'étape](#) a été publié en novembre 2020.

<sup>29</sup> Lamure E. et Le Nay J. (2020), [Rapport de la délégation sénatoriale aux entreprises \*Comment valoriser les entreprises responsables et engagées ?\*](#), juin.

entreprises les moyens de se doter d'une politique RSE globale et inclusive » ; « Pour des relations commerciales internationales équilibrées et respectueuses des droits humains ».

Concernant les PME-TPE, le rapport<sup>30</sup> recommande en particulier de :

- « charger la Plateforme RSE d'élaborer, en collaboration avec les branches professionnelles, un référentiel sectoriel et allégé pour les PME ;
- instituer une présomption de respect par une PME de sa responsabilité vis-à-vis de son donneur d'ordres dès lors qu'elle respecte une démarche RSE, bénéficie d'un label reconnu et contrôlé et présente des garanties vérifiées par un tiers indépendant. Ces entreprises bénéficieraient d'une simplification des démarches administratives en intégrant le périmètre du principe « Dites-le-nous une fois<sup>31</sup> » ;
- rééquilibrer les dimensions environnementales et sociales dans les démarches RSE, qui doivent être globales et inclusives ;
- proposer à tous les salariés une formation à la RSE dans le cadre de la formation professionnelle continue ;
- simplifier la législation française en matière de reporting financier RSE ;
- permettre l'amortissement des frais d'accompagnement à la RSE dans les PME et TPE. »

#### • Travaux de la mission Chapron-Dubost-Imalhayene :

Le 4 février 2020, le ministre de l'Économie et des Finances a confié à trois personnalités, Jean-Paul Chapron (président directeur général de ASI), Coralie Dubost (députée et vice-présidente de la commission des lois et rapporteure de la loi PACTE) et Fella Imalhayene (déléguée générale du Global compact France), une mission en écho à l'article 174 de la loi PACTE.

Les objectifs de la mission sont de réaliser un panorama des labels RSE (ou formes de normalisations) existants ; bâtir une charte publique des bonnes pratiques de labellisation ; étudier une éventuelle mise en place d'une structure d'évaluation des labels pour les TPE-PME-ETI. Ou de proposer des alternatives pour le développement des labels RSE ; inciter les PME novices à initier une démarche RSE ; dresser des recommandations à l'attention des labels.

---

<sup>30</sup> Le [rapport Lamure-Le Nay](#) recommande également d'inclure les sociétés par actions simplifiées (SAS) dans le champ des obligations d'information (recommandation n° 7). De plus, ce rapport rappelle qu'il faut agir en même temps sur le contexte macroéconomique pour permettre de déployer une logique de RSE : il propose ainsi que « pour des relations commerciales internationales équilibrées, fondées sur une RSE partagée, l'Europe doit s'engager à favoriser l'adoption d'un traité international sur les droits humains et les sociétés transnationales, contraignant, applicable à toutes les entreprises dans leurs rapports avec leurs sous-traitants » (recommandation n° 18).

<sup>31</sup> La [loi pour un État au service d'une société de confiance du 10 août 2018 \(nouvelle fenêtre\)](#) vise à simplifier encore davantage les formalités administratives. En application de la loi, le décret du 20 janvier complète le principe du « Dites-le-nous une fois » (un usager qui effectue une démarche n'a pas à fournir des pièces justificatives déjà détenues par les services de l'administration).

## PRINCIPES POUR UNE CHARTE PUBLIQUE DES LABELS RSE<sup>32</sup>

- Exemplarité
- Transparence sur l'organisme
- Transparence sur les critères et référentiels d'évaluation
- Matérialité
- Progression
- Comparabilité avec les meilleurs standards internationaux
- Simplicité
- Accessibilité
- Bénéfices pour l'entreprise. Pour cela, le label doit : accompagner, fédérer, promouvoir
- Représentativité
- Séparation des compétences
- Adaptabilité

### 3. Paysage des labels RSE

#### 3.1 Multiplication des « labels » RSE

On constate ces dernières années une multiplication de toutes sortes d'initiatives en matière de RSE – des évaluations, des indices de classement, des notations extra-financières, des trophées, mais aussi des marques professionnelles, des logos...– pour certaines auto-déclarées « label », voire « certification », mais qui n'ont pas toutes la même robustesse.

Un grand nombre d'applications dédiées à la notation et l'évaluation des entreprises en matière de RSE sont aussi disponibles. Ainsi, à l'image de Yuka qui s'intéresse à la qualité nutritive des produits, sont apparues des applications<sup>33</sup> concernant la responsabilité des entreprises, en particulier dans le domaine alimentaire et textile. Leurs modes opératoires sont variés et plus ou moins transparents.

Dire clairement ce que recouvrent ces initiatives et ce qu'elles ne recouvrent pas est indispensable : à défaut, le « label » ne constituerait plus un gage de crédibilité. Il convient donc de spécifier mieux chaque étape de la démarche : définition des engagements ; vérification des pratiques et des résultats ; attribution du label et révision ; robustesse de l'évaluation...

#### 3.2 Des terminologies à clarifier

En premier lieu, face à la confusion et à l'illisibilité engendrée par la « jungle des labels », les termes employés doivent être clarifiés et précisés. En particulier, le terme « label », très largement utilisé mais sans qu'on en connaisse toujours les caractéristiques.

---

<sup>32</sup> Principes issus du rapport de la mission « Chapron-Dubost-Imalhayene », *Rapport sur les labels RSE. Accompagner les entreprises et donner confiance à leurs parties prenantes*, op.cit.

<sup>33</sup> Ces applications permettent, en scannant l'étiquette des produits, de fournir des informations concernant les entreprises en matière environnementale, sociale et sociétale (Moralscore, Gen'éthic, EthicAdvisor, Rategreen, myLabel, ou encore Clear Fashion dans le secteur de la mode).

**LABEL** : un label est tout document, certificat ou attestation qui prouve que les ouvrages, les produits, les services, les procédés ou les procédures en rapport avec l'objet du marché remplissent certaines caractéristiques. Les exigences en matière de label sont celles que doivent remplir ces ouvrages, ces produits, ces services, ces procédés ou ces procédures pour obtenir ce label. (Source : article R. 2111-12 du Code de la commande publique.)

**LABEL RSE**<sup>34 35</sup> : il n'existe pas jusqu'à présent de définition de label applicable à la RSE. La notion de RSE est définie dans le cadre de la norme ISO 26000 ; celle de responsabilité est définie par le Code civil mais, au-delà des obligations réglementaires en matière de droit des sociétés, de droit social, environnemental, etc., la formalisation d'un label « RSE » reste à construire.

Un label RSE est une attestation de garantie délivrée par une tierce partie qui caractérise la démarche RSE mise en œuvre par une entreprise au sens des lignes directrices ISO 26000. Le label RSE définit différents niveaux de progrès par rapport aux dispositions d'un cahier des charges et d'évaluations récurrentes sur site. Le label RSE vise à assurer et faciliter la reconnaissance des parties prenantes qu'une entreprise a engagé « sa responsabilité vis-à-vis des impacts de ses décisions et activités sur la société et sur l'environnement, se traduisant par un comportement éthique et transparent qui :

- contribue au développement durable, y compris à la santé et au bien-être de la société ;
  - prend en compte les attentes des parties prenantes ;
  - respecte les lois en vigueur tout en étant en cohérence avec les normes internationales de comportement ;
  - est intégré dans l'ensemble de l'entreprise et mis en œuvre dans ses relations. »
- (Source : Lignes directrices ISO 26000.)

Pour qu'une démarche RSE sectorielle puisse permettre l'attribution d'un label, il faudra donc qu'elle se dote des mêmes exigences qu'un label tel que défini *supra* : spécifier un ensemble de caractéristiques à réaliser (référentiel) et une procédure garantissant la conformité à cette qualité (labellisation)<sup>36</sup>. En l'occurrence, les caractéristiques d'un label RSE portent sur les engagements de l'entreprise à améliorer les effets de son activité sur son environnement social et écologique : ils peuvent concerner sa gouvernance, son mode d'organisation, ses processus et les produits et services qui en résultent – à la différence d'un label « produit » qui ne porte que sur des qualités du produit.

La démarche implique que le cahier des charges soit suffisamment précis pour que ses exigences soient pertinentes (progrès significatifs et adéquats à la matérialité des impacts

<sup>34</sup> À ce jour, la réglementation ne définit pas les labels RSE. Elle existe sur des champs proches (cas des labels « Diversité » et « Égalité professionnelle ») ainsi que dans le domaine agroalimentaire (par exemple label « AB Agriculture biologique »). La conception d'un label RSE dispose donc d'une certaine liberté pour spécifier ses conditions d'attribution, ce qui est un avantage pour les uns mais un risque pour les autres.

<sup>35</sup> Le label désigne bien ici toute la procédure (du référentiel à la signalétique), et pas seulement le logo affiché publiquement.

<sup>36</sup> Définition dont se dote la Plateforme RSE.

de l'entreprise et des attentes de ses parties prenantes) et vérifiables de façon fiable (selon une procédure robuste spécifiée dans le référentiel).

Le cahier des charges spécifie le type d'obligations de moyens et de résultat nécessaires à l'obtention du label. La procédure d'évaluation pour la labellisation s'appuie sur la matérialité des moyens mis en œuvre et des résultats obtenus par l'entreprise. La garantie d'un label ne porte que sur le champ défini dans son cahier des charges<sup>37</sup>.

**SECTEUR** : un secteur regroupe des entreprises de fabrication, de commerce ou de service qui ont la même activité principale (au regard de la nomenclature d'activité économique considérée). L'activité d'un secteur n'est donc pas tout à fait homogène et comprend des productions ou services secondaires qui relèveraient d'autres items de la nomenclature que celui du secteur considéré. Au contraire, une branche regroupe des unités de production homogènes<sup>38</sup>. (Source : [Insee](#).)

**LABEL SECTORIEL** : ce type de label s'adresse aux entreprises dont l'activité relève d'un même secteur c'est-à-dire qui ont la même activité principale. (Source : [Insee](#).)

**CERTIFICATION** : attestation réalisée par une tierce partie, relative à des produits, des processus, des systèmes ou des personnes. La certification d'un système de management est parfois désignée également sous le nom d'enregistrement. Le concept de certification recouvre tous les objets de l'évaluation de la conformité, excepté les organismes d'évaluation de la conformité proprement dits, auxquels l'accréditation est applicable<sup>39</sup>. (Source ISO 17000.)

#### CAS DE LA CERTIFICATION DE PRODUITS ET SERVICES

Selon le Code de la consommation (art. L 433.3), « constitue une certification de produit ou de service [...] l'activité par 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 ».

Cet article prévoit que « l'élaboration du référentiel incombe à l'organisme certificateur, qui doit recueillir le point de vue des parties intéressées ». Et ce référentiel désigne « 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 ».

Pour la certification de « systèmes<sup>40</sup> » de management d'entreprise (par ex., ISO 9000, ISO 14 000...), le Code de la consommation ne précise rien.

---

<sup>37</sup> Pour prendre un exemple classique : un label « produit équitable » porte sur la matière première (cacao par exemple) et la relation à son producteur, et non sur le produit transformé (chocolat, en l'occurrence) ou sur le magasin qui le commercialise.

<sup>38</sup> Source : [Insee](#). La liste et la définition officielle des secteurs d'activités est fournie par l'Insee. Elle se base sur la **nomenclature européenne et internationale**, ce qui permet de comparer l'évolution des différents secteurs d'activité par pays.

<sup>39</sup> Source : ISO 17000.

<sup>40</sup> [Définis par l'Afnor](#) comme « l'organisation et les méthodes de travail mises en place pour garantir un niveau de qualité constant de vos produits et services ».



**RÉFÉRENTIEL** : ensemble des exigences à satisfaire pour obtenir le label<sup>41</sup>. Dans le cadre de la certification de produits et services, un référentiel 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. (Source : Art. L 433.3 du Code de la consommation.)

Le contenu d'un référentiel peut reprendre les exigences d'une norme existante, publique ou privée, certifiable ou non, spécifier des exigences propres, combiner les deux. Le référentiel d'un label peut être élaboré par des autorités publiques ou par des parties prenantes privées, ou par une combinaison.

### 3.3 Typologie des labels RSE

#### *Présentation d'une typologie de labels RSE<sup>42</sup>*

La cible visée, le secteur d'activité, l'aire géographique, le référentiel utilisé, le mode de contrôle et de sélection sont autant de paramètres qui peuvent varier d'un label à un autre. Il ressort de ces paramètres quatre types<sup>43</sup> de labels.

- 1. Labels généralistes** : ils s'adressent à tout type d'entreprise, sans distinction de secteur. Leur référentiel est basé sur l'ISO 26000 et bien que des déclinaisons de référentiels existent parfois selon le secteur, le label obtenu est le même pour toutes les entreprises. Ainsi : label Engagé RSE (Afnor Certification) ; label Lucie 26000 (Agence Lucie) ; label PME+ (Fédération des entreprises et entrepreneurs de France).

#### **LABELS INTERNATIONAUX ET ÉTRANGERS**

Le label B Corp, un des rares « labels<sup>44</sup> » à dimension internationale, est porté par l'association B Lab et présent dans plus de soixante pays. D'origine américaine, ce label porte un niveau d'exigences sociales très faible par rapport à la France. En Europe, on citera le label d'entreprise CEEP-CSR, porté par le CEEP (Centre européen des employeurs et entreprises fournissant des services publics et d'intérêt général).

Malgré quelques exemples de labels développés à l'étranger, les labels RSE semblent rester une démarche franco-française. On peut notamment citer comme labels créés à l'étranger : « Business Responsible Mark » porté par Business in the Community Ireland ; label CGEM pour la RSE, créé par la Confédération générale des entreprises du Maroc et octroyé aux entreprises établies au Maroc ; label Entreprise socialement responsable (ESR) porté par l'Institut national pour le développement durable et la Responsabilité sociale des entreprises (INDR).

Source : informations issues du rapport Labels RSE : État des lieux des pratiques et attentes des parties prenantes<sup>45</sup>.

<sup>41</sup> Définition dont se dote la Plateforme RSE.

<sup>42</sup> Cf. Annexe 5 – Exemples de labels RSE.

<sup>43</sup> Typologie définie par la Plateforme RSE.

<sup>44</sup> La « certification » dont parle B-Corp ne correspond pas à la définition réglementaire ni à celle retenue dans cet Avis.

<sup>45</sup> Ileri E., Mure E. et Shakirova R-E. (2020), [Labels RSE: État des lieux des pratiques et attentes des parties prenantes](#), Clinique de l'École de droit de Sciences Po.

- 2. Labels thématiques** : ils formulent des enjeux liés à une thématique précise. Par exemple : label Numérique Responsable (Agence Lucie) ; label égalité Afnor (Afnor) ; label enVol (CCI France), etc. On constate également la création, en fonction des événements, de labels dits « circonstanciels » à l’instar du label « Safe & Clean », supporté par l’Apave en réponse à la crise sanitaire liée au coronavirus, au niveau des territoires<sup>46</sup>.
- 3. Labels territoriaux** : ils sont géographiquement limités et portés par les autorités publiques locales. Par exemple : label Alsace Excellence (Agence de développement d’Alsace) ; label « Lyon Ville équitable et durable », etc. Certaines initiatives territoriales se développent en parallèle, comme le Parcours performant et responsable en Provence-Alpes-Côte d’Azur, qui propose aux TPE et PME locales un accompagnement à la RSE et un soutien financier public pour bénéficier de prestations de conseil en RSE, entrer dans une communauté d’entreprises engagées et valoriser leur propre engagement dans le Parcours.
- 4. Labels sectoriels** : ils sont destinés aux entreprises d’un même secteur d’activité avec un référentiel adapté à ses spécificités. Ils sont généralement développés par des fédérations professionnelles. On retrouve dans cette catégorie les labels des organismes engagés dans l’expérimentation de la Plateforme RSE, mais également : label Développement durable, Mon coiffeur s’engage (Institutions de la Coiffure)...

Comme on l’a déjà signalé, la diversité des labels peut affecter la crédibilité de la démarche : procédure d’évaluation (avec intervention ou non d’un organisme tiers indépendant ; auto-évaluation/ évaluation documentaire/évaluation sur site ; réévaluation régulière) ; mode d’obtention du label (attribué dès lors que l’entreprise dépasse un certain score (par exemple le label B-corp), ou assorti d’une mention selon le niveau atteint (par exemple le label Engagé RSE).

### **Les entreprises labellisées**

Selon une étude de Goodwill Management, les entreprises labellisées ou qui publient des informations RSE représentent 2 % des entreprises. 83 % des entreprises labellisées sont des PME et microentreprises<sup>47</sup>, avec un chiffre d’affaires médian de 2 400 000 euros.

Cette étude estime un taux de croissance (+7,6 % du CA sur la période) des entreprises labellisées supérieur à la moyenne des PME françaises (+1,6 %). De manière générale, l’étude de France Stratégie<sup>48</sup> notait en 2016 que « la RSE procure un gain de performance en moyenne de l’ordre de 13 % par rapport aux entreprises qui ne l’introduisent pas (toutes choses égales par ailleurs), en particulier quand elle relève de l’initiative volontaire et non de mesures contraignantes ».

---

<sup>46</sup> Le label a pour objectif de favoriser la reprise des entreprises recevant des clients à la sortie du confinement en rassurant clients et salariés sur le respect des mesures sanitaires dans le lieu labellisé.

<sup>47</sup> Étude Goodwill Management (2020), *Entreprises labellisées RSE : qui sont-elles ?*.

<sup>48</sup> Référence à mettre : [Responsabilité sociale des entreprises et compétitivité | France Stratégie \(strategie.gouv.fr\)](https://www.strategie.gouv.fr/fr/responsabilite-sociale-des-entreprises-et-competitivite)

## 4. Labels RSE sectoriels : des enjeux pour les PME et TPE

### 4.1 L'expérimentation des labels RSE sectoriels

Pour mobiliser et encourager les entreprises dans leur démarche RSE, la Plateforme RSE a lancé, en 2017, une expérimentation de labels RSE sectoriels adaptés aux très petites entreprises (TPE), aux petites et moyennes entreprises (PME) et aux entreprises de taille intermédiaire (ETI)<sup>49</sup>.

#### LES 18 FÉDÉRATIONS PARTICIPANT À L'EXPÉRIMENTATION (mai 2018-décembre 2019)

1. **Association des agences conseils en communication (AACC)** – *Métiers de la communication*
2. **Association française des industries de la détergence (AFISE)** – *Secteur de la détergence, de l'entretien et des produits d'hygiène industrielle*
3. **Club Génération Responsable** – *Commerce organisé*
4. **Coop de France** – *Coopératives agricoles de céréales, de meunerie, d'approvisionnement, d'alimentation du bétail et d'oléagineux*
5. **Fédération des SCOP BTP** – *Coopératives du Bâtiment et des Travaux publics*
6. **Institut national de la relation client (INRC)** – *Métiers de la relation client*
7. **Réunir** – *Transport routier de voyageurs*
8. **Syndicat national des associations d'assistance medicotechnique à domicile (SNADOM)** – *Prestataires de santé à domicile à but non lucratif*
9. **Syndicat national des organismes de formation de l'économie sociale (SYNOFDES)** – *Organismes de formation*
10. **Union nationale des industries de carrières et matériaux de construction (UNICEM)** – *Industries de carrières et matériaux de construction*
11. **Union nationale des industries de l'impression et de la communication (UNIIC)** – *Industries de l'impression et de la communication*
12. **Vignerons développement durable (VDD)** – *Filière viticole*
13. **Confédération nationale artisanale des instituts de beauté et des Spas (CNAIB SPA)** – *Secteur des métiers de l'esthétique et de la parfumerie*
14. **Coorace** – *Entreprises de l'insertion par l'activité économique*
15. **Demain la Terre** – *Producteurs de fruits et légumes*
16. **SYNABIO** – *Secteur de la bio (transformation et distribution spécialisée)*
17. **Fédération SYNTEC** – *Bureaux d'études techniques, cabinets d'ingénieurs-conseils et sociétés de conseil*
18. **Union française des métiers de l'événement (UNIMEV)** – *secteur de l'événementiel*

#### Bilan de l'expérimentation

Les secteurs de ces fédérations représentent plus de 1 300 000 entreprises. La grande majorité<sup>50</sup> (63 %) des entreprises adhérentes (au total environ 12 000 entreprises) a moins de 10 salariés ; 31 % de ces entreprises ont entre 10 et 250 salariés ; 5,5 % ont entre 250 et 5 000 salariés et moins de 0,5 % ont plus de 5 000 salariés.

<sup>49</sup> Plateforme RSE (2017), [Appel à candidature - Expérimentation de labels RSE sectoriels adaptés aux TPE, PME et ETI](#), juillet.

<sup>50</sup> Calcul effectué sur la base des données communiquées par 12 fédérations.

Le bilan de l'expérimentation par les fédérations fait état d'avancées :

- accroissement de la visibilité des démarches de labellisation (demandes de prises de parole ou d'informations sur le sujet ; accueil favorable par les parties prenantes impliquées ; intérêt d'autres fédérations professionnelles qui adaptent certaines méthodologies déployées) ;
- accompagnement par les fédérations plus construit et mature (renforcement de la cohésion et des échanges entre labellisés : création d'un club RSE, réunions collectives, etc. ; proposition de formations, webinaires ; maintien de partenariat financier) ;
- intérêt grandissant pour les entreprises (accroissement du nombre de labellisés ; renouvellement des labels ; satisfaction des entreprises engagées) ;
- montée en compétences des entreprises (meilleure compréhension des entreprises et de leurs collaborateurs du concept de RSE et de ses enjeux ; premiers rapports RSE de certains labellisés).

Des difficultés ont toutefois été signalées par les fédérations :

- manque de visibilité, notoriété et reconnaissance par les donneurs d'ordres et acteurs de financements régionaux ;
- méconnaissance des labels ;
- concurrence entre labels ;
- maintien de la dynamique et de l'engagement dans le temps des entreprises ;
- incompréhension des méthodologies d'audit et leur qualité ;
- manque de concrétisation auprès des fédérations voisines ;
- lourdeur du dispositif et temps passé sur les cas particuliers ;
- besoin de renforcement des équipes en interne ;
- manque de valorisation économique des démarches.

Le coût de la démarche de labellisation varie grandement d'une fédération à l'autre. À titre d'exemple, pour une entreprise de 50 salariés le coût pourra être de 4 000 à 13 000 euros. Pour les très petites structures, le coût de la démarche sera de l'ordre de quelques centaines d'euros. Les principaux postes de dépenses liées à la démarche mentionnés par les fédérations sont : les frais d'inscription, d'adhésion, de gestion, de communication auprès de la fédération, association ; les frais de pré-évaluation, de diagnostic initial ; les frais de formation initiale ; les frais d'accompagnement par des consultants ; et les frais liés à l'audit mené par l'OTI, ou experts indépendants.

À cela s'ajoute le temps passé et le coût jours/hommes de travail des salariés des entreprises engagées dans la démarche et la mise en œuvre de la labellisation.

Le retour d'expérience partagé par les fédérations sur ces dix-huit mois d'expérimentation peut se résumer dans cette matrice SWOT<sup>51</sup> :

Atouts	Faiblesses / Points d'amélioration
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Approche métier</li> <li>- Montée en puissance de la RSE dans les secteurs et les organisations professionnelles</li> <li>- Différenciation pour les entreprises</li> <li>- Accroissement de la visibilité des organisations professionnelles et des secteurs sur ce thème</li> <li>- Évolution de l'accompagnement proposé par les fédérations (ont gagné en maturité)</li> <li>- Appui sur ISO 26000</li> <li>- Satisfaction des entreprises accompagnées et labellisées</li> <li>- Montée en compétences des entreprises</li> <li>- Structuration de l'organisation interne (projet d'entreprises) vers l'amélioration continue</li> <li>- Ouverture aux parties prenantes</li> <li>- Demande des clients</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Des mesures d'impact social et environnemental insuffisamment approchées</li> <li>- Reconnaissance réelle et opérationnelle des donneurs d'ordres et des marchés publics</li> <li>- Coût et temps consacré à la démarche</li> <li>- Communication et manque de transparence</li> <li>- Concurrence entre labels</li> <li>- Maintien de la dynamique dans le temps</li> <li>- <i>Scoring</i> et évaluation : harmonisation des pratiques d'évaluation</li> <li>- Dialogue avec les parties prenantes</li> <li>- Les financements</li> <li>- Terminologie à préciser</li> </ul>
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> <li>- En phase avec l'actualité et le contexte institutionnel pour les PME : loi Pacte, rapport de la mission « Chapron-Dubost-Imalhayene »</li> <li>- Rôle de la formation dans l'accompagnement : rôle des OPCO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Approches sectorielles sont méconnues des grandes entreprises (CAC 40)</li> <li>- Grands groupes n'appuient pas réellement les expérimentations</li> <li>- Pas d'évolution de la réglementation des marchés publics</li> <li>- Concurrence d'autres types de démarche</li> </ul>

Sur la base des auditions et des documents fournis par les fédérations, une première appréciation d'ensemble sur cette expérimentation de « labels RSE<sup>52</sup> » peut être apportée. En effet, si les marges de manœuvre sont nombreuses pour élaborer un référentiel labellisable – d'autant plus qu'il s'agit de labels applicables à des secteurs d'activités différents –, un certain nombre d'exigences communes sont en effet attendues pour assurer leur pertinence, leur efficacité et leur crédibilité (voir sections I.1 « Impératifs de qualité pour construire la confiance » ; I.3.2 « Terminologie »<sup>53</sup>).

<sup>51</sup> AFOM en français, pour Atouts, Faiblesses, Opportunités, Menaces.

<sup>52</sup> Les guillemets rappellent que le terme « label » n'a pas encore été rendu applicable à des démarches RSE. C'est précisément l'objet de ce GT.

<sup>53</sup> Les enseignements ainsi obtenus pourront ensuite être rapprochés des recommandations issues du rapport de la mission « Chapron-Dubost-Imalhayene », *Rapport sur les labels RSE. Accompagner les entreprises et donner confiance à leurs parties prenantes*, en vue d'une charte publique pour l'élaboration de labels RSE.

On constate que les dispositifs expérimentés ne sont pas encore au niveau de toutes ces exigences et que certains sont plus avancés<sup>54</sup> que d'autres, mais des points positifs ressortent. Ils sont présentés plus en détail dans les sections suivantes de cet avis.

La grande majorité des référentiels expérimentés a pu se structurer grâce à la norme ISO 26000 qui a servi de ligne directrice pour leur architecture, ce qui sera donc recommandé – la spécification des objectifs de progrès ou de niveau s'opère à un autre échelon. Il convient cependant de toujours bien vérifier que les sept « questions centrales » d'une responsabilité sociétale (ISO 26000, art.6) sont significativement couvertes et traitées selon les « principes d'action » décrits dans cette norme (ISO 26000, art.4)<sup>55</sup>.

Au-delà, plusieurs points critiques sont aussi apparus, autour de deux enjeux clés qui conditionnent la reconnaissance et la valorisation de ces démarches RSE : l'enjeu de pertinence (des engagements et de la gouvernance du label) ; l'enjeu de crédibilité (résultats obtenus et fiabilité de l'évaluation).

Le bilan de cette expérimentation et de la littérature existante a permis d'identifier un certain nombre de risques ou de défauts qui conduisent à recommander des exigences dans l'élaboration d'un label RSE. Le tableau suivant présente comment les principes (colonne de gauche) pertinents pour évaluer la qualité (garantie de progrès social et écologique) d'un label se trouvent confrontés à des risques de défaillance (colonne centrale), et doivent donc être accompagnés de critères plus précis (colonne de droite) à la fois pour mettre en pratique ces principes de façon efficace (intérêt des porteurs de labels et des entreprises candidates) et permettre leur évaluation (intérêts conjoints des porteurs de labels, des entreprises candidates, ainsi que des parties prenantes et de l'autorité publique).

Principes proposés <sup>56</sup> pour évaluer la construction d'un label (+commentaire)	Risques et défauts identifiés	Exigences recommandées pour la reconnaissance d'un label RSE
<b>A. Pertinence des engagements et de la gouvernance du label</b>		
<b>A.1. Pertinence de la gouvernance du label</b>		
<b>Exemplarité*</b> <i>Préciser qu'elle doit concerner tous les acteurs du label (porteurs du référentiel ; OTI évaluateur ; OTI attributeur).</i>	Pas étudié.	>> Critères vérifiables à préciser pour rendre possible une évaluation en vue d'une reconnaissance publique d'un label RSE.
<b>Transparence sur l'organisme*</b> <i>Préciser qu'elle concerne l'organisme porteur du référentiel.</i>	Pas étudié.	>> Critères vérifiables à préciser pour rendre possible une évaluation en vue d'une reconnaissance publique d'un label RSE.

<sup>54</sup> Tel le référentiel « Human for Client » (INRC). Rappelons que l'expérimentation a débuté au plus tôt en 2018.

<sup>55</sup> Sur ISO 26000, cf. aussi section II.1.2.

<sup>56</sup> Les principes proposés proviennent du projet de charte publique porté par le rapport de la mission « Chapron-Dubost-Imalhayene », [Rapport sur les labels RSE. Accompagner les entreprises et donner confiance à leurs parties prenantes](#), et des travaux menés par la Plateforme RSE.

<p><b>Transparence sur les critères et le référentiel*</b>  <i>Concerne les exigences du référentiel, puis les critères d'attribution du label à partir du rapport d'audit (pondération, etc.).</i></p>	<p>&gt; L'accès au public au référentiel n'est pas systématique, ce qui nuit à une bonne information du client ou tout autre partie prenante.</p> <p>&gt; Trop peu de référentiels précisent le périmètre de l'engagement (société ? groupe ? périmètre du devoir de vigilance ?).</p> <p>&gt; Certains référentiels proposent la labellisation au niveau d'un site, ce qui pose problème : une entreprise peut-elle être responsable dans certains départements, sites, etc., et pas dans les autres ? Les filiales sont-elles concernées<sup>57</sup> ?</p>	<p>&gt;&gt; Rendre public le référentiel.</p> <p>&gt;&gt; Communiquer de manière transparente sur le périmètre couvert.</p>
<p><b>Représentativité*</b>  Elle doit être évaluée à deux niveaux :  1° représentativité du porteur du projet au niveau sectoriel (un label RSE sectoriel a vocation à devenir la norme dans son domaine et cette représentativité peut aussi faciliter une mutualisation des efforts ;  2° représentativité des parties prenantes : enjeu pour la pertinence du référentiel. L'indépendance des parties prenantes est aussi un ingrédient de la confiance à créer.</p>	<p>&gt; Certains labels sont proposés aux seuls adhérents au niveau de la branche ou du secteur. Dans tous les cas, la nomenclature de secteur, de branche ou de convention collective est trop peu spécifiée.</p> <p>&gt; La procédure pour le choix des parties prenantes n'est pas toujours spécifiée, alors que leur indépendance est essentielle, de même que leur rôle dans la co-production d'un référentiel pertinent.</p>	<p>&gt;&gt; Le label doit être ouvert à tous.</p> <p>&gt;&gt; L'intégration des parties prenantes dans le portage d'un label RSE doit respecter les « principes de RSE » (ISO 26000, art.4) et les « pratiques fondamentales de la responsabilité sociétale » (art.5 ISO 26000).</p> <p>Le référentiel doit notamment expliciter le mode d'association des parties prenantes (comité, etc.) et leur rôle (notamment pour la définition du contenu du référentiel et pour le suivi de son application).</p>
<b>A.2 Pertinence des engagements</b>		
<p><b>Matérialité*</b>  <i>La construction du référentiel doit permettre une évaluation des résultats, en niveau ou en progression, de l'entreprise. Toute promesse d'un label doit donc s'appuyer sur la matérialisation de l'enjeu, de l'objectif, et doit se traduire par des indicateurs quantitatifs et qualitatifs évaluables.</i></p>	<p>&gt; Insuffisante précision de nombreux référentiels : manque d'indicateurs quantifiés pour le diagnostic ou le suivi, pas d'échéance de réalisation.</p> <p>&gt; Matérialité focalisée sur les seuls risques pour l'entreprise.</p> <p>&gt; L'ensemble des sept « questions centrales de la responsabilité sociétale » (ISO 26000, art.6) n'est pas explicitement matérialisé par le référentiel.</p>	<p>&gt;&gt; Un référentiel ne peut être reconnu comme label sur la base d'intentions ou autres promesses non évaluables.</p> <p>&gt;&gt; Une matrice de matérialité (ou méthode équivalente) doit être réalisée et actualisée pour guider et évaluer l'architecture du référentiel. Elle doit :  1° identifier les conséquences sociales et écologiques de l'activité de l'entreprise et préciser leur degré de gravité et d'urgence ; 2° expliquer</p>

<sup>57</sup> Environ 60 % des PME font partie d'un groupe (souvent constitué de plusieurs PME), et même 90 % des PME entre 50 et 250 salariés (source : Insee).

		<p>celles que l'entreprise se donne comme priorités d'action.</p> <p>&gt;&gt; L'architecture d'un référentiel RSE doit préciser l'articulation et le traitement de chacune des sept « questions centrales de responsabilité sociétale » (art.6, ISO 26000).</p>
<p><b>Progression*</b></p> <p><i>La construction du référentiel permet de labelliser une entreprise qui n'est pas « parfaite » mais qui progresse significativement, sous réserve 1) que les engagements améliorent les exigences de la réglementation, et 2) que sa progression ait dépassé le stade de la sensibilisation et soit donc opérationnalisée (une prise de conscience ne peut suffire). NB : impacte aussi la crédibilité du label.</i></p>	<p>&gt; Insuffisante précision de nombreux référentiels : manque d'indicateurs quantifiés pour le diagnostic ou le suivi, pas d'échéance de réalisation.</p>	<p>&gt;&gt; Le référentiel doit proposer des indicateurs quantitatifs et qualitatifs évaluables (en niveau ou en progression), en spécifiant des échéances de réalisation.</p>
<p><b>Comparabilité<sup>(a)</sup></b></p> <p><i>Les exigences du référentiel doivent permettre de comparer les engagements, les actions et les résultats de l'entreprise par rapport à l'état des bonnes pratiques en la matière (pour lequel un standard international peut, entre autres, constituer une référence.</i></p>	<p>&gt; Toutes les expérimentations font référence à la norme ISO 26000 : 2010, et reprennent les sept « questions centrales ».</p> <p>&gt; Les référentiels font peu référence aux ODD pour définir les engagements de l'entreprise.</p>	<p>&gt;&gt; L'architecture d'un label RSE doit préciser l'articulation et le traitement de chacune des sept « questions centrales de responsabilité sociétale » (art.6, ISO 26000).</p> <p>&gt;&gt; S'il est pertinent, le référentiel doit expliciter le mode de prise en compte des ODD.</p>
<p><b>Bénéfices<sup>(b)</sup></b></p> <p><i>Les exigences du référentiel doivent viser une amélioration significative des effets sociaux et écologiques de l'activité économique.</i></p> <p><i>Les exigences doivent donc être évaluables et se doter d'objectifs significativement améliorants par rapport à la situation de départ.</i></p>	<p>&gt; Risque de confusion pour l'acheteur si le label n'est pas clairement différencié des signes de qualité existants (cf. maquis des labels).</p> <p>&gt; Risque d'engagements non significativement améliorants.</p>	<p>&gt;&gt; La reconnaissance d'un nouveau label présuppose que ses porteurs démontrent son « bénéfice Planet/People » attendu par rapport aux labels et certifications existants.</p> <p>&gt;&gt; (Cf. progression) Le référentiel doit proposer des indicateurs quantitatifs et qualitatifs évaluables (en niveau ou en progression), en spécifiant des échéances de réalisation.</p> <p>&gt;&gt; (Cf. crédibilité) Le label doit reposer sur une procédure d'évaluation robuste des impacts sociaux et écologiques de l'activité économique de l'entreprise à intervalles réguliers et sur un périmètre (territorial et organisationnel) pertinent.</p>



<b>B. Crédibilité du label : impacts et garanties</b>		
<b>B.1. Robustesse de l'évaluation</b>		
<p><b>Matérialité (cf. <i>supra</i>)</b> <i>La crédibilité du label repose d'abord sur le caractère évaluable de ses exigences.</i></p>	<p>&gt; risques de « <i>washing</i> » social ou écologique.</p> <p>&gt; Manque de moyens, manque de méthode (automatisme du recueil et archivage des données afférentes aux critères environnementaux, par exemple) ou manque de volonté pour construire l'information nécessaire au pilotage de la démarche RSE et son évaluation.</p>	<p>&gt;&gt; Cf. critères pour la pertinence : matérialité, progression et bénéfiques.</p> <p>&gt;&gt; Un label RSE crédible nécessite un dispositif de recueil d'informations pour la mesure et l'enregistrement des moyens mis en œuvre et des résultats obtenus.</p>
<p><b>Cohérence holistique</b> <i>(Cf. non-compensation) Une RSE est une démarche globale, holistique.</i></p>	<p>&gt; Respect de la réglementation comme prérequis.</p> <p>&gt; Respect de la couverture des sept « questions centrales » de la responsabilité sociétale.</p>	<p>&gt;&gt; L'audit d'évaluation doit aussi porter sur le respect de la réglementation, comme prérequis à une possible labellisation.</p> <p>&gt;&gt; cf. Critères de matérialité, progression et bénéfiques.</p>
<p><b>Adaptabilité*</b> <i>Utile pour définir différents niveaux de résultats selon le degré de maturité, mais à encadrer strictement car nuit à la transparence et à la comparabilité des exigences.</i></p>	<p>&gt; Risque de non-transparence et de non-comparabilité.</p>	<p>&gt;&gt; Le nombre de « degrés de maturité » doit être limité. Les exigences et performances requises pour accéder à chaque « degré de maturité » supérieur doivent être évaluables et transparentes.</p> <p>&gt;&gt; En cas de réglementation nouvelle affectant une des exigences de résultat ou de moyen du référentiel, le label RSE doit par définition s'adapter en retirant de son référentiel l'exigence correspondante.</p>
<b>B.2. Crédibilité des garanties</b>		
<p><b>Séparation des compétences*</b> <i>Elle vise les relations entre l'organisme porteur du référentiel, l'OTI évaluateur, l'OTI accréditant les évaluateurs, et l'OTI attributeur du label.</i></p>	<p>&gt; Risque d'allègement des exigences du fait d'intérêts croisés.</p> <p>&gt; Risque d'évaluation défaillante par manque de compétences ou de moyens.</p>	<p>&gt;&gt; Audit d'évaluation par un OTI.</p> <p>&gt;&gt; Accréditation de l'OTI par une procédure fiable (Cofrac).</p> <p>&gt;&gt; Procédure d'attribution du label explicitée et transparente vis-à-vis de l'ensemble des parties prenantes.</p>
<p><b>Principe de cohérence holistique&gt; principe d'évaluation globale</b> <i>Une RSE est une démarche globale, holistique. Une performance insuffisante sur une question centrale ou une</i></p>	<p>&gt; Tous les référentiels ne prévoient pas de score minimal ni de note éliminatoire mais des entreprises l'ont demandé, ainsi qu'une pondération des critères plutôt</p>	<p>&gt;&gt; Le référentiel doit affirmer et concrétiser comment s'applique le principe de non-compensation (« points bloquants » ; « note plancher » ; « note éliminatoire » ; etc.). Il doit</p>

<i>exigence critique ne peut donc être compensée par une bonne performance dans un autre domaine.</i>	qu'une simple moyenne arithmétique des scores.	préciser aussi les critères permettant de conclure à une insuffisance de réalisation des engagements.
<b>Transparence dans la communication de l'entreprise</b>	> Risque de non-compréhension par les parties prenantes (clients et autres) à cause d'une communication abusivement flatteuse (intentionnellement ou non).	>> Cf. transparence du référentiel. >> Cf. explicitation du périmètre de la labellisation. >> Mention du « niveau de maturité » à afficher clairement avec la mention du label. >> Ne pas autoriser la référence à un label RSE dans la communication sur les produits (étiquetage, emballage, etc.) afin d'éviter tout risque de confusion.
<b>Recours, règlements des litiges et réclamations</b>  <i>Possibilité de recours des entreprises du secteur sur la décision de non-attribution.</i>  <i>Possibilité de recours de tierces parties sur l'attribution ou le maintien du label à une entreprise.</i>	> Risque d'erreur dans l'évaluation aboutissant à une non-labellisation.  > Risque de comportements non conformes (plusieurs référentiels prévoient des dispositifs permettant aux parties prenantes de signaler les pratiques d'une entreprise qui apparaîtraient en contradiction avec le référentiel du label).	>> Le référentiel doit prévoir un dispositif de réclamation des évaluations et décisions d'attribution.  >> Le référentiel doit prévoir un dispositif permettant aux parties prenantes de signaler les pratiques d'une entreprise en contradiction avec le référentiel.

\* L'astérisque signale que le principe provient du projet de charte publique porté par le rapport de la mission « Chapron-Dubost-Imalhayene ».

(a) La « comparabilité avec les meilleurs standards internationaux » proposée dans le rapport Dubost n'a pas été identifiée en tant que telle comme critère pertinent pour la reconnaissance de labels RSE.

(b) Le principe de « bénéfique pour l'entreprise », proposé par le rapport « Chapron-Dubost-Imalhayene », n'est pas retenu ici en tant que tel : il est certes une condition de faisabilité pour l'entreprise (voir aussi section I.1 de cet avis) mais ne constitue pas un élément de la qualité garantie par un label. De plus, assigner un tel objectif à un label conçu pour améliorer l'impact écologique et social de l'activité économique de l'entreprise peut sembler contradictoire. Le principe de « simplicité », proposé par le rapport Dubost, n'est pas retenu dans ce tableau car il n'est pas un attribut constitutif d'un label. Le principe de « simplicité » est compris par ailleurs par la Plateforme RSE comme faisant référence à la lisibilité et l'accessibilité du référentiel. De même, « l'accessibilité » est aussi un principe pertinent pour faciliter l'engagement des entreprises, mais elle ne contribue pas à la définition même des engagements portés par le label ni à leur fiabilité.

## 4.2 Enjeu de crédibilité des labels

### *Attentes des organisations de la société civile : quels impacts réels ?*

Les organisations de la société civile soulignent deux enjeux essentiels à la crédibilité d'une démarche RSE : la capacité à produire des avancées concrètes sur les enjeux sociaux, fiscaux et environnementaux ; la capacité à vérifier ces avancées. Pour que la démarche de « labellisation RSE » soit reconnue par des parties prenantes externes, il faut donc des engagements délimités dans le temps et sur des critères « objectifs et vérifiables<sup>58</sup>. »

Cela ne peut être pertinent que si la labellisation porte sur des thèmes précis. En effet, avec l'idée de « label RSE » émerge celle de représenter avec un seul indicateur toutes les dimensions de l'entreprise. Mais l'on ne peut opérer de pondération entre des dimensions incommensurables (sociales, environnementales, fiscales) : une bonne note sur certains critères ne peut « compenser » une mauvaise note sur d'autres. De même, à qui décernerait-on de tels labels ? À l'entreprise dans sa globalité ? À un établissement ? Autant de questions qui invitent à établir des critères robustes, pour l'attribution de labels sur des enjeux précis, clairement délimités. Les associations se doivent de ne pas être complaisantes, même quand elles se trouveraient impliquées dans un label<sup>59</sup>.

Afin de veiller à la pertinence et à l'ambition de tels labels, la participation des parties prenantes externes est une condition essentielle. Il a été souligné l'importance de penser, en amont, aux critères de sélection des parties prenantes qui participent à la définition d'un label. Inclure les personnes directement impactées par l'activité de l'entreprise et concernées par le sujet abordé *via* ce label est aussi primordial. À la condition que les modalités de gouvernance soient clairement établies : engager les parties prenantes revêt un intérêt si celles-ci peuvent modifier les critères d'obtention du label ; si elles peuvent se retirer du processus et ne pas apparaître comme créatrices du label si elles ne soutiennent pas la version finale du label ; si elles peuvent demander à rouvrir à intervalle régulier les critères d'attribution du label afin de suivre son efficacité. L'enjeu est ici de permettre de prendre en compte leur expérience, sans les instrumentaliser. Les personnes ou communautés impactées par l'activité des entreprises sont en mesure d'identifier les impacts et de porter des points d'attention aux enjeux qu'elles jugent importants en raison de leur expérience et de leur vécu<sup>60</sup>. (Cf. partie II. 2 : Implication des parties prenantes.)

La question de l'impact réel des labels RSE en matière environnementale et sociale s'inscrit de manière plus générale dans les enjeux de la mesure d'impact qui vise à évaluer les effets, positifs comme négatifs, qu'une entreprise a sur la société. En France comme à l'international, un nombre croissant d'expérimentations et d'outils pour la mesure d'impact se développent, en matière environnementale, sociale et sociétale, ou encore

<sup>58</sup> Audition de Swann Bommier, chargé de plaidoyer, CCFD-Terre solidaire, le 23 juin 2020.

<sup>59</sup> Audition de Sandrine Bélier, directrice, Humanité et Biodiversité, le 23 juin 2020.

<sup>60</sup> Audition de Swann Bommier, chargé de plaidoyer, CCFD-Terre solidaire, le 23 juin 2020.

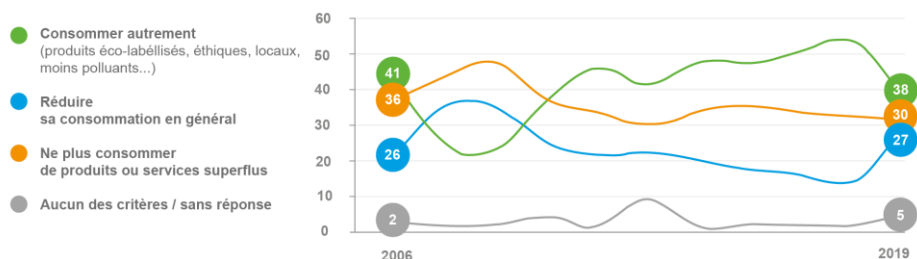
territoriale<sup>61</sup>. Cependant, les progrès en termes de méthodologie et d'harmonisation des pratiques, de développement d'indicateurs sont attendus.

### Attentes des consommateurs

#### Tendance générale : consommation responsable

Les Français revoient leur conception d'une « consommation responsable ». Selon le baromètre Greenflex-Ademe 2019 de la « consommation responsable<sup>62</sup> », ils déclarent que la consommation de produits durables ne suffit plus (38 % des Français, soit -15 points depuis 2017, considèrent encore que « consommer responsable » signifie « consommer autrement »), mais qu'il faudrait plutôt supprimer le superflu et réduire sa consommation en général. Au niveau européen, si tous se posent en acteurs du « consommer mieux », la France émerge comme l'exception européenne sur le « consommer moins » et le « faire autrement ».

#### Les produits durables ne suffisent plus, consommer moins devient une réalité



Source : baromètre Greenflex – ADEME 2019 de la consommation responsable

L'intérêt pour la consommation responsable et l'équitable concerne désormais toutes les catégories de consommateurs et non plus seulement les CSP+. Cet accroissement de la consommation responsable va de pair avec un besoin d'information et de transparence. De nombreux « labels » se développent en effet de manière opportune sur ce terrain d'une demande croissante des consommateurs de RSE, de développement durable, et de signes distinctifs.

#### Les consommateurs ont besoin d'information

L'information est indispensable pour rassurer les consommateurs, quand elle peut reposer sur des évaluations crédibles. En effet, toujours selon le baromètre Greenflex-Ademe 2019<sup>63</sup>, 64 % des Français ont l'impression d'avoir de plus en plus de mal à s'informer correctement et seuls 25 % considèrent que les entreprises leur donnent assez d'informations sur les conditions de fabrication des produits. La défiance envers les grandes entreprises est toujours au plus haut : seuls 27 % des Français leur font

<sup>61</sup> Plateforme RSE (2019), RSE et performance globale : mesures et évaluations. État des lieux des pratiques.

<sup>62</sup> [Baromètre Greenflex-Ademe 2019 de la consommation responsable.](#)

<sup>63</sup> [Ibid.](#)

confiance. Certes 63 % accordent plus de confiance aux entreprises qui proposent des produits durables. Mais cette confiance est fragile, comme l'ont illustré par exemple les reculs du chiffre d'affaires du commerce équitable en France au début des années 2010, faute d'avoir pris suffisamment la mesure de ses limites et de certains abus (Karpyta, 2009), malgré les avantages réels procurés aux producteurs bénéficiaires<sup>64</sup>. (AVSF, 2005 ; Duquesne, 2007.)

Reprenant l'étude d'Ethicity-Greenflex<sup>65</sup>, Blaise Desbordes<sup>66</sup> souligne que pour restaurer la confiance des consommateurs français envers les entreprises, il faut des réponses crédibles à leurs attentes en matière d'offre (proposer des produits plus sains, s'engager à réduire l'impact environnemental et sociétal des produits, développer l'offre de produits locaux) ; de transparence (sur la composition des produits) ; de communication (être moins invasif et apporter des arguments vérifiables) et de devoirs de solidarité (payer ses impôts en France, être éthique). Sans oublier (cf. étude Greenflex-Ademe citée *supra*) que, face aux abus de communication des entreprises et comprenant de mieux en mieux les problématiques de la crise écologique, les Français envisagent de plus en plus une consommation plus sobre.

### **Points de vigilance : besoin d'engagements réels, de transparence et de garanties**

Les associations de consommateurs s'inquiètent de ce que « les communications des entreprises sont pleines d'imagination pour séduire les consommateurs et se déclarer vertes, durables... Mais ces affirmations reposent souvent sur des auto-déclarations qui ne peuvent être prises au sérieux par les consommateurs qui, eux, désirent de la transparence, des engagements réels, des garanties, etc.<sup>67</sup>. »

« L'association Léo Lagrange pour la Défense des consommateurs souhaite qu'un label de qualité RSE puisse refléter des informations sur l'engagement des entreprises dans ce domaine, encadrées par un référentiel robuste donnant l'assurance d'une démarche RSE engagée crédible, impactant toute la chaîne de valeurs, évaluée par une tierce partie, voire même certifiée pour certains qui pourrait séduire de plus en plus de consommateurs. Ce référentiel qu'il nous faut construire précisera les informations nécessaires à donner et la manière de les mettre à disposition des consommateurs. Il permettra d'imposer sur le marché un label sérieux afin de couper court à tout label plus ou moins complet et, à terme, de devenir la référence pour les consommateurs souhaitant acheter des produits et services fabriqués et distribués par des entreprises responsables<sup>68</sup>. »

La crédibilité du référentiel repose sur sa robustesse et son accessibilité, une gouvernance clarifiée avec l'implication des parties prenantes et l'évaluation tierce partie.

---

<sup>64</sup> Karpyta F. (2009), *La face cachée du commerce équitable*, Paris : François-Bourin.

<sup>65</sup> Ethicity-Greenflex (2017), *Les Français et la consommation responsable*.

<sup>66</sup> Audition de Blaise Desbordes, directeur général de Max Havelaar France, le 25 septembre 2020.

<sup>67</sup> Audition de Yves Huguet, Association Leo Lagrange pour la Défense des consommateurs, et co-rapporteur du présent avis, le 25 septembre 2020.

<sup>68</sup> *Ibid.*

### 4.3 Enjeu de pertinence

L'approche sectorielle permet de mieux s'adapter aux enjeux et problématiques spécifiques d'un secteur. Cela peut aussi faciliter son appropriation par les entreprises du secteur concerné.

Pour Mathieu Rosy<sup>69</sup>, délégué général du Syntec, l'intérêt d'un label sectoriel RSE est de pouvoir se centrer « sur le métier », à l'inverse de démarches jugées trop généralistes ou trop territoriales, et d'apporter de la clarification dans le contexte « d'un maquis de labels, de certifications et de démarches naissantes au niveau des territoires ».

Le rapport de la délégation sénatoriale aux entreprises, *Comment valoriser les entreprises responsables et engagées*<sup>70</sup>, note le rôle particulier des fédérations professionnelles. « L'accessibilité de la RSE aux PME doit être recherchée par une simplification et la diffusion de labels sectoriels, co-construits avec les fédérations professionnelles. Ces dernières sont les mieux à même d'identifier les critères des normes RSE les plus pertinents pour elles. »

Cependant il convient aussi de ne pas oublier que cette pertinence se co-construit avec des parties prenantes externes indépendantes (cf. 4.2). Et que la demande de « simplification » peut aller à l'encontre de l'objectif visé si elle ouvre la porte d'une part à une moindre ambition des exigences de performance sociale ou écologique et, d'autre part, à de moindres garanties (information insuffisante ou invérifiable ; audits moins robustes).

### 4.4 Enjeu de valorisation et de reconnaissance

La valorisation et la reconnaissance des labels est une condition d'entraînement du plus grand nombre. Dans le cadre de l'expérimentation des labels sectoriels, c'est un sujet de préoccupation pour les fédérations et les entreprises de toutes tailles.

#### *Reconnaissance par les donneurs d'ordres*

#### **Constat : Peu de reconnaissance de la part des donneurs d'ordres**

Les donneurs d'ordres ont la capacité d'introduire des critères « RSE » dans leur politique d'achats, et de soutenir et valoriser ainsi les efforts d'un fournisseur. Mais cette reconnaissance, notamment financière, est jugée aujourd'hui globalement insuffisante par les fédérations engagées dans l'expérimentation. Ce constat est cependant à nuancer en fonction du secteur et de la taille du fournisseur. En effet, selon l'enquête « RSE : la parole aux fournisseurs », plus la taille d'un fournisseur est importante, plus les sollicitations sont fréquentes. « Alors que la moitié des TPE sont sollicitées sur les sujets RSE, près de 79 % des PME le sont par leurs donneurs d'ordres. »

---

<sup>69</sup> Audition de Mathieu Rosy, délégué général du Syntec, le 10 juillet 2020.

<sup>70</sup> Lamure E. et Le Nay J. (2020), [Rapport de la délégation sénatoriale aux entreprises Comment valoriser les entreprises responsables et engagées ?](#), juin.

## 10 MESSAGES CLÉS DE L'ENQUÊTE : RSE : LA PAROLE AUX FOURNISSEURS (Bpifrance-Orse-PwC<sup>71</sup>)

1. **La RSE est un passage obligé dans la relation donneurs d'ordres-fournisseurs, tendance renforcée par la loi sur le devoir de vigilance** : plus de 70 % des fournisseurs interrogés sont régulièrement sollicités par leurs clients sur les sujets de RSE.
2. **Les demandes RSE se concentrent notamment au moment de l'appel d'offres**. Dans 54 % des cas, les fournisseurs doivent satisfaire des critères RSE pour postuler à un appel d'offres. Dans 35 % des cas, cela se traduit par la signature d'une clause contractuelle. Dans 26 % des cas, il s'agit d'un label ou d'une certification en cours ou entreprise.
3. **Des TPE-PME majoritairement convaincues de l'intérêt d'une démarche RSE** : 61 % des fournisseurs reconnaissent que les demandes RSE de leurs clients les conduisent à améliorer leurs offres et processus, et peuvent représenter une source de nouvelles opportunités.
4. **Des sollicitations qui conduisent les fournisseurs à structurer leur gouvernance RSE**. 60 % des entreprises répondantes n'ont pas de personnes dédiées aux questions RSE, et ce, ni à temps partiel, ni même en complément d'autres responsabilités.
5. **Des questionnements RSE encore trop génériques et pas suffisamment centrés sur les enjeux matériels des fournisseurs**. Les sollicitations principales concernent la santé-sécurité, la gestion de déchets, l'éthique, les relations et conditions de travail.
6. **La RSE est une condition importante d'accès aux marchés, mais a encore peu d'impact sur les prix de vente**. 79 % des fournisseurs interrogés expliquent qu'ils ne parviennent pas à valoriser leurs performances RSE au travers des prix de vente de leurs produits ou services.
7. **Près de la moitié des fournisseurs constatent une évolution positive de la relation entre donneur d'ordres et fournisseur ces dernières années**. Cependant un manque de cohérence avec d'autres enjeux majeurs est constaté.
8. **Les fournisseurs sont souvent laissés sans accompagnement** face aux demandes croissantes des donneurs d'ordres.
9. **Les fournisseurs appellent à plus de transparence**. Plus de la moitié des fournisseurs ressentent un manque de communication et de transparence de la part des clients, notamment le fait que la pondération des critères RSE ne soit pas communiquée lors des appels d'offres, et que les clients ne fassent pas de retours à la suite des réponses RSE apportées.
10. **L'exemplarité des donneurs d'ordres est fortement attendue, en matière d'achats mais aussi plus globalement en termes de cohérence sur leurs engagements responsables**.

Si la thématique n'est plus un sujet inconnu dans les relations donneurs d'ordres-fournisseurs, cela ne se traduit pas encore par une reconnaissance suffisante des démarches RSE.

### Enjeu de la valorisation de la labellisation au niveau du produit ou service

Le faible consentement à payer pour une qualité RSE est donc un sujet majeur, confirmé par cette enquête Bpifrance-Orse-PwC, ainsi que par les fédérations expérimentant des labels RSE, comme l'atteste Florence Pradier, directrice générale de La Coopération

<sup>71</sup> Bpifrance-Orse-PwC (2019), [Enquête « RSE : la parole aux fournisseurs ! »](#).

agricole<sup>72</sup>. Ces constats peuvent menacer dans certains cas la capacité à investir dans une démarche RSE<sup>73</sup>. Benjamin Perdreau, responsable RSE à La Coopération agricole témoigne du fait que l'impact de l'engagement RSE sur le prix des produits/services est difficile à quantifier : « Il n'existe pas de mesure économique avant et après la mise en place d'une démarche RSE. Aujourd'hui, la problématique dans l'agroalimentaire est la valorisation des démarches RSE et agroécologiques. On aura une valorisation de démarches biologiques, mais pas des démarches comme HVE (Haute Valeur Environnementale<sup>74</sup>). Il y a beaucoup de difficultés à valoriser la RSE dans les négociations commerciales. »

Dans le secteur des agences de communication, Gildas Bonnel témoigne aussi que la démarche n'est pas valorisée par les clients et annonceurs. « Nous argumentons auprès des annonceurs pour qu'ils choisissent des agences dans une logique de temps long et pas uniquement dans une logique de rationalisation des coûts. Le fait de s'arrimer au temps long, de mettre en avant l'importance de la co-construction de la démarche, de développer une vision commune doit permettre une évolution positive des pratiques, des situations de *win-win* pour les agences et les annonceurs. »

### **Reconnaissance par les pouvoirs publics**

Les fédérations engagées dans l'expérimentation des labels RSE sectoriels considèrent la reconnaissance et le soutien des pouvoirs publics comme très faibles, voire absents. Elles jugent pourtant cette reconnaissance essentielle pour identifier et différencier les labels « robustes » et donner plus de visibilité et de crédibilité à ceux reconnus.

Jusqu'à présent l'absence de robustesse des démarches RSE – à la différence des démarches de garanties écologiques type éco-labels – n'a pas permis une reconnaissance réglementaire, et a même plutôt suscité une demande d'encadrement réglementaire des allégations RSE.

En outre, les acheteurs publics qui tentent de promouvoir l'achat responsable depuis la fin des années 2000 se sont heurtés soit à l'action contentieuse d'entreprises concurrentes (cf. arrêt Chiffoleau 2018 – Annexe 6), soit aux principes utilitaristes du Code des marchés publics.

Malgré les possibilités réglementaires déjà ouvertes favorisant l'accès des PME responsables aux marchés publics<sup>75</sup>, le Code des marchés publics nécessite notamment d'être réformé.

---

<sup>72</sup> Audition de Florence Pradier, directrice générale de La Coopération agricole, le 10 juillet 2020.

<sup>73</sup> [http://positivebusiness.parisnanterre.fr/axemkt\\_fr.html](http://positivebusiness.parisnanterre.fr/axemkt_fr.html)

<sup>74</sup> Haute Valeur environnementale (HVE) correspond au niveau 3 de la certification environnementale. Ce niveau est fondé sur des indicateurs de résultats relatifs à la biodiversité, la stratégie phytosanitaire, la gestion de la fertilisation et de l'irrigation.

<sup>75</sup> Par exemple, outre la référence à des certifications écologiques :

– l'article 14 autorise expressément la fixation dans le cahier des charges d'un marché public, de conditions d'exécution permettant de promouvoir l'emploi des personnes rencontrant des difficultés particulières d'insertion, de lutter contre le chômage ou de protéger l'environnement.



## La commande publique : un levier pour le développement durable

Les PME représentent 28 % de la valeur des marchés publics de l'État et des collectivités territoriales<sup>76</sup>. Toutefois, la prise en compte d'une démarche RSE n'est pas assez reconnue sur les marchés publics pour constituer un véritable levier auprès de leurs dirigeants.

Benoît Dingremont<sup>77</sup>, sous-directeur du droit de la commande publique à la direction des Affaires juridiques du ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance, souligne une évolution du cadre juridique de la commande publique depuis une dizaine d'années, permettant une meilleure prise en compte du développement durable<sup>78</sup>. Le développement durable peut être pris en compte dans toutes les phases du marché, de la passation à l'exécution. Différentes modalités sont possibles à différents stades : définition du besoin, conditions d'exécution, et analyse des candidatures et des offres des candidats<sup>79</sup>.

Toutefois, cette prise en compte n'est possible, selon l'article L. 2112-3 du Code de la commande publique<sup>80</sup>, que lorsqu'un lien avec l'objet du marché est établi.

La jurisprudence actuelle récuse l'introduction dans l'appel d'offres de clauses sur la politique globale de l'entreprise (sa politique RSE dans le cas de l'arrêt « Chiffolleau » du conseil d'État en 2018). Cette jurisprudence du « lien avec l'objet du marché » est aujourd'hui rappelée dans le guide de bonnes pratiques pour faciliter l'accès des TPE/PME à la commande publique<sup>81</sup>.

Différentes pistes pour lever ces blocages sont donc à explorer. Sur la question d'assouplir le lien entre « critère » et « objet du marché », il y a débat. Pour certains, cela ne nécessiterait qu'une modification à la marge du Code des marchés publics<sup>82</sup> « qui consisterait à considérer de façon plus large l'objet du marché au-delà de son exécution ».

---

– L'encouragement de l'allotissement ; le relèvement des seuils d'appels d'offres (en particulier pour les marchés non formalisés) ; l'assouplissement des marchés publics ayant pour objet des services récréatifs, culturels et sportifs.

<sup>76</sup> Source : [Commande publique : un levier au service des PME innovantes | economie.gouv.fr](https://www.economie.gouv.fr/comm/la-commande-publique-un-levier-au-service-des-pme-innovantes)

<sup>77</sup> Audition de Benoît Dingremont, sous-directeur du droit de la commande publique à la direction des Affaires juridiques du ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance, le 16 octobre 2020.

<sup>78</sup> Article L. 2111-1 du Code de la commande publique : La nature et l'étendue des besoins à satisfaire sont déterminées avec précision avant le lancement de la consultation en prenant en compte des objectifs de développement durable dans leurs dimensions économique, sociale et environnementale.

<sup>79</sup> Cf. Annexe 6 : la commande publique : un levier pour le développement durable – rappel des textes en vigueur.

<sup>80</sup> Selon l'article L. 2112-3 du Code de la commande publique : « Les conditions d'exécution qui se rapportent aux travaux, fournitures ou services objet du marché, à quelque égard que ce soit et à n'importe quel stade de leur cycle de vie sont réputées liées à l'objet du marché. Elles peuvent notamment se rapporter à un processus spécifique de production, de fourniture ou de commercialisation ou à un processus spécifique lié à un autre stade du cycle de vie, même lorsque ces éléments ne ressortent pas des qualités intrinsèques des travaux, fournitures ou services. »

<sup>81</sup> DAJ/OECP (2019), [Guide pratique pour faciliter l'accès des TPE/PME à la commande publique](#), juin.

<sup>82</sup> Audition de Pierre-Charles Pautrat, direction de la commande publique – métropole nantaise (citation de J. Fournier de Laurière, ancien président de la CAA Paris).

Pour d'autres, seule une révision de la directive européenne<sup>83</sup> pourrait permettre une révision éventuelle du Code de la commande publique.

À plus court terme, des mesures peuvent être prises pour faire évoluer les pratiques de la commande publique, en particulier concernant la sensibilisation et la formation des acheteurs, afin de les inciter à utiliser pleinement les dispositions du Code des marchés publics en matière d'achat responsable<sup>84</sup>. Cela est consacré dans les directives européennes et le Code de la commande publique *via* le *sourcing*<sup>85</sup>.

Par ailleurs, il existe des réseaux régionaux sur l'achat public durable, et les faire dialoguer peut permettre un plus grand partage de bonnes pratiques, inciter à modifier les habitudes d'achat pour approfondir la démarche qualité. Un inter-réseaux commande publique et développement durable, regroupant dix réseaux régionaux, est ainsi animé par le Commissariat général au développement durable<sup>86</sup>.

### RÉVISION DU PLAN NATIONAL D'ACTION POUR DES ACHATS PUBLICS DURABLES<sup>87</sup> (PNAAPD)

L'élaboration d'un plan national d'action pour des achats publics durables (PNAAPD) répond à une politique européenne impulsée depuis 2003, visant à **inciter les acteurs publics à une plus grande exemplarité dans leurs achats**. Il a pour vocation d'organiser les actions nationales en faveur de l'achat public durable et de fédérer les différents acteurs en charge de l'achat public au sein de l'État, des collectivités territoriales et des établissements publics hospitaliers.

L'élaboration de la 3<sup>e</sup> édition du Plan est l'occasion d'élaborer de manière concertée une **feuille de route nationale en faveur de la commande publique**. Cette élaboration est actuellement à l'étape de concertation des parties prenantes. Les principaux acteurs de la commande publique sont invités à participer aux travaux afin de conforter le rôle de la commande publique en tant que levier majeur de prise en compte du développement durable.

---

<sup>83</sup> [Directive 2014/24/UE du parlement européen et du conseil du 26 février 2014 sur la passation des marchés publics et abrogeant la directive 2004/18/CE](#) ;

<sup>84</sup> Audition de Benoît Dingremont, sous-directeur du droit de la commande publique à la direction des Affaires juridiques du ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance, le 16 octobre 2020.

<sup>85</sup> Direction des Achats de l'État, *Guide de l'achat public : le sourcing opérationnel*, 2019.

<sup>86</sup> <https://www.ecologie.gouv.fr/achats-publics-durables>

<sup>87</sup> Source : CGDD.

## Soutiens et incitations des pouvoirs publics : quels avantages accordés aux entreprises ?

Dès le Grenelle de l'environnement, notamment avec l'engagement n°202<sup>88</sup>, la possibilité d'accorder des avantages aux entreprises, notamment fiscaux, est mentionnée, sans toutefois en préciser les contours. Cet engagement a été traduit dans la loi du 3 août 2009, dite « Loi Grenelle I » (article 53 § 9), puis modifié par la loi n° 2019-486 du 22 mai 2019 – art. 172)<sup>89</sup>.

Reprenant l'esprit de la loi du 3 août 2009, la délibération paritaire<sup>90</sup> sur la RSE dans les TPE-PME signée en 2017 par la CPME et cinq organisations syndicales de salariés (CFE-CGC, CFTD, CFTC, CGT, FO) souligne qu'il est logique et cohérent de valoriser et de soutenir les TPE/PME entrées dans une démarche RSE, et d'inciter celles qui ne l'ont pas encore fait. Soutenant le principe d'une labellisation au terme d'un contrôle spécifique d'un tiers indépendant, la délibération précise : « Étant entendu qu'elles ne sauraient déroger à leurs obligations légales, les entreprises pourraient bénéficier par ce label **d'une simplification des contrôles administratifs**. Les entreprises pour lesquelles le label est octroyé pourraient être inscrites sur une liste rendue publique leur permettant ainsi un accès facilité dans l'attribution de marchés publics. »

Ce positionnement est également repris en juin 2018 par les partenaires sociaux<sup>91</sup> pour qui « l'obtention d'une labellisation, **garantie par une tierce partie et reconnue par les pouvoirs publics**, viendra couronner et valoriser leurs efforts ». Ils précisent que « les PME ainsi labellisées pourraient bénéficier d'une véritable reconnaissance leur permettant notamment **d'accéder plus facilement aux marchés publics et de bénéficier de contrôles administratifs adaptés** ».

En écho à ces positionnements, les travaux menés au sein de la CPME<sup>92</sup> ont permis d'identifier différentes mesures afin d'inciter les entreprises à s'engager dans un processus de labellisation RSE sectorielle.

---

<sup>88</sup> L'engagement n°202 du Grenelle de l'environnement : « Instaurer des "labels d'entreprises responsables" pour les PME, décernés à partir de l'expertise d'organismes certificateurs indépendants et accrédités sur la base de référentiels à élaborer en cohérence avec les référentiels internationaux. À cette labellisation seraient attachés des avantages, notamment fiscaux. »

<sup>89</sup> La version en vigueur depuis le 24 mai 2019 indique : « L'État appuiera la création, pour les entreprises de toute taille, de labels, attribués sur la base de référentiels pouvant présenter un caractère sectoriel et territorial, élaborés, le cas échéant, par les fédérations professionnelles, qui attestent la qualité de leur gestion dans les domaines environnementaux et sociaux et leur contribution à la protection de l'environnement, et la mise en place d'un mécanisme d'accréditation des organismes certificateurs indépendants chargés de les attribuer. Il soutiendra de la façon la plus appropriée, y compris fiscale, les petites et moyennes entreprises qui s'engageront dans la voie de la certification environnementale. »

<sup>90</sup> [Délibération commune des partenaires sociaux sur la « RSE dans les TPE-PME »](#) signée le 21 décembre 2017.

<sup>91</sup> Communiqué de presse (2018), « [Les partenaires sociaux s'engagent en matière de RSE dans les PME](#) ».

<sup>92</sup> Audition de Sandrine Bourgogne, secrétaire générale adjointe, et Sarah Rachi, responsable RSE, CPME, le 9 novembre 2020 – présentation des travaux en matière d'incitations à destination des entreprises pour s'engager dans un processus de labellisation.

« Des soutiens pourraient d'une part être accordés aux entreprises qui souhaitent s'engager dans des démarches de labellisation telles que les dispositifs d'accompagnement, d'aides publiques, la création d'un prêt présentant des conditions avantageuses, la mise en place d'un crédit d'impôt RSE sur le modèle du crédit d'impôt recherche (CIR). »

Des avantages pourraient d'autre part être attribués par les pouvoirs publics aux entreprises dont la démarche RSE est attestée par un organismes tiers indépendant. « En particulier : adapter et "simplifier les contrôles administratifs" relatifs au respect des obligations environnementales et sociales ; rendre possible l'inscription des dépenses de conseil, d'accompagnement et de formation liées à la RSE à l'actif du bilan afin de permettre l'amortissement comptable de ces frais ; bonifier, en fonction du niveau de maturité atteint, les aides publiques relatives aux projets de transition écologique et énergétique ; octroyer des garanties publiques, des primes d'assurance adaptées et inciter les banques et assurances à proposer un accès à des taux privilégiés ; ou encore octroyer des primes d'assurance adaptées et inciter les banques et assurances à proposer un accès à des taux privilégiés pour la RCAE (Responsabilité civile Atteinte à l'environnement)<sup>93</sup>. »

---

<sup>93</sup> *Ibid.*



## II. PROCESSUS DE LABELLISATION : CONSTRUIRE DES CHAÎNES DE CONFIANCE

---

Un référentiel pertinent, vérifiable et robuste doit servir de socle à la création d'un label RSE propre à un secteur d'activité, attribué par un organisme tiers indépendant, porté par une gouvernance robuste (un comité de labellisation intégrant l'ensemble des parties prenantes). Dans ce cas, le processus de labellisation comprendra comme étapes clés :

- constitution des parties prenantes externes indépendantes impliquées ;
- élaboration du référentiel sectoriel RSE ;
- rédaction des documents clés ;
- dépôt de candidature ;
- analyse du dossier par l'OTI ;
- évaluation sur site ;
- comité de labellisation ;
- décision de labellisation.

### 1. La nécessité d'un référentiel robuste

#### 1.1. Création et évolution du référentiel

##### *Un travail de co-construction*

Sébastien Faure de l'INRC souligne le travail de fond mené par l'ensemble des parties prenantes pour co-construire le référentiel « Human for client ». Il explique qu'un travail en chambre pendant huit mois avec des fréquences régulières a été mené : matérialité, définition des indicateurs, engagements, barème associé à chaque indicateur. Des parties prenantes ont été consultées (des entreprises, des partenaires sociaux, des représentants de la société civile, l'ANDRH, une association de consommateurs...), qui ont apporté de la matière pour corroborer des pistes de travail, creuser un engagement, critiquer certains aspects du référentiel.

C'est à cette condition que le référentiel peut véritablement refléter les attentes de l'ensemble des parties prenantes.

## **Évolution du référentiel**

Le référentiel n'est pas figé, il doit pouvoir évoluer en fonction des retours d'expérience des entreprises évaluées, des organismes tiers certificateur, du comité d'attribution ou de labellisation, des différentes parties prenantes... Il doit pouvoir prendre en compte les thématiques émergentes, les évolutions de la réglementation en matière RSE, et ainsi accompagner la progression du secteur. Toutefois, pour assurer l'impératif de crédibilité – qui suppose une mesurabilité des effets sociaux et écologiques et une comparabilité dans le temps des effets produits – une méthode de traçabilité de ces modifications doit être explicitée selon des principes simples : la modification doit être améliorante ; les preuves de la pertinence de la modification doivent être présentées et avalisées avec les parties prenantes indépendantes avant son introduction.

Vincent Francfort, pour Filiance (anciennement Coprec),<sup>94</sup> rappelle ainsi que les évolutions futures du référentiel doivent être possibles, mais effectuées de manière collégiale avec consultation des parties prenantes. La révision du référentiel peut être inscrite de manière formelle dès sa création. Par exemple, des révisions peuvent être prévues à la suite du premier cycle de labellisation de deux ou trois ans. Ainsi, la fédération Syntec prévoit une révision du référentiel et de sa grille tous les deux ans au minimum, dans une logique d'amélioration continue. Sébastien Faure explique qu'il est prévu, une fois par an, de faire un atelier calibrage avec Afnor Certification pour passer en revue le référentiel et y proposer des pistes d'amélioration et de la méthodologie.

Il apparaît également opportun de prévoir une restitution détaillée après chaque labellisation permettant un retour d'expérience de l'ensemble des acteurs. Le processus de labellisation INRC inclut ainsi un REX après l'audit de l'OTI pour prendre en compte les besoins d'évolution.

## **Évolution des thématiques**

Les référentiels sont amenés à évoluer en fonction des évolutions des thématiques. Par exemple, après un travail concerté et la consultation de nombreuses parties prenantes, une mise à jour du référentiel « Human for client » de l'INRC est en cours sur le télétravail responsable avec des engagements et des indicateurs sur le sujet.

La mise en place de dispositifs de veille réglementaire et de veille sur les sujets RSE apparaît incontournable afin de bien identifier les thématiques émergentes d'un secteur.

## **Évolution de la notation**

La méthodologie de notation, et en particulier le score minimal demandé, est susceptible d'évoluer afin d'augmenter la valorisation d'une thématique et de s'adapter au niveau de maturité des entreprises. Toutefois, ce n'est pas tant le score qui est modifié que les critères d'évaluation et la description de leurs niveaux d'engagement qui peuvent être amenés à évoluer.

---

<sup>94</sup> Audition de Vincent Francfort, responsable produit RSE et manager, SGS-membre de Filiance (anciennement Coprec).

## 1.2. Contenu du référentiel

### *L'ISO NF EN 26000 : la norme internationale de référence*

L'ensemble des fédérations de l'expérimentation des labels sectoriels s'est appuyé sur les lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale de la norme internationale NF EN ISO 26000 : 2010. Ses déclinaisons sectorielles<sup>95</sup> sont aussi intéressantes. Outre l'enjeu de méthode, un cadre international est utile aux entreprises qui s'implantent à l'étranger ou qui exportent.

#### **Une référence internationale reconnue**

Publiée en 2010, l'ISO 26000 a été élaborée suivant une approche multi-parties prenantes. Les 90 pays et 40 organisations internationales, les représentants des gouvernements, des ONGs, des industries, des groupes de consommateurs<sup>96</sup> ont ensemble co-construit cet unique référentiel international sur la responsabilité sociétale.

Elle présente les lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale, n'impose aucune exigence et ne se prête pas à la certification, contrairement à d'autres normes très connues de l'ISO. En revanche, elle apporte une définition et une clarification à la notion de responsabilité sociétale. Utilisée par la majorité des organisations, l'ISO 26000 les aide à définir leur démarche, à l'améliorer et ainsi traduire leurs engagements en actes concrets, et valoriser leurs meilleures pratiques en matière de responsabilité sociétale, dans le monde entier. Elle vise les organisations de tout type, quels que soient leur secteur d'activité, leur taille ou leur localisation<sup>97</sup>.

#### **Sept principes et sept questions centrales au cœur de l'ISO 26000**

Définition de la responsabilité sociétale selon l'ISO 26000 :

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

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

Ses lignes directrices sont entre autres constituées de questions centrales (QC) et leurs domaines d'action (DA). Ainsi les organisations les utilisent pour définir le périmètre de leur responsabilité ; leurs domaines d'action pertinents et fixer leurs priorités.

---

<sup>95</sup> Exemple ISO 26030<sup>95</sup> « Responsabilité sociétale et développement durable, lignes directrices pour l'utilisation de l'ISO 26000 2010 dans la chaîne alimentaire ».

<sup>96</sup> <https://www.iso.org/fr/iso-26000-social-responsibility.html>

<sup>97</sup> *Ibid.*

L'ensemble des référentiels des fédérations engagées dans l'expérimentation des labels RSE sectoriels reprend les domaines d'action des sept questions centrales, tout en les réorganisant en fonction de leurs enjeux sectoriels – les domaines d'action liés à la question centrale relative aux droits de l'homme se trouvant souvent éparpillés dans les volets « social » et « communauté ».



Source : [https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/fr/PUB100259\\_fr.pdf](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/fr/PUB100259_fr.pdf)

Ainsi, pour chaque question centrale, des domaines d'action sont précisés. Par exemple, la question centrale « environnement » couvre quatre domaines d'action (prévention de la pollution ; utilisation durable des ressources ; atténuation des changements climatiques et adaptation ; protection de l'environnement, biodiversité et réhabilitation des habitats naturels).

L'ISO 26000 offre une démarche holistique, une action dans un domaine pouvant avoir un impact dans un autre. Par exemple, la révision d'un processus de fabrication peut avoir un impact sur la QC Relations conditions de travail (particulièrement sur les DA dialogue social, formation, santé, sécurité au travail...), la QC Environnement (prévention des ressources – eau, déchets logistiques, stockage...), le lien sera sur la formation, le dialogue avec les salariés et autres parties prenantes pour la mise en place du nouveau process).

Pour un développement de la labellisation RSE, il conviendrait donc d'exiger que les référentiels intègrent systématiquement un déploiement sur les sept axes d'action de la norme ISO 26000.



## *Synergie avec d'autres référentiels*

### **Synergie avec les Objectifs de développement durable (ODD)**

On note dans le cadre de l'expérimentation des labels sectoriels qu'un seul référentiel fait explicitement référence aux ODD. Cela reflète le constat général d'une faible appropriation des ODD par les entreprises, déjà soulignée par la Plateforme RSE<sup>98</sup>.

Les 17 ODD ont l'avantage d'apporter un langage commun à l'ensemble des parties prenantes<sup>99</sup>. Si l'ISO 26000 permet de s'assurer que l'ensemble des domaines d'action de la RSE sont bien couverts (le quoi) et d'accompagner les organisations dans la mise en œuvre de leur démarche (le comment), la RSE contribue aux objectifs de développement durable (ODD) représentant les objectifs à atteindre (le pourquoi). Par la mise en œuvre d'une démarche RSE, les entreprises contribuent à l'atteinte des objectifs de développement durable (ODD).

La Plateforme RSE a ainsi recommandé en particulier aux relais des entreprises (organisations professionnelles, chambres consulaires, etc.) de favoriser l'intégration des ODD à la stratégie des entreprises en communiquant une analyse pertinente et adaptée à la taille des entreprises des enjeux sectoriels de la RSE présents dans les ODD, et **de prendre en compte les ODD dans les démarches des labels sectoriels RSE** (recommandation 12).

### **Synergie avec d'autres normes, certifications et labels reconnus**

Les référentiels RSE reconnaissent et font généralement valoir la certification ou labellisation existante sur une thématique particulière. Cela peut concerner des labels (par exemple le label Égalité, le label Diversité, le label Relations fournisseurs et Achats responsables...), des certifications (par exemple HVE, OHSAS 18 001, NT services relations clients...), des normes ISO. Quand une organisation s'engage dans une démarche de RSE, l'ISO 26000 va lui permettre de faire le lien avec les diverses démarches volontaires déjà engagées par l'organisation<sup>100</sup>. Par exemple, si une entreprise a déjà un système de management environnemental ISO 14001, elle fera le lien avec les domaines d'action de la question centrale « environnement », capitalisera sur les actions déjà en place et engagera des actions sur ce qui lui manque. Elle optimisera ainsi ses ressources. Cependant, être ISO 14001 ne veut pas dire qu'on peut être labellisé RSE.

### *Référentiel adapté au secteur et aux TPE/PME et ETI*

Afin d'être opérationnel, c'est-à-dire en cohérence avec le quotidien d'une PME, le référentiel doit être appropriable par les PME/TPE et ETI et répondre aux enjeux du secteur d'activité. Il doit pouvoir être accessible et pragmatique tout en restant engageant.

---

<sup>98</sup> Plateforme RSE (2018), [RSE et objectifs de développement durable](#), octobre.

<sup>99</sup> L'Agenda 2030 adopté par les États membres des Nations unies en septembre 2015 est issu de la réunion de l'Agenda 21 de 1992 et des Objectifs du millénaire pour le développement en 2000. Il est composé de 17 Objectifs de développement durable (ODD), eux-mêmes complétés de cibles (169 au total) et d'un set de 232 indicateurs adopté en 2017.

<sup>100</sup> Cf. Annexe 8 : L'ISO 26000.

Par exemple, la particularité du référentiel du label « Human for client » est que les engagements et les indicateurs ont été travaillés en cohérence avec la matérialité de la relation client dans la RSE. Chacune des thématiques est pondérée en fonction des thématiques et des enjeux primordiaux liés à la relation client.

### ***Articulation entre les labels RSE et les labels produit***

Dans le cadre de l'ISO 26000, des principes de cohérence peuvent être définis concernant le lien entre label produit et RSE<sup>101</sup>. Ces principes peuvent se faire au travers de la question centrale « relation au consommateur » qui intègre des enjeux liés à la consommation responsable, et ainsi le produit responsable, le produit durable. Lors d'une évaluation 26000, l'évaluateur pourra juger du nombre de produits responsables et valoriser ce point dans son rapport.

Par exemple dans le secteur de la propreté, les produits écolabellisés sont mis en avant dans le référentiel développé par la FEP. Laurence Acerbo, présidente du comité national des référents RSE de la FEP, explique que « les produits écolabellisés sont aujourd'hui répandus dans les entreprises de propreté, et que les clients ont d'ailleurs tendance à "enfermer" l'engagement RSE de l'entreprise sur cet unique critère. Il convient aujourd'hui de regarder un peu plus largement les enjeux environnementaux du secteur. D'autres enjeux, et notamment les enjeux sociaux, sont très importants pour le secteur. D'où l'intérêt de développer un référentiel sectoriel qui met en lumière les enjeux réels de la propreté et d'associer toutes les parties prenantes pour que chacun prenne conscience de ces enjeux<sup>102</sup> ».

Si des passerelles existent, il peut être difficile pour une entreprise de relier ce qu'elle fait en matière de RSE au produit ou service. Les démarches « entreprise » et les démarches « produits » ne se remplacent pas mais peuvent se compléter et se renforcer mutuellement. Pour Blaise Desbordes, délégué général de Max Havelaar, une certaine vigilance est de rigueur face aux stratégies de substitution de certaines entreprises « qui ne vont pas faire les transformations nécessaires pour développer un produit durable<sup>103</sup> ».

### ***Transparence du référentiel***

La transparence concerne autant les modes de preuve et les critères de notation, qui doivent être clairs et connus, que les thèmes et le périmètre (géographique, entités et métiers concernés) couverts par le label. De ce point de vue, le niveau de conformité à ce critère est souvent insuffisant : dans le cas des labels RSE engagés dans l'expérimentation, il est trop souvent impossible d'accéder directement aux exigences du référentiel. Alors que certains labels proposent judicieusement un accès direct au détail de la procédure de labellisation, la plupart se contentent d'énoncer des principes ou des axes d'action non évaluables qui ont guidé l'élaboration de leur référentiel.

---

<sup>101</sup> Des travaux sont en cours au sein de la commission Développement durable d'Afnor Normalisation sur la performance RS des produits et services.

<sup>102</sup> Audition de Laurence Acerbo, présidente du Comité national des référents RSE de la FEP, le 23 juin 2020.

<sup>103</sup> Audition de Blaise Desbordes, délégué général de Max Havelaar, le 25 septembre 2020.

Concernant la notion de périmètre, Alain Jounot précise que « dans la certification, la notion de périmètre est clairement explicitée dans la délivrance du certificat <sup>104</sup> ». La RSE est certes une « démarche globale », et la cohérence doit être faite sur un périmètre global. Pour autant, une approche progressive en matière de périmètre peut être justifiée, en particulier pour des très grandes entreprises implantées dans différents pays. La démarche peut être déployée dans un premier temps sur le périmètre France, et progressivement s'étendre à d'autres pays, avec parfois une labellisation pays par pays avant d'être une approche globale. Certains référentiels permettent que le périmètre soit réduit à un seul site de production. Toutefois, dans ce cas-là, la communication du label devra clairement le préciser <sup>105</sup>.

### 1.3. Modalités d'évaluation et d'attribution

Les règles de labellisation constituent les modalités d'évaluation spécifiques au label RSE. Sont indiquées notamment les dispositions retenues sur le cycle des évaluations et la durée de validité des labels (généralement trois ans de validité des labels avec évaluation tous les dix-huit mois), les conditions de traitement et de recours ainsi que les modalités de prise de décision et les missions de la commission de labellisation.

#### *Qu'est-ce qu'on évalue ?*

##### **Un niveau minimal de « maturité RSE » sur l'ensemble des volets de la RSE**

L'entreprise obtient le label quand elle dépasse un certain seuil sur l'ensemble des axes du référentiel. La grande majorité des labels a mis en place une gradation comprise de trois à cinq niveaux. Le principe de non-substitution est à rappeler : être bien noté sur un critère ne doit pas compenser une mauvaise notation sur un autre critère.

##### **Un progrès : approche d'amélioration continue**

Alain Jounot pour Filiance (anciennement Coprec) rappelle que l'évaluation d'une démarche RSE a pour objet de recueillir des informations et d'échanger avec l'entreprise afin d'être en mesure d'effectuer le jugement le plus objectif et pertinent sur la maturité des pratiques et la performance. « Ce n'est pas un jugement binaire, mais une évaluation pour faire reconnaître les efforts de l'organisation tout en suscitant une dynamique de progrès<sup>106</sup> ». Dans cette logique, certains référentiels mettent l'accent sur la progression d'un temps T1 à un temps T2, et l'engagement de l'entreprise au travers de la mise en place d'un plan d'actions (par exemple le référentiel de SNADOM).

<sup>104</sup> Audition de Alain Jounot, responsable du département RSE, groupe Afnor pour Filiance (anciennement Coprec), le 27 mai 2020.

<sup>105</sup> « Dans le cas d'une entreprise disposant de plusieurs sites de production, le label peut être attribué à l'ensemble des sites si l'entreprise est capable de démontrer que tous les critères du niveau requis sont bien respectés sur au moins 75 % des sites.

Si une entreprise dispose de plusieurs sites et qu'elle ne souhaite obtenir le label que pour l'un d'entre eux, alors le label pourra être attribué au site sous réserve que toute la communication relative au label précise le nom du site concerné. » ([Label Avise « Proprement engagés »](#), consulté le 15/11/2020).

<sup>106</sup> Audition de Alain Jounot, responsable du département RSE, groupe Afnor pour Filiance (anciennement Coprec), le 27 mai 2020.

Au-delà d'un seuil à atteindre, des exigences de progression du score global – ou à défaut de progression sur au moins l'un des axes du référentiel – peuvent être requises. À titre d'exemple, l'AFISE indique quant à elle que « l'entreprise doit pour conserver le label démontrer qu'elle intègre au minimum un critère de plus ou montrer une progression de son score de 5 % ».

### **Des pratiques et/ou des résultats**

Benjamin Perdreau pour La Coopération agricole précise que l'outil d'évaluation est basé sur « Engagé RSE », avec un système de notation sur la maturité de la démarche et la performance des résultats. « C'est un outil qui a fait ses preuves, qui est robuste et pertinent, et qui permet de balayer plusieurs sujets tout en recoupant certaines thématiques clés. »

### ***Trois composantes majeures d'un modèle d'évaluation***

La construction d'un modèle d'évaluation RSE qui permette l'attribution d'un label repose sur trois composantes majeures que sont le choix des critères d'évaluation, le choix de l'échelle de maturité et la compétence des évaluateurs<sup>107</sup>.

### **Les critères d'évaluation**

Les critères retenus dans un modèle ou une grille d'évaluation doivent être déterminés en cohérence avec les lignes directrices de la norme ISO 26000. Ils doivent permettre de se prononcer sur la maturité des pratiques de l'organisation ainsi que sur sa capacité à piloter et atteindre les objectifs clés qu'elle s'est fixés. S'il n'existe pas de règles pour déterminer le nombre de critères, il faut éviter d'en fixer trop, ce qui risquerait de nuire à la recherche des éléments d'analyse les plus pertinents. Ces critères doivent être rédigés de manière compréhensible afin de faciliter les échanges et favoriser le dialogue entre évaluateur et évalué.

---

<sup>107</sup> *Ibid.*

## RETOUR D'EXPÉRIENCE DE L'EXPÉRIMENTATION DES LABELS RSE SECTORIELS

Si les sept questions centrales sont reprises par l'ensemble des référentiels constituant ainsi un tronc commun pour ces derniers, les domaines d'action<sup>108</sup> ou thématiques de l'ISO 26000 sont repris de manière hétérogène. D'autres thématiques sont en outre développées, propres aux enjeux du secteur. Pour chaque thématique, le nombre d'items/critères varie. Au total, un référentiel peut compter entre 20 et 60 items/critères, complétés ensuite par des indicateurs. Les référentiels font état par ailleurs de critères spécifiques.

On notera :

- l'existence de critères fondamentaux, incontournables, pour lesquels une performance insuffisante est réhibitoire ;
- l'existence de critères suspensifs du label ;
- la possibilité de neutraliser des critères, par exemple pour pouvoir s'adapter à la taille de l'entreprise.

Les indicateurs peuvent quant à eux être qualitatifs, décrivant des processus et dispositifs mis en place (par exemple des preuves documentaires attestant de la mise en place des politiques décrites, tels des fiches de poste, des comptes rendus de groupe de travail, l'existence d'un code éthique, d'un code de conduite, un baromètre collaborateur...). Ils peuvent être, plus rarement, quantitatifs et ainsi mesurables et suivis dans le temps. Ils sont souvent utilisés à titre d'illustration, sans exigences de résultat pour atteindre un objectif ou un niveau.

### L'échelle de maturité

Le choix de l'échelle de mesure est important car elle exerce une influence sur les réponses de l'évalué, et par conséquent sur la mesure de la maturité de ses pratiques et la performance. Les échelles de mesure sont souvent adaptées au type d'évaluation. En ce qui concerne l'évaluation RSE, Alain Jounot souligne qu'elle s'appuie sur des outils méthodologiques d'analyse de type « *scoring* » qui vont permettre de caractériser chaque critère de manière qualitative (argumentation des points forts et des pistes d'amélioration) et quantitative (attribution de scores). Sur les labels RSE, les différents référentiels ont construit leur échelle de maturité pour faire en sorte d'avoir un jugement reproductible quel que soit l'acteur qui va évaluer.

Sur ce point, la possibilité de labelliser une entreprise qui débute dans la démarche pose problème – *a fortiori* quand le « label » peut être attribué pour un niveau de « performance » correspondant au « respect des dispositions réglementaires, contractuelles et conventionnelles » (dispositif de la FEP, p. 51). Certes cet engagement va dans le bon sens mais, du point de vue d'un acteur externe (pouvoirs publics, client ou autre partie prenante), aucun résultat social ou écologique n'est ainsi garanti, ce qui nuit à la qualité d'ensemble du label. On recommandera donc de ne pas labelliser à ce faible niveau d'accomplissement (NB la mention « labellisé niveau 1 », « labellisé niveau 2 » ne peut être une réponse satisfaisante car le signal important est celui du mot « label »).

<sup>108</sup> Cf. section 1.2 « Contenu du référentiel » – L'ISO NF EN 26000.

## **La compétence de l'évaluateur**

Le caractère non prescripteur d'un modèle d'évaluation exige des évaluateurs de savoir apprécier le degré de pertinence des pratiques, leur niveau de déploiement et le niveau d'atteinte des résultats. En fonction des enjeux de l'entreprise et des thématiques souhaitées, il convient également que l'évaluateur ait les capacités d'arbitrage nécessaires. Ce dernier ne peut en outre avoir la triple compétence « environnement, social et économie ». Pour finir, cette démarche exige des aptitudes relationnelles et une capacité à animer un collectif et à faire adhérer ou obtenir un consensus sur les conclusions de l'évaluation. L'évaluateur doit être reconnu compétent pour permettre d'évaluer une note, un jugement reproductible.

### ***Les modalités d'évaluation***

Avant l'évaluation proprement dite, une première étape d'autodiagnostic est à encourager pour permettre à l'entreprise d'évaluer ses pratiques et d'identifier ses axes d'amélioration.

Concernant la phase d'évaluation, un point prépondérant est l'évaluation tierce partie sur site. L'auto-évaluation ainsi que l'évaluation documentaire seule ne suffisent pas. « Les dispositifs d'auto-évaluation présentent une faible robustesse, une crédibilité moindre du fait du processus qui est non réalisé par une tierce partie, ne s'appuient pas sur des pratiques opérationnelles, et ne prennent pas en compte l'interview des parties prenantes internes et externes. La plupart des labels prennent en compte cette distinction importante au cœur de l'ISO 26000<sup>109</sup>. »

### ***Les modalités d'attribution du label***

Les modalités d'attribution du label varient. La décision d'attribution peut en effet s'appuyer sur un comité de labellisation regroupant différentes parties prenantes et qui, au regard du rapport soumis par l'évaluateur, prendra une décision de labellisation.

Le label « Human for Client » n'est par exemple octroyé ni par l'OTI ni par l'INRC, mais par un comité de labellisation paritaire composé par des représentants du MEDEF, CPME, des cinq organisations syndicales de salariés représentatives au niveau inter-pro et des acteurs de la société civile (association de consommateurs, en cours de désignation).

Il n'est toutefois pas recommandé d'imposer un comité de labellisation. Plus qu'un comité de labellisation, certains secteurs créent des comités scientifiques de surveillance des dispositifs pour s'assurer de la robustesse, de la crédibilité et de l'évolution dans le temps du référentiel.

---

<sup>109</sup> Audition de Alain Jounot, responsable du département RSE, groupe Afnor pour Filiance (anciennement Coprec), le 27 mai 2020.

### La procédure de réclamation

Dans un souci de transparence et de dialogue, il est nécessaire qu'une procédure de réclamation soit mise en place, et qu'une réponse soit apportée à chaque demande. Les réclamations peuvent venir des entreprises labellisées, mais aussi des parties prenantes et notamment les clients/consommateurs.

#### RETOUR D'EXPÉRIENCE DE L'EXPÉRIMENTATION DES LABELS RSE SECTORIELS

Sur les dix-huit mois d'expérimentation, ce sont au total 41 réclamations portées à la connaissance des fédérations. Les réclamations proviennent en grande partie des entreprises labellisées et des porteurs de projet au sein de l'entreprise. Elles concernent les référentiels (par exemple : incompréhension de certains critères, du système de notation mis en place), mais aussi les évaluations menées par l'OTI (par exemple : la méthode de l'évaluateur, la non-satisfaction des conclusions de l'évaluation, la variabilité d'approches entre les évaluateurs).

Des réponses variées sont apportées à ces réclamations : lancer une enquête de satisfaction de l'OTI par les entreprises adhérentes, renforcer les exigences en matière de formation des évaluateurs de l'OTI par rapport au référentiel de leur label, mettre en place un guide de l'évaluateur, lancer une réflexion approfondie pour adapter certaines thématiques du référentiel aux TPE, créer une procédure de réclamation si non existante.

Source : informations issues des bilans de l'expérimentation des labels sectoriels fournis par les fédérations professionnelles

#### 1.4. Exemple d'un référentiel mis en place : la fep<sup>110</sup>

La Fep a mené une analyse de matérialité en amont de la création du référentiel<sup>111</sup> RSE des entreprises de propreté. En 2018, une enquête RSE a été menée au travers d'interviews, de questionnaires et de *focus groups* auprès de 350 entreprises de propreté et de parties prenantes (clients, organisations syndicales, partenaires et experts). Cette analyse a permis de définir les grands enjeux RSE du secteur sur lesquels se fonde le référentiel prévu pour 2020-2021.

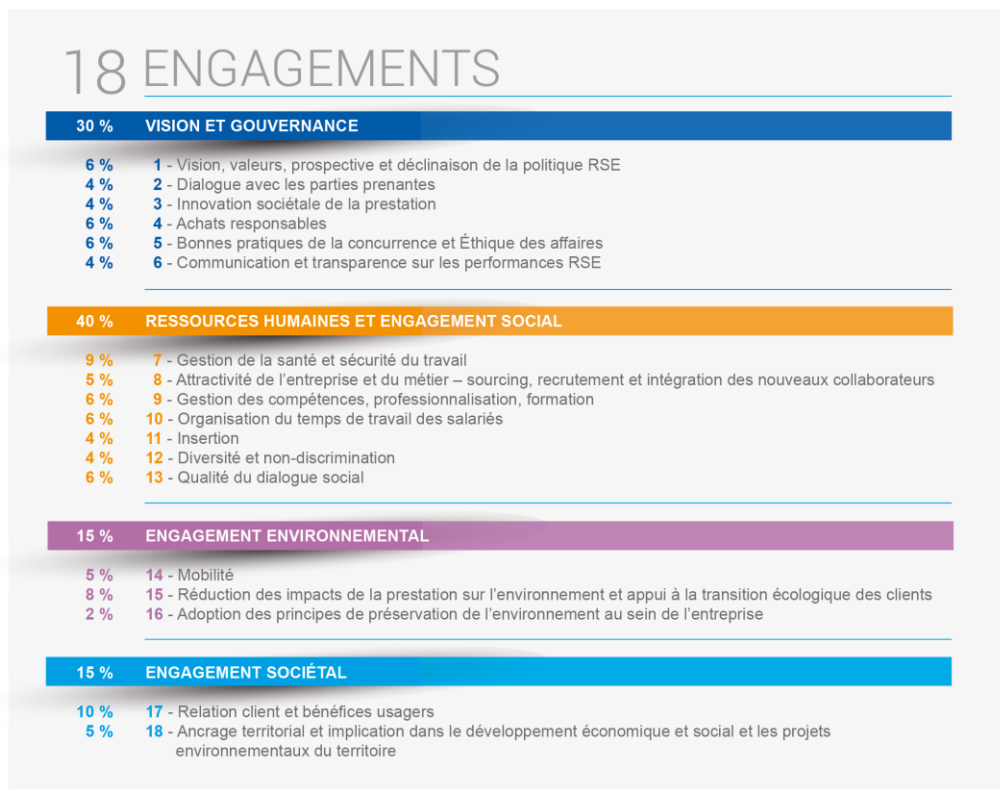
Le référentiel a été rédigé par un comité de rédaction constitué de dix entreprises de toutes tailles, des TPE jusqu'aux grands groupes du secteur. Ce comité a été animé par Afnor Certification qui est garant de la cohérence du référentiel avec les lignes directrices de l'ISO 26000. Tous les experts thématiques des organismes de la branche ont été associés. Il a ensuite fait l'objet d'une relecture lors d'une consultation publique auprès des parties prenantes. soixante-dix personnes<sup>112</sup> y ont apporté leur contribution.

<sup>110</sup> Audition de Laurence Acerbo, présidente du comité national des référents RSE de la FEP, et Véronique Vansteene, cheffe de projet RSE du FARE Propreté, le 23 juin 2020.

<sup>111</sup> [Référentiel RSE des entreprises de propreté.](#)

<sup>112</sup> Notamment des entreprises de propreté, des clients, des institutions, des experts et partenaires tels que la DGE, la médiation des entreprises, le CGDD, Orse, Orée, l'Agefiph, le Global Compact...

Le référentiel s'articule autour de dix-huit engagements définis en croisant les lignes directrices et domaines d'action de l'ISO 26000 et les enjeux RSE du secteur. Une pondération (exprimée en %) associée à chaque engagement traduit son importance pour le secteur de la propreté.



Source : audit de la Fep – Présentation des enjeux traités au sein du référentiel

Une grille de maturité y est associée. Comprenant quatre niveaux, elle traite de la maturité préalable à la RSE, de la mise en place d'actions concrètes, de la déclinaison d'une politique déclinée au sein de l'entreprise et de l'innovation et de l'excellence. Chaque niveau est associé à un score de performance. Le système de score de la grille de maturité et de pondération permet à l'entreprise de s'autoévaluer globalement.

La FEP ne souhaite pas porter de label sectoriel. Le référentiel permet avant tout à l'entreprise de progresser à son rythme et sans contrainte. Elle développe des formations pour accompagner le progrès des entreprises en s'appuyant sur le référentiel.

Néanmoins, le référentiel pose les enjeux RSE du secteur de la propreté et la FEP encourage les clients, OTI ou les plateformes de notation à se saisir du référentiel dès lors qu'ils souhaitent évaluer l'engagement RSE d'une entreprise de propreté. C'est ce qui a été initié avec Afnor Certification, qui a paramétré la plateforme d'évaluation ACESIA avec le référentiel RSE des entreprises de propreté et qui propose d'attribuer le label Engagé RSE sur la base du référentiel RSE sectoriel.



## 2. Implication des parties prenantes

### 2.1. Sélection des parties prenantes

#### *Constat de l'expérimentation des labels RSE sectoriels : des parties prenantes privilégiées*

**Les « porteurs de projet » au sein des entreprises et les salariés** sont naturellement les parties prenantes avec lesquelles les fédérations interagissent le plus.

Viennent ensuite **les ONG et associations** qui interviennent, pour la moitié des fédérations, lors de la création du référentiel (par exemple lors de l'analyse de matérialité) et au moment de l'attribution du label aux entreprises (comité de labellisation, comité de contrôle de la démarche). Sandrine Bélier de l'association Humanité et biodiversité<sup>113</sup> souligne qu'il est important d'associer les parties prenantes dans le cadre de l'exercice pratique de l'évaluation, car cela apporte une vraie plus-value.

**Les fournisseurs** sont également sollicités, pour la moitié des fédérations, lors de la construction du référentiel. Les échanges avec les fournisseurs consistent par ailleurs en des initiatives de valorisation de la démarche lors d'événements tels que des conférences, des forums annuels... Certaines fédérations ont signalé des difficultés à mobiliser les fournisseurs de leurs entreprises adhérentes sur le thème de la RSE.

**Les clients** sont les parties prenantes les moins sollicitées, soulignant, pour certaines fédérations, les difficultés des entreprises à entrer en contact avec eux sur ces thématiques.

Certaines fédérations mentionnent également qu'elles ont développé des interactions avec **d'autres catégories d'acteurs** : experts « formation », institutionnels (administrations, ministères, régions...), presse... À titre d'exemple, le Club Génération responsable sollicite des experts ou des institutions de façon ponctuelle ou sur un des volets de leurs objectifs : collaboration avec la Médiation des entreprises sur la charte Relations fournisseurs, ou encore avec la Mairie de Paris afin de croiser les travaux dans le cadre de la charte Paris Action Climat.

#### *Privilégier les parties prenantes impactées par l'activité de l'entreprise et l'ancrage territorial*

Swan Bommier souligne l'importance de penser, en amont, aux critères de sélection des parties prenantes qui participent à la définition d'un référentiel. Les parties prenantes sélectionnées doivent inclure les personnes directement impactées par l'activité de l'entreprise et concernées par le sujet abordé. « L'enjeu est ici de prendre en compte leur expérience, sans les instrumentaliser. Les personnes ou communautés impactées par l'activité des entreprises sont en mesure de voir les impacts et de porter des points d'attention aux enjeux qu'elles jugent importants en raison de leur expérience et de leur vécu. »

---

<sup>113</sup> Audition de Sandrine Bélier, directrice, Humanité et Biodiversité, le 23 juin 2020.

Prévoir un accompagnement des parties prenantes apparaît également utile. De nombreuses associations et ONG sont sur-sollicitées pour participer à des comités de parties prenantes, des réunions *ad hoc* de travail (par exemple pour l'élaboration d'une matrice de matérialité) et n'ont pas toujours les ressources pour répondre positivement. Cela pose également la question des conditions de rémunération des parties prenantes dans le cadre de leur participation au sein de comités (de labellisation, scientifique ou autre).

### IMPLICATION DES SALARIÉS ET DES ORGANISATIONS SYNDICALES DE SALARIÉS

L'implication des salariés et des organisations syndicales est incontournable, que cela soit au moment de la création du référentiel, de sa revue, ou tout au long du processus de labellisation. Car ce sont les principaux acteurs qui seront mis à contribution dans la mise en œuvre des exigences du label et qui conditionneront, dans les différents métiers (achats, industrie, marketing, RH, etc.) et par la transformation de leurs pratiques la progression de l'entreprise vers le progrès. À titre d'exemples, nous pouvons citer :

**INRC** : les organisations syndicales de salariés, comme partie prenante « partenaires sociaux », ont contribué à l'élaboration du référentiel de l'INRC.

**Reunir** : la possibilité d'organiser des réunions avec l'ensemble du personnel à la demande d'une entreprise pour présenter le référentiel et la démarche RSE REUNIR ; la présence de salariés et de chefs d'entreprise lors des réunions de lancement dans la démarche de labellisation RSE REUNIR ; l'organisation de réunions plénières avec les référents RSE désignés dans les entreprises ; ainsi que la *newsletter* sur les actions concrètes des entreprises et le site internet.

**CNAIB** : les salariés peuvent, comme les chefs d'entreprise, suivre le processus de labellisation (formation). Ils peuvent être impliqués pour l'utilisation de l'outil d'évaluation et sont systématiquement rencontrés au cours du processus d'audit externe.

## 2.2. Comment associer les parties prenantes ?

### *Constat de l'expérimentation des labels RSE sectoriels*

Les interactions sont souvent formalisées à travers des instances de gouvernance telles que des comités de parties prenantes, des comités d'experts, des comités de labellisation, des comités d'orientation. Ces comités permettent des interactions entre diverses parties prenantes, à divers moments du processus de labellisation, et sont plébiscités par les fédérations. À titre d'exemple, Unicem intègre à son comité de parties prenantes diverses associations telles qu'Humanité et Biodiversité, Orée, Décider ensemble, et participe à des groupes de travail RSE (par exemple, LPO).

Les échanges existent également de manière moins formelle sous la forme de groupes de travail, associant les réseaux des référents RSE des entreprises engagées, ou les référents techniques.

### ***Les comités de parties prenantes sont-ils nécessaires ?***

Les comités de parties prenantes sont utiles, mais ne doivent pas être une exigence. Ils peuvent en effet être mis en place dans un second temps.

Le Syntec a prévu la création d'un comité des parties prenantes qui aurait pour objectif de maintenir un dialogue constructif et une stratégie gagnant-gagnant avec l'ensemble des parties prenantes internes et externes, tout en apportant une ouverture sociale et stratégique et en assurant un rôle de tiers de confiance.

Benjamin Perdreau<sup>114</sup> explique lors de son audition que le comité des parties prenantes n'est pas, à l'heure actuelle, une priorité pour La Coopération agricole. Il existe toutefois des réflexions pour se doter d'une vision pour 2030, et d'un comité de parties prenantes avec, comme rôle, entre autres celui de participer à la labellisation des coopératives engagées. Il rajoute qu'il est convaincu du rôle que peut avoir ce comité de parties prenantes dans l'activité plus générale de La Coopération agricole et dans le cadre du label RSE.

### ***Importance de clarifier les modalités de gouvernance***

Au-delà de l'existence ou non d'un comité de parties prenantes, il est important de clarifier les modalités de gouvernance ainsi que le rôle et le poids attribués aux parties prenantes dans les décisions, le risque étant d'utiliser les parties prenantes comme caution à la démarche.

Swann Bommier<sup>115</sup> indique que c'est à cette condition de clarification des modalités de gouvernance qu'engager les parties prenantes revêt un intérêt : « Si celles-ci peuvent modifier les critères d'obtention du label, si elles peuvent se retirer du processus et ne pas apparaître comme créatrices du label si elles ne soutiennent pas la version finale du label, si elles peuvent demander à rouvrir à intervalle régulier les critères d'attribution du label afin de suivre son efficacité. »

---

<sup>114</sup> Audition de Benjamin Perdreau, La Coopération agricole, le 10 juillet 2020.

<sup>115</sup> Audition de Swann Bommier, chargé de plaidoyer, CCFD-Terre solidaire, le 23 juin 2020.

## 2.3. Rôle des parties prenantes

Les fédérations engagent des relations avec l'ensemble de leurs parties prenantes à différents moments du processus de labellisation.

- **Création et test du référentiel** : lors de la construction du référentiel sont particulièrement sollicités les porteurs du projet au sein de l'entreprise et les représentants des salariés. Ils sont également sollicités pour les mises à jour du référentiel quand elles ont lieu, soit par des retours d'expérience, soit par la participation à des groupes de travail thématiques.
- **Révision du référentiel** : les parties prenantes aident à faire remonter l'importance de nouvelles thématiques. Par exemple, des attentes en matière d'achats responsables ont été remontées (UTP).
- **Accompagnement des entreprises** dans leur démarche et la mise en place de pratiques opérationnelles.
- **Évaluation de l'entreprise** : cela peut prendre la forme d'entretiens collectifs ou individuels.
- **Attribution du label** : les parties prenantes sont souvent intégrées dans un comité de labellisation/d'attribution du label. La question de l'accès à l'information (enjeu de symétrie de l'information) doit être prise en compte.
- **Réclamations** : les entreprises labellisées, mais également toute autre partie prenante, peuvent adresser une réclamation, que cela concerne le référentiel, l'évaluation menée par l'OTI ou le résultat d'attribution du label.

Les phases de création du référentiel, de test du questionnaire et d'évaluation apparaissent comme des moments privilégiés d'échanges entre les différents acteurs.

## 2.4. Exemple d'une pratique mise en place : Unicem

Dès 2017, les parties prenantes ont été associées à la gouvernance. Un travail de définition et de structuration du comité des parties prenantes a permis d'identifier six grandes catégories d'acteurs : pouvoirs publics, clients, associations en assurant la représentativité sur les volets environnement et sociétal, OTI (dans le cadre de la charte RSE, présélection des OTI, mais les entreprises restent libres de choisir parmi une liste l'organisme de leur choix) ; personnes qualifiées, représentants de la profession, organismes représentatifs du personnel.



Source : audit de Sylvie Le Breton et Isabelle Videlaïne, association Unicem Entreprises Engagées

## Fonctionnement du comité des parties prenantes

- Le comité se réunit au moins une fois par an : il est informé des évolutions de la démarche, de son déploiement, donne son avis, challenge les évolutions à apporter ;
- certaines de ces parties prenantes se retrouvent dans un deuxième comité : le comité d'évaluation qui se réunit au moins deux fois par an et valide les propositions des auditeurs sur le positionnement des entreprises évaluées au niveau maturité et exemplarité. Pour Unicem, il est important que la validation ne passe pas uniquement par le biais des organismes tiers indépendants. L'association des parties prenantes permet la transparence sur l'engagement et le niveau des entreprises, les évaluations. Elles peuvent ainsi s'assurer qu'il n'y pas d'iniquité, que l'évaluation est cohérente par rapport aux remarques.

### Trois exemples sur lesquels l'association a été challengée par le comité des parties prenantes

**Le système de notation** : dans la première version des règles de fonctionnement, quatre positionnements étaient définis en fonction de la note moyenne obtenue lors de l'évaluation<sup>116</sup>. Parmi les premiers dossiers présentés, une entreprise qui avait fait un travail remarquable sur les volets ancrage local et environnement, mais qui avait délaissé la partie gouvernance qui est le socle d'une démarche RSE, avait atteint le niveau « maturité » du fait d'un jeu de moyenne.

Le comité d'évaluation a rappelé qu'une démarche RSE est globale et que l'ensemble des chapitres doit être pris en compte. À la suite de ces échanges, le système de notation a été retravaillé, ainsi que certaines formulations et des indicateurs. Désormais le positionnement résulte de la moyenne et de conditions complémentaires : pour atteindre le niveau « maturité », il faut obtenir une moyenne de 60/100 et traiter l'ensemble des thématiques. Pour atteindre le niveau « exemplarité », il faut avoir une moyenne de 80/100 et un minimum de 5 sur 10 sur chaque thématique.

**Les réclamations** : au départ, il n'y avait pas de droit de réponse prévu pour les entreprises une fois les évaluations réalisées par les OTI... Pour donner suite aux remarques des parties prenantes, les règles ont été complétées. Désormais l'entreprise dispose d'un laps de temps de deux semaines après la remise des conclusions de l'OTI pour émettre ses observations et dialoguer. S'il y a accord, le dossier est présenté au comité d'évaluation, si ce n'est pas le cas, l'entreprise argumente son désaccord, lequel sera présenté au comité de validation qui prendra la décision finale.

**Création d'un guide de l'évaluateur** : malgré l'existence de règles de fonctionnement transmises aux entreprises et aux évaluateurs, il subsistait un risque d'écarts en termes de pratiques, de délais et d'interprétation d'un évaluateur à l'autre. Un guide de l'auditeur a été rédigé et communiqué, rappelant les échéances à respecter, les pratiques d'évaluation, et éclairant certaines thématiques du référentiel. Les OTI sont réunis régulièrement par UNICEM entreprises engagées<sup>117</sup> pour avoir leur retour d'expérience des évaluations.

---

<sup>116</sup> Engagement : <30 % ; Progrès : entre 31 % et 60 % ; Maturité : entre 61 % et 80 % et Exemplarité : >81 %.

<sup>117</sup> La charte Environnement des industries de carrières est devenue [UNICEM entreprises engagées](#).

### 3. Rôle de l'Organisme tiers indépendant

#### 3.1. L'OTI : un facteur de confiance

##### Définition et missions des OTI

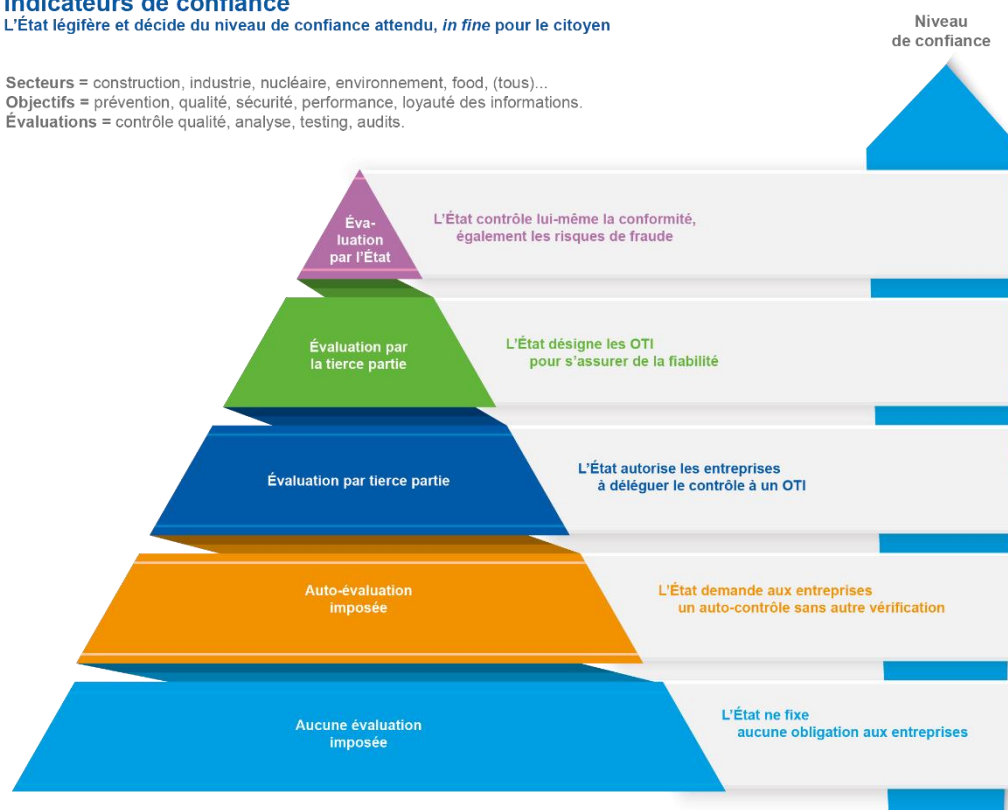
L'OTI est un organisme tiers indépendant chargé d'évaluer et d'attester la conformité d'un produit (bien ou service), d'un processus, d'une organisation à un référentiel de manière objective, impartiale et indépendante. Il a trois missions principales : le *testing* (les essais en laboratoire), l'inspection (le contrôle *in situ*), et la certification.

Cette triple exigence de compétence, d'indépendance et d'impartialité contribue à la confiance entre les acteurs économiques. Lorsque l'État ou une partie prenante s'interroge sur la fiabilité (à distinguer de la transparence) d'un label, un critère utile est donc le statut de l'évaluateur (contrôle par OTI ou autocontrôle).

##### Indicateurs de confiance

L'État légifère et décide du niveau de confiance attendu, *in fine* pour le citoyen

Secteurs = construction, industrie, nucléaire, environnement, food, (tous)...  
 Objectifs = prévention, qualité, sécurité, performance, loyauté des informations.  
 Évaluations = contrôle qualité, analyse, testing, audits.



Source : audition de la Coprec – 25 septembre 2020

## **Indépendance et compétence de l'OTI : le rôle du Cofrac**

### **PRÉSENTATION ET RÔLE DU COFRAC**

La Commission européenne<sup>118</sup> a imposé à chaque État membre d'avoir un organisme national d'accréditation regroupant un certain nombre de qualités : indépendant, à but non lucratif, unique dans chaque État membre. En France, l'organisme national reconnu par l'État est le Cofrac. Le Cofrac est une association à but non lucratif, de deux cents personnes. Au sein du conseil d'administration, on retrouve le collège des « accrédités », le collège des « utilisateurs des accréditations » qui sont en général les fédérations industrielles, un 3<sup>e</sup> collège avec des représentants de l'État ainsi que des représentants de la société civile, notamment des représentants des consommateurs et des sociétés de protection de l'environnement. L'objet du Cofrac est de mettre en œuvre le dispositif national d'accréditation qui s'adosse à des normes internationales, en particulier la norme ISO 17011 qui pose les grands principes de l'accréditation.

Audition de Dominique Gombert, directeur général du Cofrac, le 8 octobre 2020.

De manière générale, l'accréditation du Cofrac pour garantir l'impartialité, l'indépendance et la compétence de l'OTI<sup>119</sup> réalisant l'évaluation de l'entreprise candidate au label RSE est reconnue comme indispensable pour la fiabilité de cette évaluation.

L'accréditation garantit également :

- l'harmonisation des pratiques d'élaboration des référentiels et ensuite d'évaluation des entreprises : l'OTI peut intervenir sur l'élaboration du référentiel et ensuite sur l'évaluation (pas sur l'accompagnement des entreprises pour éviter tout risque de conflit d'intérêts) ;
- la robustesse et la transparence du processus d'évaluation et sa pérennité dans le temps ;
- l'absence de conflits d'intérêts : chaque OTI doit réaliser et maintenir à jour une analyse de risques vis-à-vis de ses organisations apparentées ;
- un recours possible des entreprises évaluées à la suite d'une décision de l'OTI (contradictoire), désaccord avec le résultat de l'évaluation ;
- le traitement des plaintes des entreprises et de celles de leurs clients.

Bien que l'accréditation pour la certification de systèmes de management (type ISO 9001, ISO 14001...) ne soit pas obligatoire – à la différence de la certification de produits et services<sup>120</sup>, elle est vivement recommandée.

---

<sup>118</sup> [Règlement \(CE\) No 765/2008](#) du Parlement européen et du Conseil du 9 juillet 2008 fixant les prescriptions relatives à l'accréditation et à la surveillance du marché pour la commercialisation des produits et abrogeant le règlement (CEE) no 339/93 du Conseil.

<sup>119</sup> François Grémy, délégué général de Filiance (anciennement Coprec), rappelle que les organismes certificateurs, pour pouvoir exercer, ont des prérequis nécessaires dans tous les domaines. Ces prérequis sont différents selon les secteurs d'activité : agréments de l'État délivrés par les administrations centrales ; habilitations de la part d'agences publiques ; accords ou « agréments » des assureurs et enfin autorisations à exercer *via* l'accréditation délivrée par le Cofrac. Audition du 25 septembre 2020.

<sup>120</sup> Même si la plupart des OTI se font accréditer pour ce type de certification (audition d'Alain Jounot pour Filiance (anciennement Coprec).



### 3.2. Rôle de l'OTI aux différentes étapes de la labellisation

#### *Rôle de l'OTI dans la création du référentiel : appui à l'élaboration, revue et évolution du référentiel*

L'appui éventuel à l'élaboration d'un référentiel commence lorsque le demandeur (par exemple une fédération professionnelle) sollicite un OTI pour la création d'un référentiel RSE sectoriel. À la suite de cette sollicitation, l'ensemble des parties prenantes concernées (l'OTI, le demandeur et plusieurs TPE/PME et OTI de la branche...) vont convenir d'un groupe de travail afin d'élaborer une première version du référentiel. Cette phase obéit à une logique de co-construction puisque l'objectif ici est de mettre en commun les visions, enjeux et expériences de chaque partie prenante<sup>121</sup>.

Ce premier travail de co-construction est important et va de pair avec la question du caractère auditable du référentiel qui est fondamentale.

Une phase de test doit être menée par les OTI afin d'en vérifier la pertinence, la cohérence avec la norme ISO 26000 et l'adéquation avec la réalité des entreprises.

#### *Rôle de l'OTI dans l'évaluation de l'entreprise candidate*

Une démarche d'évaluation robuste inclut, outre une étude documentaire, une évaluation sur site par une tierce partie : celle-ci doit garantir le maximum d'échanges, le recueil de points de vue différents, de vérifications des moyens pris et des résultats obtenus. Selon Alain Jounot, l'évaluateur ne peut mesurer une conformité binaire (être ou ne pas être RSE) mais évalue un ensemble de critères pour juger de la maturité et des efforts de l'entreprise<sup>122</sup>. Ces critères doivent cependant être matérialisés par des mesures de niveaux ou de progression en rapport avec les échéances énoncées dans le référentiel, la conformité aux engagements pris pouvant alors objectiver le jugement sur la maturité.

À noter que les organisations professionnelles en expérimentation ont choisi un OTI unique ou proposé deux ou plus OTI, au choix de l'entreprise<sup>123</sup>. Par exemple, le Syntec a choisi trois organismes pour l'expérimentation : l'association Planet'RSE pour les entreprises de moins de dix salariés, HLP Audit (ayant une forte implantation locale) et SGS pour les entreprises de plus de dix salariés. : « Pour les entreprises de moins de dix salariés, l'association Planet' RSE ; pour les entreprises de plus de dix salariés : les entreprises peuvent choisir entre SGS et HLP audit qui a une forte implantation locale. »

<sup>121</sup> Audition de Vincent Francfort, responsable produit RSE et manager, SGS pour Filiance (anciennement Coprec), le 10 juin 2020.

<sup>122</sup> Audition d'Alain Jounot, responsable du département RSE, groupe Afnor, pour Filiance (anciennement Coprec), le 27 mai 2020. Voir la section 1.3 « référentiel robuste /modalités d'évaluations).

<sup>123</sup> Selon les informations fournies par les fédérations engagées dans l'expérimentation des labels sectoriels, neuf ont choisi un OTI unique (sept ont choisi Afnor certification et deux SGS). Huit fédérations proposent deux ou plus OTI, au choix de l'entreprise.

### Rôle de l'OTI dans l'attribution du label

Les pratiques observées sont variées. L'organisme porteur de labels définit les modalités de prise de décision après l'évaluation (ainsi que la durée de la labellisation et donc la fréquence de réévaluation) : l'attribution a été soit déléguée à un OTI, soit assurée par un comité de labellisation géré par le porteur du label.

Quand la décision de labellisation revient à l'OTI dont dépend l'évaluateur missionné, alors l'OTI doit assurer une revue technique indépendante de ce qu'a fait l'évaluateur. De manière générale, ce n'est pas l'évaluateur lui-même qui décide d'attribuer un label, une certification ou une autre conformité, quelles que soient ses conclusions à l'issue de l'évaluation, c'est une décision de la direction de l'OTI pour être sûre que la décision est prise de manière indépendante, et en toute objectivité.

Toutefois, pour les labels RSE sectoriels en expérimentation, la décision revient le plus souvent à un comité de labellisation ou comité d'attribution dans lequel l'OTI a un rôle d'observateur.

### 3.3. Exemple d'une pratique : La Coopération agricole

Dans le cadre du label « Coopératives So Responsables », Afnor Certification, seul et unique organisme tiers indépendant du label, intervient lors des six étapes suivantes :

#### Un seul OTI = Afnor Certification



#### Conception du dispositif

Pour la conception du dispositif, Benjamin Perdreau explique qu'un groupe de travail a été constitué, rassemblant différentes compétences du réseau La Coopération agricole. Ils se sont basés sur l'outil développé par Afnor Certification (AFAQ 26000/Engagé RSE) et ont travaillé pour l'adapter aux différentes problématiques et spécificités des coopératives agroalimentaires (prise en compte de la nouvelle norme ISO 26030 et des spécificités des coopératives agricoles que sont, entre autres, la gouvernance, l'ancrage territorial, le lien fort avec leurs adhérents).

L'idée est d'avoir une évaluation des pratiques et des résultats (très classique dans le modèle « Engagé RSE »), et un travail pour faire plus de lien avec l'ISO 26030 et avec d'autres référentiels (ODD, article 225, GRI, guide du *reporting* de La Coopération agricole). Un guide du *reporting* avait été publié en 2018 pour accompagner les coopératives devant répondre aux obligations de la DPEF.

## **Prospection/contractualisation et planification**

Un travail de collaboration a été engagé entre La Coopération agricole et Afnor Certification pour rencontrer les coopératives intéressées ; Afnor Certification gère la partie contractualisation. Ensuite Afnor Certification planifie la réalisation de l'évaluation et identifie le bon profil de l'évaluateur qui doit répondre à trois critères : être certifié ICA RSO (formation de cinq jours et passer un examen sur la RSE), avoir une expérience dans l'accompagnement du secteur agroalimentaire ou être expert 3D (Diagnostic développement durable) ; et avoir suivi la formation au référentiel « Coopératives So Responsables ».

## **Évaluation, labellisation et suivi**

L'équipe d'évaluateurs va réaliser selon le référentiel l'évaluation de la maturité des pratiques et la performance des résultats. Une évaluation sur site (avec des visites sur place, pas d'évaluation à distance ou d'audit documentaire) est menée, au cours de laquelle des échanges ont lieu avec les parties prenantes internes de la structure mais aussi avec cinq parties prenantes externes. À la fin de l'évaluation, une restitution à chaud est tenue pour dresser les points saillants de l'évaluation, que cela soit les points positifs et les pistes d'amélioration. Ensuite tout un travail est réalisé par l'évaluateur pour rédiger le rapport d'évaluation et pour établir la note que la structure va obtenir.

L'intervenant précise qu'à ce jour il n'y a pas de comité de labellisation qui rassemblerait des parties prenantes de La Coopération agricole, mais que cela sera peut-être envisagé plus tard. La décision d'attribution du label revient à Afnor Certification, à part dans les cas de scores extrêmes où des échanges ont lieu entre Afnor Certification et La Coopération agricole. Le label est délivré pour trois ans, avec un suivi à dix-huit mois par le responsable d'évaluation qui revient dans la structure s'assurer que la dynamique RSE est toujours la même.



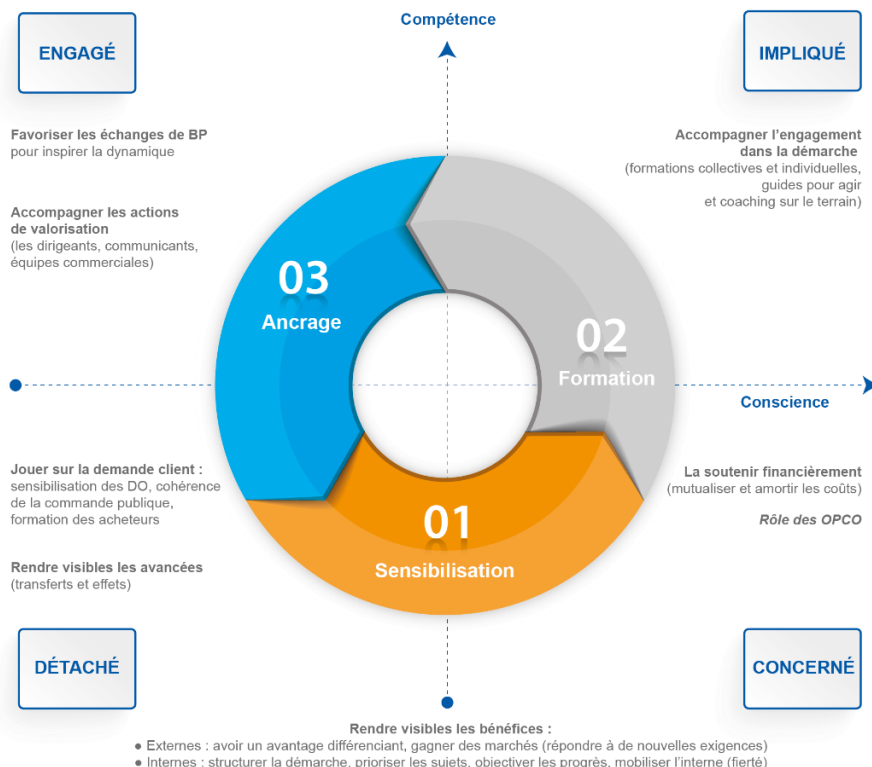


### III. L'ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES: SENSIBILISER, FORMER, VALORISER

L'accompagnement des entreprises ne consiste pas seulement à aider les entreprises à la mise en place d'une labellisation ; elle doit également permettre de créer un effet d'entraînement et de massification plus important de l'ensemble des secteurs.

Cet accompagnement s'inscrit dans un cycle de mobilisation<sup>124</sup> construit autour des enjeux de sensibilisation, de formation et d'ancrage des pratiques.

#### Les leviers : le cycle de la mobilisation



Source : Des Enjeux et des Hommes (2020)

<sup>124</sup> Le cycle de la mobilisation décrit par le cabinet de conseil Des Enjeux et des Hommes.

## 1. Sensibilisation des entreprises

Afin de mobiliser les entreprises, ces dernières doivent pouvoir identifier clairement les bénéfiques, tant internes qu'externes, qu'apporterait une labellisation. De nombreuses entreprises sont en effet dans une analyse « coûts-avantages » de la démarche. L'expérimentation des labels sectoriels a permis de clarifier les freins à la mobilisation des entreprises et leurs motivations d'engagement, et de souligner l'importance de communiquer sur les bénéfices de la labellisation.

### Les motivations et les freins à la mobilisation des entreprises

#### Les motivations des entreprises : les bénéfiques de la démarche

##### **En interne, la labellisation permet de :**

- faire un état des lieux ;
- structurer et piloter la démarche RSE et prioriser les actions dans une logique d'amélioration continue ;
- valoriser les résultats auprès des salariés ;
- mobiliser et fédérer les salariés autour d'un projet commun et ainsi renforcer la culture d'entreprise ;
- donner un sens aux actions réalisées et projetées ;
- fidéliser et attirer les talents au sein de l'entreprise ;
- créer une synergie avec d'autres outils de certification ;
- rejoindre une communauté d'entreprises engagées.

##### **En externe, la labellisation permet de :**

- communiquer vers ses parties prenantes externes, démontrer son engagement ;
- répondre aux demandes de clients, de donneurs d'ordres, anticiper les attentes des consommateurs finaux ;
- se différencier vis-à-vis de ses concurrents et fidéliser sa clientèle ;
- accroître des partenariats économiques ;
- améliorer sa marque employeur ;
- faire partie d'une communauté d'entreprises engagées dans leur secteur ;
- faire reconnaître son utilité sociale territoriale.

#### Les freins pour mobiliser les entreprises

- la peur d'échouer dans la labellisation, notamment du fait de l'étendue des thématiques que couvre la RSE ;
- le manque de volonté de s'engager dans un processus de transformation au long cours ;
- la méconnaissance du sujet considéré comme encore très conceptuel pour certaines entreprises ;
- la concurrence qui existe avec d'autres labels (perçus comme plus connus, moins onéreux, plus simple à mettre en œuvre...) ;
- le caractère trop sectoriel ou national des labels proposés (entreprises qui possèdent plusieurs secteurs d'activité ou bien des activités dans différents pays) ;
- le coût de la labellisation : ressources en temps et en hommes, en particulier pour les plus petites structures ;
- le manque de compétences au sein de l'entreprise pour suivre le processus de labellisation ;
- le manque de notoriété et de visibilité du label ;
- le manque de valorisation économique par le client ;
- le manque de reconnaissance du label, en particulier des donneurs d'ordres.

Source : informations issues des bilans de l'expérimentation des labels sectoriels fournis par les fédérations professionnelles

Les travaux de l'Observatoire du développement durable en PME<sup>125</sup> montrent aussi que la taille est un facteur critique pour l'engagement dans des démarches RSE (un effectif inférieur à cinquante salariés ressort comme facteur défavorable). Les freins à l'engagement de ces petites PME sont cependant moins liés à l'insuffisance de moyens financiers qu'au manque de temps et de compétences dont disposent les dirigeants pour repenser les routines managériales et innover en RSE<sup>126</sup>, d'où l'enjeu de leur coopération et d'un accompagnement.

### 1.1. Analyse amont des besoins

Il peut être opportun, suivant les besoins du secteur, de mener une étude afin d'analyser l'opportunité de mettre en place une démarche RSE sectorielle.

À titre d'exemple, au sein de l'OPCO Atlas<sup>127</sup> (anciennement Fafiec), l'Observatoire des métiers de l'Opieec a réalisé une étude pour savoir comment la RSE est prise en compte dans les métiers du secteur « Études et Conseil » (management, stratégie recrutement, études) ; et comprendre les attentes des différentes parties prenantes.

Cette étude<sup>128</sup>, intitulée « la RSE et les métiers du conseil » s'est basée sur la réalisation d'une analyse documentaire et d'entretiens menés auprès des syndicats constitutifs de la branche, de clients, d'autres parties prenantes de la société civile et institutionnelle et des entretiens auprès de cabinets de conseil. Elle a été complétée par une enquête en ligne envoyée aux 10 000 adhérents du secteur « Études et Conseil » du Fafiec.

L'étude dresse un panorama préoccupant :

- La RSE est encore méconnue par la plupart des acteurs et est peu intégrée dans les stratégies des entreprises car le sujet n'est pas identifié comme stratégique. La pression des donneurs d'ordres est inexistante aux yeux des répondants et des donneurs d'ordres eux-mêmes. De fait, rarement les critères RSE sont pris en compte dans les appels d'offres des cabinets de conseil.
- De plus en plus de cabinets de conseil s'emparent de la question, mais souvent avec un prisme environnemental ou social et jamais avec une approche globale.

Face à ce constat d'une faible prise en compte de la RSE dans la pratique métier, et aux attentes d'un grand nombre d'agences conseil<sup>129</sup> et de leurs clients, l'étude recommande l'élaboration d'un référentiel RSE commun au secteur du conseil tout en mettant en évidence les spécificités par métiers. Un travail est désormais en cours pour intégrer de manière opérationnelle la problématique « cœur de métier » au sein du projet de référentiel développé par le Syntec.

---

<sup>125</sup> <https://labex-entreprendre.edu.umontpellier.fr/files/2012/01/Axe-2-Programme-2.pdf>

<sup>126</sup> Courrent J.-M., Chassé S. et Omri W. (2018), « Do entrepreneurial SMEs perform better because they are more responsible? », *Journal of Business Ethics*, vol.153, n° 2, p.317-336.

<sup>127</sup> L'OPCO Atlas regroupe les métiers de la banque, de l'assurance, de la finance et du conseil.

<sup>128</sup> Opieec (2019), [La RSE et les métiers du conseil](#).

<sup>129</sup> Près d'un tiers des cabinets ayant répondu au questionnaire attendent que le secteur ou la branche propose un label RSE sectoriel.

## 1.2. Rendre visibles les bénéfiques

La communication des organisations professionnelles à destination de leurs adhérents, mais également en externe, est primordiale pour rendre visibles le label et ses bénéfiques.

### *Les moyens de communication mis en œuvre à destination des adhérents*

Afin de rendre visibles les bénéfiques de la labellisation à l'attention de leurs entreprises adhérentes, les organisations professionnelles peuvent s'appuyer sur différents moyens et canaux de communication, tant numériques que présentiels. Le bilan de l'expérimentation des labels RSE sectoriels montre la variété des moyens de communication utilisés. Ainsi, au-delà des moyens classiques (mail, page web, newsletter, plaquette...), les fédérations citent par exemple les visites individuelles dans des entreprises, les événements (par exemple salons) annuels, la parution d'articles dédiés dans le magazine interne ou encore l'affichage de panneaux à l'entrée du site de la fédération ou de posters.

#### **PRATIQUES DE FÉDÉRATIONS EN MATIÈRE DE COMMUNICATION**

**Unicem** : de nombreuses communications vers les adhérents au travers des formations, plusieurs groupes de travail sur les différents enjeux de la démarche, des mails d'information diffusés aux relais régionaux, une plaquette de présentation de la démarche, des supports de présentation des démarches, l'utilisation des réseaux sociaux, des comités régionaux composé des adhérents à nos démarches...

**Synabio** : deux journées annuelles dédiées à la RSE sont organisées pour permettre de valoriser le label. En outre, une rubrique du site est dédiée au label.

**Vignerons engagés** : le site web a été entièrement refondu pour la nouvelle identité Vignerons engagés, ainsi qu'un petit dépliant B2C, une brochure institutionnelle B2B et un magazine *Le Mag*, distribué aux Rencontres Vignerons engagés. Lors d'un événement annuel, « les Rencontres Vignerons engagés » représentent une vingtaine de conférences et d'ateliers thématiques et trois cents participants.

### *Les moyens de communication mis en œuvre à destination des acteurs externes à la fédération*

Les fédérations mènent également des actions de communication à destination d'acteurs externes tels que les médias professionnels, médias spécialisés RSE, les entreprises du secteur non adhérentes, les donneurs d'ordres. On constate toutefois que les ONG, les fournisseurs, les institutionnels (particulièrement les collectivités locales) sont peu visés, alors que des messages à destination de ces acteurs mériteraient d'être développés.

La communication se fait au travers d'articles et communiqués de presse, d'événements professionnels, de réunions de parties prenantes, la participation de la fédération à des tables rondes.



## 2. Accompagnement et formation des entreprises

L'accompagnement des entreprises recouvre l'enjeu de la montée en compétences sur les sujets RSE ainsi que la problématique des ressources des entreprises, mais aussi des organisations professionnelles qui les suivent.

En la matière, le bilan de l'expérimentation des labels RSE sectoriels souligne l'importance de l'accompagnement proposé par les fédérations pour motiver les entreprises à s'engager dans la démarche de labellisation. On constate sur les dix-huit mois de l'expérimentation que l'offre d'accompagnement s'est enrichie, avec une offre de co-financement et de formation plus largement présente. Cette offre complète et variée de moyens peut aller jusqu'à un véritable « parcours RSE » permettant d'aider l'entreprise de la phase de sensibilisation à la valorisation, en passant par l'approfondissement. Elle peut être sur mesure en fonction des besoins : audit blanc, constitution du dossier clef en main, état des lieux réalisé par les pôles d'expertise (Reunir), diagnostics et accompagnements thématiques en région (Scop BTP).

Toutes les fédérations possèdent au moins un référent « label RSE » qui suit le projet et peut être le contact de référence des entreprises. La question de l'existence de postes dédiés et des ressources disponibles au sein des fédérations pour l'accompagnement est posée.

### 2.1. Programmes de formation

« L'enjeu est de former et tenir l'ambition plutôt que de simplifier au risque d'édulcorer. »

Pour Agnès Rambaud-Paquin<sup>130</sup>, les référentiels devraient être couplés systématiquement avec des modules de formation car l'accompagnement des équipes est essentiel. La formation apparaît comme la première étape incontournable avant toute labellisation RSE.

#### *La montée en compétences des entreprises : les salariés au cœur du dispositif*

Les fédérations peuvent proposer elles-mêmes des formations collectives ou individuelles. Celles-ci peuvent prendre différentes formes à travers des documents, des modules vidéo, du coaching sur le terrain. Elles sont parfois également complétées d'une année sur l'autre par de nouvelles thématiques.

À titre d'exemples, Unicem a mis en place une formation gratuite au référentiel charte RSE qui a été dispensée au sein des Unicem régionales. Plus d'une vingtaine de sessions ont été organisées pour plus d'une centaine de participants. Une des thématiques proposées est « Comment communiquer et valoriser sa démarche environnement ou RSE ». Coorace met à disposition une offre de formation adaptée accompagnée d'un guide pédagogique facilitant la mise en place du Cèdre-ISO 9001 label RSE.

Ces formations sont destinées autant au « référent RSE » quand il existe, au dirigeant de l'entreprise qu'à l'ensemble des salariés. Benjamin Perdreau rappelle que pour

<sup>130</sup> Agnès Rambaud-Paquin, fondatrice du cabinet Des Enjeux et des Hommes et présidente de la commission DD&RSE de Syntec Conseil.

« embarquer » l'ensemble du collectif, l'impulsion du conseil d'administration, de la direction pour mettre en place et valoriser la démarche RSE est essentielle. Il souligne que les coopératives qui ont vraiment réussi à faire de la RSE l'axe de leur stratégie sont celles qui ont eu une impulsion menée par la direction et le conseil d'administration, composé d'agriculteurs, et qui ont réussi à mobiliser l'ensemble des adhérents (agriculteurs) à la coopérative.

### ***Le rôle des sociétés de conseil***

Les fédérations font parfois intervenir des acteurs externes dans la conception ou la mise en place de la formation aux entreprises adhérentes, en particulier pour former les référents au sein des entreprises. Parfois, ces intervenants externes sont en support de la fédération pour accompagner à la conception des modules de formation.

Illustrant ce rôle des agences conseil, Agnès Rambaud-Paquin explique qu'elles peuvent intervenir et aider pour :

- **la conception des référentiels**, qu'ils soient génériques, sectoriels ou « maison » (certaines entreprises se sont dotées de leur propre référentiel maison). Elle souligne que les référentiels sectoriels sont particulièrement intéressants car ils ont le mérite d'être adaptés au secteur d'activité et de favoriser des benchmarks qui aident les donneurs d'ordres ;
- **le déploiement du référentiel** avec la mise en place d'une ingénierie de dispositifs d'accompagnement tels que la sensibilisation, la formation, le *coaching*...
- **l'accompagnement des entreprises** qui veulent obtenir un label.

## **2.2. La mise à disposition d'outils et la création d'un réseau d'entreprises**

### ***Des outils pour progresser***

L'ensemble des fédérations mettent à disposition des outils, soit directement ou par le biais d'acteurs externes. Ces outils sont variés : auto-diagnostic, aide à l'identification et à la hiérarchisation des parties prenantes, aide à la structuration d'un plan d'action ou la constitution d'une matrice de matérialité, exemples de tableaux de bord pour le suivi d'indicateurs, fiches pratiques. Certaines fédérations proposent également des guides de bonnes pratiques ou des outils plus spécifiques tels que des outils de comptabilisation carbone.

### ***Un réseau d'entreprises pour échanger***

La création d'un réseau ou club d'entreprises, à l'image des communautés Lucie ou B Corp, est recommandée, afin de favoriser les échanges « horizontaux » entre entreprises, stimuler la créativité, inspirer, créer de l'émulation et renforcer le sentiment d'appartenance des entreprises labellisées. Ces moments d'échanges (en présentiel ou par webinaire, ou *via* un groupe créé sur un réseau social) permettent en particulier le partage de bonnes pratiques, de retours d'expérience, ou encore de parrainer de

nouveaux entrants. Les fédérations soulignent en effet l'importance d'un processus formalisé d'intégration des nouveaux adhérents.

Des groupes de travail sont souvent proposés aux entreprises adhérentes et engagées dans la procédure de labellisation. Organisés parfois régionalement, ils permettent des rencontres régulières, ou peuvent également être mis en place de manière *ad hoc* afin de répondre aux besoins spécifiques des entreprises adhérentes (outils, communication, amélioration des référentiels, travail spécifique d'une thématique...).

### **2.3. Accompagnement financier : rôle des OPCO**

La moitié des fédérations engagées dans l'expérimentation des labels RSE sectoriels mentionnent le fait que le coût de la démarche et de l'audit de labellisation peut être dissuasif, en particulier pour les TPE. Les entreprises sont toujours dans une logique coûts-bénéfices pour justifier un investissement éventuellement conséquent. Quelques cas d'abandon du projet ou de non-renouvellement de la procédure en raison du coût ont par ailleurs été signalés, même s'ils restent très marginaux.

#### ***Les aides financières des fédérations***

L'aide au financement est très peu proposée par les fédérations en ce qui concerne la démarche de labellisation (sauf pour les très petites entreprises). Elle peut prendre la forme d'une aide ponctuelle ou d'un abonnement mensuel permettant de lisser le coût de la démarche de labellisation sur plusieurs années ; elle peut concerner les coûts de diagnostic ou encore le financement de l'audit.

À titre d'exemple, la fédération Scop BTP prend en charge le coût des diagnostics « Simply RSE » et « Objectif RSE » réalisés par l'OTI. Ces diagnostics permettent de réduire le temps d'évaluation par l'OTI et viennent donc en déduction dans la facture globale de l'évaluation.

Les fédérations peuvent apporter des aides financières pour la formation et l'accompagnement à la labellisation.

#### ***Les aides extérieures existantes***

Un manque de connaissance des aides et soutiens financiers existants est constaté pour inciter et accompagner les entreprises vers les démarches de labellisation. Peu de fédérations mentionnent les possibilités de financement (participation aux frais d'évaluation, d'audit) par des acteurs extérieurs tels que Bpifrance, Apicil, certaines CCI, les régions elles-mêmes.

Ces aides extérieures peuvent également concerner les aides au financement de la formation par des acteurs publics tels que les régions, les départements, Bpifrance, la Direccte dans le cadre du soutien à la professionnalisation. À titre d'exemple, la fédération Afise a mis en place une action collective d'accompagnement (deux jours de formation collective et deux jours d'accompagnement sur site), dont 50 % des coûts peuvent être pris en charge par Bpifrance pour les TPE/PME et ETI.

Certaines formations peuvent en outre être co-financées par des partenaires dans le cadre des OPCO<sup>131</sup>. Améliorer l'accès à la formation professionnelle reste une mission d'actualité des OPCO, notamment en accompagnant le financement pour les petites entreprises grâce à la mutualisation, aux cofinancements publics, à l'ingénierie et la négociation de prix pour des actions collectives, ainsi que la mise en œuvre d'une politique de branche dynamique en matière de formation (par exemple avec des accords formation prévoyant des contributions extra-légales).

Valérie Bobin Ciekala<sup>132</sup> souligne qu'en matière de RSE, les OPCO peuvent aider à l'ingénierie d'un référentiel RSE de branche, faciliter l'accès à des cofinancements, participer à la création de guides et outils, mise en réseau comme par exemple la route RSE créée par Agefos PME avec FACE.

## 2.4. Exemple d'une pratique: Uniic

Uniic<sup>133</sup> est un secteur composé d'entreprises de petite taille : les trois-quarts ont moins de 11 salariés. Il existe un partenariat très fort dans la branche de l'imprimerie entre l'organisation professionnelle à l'initiative du label et l'OPCO.

UNIIC a mis à la disposition des entreprises des outils de travail qui leur permettent de suivre le label, de mettre en place le dispositif et de l'améliorer en permanence. Par exemple : outils d'auto-évaluation, cartographie des parties-prenantes, plan de communication, plan d'action, suivi des indicateurs, formations et accompagnement.

### L'accompagnement proposé par l'Uniic

Pour démarrer la démarche, il y a une obligation de former un référent RSE dans l'entreprise. Cette formation initiale de quatre jours des référents RSE a été développée avec Écocert Expert Consulting RSE est étalée sur huit-dix mois. Elle couvre les points suivants : initier un projet RSE dans le contexte sectoriel : repères, méthodologie et diagnostic ; intégrer les parties prenantes pour définir les objectifs et formaliser la politique RSE ; formaliser les engagements RSE et préparer la mise en œuvre opérationnelle ; communiquer, valoriser sa démarche RSE et préparer la labellisation. Un accompagnement individuel à distance est également proposé.

Ces formations permettent d'animer le réseau (facilite les échanges, favorise la cohésion du groupe,), stimule les entreprises et favorise la créativité.

### Formations prises en charge par l'OPCO

Ces formations sont prises en charge par l'OPCO sur les fonds conventionnels propres à la branche. En effet, à la suite des décisions de la CPNEFP de l'imprimerie de labeur, pour

---

<sup>131</sup> Depuis la loi du 5 septembre 2018 pour la Liberté de choisir son avenir professionnel, 11 opérateurs de compétences (OPCO), chargés d'accompagner la formation professionnelle ont trois grandes missions : financer des dispositifs d'alternance ; apporter un appui technique aux branches adhérentes ; assurer un service de proximité pour les TPE/PME de moins de 50 salariés. Voir : <https://travail-emploi.gouv.fr/ministere/acteurs/partenaires/opco>

<sup>132</sup> Audition de Valérie Bobin Ciekala, OPCO EP, le 3 septembre 2020.

<sup>133</sup> Audition de Mathieu Prévost, responsable environnement et RSE, 3 septembre 2020.

la formation initiale du référent, les frais pédagogiques, de transport et d’hébergement sont financés à 100 %. Les frais pédagogiques dans le cadre des formations ultérieures imposées par le référentiel sont quant à eux financés à 50 %.

Cette prise en charge par l’OPCO permet à l’entreprise de s’engager dans la démarche sans frais financiers, et garantit une réelle professionnalisation du référent.

### **3. Communication vers les parties prenantes : valoriser la démarche**

Yves Huguet, co-rapporteur du présent avis, rappelle qu’il existe trois types de communication en direction des parties prenantes : la communication interne à l’entreprise, la communication externe en direction des clients et autres entreprises impactées par les activités (B2B), et la communication externe en direction des consommateurs en B2C.

La communication en valorisant la démarche et rendant visibles les avancées de chaque secteur doit aider à ancrer la RSE dans le tissu des PME/TPE et ETI, et à faire évoluer les demandes des clients, des acheteurs privés ou publics. Elle se doit cependant d’être elle-même responsable pour faire connaître les avancées des entreprises en matière de RSE, tant en interne qu’en externe, en toute confiance.

#### **3.1. Communication interne : valoriser auprès des salariés**

Diverses études (Baromètre annuel « salariés et entreprises responsables » Des Enjeux et des Hommes – ekodev - Occurrence<sup>134</sup>, baromètre national de la perception de la RSE du Medef<sup>135</sup>) mettent en évidence un déficit encore important en 2020 de connaissance et de compréhension de ce que sont le développement durable et la RSE. La mise en œuvre des engagements pris dans le cadre de ces labellisations demande la mobilisation de l’ensemble des salariés des entreprises concernées, dans les différents métiers (achats, production, gestion, ressources humaines, etc.).

#### **3.2. Communication externe : un label crédible**

La communication et la valorisation des labels vis-à-vis des parties prenantes externes, c’est-à-dire vis-à-vis des clients et partenaires mais également dans certains cas des consommateurs. En particulier, des exigences contradictoires peuvent exister, avec d’un côté l’enjeu de faire connaître les avancées des entreprises en matière de RSE et de l’autre, celui de ne pas induire en erreur le consommateur (enjeu de formation du client).

À l’heure actuelle, Vincent Francfort rappelle que beaucoup de TPE/PME et ETI ne valorisent leurs démarches qu’au travers de leurs réponses à des appels d’offres ou par quelques mentions sur leurs sites internet. Ce point demeure très perfectible car elles disposent de multiples façons de communiquer sur leurs engagements et ainsi de valoriser leurs démarches auprès de leurs partenaires et clients.

<sup>134</sup> <https://www.desenjeuxetdeshommes.com/blog/barometre-salaries-et-entreprises-responsables/>

<sup>135</sup> <https://www.medef.com/fr/actualites/barometre-de-perception-de-la-rse-en-entreprise>

## Utilisation d'un logo ou autre signe distinctif : attention vigilance

### RAPPEL DE LA RÉGLEMENTATION EN MATIÈRE D’AFFICHAGE

En matière de certification de produits et services, selon l'article L. 115-28 du Code de la consommation<sup>136</sup> « toute référence à la certification dans la publicité, l'étiquetage ou la présentation de tout produit ou service, ainsi que sur les documents commerciaux qui s'y rapportent, doit être accompagnée d'informations claires permettant au consommateur ou à l'utilisateur d'avoir facilement accès aux caractéristiques certifiées. La consultation des référentiels de certification s'effectue soit gratuitement auprès de l'organisme certificateur, soit par la délivrance d'exemplaires aux frais du demandeur.

Le signe distinctif qui, le cas échéant, accompagne ou matérialise la certification est déposé comme marque collective de certification, conformément à la législation sur les marques de fabrique, de commerce et de service ».

Plus généralement, les enjeux d'affichage environnemental et social font par ailleurs l'objet de nouvelles dispositions, notamment dans la loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire<sup>137</sup>.

Des guides existent également en matière d'affichage concernant les allégations environnementales, et d'utilisation des labels. On notera le guide pratique des allégations environnementales à l'usage des professionnels et des consommateurs<sup>138</sup> (Conseil national de la consommation) et les lignes directrices sur l'utilisation des labels de l'Autorité de régulation de la publicité<sup>139</sup> (ARPP).

Dans le cadre de la communication à l'attention des consommateurs, une grande vigilance doit être apportée concernant la possibilité d'apposer un logo ou tout autre signe distinctif sur les produits. En la matière, on constate des pratiques divergentes, notamment dans le secteur de l'agroalimentaire. En effet, certains labels mentionnent clairement que la démarche de labellisation n'a pas pour vocation à être communiquée sur le produit, l'idée n'étant pas de créer une allégation supplémentaire, alors que d'autres autorisent l'apposition d'un logotype sur l'emballage une fois l'évaluation et le label attribué.

Afin d'éviter tout risque de confusion, un logo ou tout autre signe distinctif lié à un label RSE, qui est par nature un label d'entreprise, ne peut pas apparaître sur les produits.

Des dispositifs doivent toutefois être mis en place pour permettre aux consommateurs de s'informer sur les engagements des entreprises dûment labellisées et d'accéder aux éléments de la labellisation et au contenu des référentiels.

---

<sup>136</sup> [Section 5 : Certification des services et des produits autres qu'agricoles, forestiers, alimentaires ou de la mer \(Articles L. 115-27 à L. 115-33\) - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

<sup>137</sup> [Article 15 de la loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire.](#)

<sup>138</sup> CNC (2012), [Guide pratique des allégations environnementales à l'usage des professionnels et des consommateurs. Durable, responsable, bio, naturel, écologique, comment s'y retrouver ?](#). Ce guide, élaboré à partir des avis du CNC, permet d'éclairer le consommateur dans ses choix, grâce à une information plus lisible et sincère. Selon ce guide, pour « Pour éviter toute confusion, une allégation qualifiant une entreprise doit être particulièrement précise et explicite afin de ne pas induire le consommateur en erreur en lui laissant croire que le produit a certaines qualités intrinsèques. »

<sup>139</sup> <https://www.arpp.org/wp-content/uploads/2017/12/Code-ARPP.pdf>

### 3.3. Un exemple de communication mise en place : AACC<sup>140</sup>

Pour l'AACC, la création du label « Agences actives » répond à la volonté de partager pour l'ensemble des adhérents un référentiel commun et une vision globale ; de créer une émulation parmi les membres ; et de témoigner aux donneurs d'ordres l'urgente nécessité de valoriser les agences qui sont rentrées dans une démarche de durabilité dans leur modèle d'affaires.

#### *Communication de l'AACC pour faire connaître le label à ses adhérents*

L'angle de la communication est celui d'un label véritablement adapté aux agences de communication permettant d'avoir une vision globale capable de circonscrire la responsabilité des agences. Le référentiel s'intéresse aux points d'impact. Pour Gildas Bonnel, « il est important de ne pas surpondérer des épiphénomènes, mais de surpondérer là où les agences ont un véritable impact ».

Les messages clés utilisés par l'AACC :

- un label spécifiquement dédié aux métiers des agences-conseils en communication ;
- la caution d'Afnor Certification ;
- trois niveaux de maturité : \* Engagé \*\* Confirmé \*\*\* Expert, permettant ainsi aux agences d'évoluer ;
- un label validé par un comité d'experts constitué de parties prenantes issues d'horizons différents ;
- une évaluation qui s'appuie sur des éléments de preuve concrets ;
- un label prévu pour évoluer dans le temps pour accompagner la montée en compétences des agences.

Un communiqué de presse annonçant les nouvelles agences labellisées sert de plan de communication. L'envoi du communiqué de presse amène de nombreuses demandes de la part des agences. En outre une communication récurrente sur les outils de communication de l'AACC (newsletter adressée au marché, réseaux sociaux...) a été mise en place pour chaque nouvelle session de labellisation.

#### *Communication des agences labellisées auprès de leurs parties prenantes*

Mme Gabrié note qu'un travail est à mener pour que le label soit reconnu comme celui véritablement adapté aux agences et celui à obtenir. Les éléments de communication mis en place par les agences elles-mêmes à la suite de leur labellisation vont dépendre de leur taille. On notera notamment comme exemple de canaux utilisés :

- communication sur les réseaux sociaux ;
- communication interne auprès des collaborateurs : réunions internes, présentation dédiée, affichage dans les locaux ;

---

<sup>140</sup> Audition de Marie Gabrié, directrice déléguée, commission DD de l'AACC, et Gilda Bonnel, présidente commission DD et présidente de Sidièse, le 25 septembre 2020.

- communication externe : communiqué de presse d'annonce de l'obtention du label, newsletter, signature de mail, présence du label sur le site internet des agences labellisées...
- communication clients : label mis en avant dans les appels d'offres, dans les documents de présentation de l'agence...

À noter qu'une charte d'utilisation, fournie par l'AACC, permet d'encadrer l'emploi du logo.





## IV. RECOMMANDATIONS

---

### **PARTIE 1 : ROBUSTESSE DE LA DÉMARCHE**

**Recommandations centrales pour produire des labels de progrès pertinents (adaptés aux enjeux sociaux, sociétaux et écologiques), crédibles (qui proposent des objectifs d'améliorations significatives) et fiables (garanties)**

**Objectifs :** Conforter/améliorer la crédibilité des référentiels et le process de labellisation et de suivi afin d'assurer une **chaîne de confiance**.

### **RECOMMANDATIONS AUX ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES ET PORTEURS DE LABELS CONCERNANT LE RÉFÉRENTIEL**

**1/ La Plateforme RSE affirme la nécessité aux organisations professionnelles et porteurs de labels d'élaborer des référentiels RSE sectoriels, robustes et crédibles.**

Pour ce faire :

- se baser sur les questions centrales et domaines d'actions de la norme ISO 26000, prendre en compte les Objectifs de développement durable, et s'appuyer autant que possible sur l'état des connaissances scientifiques (**principe de robustesse**) ;
- réviser le référentiel régulièrement dans une logique d'amélioration continue (nouvelles thématiques RSE, retour d'expérience, évolution de la réglementation) (**principe d'adaptabilité**) ;
- inclure des critères RSE allant au-delà de la réglementation ;
- privilégier un seul référentiel par secteur (**principe de représentativité**) ;
- préciser le périmètre du référentiel qui doit couvrir au minimum l'ensemble des établissements ayant les mêmes activités au sens de la branche (code APE) au sein de la même entité légale ;
- mentionner, si opportun, dans le volet gouvernance du référentiel, la possibilité d'introduire une « raison d'être » (cf. art 1835 du Code civil), voire une « société à mission » (cf. art. L210-10 du Code de commerce) en application de la loi Pacte.

- inclure des critères d'évaluation qualitatifs et quantitatifs de l'impact annoncé et des moyens engagés (dimensions économiques, environnementales, sociales/sociétales, et gouvernance) et assurer la cohérence holistique par l'existence de « points bloquants » ; « note plancher » ; « note éliminatoire » ou autre modalité) ; les indicateurs correspondants sont clairement identifiés et hiérarchisés. Les indicateurs et niveaux de contribution sectoriels devraient être définis en cohérence avec les cadres de rapportage extra-financier réglementaires ou volontaires existants et à venir (par exemple, indicateurs volontaires simplifiés pour les PME). Leur pertinence à l'échelle sectorielle est assurée par le dialogue avec les parties prenantes ;
- inciter les porteurs de démarches RSE généralistes à s'appuyer sur les référentiels RSE sectoriels existants.

**2/ La Plateforme RSE recommande aux organisations professionnelles et porteurs de labels d'être transparents concernant la gouvernance et le financement du label, et le contenu du référentiel (**principe de transparence et d'exemplarité**).**

Pour ce faire :

- rendre public le référentiel, y compris les conditions d'accessibilité au label et les critères d'évaluation ;
- être transparent sur la gouvernance et le financement du label ;
- être eux-mêmes exemplaires en communiquant de façon transparente sur leurs propres actions en matière de RSE.

**3/ La Plateforme RSE recommande aux organisations professionnelles et porteurs de labels de rendre accessible le label aux adhérents mais aussi aux non-adhérents : l'ensemble des entreprises, quelle que soit leur taille, doit pouvoir accéder à la labellisation (**principe d'accessibilité**).**

## **RECOMMANDATIONS TRAITANT DES PARTIES PRENANTES**

**4/ La Plateforme RSE affirme la nécessité d'associer les parties prenantes à toutes les étapes du processus de labellisation, et en assurer leur représentativité (**principe de représentativité**).**

Pour ce faire :

- identifier, cartographier et hiérarchiser les parties prenantes **pertinentes** de leur **sphère d'influence** (source : ISO 26000) ;
- clarifier et définir clairement les modalités de gouvernance avec elles : les impliquer lors de la création et de la révision du référentiel, notamment pour la définition des critères de labellisation ;
- les associer à l'attribution du label et à son suivi/évaluation.

## RECOMMANDATIONS TRAITANT DE L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT

**5/ La Plateforme RSE affirme la nécessité d'un OTI pour la validation du référentiel afin de s'assurer du respect des principes de l'ISO 26000. L'OTI est garant du respect du processus d'élaboration et de révision du référentiel, et du caractère auditable du référentiel.**

**6/ La Plateforme RSE affirme la nécessité de l'intervention d'un OTI pour l'évaluation des pratiques et résultats des entreprises dans une logique d'amélioration continue et de valorisation des progrès.**

Pour ce faire, l'OTI :

- s'assure que l'entreprise respecte son engagement de conformité à la réglementation comme prérequis à une possible labellisation ;
- mène des audits **sur site**, complétés si nécessaire par des audits documentaires, afin d'évaluer les pratiques opérationnelles constatées sur le terrain et interviewer les parties prenantes significatives ;
- précise clairement les différents niveaux de labellisation et les degrés de maturité associés (**échelle de maturité** requise pour chaque niveau de labellisation) ; (**Principe de progression et de transparence**) ;
- privilégie les obligations de résultat aux obligations de moyens sur le modèle de la certification de service (cf. Code de la consommation) ;
- assure le respect du **principe de cohérence holistique (non-compensation)** entre critères pour définir un niveau global de maturité ;
- est garant de la **transparence et la véracité** des éléments de communication ;
- met en place un dispositif interne, soit pour attribuer la labellisation sur la base du rapport de l'évaluateur, soit pour la proposer à l'instance spécifique de labellisation sur la base du rapport de l'évaluateur.

**7/ La Plateforme RSE affirme la nécessité, pour l'obtention du label, de fixer un seuil minimal de performance dans l'échelle de maturité.**

**8/ La Plateforme RSE affirme la nécessité de prévoir un dispositif de recours concernant les évaluations et les décisions d'attribution, ainsi qu'un dispositif permettant aux parties prenantes de signaler les pratiques d'une entreprise en contradiction avec le référentiel (pouvant aller le cas échéant jusqu'à la suspension du label).**

**9/ La Plateforme RSE recommande aux Organismes tiers indépendants de s'assurer de la compétence et la transparence des évaluateurs.** Pour ce faire, l'OTI :

- respecte les principes et exigences en matière de compétence, d'impartialité, d'absence de conflits d'intérêts pour des évaluations RSE sectorielles et non sectorielles ; **l'accréditation par le Cofrac devra être privilégiée** pour renforcer la crédibilité du label ;
- veille à la compétence des évaluateurs en matière de connaissance des thématiques RSE et des enjeux du secteur audité ;
- développe, en tant que de besoin, un guide de l'évaluateur afin d'assurer l'homogénéité des pratiques d'audit, ainsi que la qualification de l'évaluateur.

## **PARTIE 2 : RECONNAISSANCE ET VALORISATION DES LABELS RSE SECTORIELS** **TIERCE PARTIE**

**Recommandations pour favoriser l'accessibilité et la valorisation des labels RSE sectoriels tierce partie aux TPE, PME et ETI ; et lever les freins en matière de reconnaissance par les acteurs qui lancent des marchés publics et les grands donneurs d'ordres privés.**

### **RECOMMANDATIONS EN MATIÈRE DE SUPERVISION DES LABELS RSE SECTORIELS TIERCE PARTIE**

**10/ La Plateforme RSE recommande que soient renforcées la supervision et la promotion de la RSE parmi les compétences de l'administration en charge, et que le sujet soit traité et suivi de manière pérenne.** L'idée d'un guichet unique, facilitant l'accès à l'information et aux différents dispositifs existants, et les moyens financiers devront être traités pour aborder globalement la question de la RSE et de son développement. Aujourd'hui, les thématiques à traiter, par exemple l'environnement ou le social, relèvent d'administrations spécifiques qui fonctionnent en silo sans approche globale. Par exemple l'Agence de transition écologique (Ademe) pour l'environnement, les Directions régionales des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (Direccte) pour le social.

**11/ La Plateforme attend des pouvoirs publics l'élaboration et la mise en œuvre d'une charte publique encadrant les conditions de reconnaissance de labels RSE sectoriels tierce partie en s'appuyant sur les principes<sup>141</sup> d'organisation suivants :**

- **principe de robustesse** : les critères du référentiel portent sur des actions allant au-delà des exigences réglementaires existantes, organisés pour répondre aux questions centrales et domaines d'action de la RSE (voir les lignes directrices ISO 26000) ; ces critères sont déclinés en tenant compte des enjeux spécifiques du secteur d'activité ;
- **principe de représentativité** : le porteur du projet doit être représentatif du secteur ; la gouvernance du label assure l'intégration des parties prenantes pertinentes, notamment pour l'élaboration et la révision du référentiel et pour son attribution ;
- **principe de cohérence holistique et d'interdépendance (principe de non-compensation)** : la décision d'attribution du label intègre l'équilibre holistique des enjeux et de la performance globale de l'entreprise, une performance insuffisante sur un critère rédhibitoire ne pouvant être compensée par une meilleure performance sur un autre critère du référentiel ;
- **principe de matérialité des engagements** : les enjeux portent sur des objectifs d'impacts sur les dimensions économiques, environnementales, sociales/sociétales, et de gouvernance, en niveau ou en progression, évaluables objectivement par les OTI ;

<sup>141</sup> Voir aussi les principes identifiés par le rapport de la mission « Chapron-Dubost-Imalhayene », *Rapport sur les labels RSE. Accompagner les entreprises et donner confiance à leurs parties prenantes.*

- **principe d'amélioration continue** : les critères du référentiel sont révisés périodiquement dans une logique d'amélioration continue intégrant les nouvelles thématiques RSE, les retours d'expérience, l'évolution de la réglementation ;
- **principe de bénéfice pour la société, l'environnement et l'entreprise** : l'évaluation pour l'attribution du label doit inclure l'évaluation des indicateurs et des objectifs associés concernant les enjeux RSE, ainsi que les moyens (notamment les actions permettant la montée en compétences des entreprises labellisées...) pris pour atteindre ces objectifs, condition nécessaire à la valorisation de la démarche par l'entreprise labellisée ;
- **principe de séparation des compétences** : l'évaluation des résultats obtenus et des moyens mis en œuvre ne peut être assurée que par une tierce partie indépendante (OTI) de l'entreprise évaluée ; de même, la décision d'attribution du label doit être prise indépendamment de cette entreprise et de manière impartiale et doit tenir compte du rapport de l'évaluateur ;
- **principe de transparence** : il s'applique aux niveaux de l'organisme porteur d'un label RSE, du contenu des référentiels (accès public aux critères d'évaluation, aux critères de niveaux de maturité et aux critères d'attribution), et de la communication interne et externe (notamment précision de l'information sur ce qui est garanti « derrière » le logo et ce qui ne l'est pas) ;  
*Note : il est fortement recommandé d'afficher la note globale justifiant le niveau de maturité obtenu et d'envisager un affichage des différentes notes ou niveaux obtenus sur les thèmes centraux de la RSE tels que la gouvernance, l'environnement, le social et l'économique ;*
- **principe d'exemplarité** de l'organisme porteur d'un label RSE qui communique de façon transparente sur ses propres actions en matière de RSE ;
- **principe d'accessibilité** : la démarche de labellisation doit être accessible à l'ensemble des TPE, PME et ETI quelle que soit leur taille (la taille ne doit pas être un handicap) : lisibilité de l'information ; accompagnement dans la mise en œuvre ; mutualisation de moyens ; etc.

**12/ La Plateforme RSE ne recommande pas la création d'un label public d'État en matière RSE mais recommande la supervision globale par les pouvoirs publics des labels RSE sectoriels tierce partie en s'appuyant sur un cahier des charges** établi sur les principes de la charte publique.

## **RECOMMANDATIONS EN MATIÈRE DE RECONNAISSANCE ET DE VALORISATION**

### **13/ La Plateforme RSE recommande aux pouvoirs publics d'assurer une meilleure prise en compte des labels RSE sectoriels tierce partie dans les marchés publics.**

Pour ce faire, il conviendrait de :

- appuyer au niveau européen une révision de la directive européenne 2014/24/UE et ainsi permettre une révision du Code des marchés publics, notamment de l'article L. 2112-3 pour prendre en compte la labellisation RSE comme critère de sélection. Il ne s'agit pas d'exclure mais de donner des points supplémentaires à l'entreprise labellisée ;
- prendre en compte dans la révision du Plan national d'action pour les achats publics durables la labellisation RSE sectorielle tierce partie ;
- développer la formation des acheteurs publics et privés en matière de RSE et des labels RSE sectoriels tierce partie.

**14/ La Plateforme RSE recommande aux organisations paritaires de branche (patronales et syndicales) de favoriser l'intégration de la thématique RSE, y compris de la labellisation, dans les négociations paritaires de branche ; elle recommande aux pouvoirs publics d'inciter les organisations patronales et syndicales en ce sens.**

**15/ La Plateforme RSE recommande aux donneurs d'ordres privés de privilégier la mieux-disance à la moins-disance RSE : respecter la prise en compte et la valorisation dans leurs appels d'offres de la labellisation RSE tierce partie, et en particulier des labels RSE sectoriels.**

Pour ce faire :

- substituer la labellisation RSE aux procédures de type déclaratif (questionnaires) ou de type plateforme d'évaluation ;
- mentionner dans leur *reporting* extra-financier la façon dont ils tiennent compte des efforts fournis par leurs sous-traitants et fournisseurs en matière de RSE ; la labellisation RSE sectorielle devra être considérée ;
- accompagner leurs sous-traitants en la matière, et entretenir des relations mutuellement bénéfiques sur ce thème avec les secteurs professionnels.

## **RECOMMANDATIONS EN MATIÈRE DE COMMUNICATION**

**16/ La Plateforme recommande aux pouvoirs publics de promouvoir les labels RSE sectoriels tierce partie répondant aux critères de la future charte publique, et les entreprises labellisées.**

Pour ce faire :

- communiquer sur les labels répondant aux critères de la charte publique pour qu'ils soient identifiés par l'ensemble des parties prenantes et notamment par les réseaux traitant de l'achat public durable, et notamment les réseaux régionaux sur l'achat public durable ;

- prendre en considération ces labels répondant aux critères de la charte publique au travers de la commande publique ;
- inscrire sur une liste rendue publique les entreprises pour lesquelles un label RSE sectoriel tierce partie est attribué (avec le lien d'accès au référentiel du label concerné).

**17/ La Plateforme RSE recommande aux organisations professionnelles et porteurs de labels d'assurer une communication active afin de valoriser les entreprises labellisées tout en assurant une information solide, adaptée et transparente en direction d'une part des professionnels et d'autre part des consommateurs.**

Pour ce faire :

- bâtir un plan de communication à l'attention des entreprises labellisées incluant des outils, une charte d'utilisation du logo du label, des conseils d'utilisation des réseaux sociaux... ;
- identifier des prescripteurs et s'appuyer sur eux pour la promotion (chambres consulaires, conseils régionaux, collectivités...) ;
- renforcer et développer le dialogue avec l'ensemble des parties prenantes ayant pour objet de promouvoir la RSE ;
- communiquer clairement sur le périmètre couvert (sites et activités), et le degré de maturité de la labellisation.

**18/ La Plateforme RSE recommande aux entreprises labellisées de :**

- respecter les dispositions réglementaires du Code de la consommation (article L. 115-28), et s'appuyer sur les éléments du *Guide pratique des allégations environnementales à l'usage des professionnels et des consommateurs. Durable, responsable, bio, naturel, écologique, Comment s'y retrouver ?*, élaboré par le Conseil national de la Consommation dont une version révisée est à venir (cf. section 3.2 de cet Avis), même si la labellisation RSE ne relève pas encore de ces dispositions ;
- ne pas apposer de signe distinctif/logo lié au label RSE sur les produits (étiquetage, emballage, etc.) afin d'éviter toute confusion dans l'esprit des consommateurs ;
- mettre en place un dispositif permettant un accès public aux informations sur la labellisation (périmètre couvert ; critères exigés ; définition du niveau de maturité ; etc.).

## **RECOMMANDATIONS EN MATIÈRE DE SENSIBILISATION, D'ACCOMPAGNEMENT ET DE FORMATION**

**19/ La Plateforme RSE recommande aux organisations professionnelles et porteurs de labels de proposer un accompagnement aux TPE, PME et ETI pour identifier et maîtriser les moyens nécessaires à la réalisation de leurs engagements.**

Pour ce faire :

- en amont, mener si pertinent une étude afin d'analyser l'opportunité de mettre en place une démarche de labellisation RSE sectorielle tierce partie et ses modalités ;
- créer et proposer des formations et appui-conseil, à destination des dirigeants et de l'ensemble des salariés, axées sur les problématiques du secteur et des TPE, PME et ETI (de manière collective et individuelle), par l'intermédiaire de leur OPCO (opérateurs de compétences) ; et mettre à leur disposition des outils opérationnels ;
- créer un réseau des entreprises labellisées ou en cours de labellisation ;
- construire un appui et un accompagnement tenant compte des spécificités des TPE en privilégiant la mutualisation des moyens.

**20/ La Plateforme RSE recommande aux organisations paritaires de branche (patronales et syndicales) de mettre en place un programme de formation/action, adapté aux entreprises du secteur, par l'intermédiaire de leur OPCO (notion de programmes prioritaires).**

**21/ La Plateforme RSE recommande aux établissements publics et privés dispensant des enseignements et formations (initiaux et continus) relatifs au développement durable en entreprise de développer des modules dédiés aux enjeux spécifiques de management de la RSE dans les PME et TPE.**

### **PARTIE 3 : POUR CRÉDIBILISER DANS LA DURÉE ET POUR RÉUSSIR LA GÉNÉRALISATION DE LA DÉMARCHE DE LABELS RSE SECTORIELS TIERCE PARTIE**

#### **ÉVALUATION DES IMPACTS RÉELS**

**22/ La Plateforme RSE recommande à tous les acteurs concernés que des moyens soient mobilisés pour développer une procédure d'évaluation robuste des impacts sociaux, sociétaux et écologiques de la labellisation RSE sectorielle tierce partie à intervalles réguliers et sur un périmètre pertinent.**

#### **INCITATIONS DES POUVOIRS PUBLICS**

**23/ Pour inciter les entreprises à s'engager dans la labellisation RSE, la Plateforme RSE recommande aux pouvoirs publics de proposer une simplification administrative aux entreprises labellisées en rapport avec les sujets RSE couverts par le label, selon le principe « Dites-le-nous une fois », étant entendu qu'elles ne sauraient déroger à leurs obligations légales.**



**24/ Par manque de moyens humains, de temps ou de compétences (les études s'accordent sur des effectifs autour de 50 salariés), la taille des TPE et PME constitue un handicap particulier pour s'engager dans une démarche de labellisation. La Plateforme RSE recommande pour ces entreprises un soutien spécifique :**

- **instituer un interlocuteur unique de l'État** (au niveau national, voire local) pour faciliter l'accès des entreprises aux différents dispositifs existants ;
- **faciliter l'investissement des TPE, PME et ETI dans les démarches RSE labellisées à l'aide du plan « France-Relance »**. Par exemple :
  - o étendre le dispositif d'aides financières forfaitaires « Entreprises engagées pour la transition écologique » à des investissements ou études en matière de RSE ;
  - o à l'instar du mécanisme de subventions dédié aux entreprises industrielles souhaitant investir dans les technologies de « l'industrie du futur », soutenir les investissements pour l'obtention d'une labellisation RSE sectorielle tierce partie ;
  - o plus particulièrement, pour l'amorçage de démarches RSE dans les petites entreprises : créer une formule du type « chèque numérique » pour le financement de frais de conseil et d'audit, d'ingénierie, de formation et d'accompagnement. L'aide accordée aux TPE-PME pour le Volontariat territorial en entreprise « vert » (VTE) pourrait être étendue à des missions de RSE et le mécanisme bonifié pour les entreprises ayant obtenu un label RSE sectoriel tierce partie ;
- **développer et harmoniser les aides publiques octroyées par les pouvoirs publics** (État, collectivités locales, organismes publics) : en particulier les interventions de Bpifrance et de la banque des territoires devraient soutenir les PME/TPE dans leurs démarches de labellisation RSE sectorielle tierce partie ; créer une formule de prêt spécifique à conditions avantageuses pour le financement de l'engagement dans une démarche de labellisation sectorielle RSE incluant la dépense liée au coût d'un OTI accrédité pour l'évaluation de la démarche) ;
- **permettre l'amortissement comptable des investissements pour une labellisation sectorielle RSE tierce partie** en rendant possible leur inscription à l'actif du bilan de l'entreprise.

En conclusion, la Plateforme RSE recommande que ce dispositif de reconnaissance et de suivi, quand il sera mis en place, soit évalué après deux ans de fonctionnement pour se donner les moyens de voir comment ces labels évoluent et produisent des effets positifs.





## V. ANNEXES

---





## ANNEXE 1

# COMPOSITION DU GROUPE DE TRAVAIL

Les membres de la Plateforme RSE dont les noms suivent ont pris part aux travaux du présent avis<sup>142</sup> :

### **Pôle des entreprises et du monde économique**

- AFEP (Elisabeth GAMBERT)
- CJD (Christian LAURO)
- CPME (Guillaume de BODARD, Sarah RACHI), animateur
- Global Compact France (Fella IMALHAYENE)
- La Coopération agricole (Benjamin PERDREAU)
- La FEP (Véronique VANSTEEN)
- MEDEF (Jean-Paul ALIBERT, Lucie TOGNI, Pauline FIQUEMONT)
- ORÉE (Nathalie BOYER, Juliette ALLIONE)
- U2P (Nathalie ROY)

### **Pôle des organisations syndicales de salariés**

- CFDT (Frédérique LELLOUCHE)
- CFE-CGC (François MOREUX), co-rapporteur
- UNSA (Guillaume TRICHARD)

### **Pôle des organisations de la société civile**

- 4D / Les Petits débrouillards (Ghislaine HIERSO)
- ALLDC (Yves HUGUET), co-rapporteur
- FNE (Rita FADH)
- LDH (Catherine GOMY)

---

<sup>142</sup> Le présent avis a été adopté par les membres de la Plateforme RSE réunis en assemblée plénière le 24 février 2021. Trois organisations membres présentes à l'assemblée plénière n'ont cependant pas pris part à cette adoption : l'Union des entreprises de proximité (U2P) – notamment en raison des recommandations 5 et 6 (p. 89) –, ainsi que le Forum citoyen pour la RSE et la Ligue des droits de l'Homme – notamment en raison des recommandations 22, 23 et 24 (p. 94-95).

### **Pôle des chercheurs et développeurs de la RSE**

- Comité 21 (Virginie HUGUES, Sarah SCHÖNFELD, Nathan SETAYESH)
- CGE (Gérald MAJOU DE LA DEBUTRIE)
- CPU (Béatrice BELLINI, Pierre MONNIER)
- FACE (Camille PHE)
- OBSAR (Fanny BENARD)
- RIODD (Jean-Pierre CHANTEAU)
- Syntec Conseil (Agnès RAMBAUD-PAQUIN)

### **Pôle des institutions publiques**

- AFNOR Normalisation (Nicole GOINEAU)
- CNCDH (Céline BRANAA-ROCHE)
- MTES (Éric DODEMAND, Isabelle RICHAUD)



## ANNEXE 2

# LISTE DES PERSONNES RENCONTRÉES

---

Le groupe de travail a mené 30 auditions, de mai à novembre 2020. Il a rencontré des académiques et praticiens, des réseaux d'acteurs et des fédérations sectorielles.

De plus, le secrétariat permanent de la Plateforme RSE remercie celles et ceux qui ont accepté de partager leurs analyses et leurs expériences dans le cadre de la préparation de ces travaux, notamment les 18 fédérations professionnelles engagées dans l'expérimentation de labels RSE sectoriels.

### **Auditions du 11 mai 2020**

- M. Eren ILERI, Mme Evangéline MURE, Mme Rada-Ekaterina SHAKIROVA, étudiants de la clinique de droit de Sciences Po

### **Auditions du 27 mai 2020**

- M. Alain JOUNOT, responsable du département RSE, groupe Afnor – membre de Filiance (anciennement Coprec)
- Mme Fella IMALAYENE, déléguée générale, Global Compact France

### **Auditions du 10 juin 2020**

- M. Augustin BOULOT, délégué général, et Mme Climène KOECHLIN, responsable développement & programmes, B Lab France
- Mme Nicole GOINEAU, présidente, et M. Gérard CAPPELLI, commission de normalisation Afnor « Développement durable – Responsabilité sociétale »
- M. Sébastien FAURE, responsable performance sociale, INRC
- M. Vincent FRANCFORT, responsable produit RSE et manager, SGS – membre de Filiance (anciennement Coprec)

### **Auditions du 23 juin 2020**

- M. Swan BOMMIER, chargé de plaidoyer, CCFD-Terre solidaire
- Mme Laurence ACERBO, présidente du Comité national des référents RSE de la FEP, et Mme Véronique VANSTEENE, cheffe de projet RSE du Fare Propreté
- Mme Sylvie Le BRETON, présidente, et Mme Isabelle VIDELAINE, secrétaire générale, association Unicem entreprises engagées
- Mme Sandrine BELIER, directrice, Humanité & Biodiversité
- Mme Stéphanie LOPES AZEVEDO, directrice Économie et Technique, et Mme Béatrice SIMARD, directrice des affaires financières, UTP
- M. Roger DILLESEGER, conseiller ferroviaire, UNSA ferroviaire

### **Auditions du 10 juillet 2020**

- Mme Florence PRADIER, directrice générale, et M. Benjamin PERDREAU, responsable RSE, La Coopération agricole
- Mme Eléonore CARTILLIER, responsable des affaires publiques et RSE, et M. Matthieu ROSY, délégué général, Syntec
- M. Philippe FUSILLER, directeur des relations institutionnelles, SGS, M. François GREMY, délégué général de Filiance (anciennement Coprec), et M. Alain JOUNOT, responsable du département RSE, groupe Afnor – membres de la Filiance (anciennement Coprec)

### **Auditions du 3 septembre 2020**

- Mme Valérie BOBIN CIEKALA, directrice des opérations CGM, OPCO EP
- M. Matthieu PREVOST, responsable environnement et RSE, UNIIC
- Mme Agnès RAMBAUD-PAQUIN, fondatrice du cabinet Des Enjeux et des Hommes et présidente de la commission DD&RSE de Syntec Conseil

### **Auditions du 25 septembre 2020**

- M. Yves HUGUET, ALLDC et M. Pierre MONNIER, CPU
- Mme Marie GABRIE, directrice déléguée, commission DD, AACC, et M. Gildas BONNEL, président commission DD et président Sidièse
- M. Blaise DESBORDES, directeur général de Max Havelaar et M. Sami ASALI, Plaidoyer et mobilisation, Max Havelaar
- M. Dominique GOMBERT, directeur général, Cofrac, et M. François GREMY, délégué général, Filiance (anciennement Coprec)

### **Auditions du 8 octobre 2020**

- Mme Clotilde VERNES, responsable des projets développement durable et RSE, Bpifrance, et M. Jérémie HOUSSIN, senior manager, PwC
- M. Pierre PELOUZET, médiateur des entreprises, et M. Nicolas MOHR, directeur général auprès du médiateur des entreprises
- M. Dominique RADAL, *vice-president sustainable performance & transformation*, M. Romain BENTZ, manager développement durable, et Mme Hélène VERMONT, Groupe Michelin

### **Auditions du 16 octobre 2020**

- M. Pierre-Charles PAUTRAT et Mme Marie QUIGNOU, Direction de la commande publique - Métropole Nantaise
- M. Benoît DINGREMONT, sous-directeur du droit de la commande publique – Direction des affaires juridiques du ministère de de l'Économie des Finances et de la Relance
- M. Sandro GOZI, député européen

### **Audition du 9 novembre 2020**

- Mme Sandrine BOURGOGNE, secrétaire générale adjointe, et Mme Sarah RACHI, responsable RSE, CPME





## ANNEXE 3

# DÉFINITIONS

---

**AGRÉMENT** : accord donné par une autorité à la nomination d'une personne ou à l'exécution d'un projet nécessitant son autorisation ou son avis préalable<sup>143</sup>.

**ATTESTATION** : fourniture d'une affirmation, basée sur une décision qui fait suite à la revue, démontrant que des exigences spécifiées sont respectées<sup>144</sup>. L'affirmation qui en résulte donne l'assurance que les exigences spécifiées ont été respectées. La forme la plus courante est le certificat. Par exemple, être certifié ISO 9001 signifie que, sur la base d'un rapport d'audit, un OTI affirme que le système de management évalué respecte les exigences spécifiées dans le référentiel de la norme certifiable ISO 9001.

**AUDIT** : l'audit est un processus systématique, indépendant et documenté, permettant d'obtenir des enregistrements, des énoncés de faits ou d'autres informations pertinentes, et de les évaluer de manière objective pour déterminer dans quelle mesure les exigences spécifiées sont respectées<sup>145</sup>.

**ACCREDITATION** : attestation délivrée par une tierce partie, ayant rapport à un organisme d'évaluation de la conformité, constituant une reconnaissance formelle de la compétence de ce dernier à réaliser des activités spécifiques d'évaluation de la conformité<sup>146</sup>. En France, c'est le Comité français d'accréditation (Cofrac)<sup>147</sup> qui est chargé de délivrer les accréditations aux organismes intervenant dans l'évaluation de la conformité.

**BRANCHE D'ACTIVITÉ** : *(au sens statistique de l'Insee)* Une branche (ou branche d'activité) regroupe des unités de production homogènes, c'est-à-dire qui fabriquent des produits (ou produisent des services) qui appartiennent au même item de la nomenclature d'activité économique considérée. Au contraire, un secteur regroupe des unités statistiques (entreprises, unités légales) classées selon leur activité principale<sup>148</sup> (ces unités peuvent donc avoir des activités relevant de différentes branches).

---

<sup>143</sup> Source : Audition d'Alain Jounot pour Filiance (anciennement Coprec).

<sup>144</sup> Source : [ISO 17000](#).

<sup>145</sup> Source : [ISO 17000](#).

<sup>146</sup> [Certification et accréditation : quelles différences ? | Cofrac – Comité français d'accréditation](#).

<sup>147</sup> Association de type loi 1901, fondée en 1994 par les pouvoirs publics.

<sup>148</sup> Source : [Insee](#).

(au sens du droit du travail) Une branche professionnelle regroupe les entreprises d'un même secteur d'activité et relevant d'un accord ou d'une convention collective. Réunie sous la forme d'une commission paritaire, elle se compose de représentants de différents collègues (employeurs, salariés...) <sup>149</sup>.

**CAHIER DES CHARGES** : le cahier des charges spécifie le type d'obligations de moyens et de résultat nécessaire à l'obtention du label. La procédure d'évaluation pour la labellisation s'appuie sur la matérialité des moyens mis en œuvre et des résultats obtenus par l'entreprise (voir Référentiels).

**CERTIFICATION** : attestation réalisée par une tierce partie, relative à des produits, des processus, des systèmes ou des personnes. La certification d'un système de management est parfois désignée également sous le nom d'enregistrement. Le concept de certification recouvre tous les objets de l'évaluation de la conformité, excepté les organismes d'évaluation de la conformité proprement dits, auxquels l'accréditation est applicable <sup>150</sup>. La certification peut porter sur les exigences de normes nationales ou internationales (par exemple ISO 14 001, EMAS). Elle peut aussi s'appuyer sur un cadre réglementaire national (pour la certification de produits et de services, voir les articles L.11527 à L.11533 et R.1151 à R.1153 du Code de la consommation).

**ÉVALUATION** : procédé par lequel une valeur est attribuée à un travail, à un objet, etc. (cette valeur peut prendre la forme d'un prix, d'une note, d'une distinction...). Dans le cadre d'une labellisation, l'évaluation porte sur les exigences du référentiel prédéfini <sup>151</sup>. La robustesse de l'évaluation, donc sa crédibilité, dépend de ses modalités <sup>152</sup> : la transparence et la robustesse de la méthode (enquête documentaire, enquête sur site, entretiens approfondis...); la compétence de l'évaluateur (voir accréditation); sa déontologie; les règles d'indépendance <sup>153</sup> entre l'entité de normalisation (qui élabore le référentiel), l'entité d'évaluation (auditeur) pour la labellisation ou la certification, l'entité (Cofrac) qui accrédite l'entité évaluatrice, et enfin l'entité labellisatrice qui, sur la base du rapport de l'audit, attribue ou non le label.

Le résultat de l'évaluation d'une démarche RSE est souvent exprimé par un classement selon une échelle de « maturité » prédéfinie. La crédibilité de cette échelle implique de n'attribuer le label qu'aux entreprises ayant atteint un niveau minimal spécifié sur cette échelle (note moyenne minimale; note éliminatoire sur des critères critiques...) et, par définition, d'avoir préalablement satisfait à ses obligations réglementaires. Selon le cas, le label peut mentionner en outre un degré de performance au-delà de ce niveau.

---

<sup>149</sup> Source : <https://travail-emploi.gouv.fr/archives/archives-courantes/loi-travail-2016/les-principales-mesures-de-la-loi-travail/article/branches-professionnelles>.

<sup>150</sup> Source : ISO 17000.

<sup>151</sup> Définition dont se dote la Plateforme RSE.

<sup>152</sup> Par exemple, la note délivrée par une application numérique ne peut être assimilée au résultat d'un audit réalisé par un OTI accrédité selon le référentiel publié d'un label.

<sup>153</sup> D'où l'importance des OTI (organisme tiers indépendant) et des parties prenantes aux différentes étapes (élaboration du référentiel; évaluation; attribution) d'une labellisation RSE.

**EXIGENCE : obligation de moyens ou de résultat – spécifiés dans le référentiel que l'entreprise labellisée s'engage à respecter**<sup>154</sup>. L'obligation créée par un label<sup>155</sup> consiste à se conformer aux exigences de son référentiel.

**FÉDÉRATION PROFESSIONNELLE** : les fédérations professionnelles regroupent tous les syndicats issus d'une même branche professionnelle ou d'un secteur d'activité, au niveau national. C'est pourquoi les entreprises d'un même secteur économique se regroupent en branches professionnelles.

**FILIÈRE** : la filière désigne couramment l'ensemble des activités complémentaires qui concourent, d'amont en aval, à la réalisation d'un produit fini. On parle ainsi de filière électronique (du silicium à l'ordinateur en passant par les composants) ou de filière automobile (de l'acier au véhicule en passant par les équipements). La filière intègre en général plusieurs branches<sup>156</sup>.

**GARANTIE : action ou moyen d'action visant à assurer quelque chose (un droit, une protection contre les défauts, un dédommagement, etc.) à quelqu'un (un client, un usager, une victime...)**<sup>157</sup>. Dans le cas d'un label, il s'agit d'assurer à toutes les parties intéressées (clients, financeurs, organisations de la société civile, pouvoirs publics...) que la qualité promise par le référentiel est respectée. La qualité de cette garantie, essentielle à la confiance dans un dispositif de labellisation, dépend de plusieurs facteurs : qualité de l'évaluation ; qualité de l'évaluateur ; moyens de recours et de sanctions (économiques ou juridiques selon le cas).

**LABEL** : un label est tout document, certificat ou attestation qui prouve que les ouvrages, les produits, les services, les procédés ou les procédures en rapport avec l'objet du marché remplissent certaines caractéristiques. Les exigences en matière de label sont celles que doivent remplir ces ouvrages, ces produits, ces services, ces procédés ou ces procédures pour obtenir ce label<sup>158</sup>.

**LABEL RSE**<sup>159</sup> : il n'existe pas jusqu'à présent de définition de label applicable à la RSE. La notion de RSE est définie dans le cadre de la norme ISO 26000 ; celle de responsabilité est définie par le Code civil mais, au-delà des obligations réglementaires en matière de droit des sociétés, de droit social, environnemental, etc., la formalisation d'un label « RSE » reste à construire.

Un label RSE est une attestation de garantie délivrée par une tierce partie qui caractérise la démarche RSE mise en œuvre par une entreprise au sens des lignes directrices ISO 26000. Le label RSE définit différents niveaux de progrès par rapport aux dispositions d'un cahier des charges et d'évaluations récurrentes sur site. Le label RSE vise à assurer et faciliter la reconnaissance des parties prenantes qu'une entreprise a engagé sa

---

<sup>154</sup> Définition dont se dote la Plateforme RSE.

<sup>155</sup> S'engager dans un label n'est pas d'ordre réglementaire, et reste donc volontaire.

<sup>156</sup> Source : [Insee](#).

<sup>157</sup> Définition dont se dote la Plateforme RSE.

<sup>158</sup> Article R. 2111-12 du Code de la commande publique.

<sup>159</sup> Le label désigne bien ici toute la procédure (du référentiel à la signalétique), et pas seulement le logo affiché publiquement.

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

- contribue au développement durable, y compris à la santé et au bien-être de la société ;
- prend en compte les attentes des parties prenantes ;
- respecte les lois en vigueur tout en étant en cohérence avec les normes internationales de comportement ;
- est intégré dans l'ensemble de l'entreprise et mis en œuvre dans ses relations. »  
(source : lignes directrices ISO 26000).

**LABEL SECTORIEL** : ce type de label s'adresse aux entreprises dont l'activité relève d'un même secteur c'est-à-dire qui ont la même activité principale<sup>160</sup>.

**LABELLISATION** : procédure par laquelle une organisation est évaluée selon sa conformité au référentiel d'un label<sup>161</sup>.

La fiabilité de cette procédure peut être soutenue par un encadrement public (par exemple accréditation des certificateurs/labellisateurs/évaluateurs). À l'issue d'une procédure réussie de labellisation, l'entreprise peut communiquer publiquement sur l'obtention de ce label, voire afficher un signe de reconnaissance (marque, logo, etc.) dans les limites de la réglementation.

**NORME** : une norme est un référentiel précisant les caractéristiques à exiger d'un produit, d'un service ou d'une organisation (le respect de ces caractéristiques constitue la qualité du produit, du service ou de l'organisation). Elles peuvent être éditées par des organismes de normalisation nationaux (comme Afnor normalisation pour la France) ou internationaux (l'ISO)<sup>162</sup>.

**ORGANISME TIERS INDEPENDANT (OTI)** : organisme qui fournit des services d'évaluation/audit dans le domaine de la RSE et reconnu pour sa compétence, son indépendance et son impartialité.

**PARTIE PRENANTE** : individu ou groupe ayant un intérêt dans les décisions ou activités d'une organisation ; dialogue avec les parties prenantes : activité entreprise pour créer des opportunités de dialogue entre l'organisation et une ou plusieurs de ses parties prenantes, dans le but d'éclairer les décisions de l'organisation<sup>163</sup>. La notion d'intérêt ne se limite pas à l'intéressement financier. Les relations avec les parties prenantes pouvant aller de la simple consultation jusqu'à des formes de co-décision, la nature du dialogue devra être précisée dans les référentiels RSE, ainsi que la nature de l'indépendance des parties prenantes prises en compte par la direction de l'entreprise.

---

<sup>160</sup> Source : [Insee](#).

<sup>161</sup> Définition dont se dote la Plateforme RSE.

<sup>162</sup> Avis de la Plateforme RSE (2019), RSE & Performance globale : mesures et évaluations.

<sup>163</sup> Source : ISO 26000.

**RÉFÉRENTIEL : ensemble des exigences à satisfaire pour obtenir le label<sup>164</sup>.**

C'est un document technique définissant les caractéristiques que doit respecter l'entreprise quant à son organisation ou ses produits (biens ou services). Le référentiel spécifie aussi les modalités de contrôle de la conformité à ces caractéristiques<sup>165</sup>. Le contenu d'un référentiel peut reprendre les exigences d'une norme existante, publique ou privée, certifiable ou non, spécifier des exigences propres, combiner les deux. Le référentiel d'un label peut être élaboré par des autorités publiques ou par des parties prenantes privées, ou par une combinaison.

**TRANSPARENCE** : accessibilité des informations relatives aux décisions et aux activités ayant une incidence sur la société, l'économie et l'environnement, et volonté d'en assurer une communication claire, exacte, opportune, honnête et complète<sup>166</sup>.

**SECTEUR** : un secteur regroupe des entreprises de fabrication, de commerce ou de service qui ont la même activité principale (au regard de la nomenclature d'activité économique considérée). L'activité d'un secteur n'est donc pas tout à fait homogène et comprend des productions ou services secondaires qui relèveraient d'autres items de la nomenclature que celui du secteur considéré. Au contraire, une branche regroupe des unités de production homogènes<sup>167</sup>.

---

<sup>164</sup> Définition dont se dote la Plateforme RSE.

<sup>165</sup> Art. L433.3 du Code de la consommation.

<sup>166</sup> Source : ISO 26000.

<sup>167</sup> Source : [insee](https://www.insee.fr). La liste et la définition officielle des secteurs d'activité est fournie par l'Insee. Elle se base sur la **nomenclature européenne et internationale**, ce qui permet de comparer l'évolution des différents secteurs d'activité par pays.



## ANNEXE 4

# LES PME et TPE : AU CŒUR DU TISSU ÉCONOMIQUE FRANÇAIS

---

En 2017<sup>168</sup> (dernière année disponible), les près de 4 millions de PME représentent **99,84 % des entreprises**, 48,7 % de l'emploi salarié (6,3 millions de salariés en équivalent temps plein), 43,2 % de la valeur ajoutée, 34,9 % de l'investissement corporel hors apport, 36,8 % du chiffre d'affaires et 15 % du chiffre d'affaires à l'exportation<sup>169</sup>.

### DÉFINITION DES PME ET DES MICRO-ENTREPRISES

On retient le concept de PME défini par l'article 51 de la loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie (dite « loi LME ») et le décret d'application n° 2008-1354 du 18 décembre 2008, c'est-à-dire :

- une **microentreprise** est une entreprise dont l'effectif est inférieur à 10 personnes et dont le chiffre d'affaires ou le total du bilan annuel n'excède pas 2 millions d'euros ;
- une **PME** est une entreprise dont l'effectif est inférieur à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 50 millions d'euros, ou dont le total de bilan n'excède pas 43 millions d'euros ;
- une **ETI**, entreprise de taille intermédiaire, est une entreprise qui n'appartient pas à la catégorie des PME, dont l'effectif est inférieur à 5 000 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 1 500 millions d'euros, ou dont le total de bilan n'excède pas 2 000 millions d'euros ;
- une **grande entreprise** est une entreprise qui ne peut pas être classée dans les catégories précédentes.

Source : <https://www.economie.gouv.fr/cedef/definition-petites-et-moyennes-entreprises>

---

<sup>168</sup> Source : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4255717?sommaire=4256020#consulter-sommaire>

<sup>169</sup> <https://www.economie.gouv.fr/cedef/chiffres-cles-des-pme/>



## ANNEXE 5

# EXEMPLES DE LABELS D'ENTREPRISES

---

**Labels généralistes** : ils s'adressent à tous types d'entreprises, sans distinction de secteur. Leur référentiel est basé sur l'ISO 26000 et bien que des déclinaisons de référentiels existent parfois selon le secteur, le label obtenu est le même pour toutes les entreprises. On peut citer par exemple :

- [label Engagé RSE](#) est un label porté par l'Afnor, non sectoriel, basé sur l'ISO 26000 dont l'évaluation est réalisée par l'Afnor et comportant différents niveaux d'intégration de la norme dans les pratiques pour tout type et taille d'entreprise. 167 entreprises labellisées « Engagé RSE » en mars 2020 ;
- [Label LUCIE](#), indépendant, non sectoriel, basé sur l'ISO 26000 avec une évaluation réalisée par un évaluateur tiers indépendant, et attribué par un comité de labellisation pour tout type et taille d'organisation ;
- [label PME+](#) est porté par la FEEF (Fédération des entreprises et entrepreneurs de France) et ouvert à ses adhérents. Le label évalue six piliers : formalisation de la démarche RSE, dialogue social, implication sur le territoire, transparence, préservation de l'environnement et qualité des produits proposés. La labellisation se fait en cinq étapes (vérification de l'éligibilité, auto-évaluation, audit sur site par Écocert Environnement, rapport d'audit et labellisation avec évaluation annuelle) ;
- label B Corp est un label international, porté par [l'association B Lab](#), et présent dans plus de soixante pays. L'entreprise répond à un questionnaire élaboré par le B Lab de 200 questions (le B-impact assessment, disponible en ligne) et doit ensuite solliciter la « certification<sup>170</sup> », effectuée par le B Lab lui-même. Il concerne les entreprises de toutes tailles et à vocation à créer entre entreprises B Corp une communauté d'échanges de bonnes pratiques et de réflexions ;
- label CEEP-CSR est un label d'entreprise européen, porté par le CEEP (Centre européen des employeurs et entreprises fournissant des services publics et d'intérêt général). L'entreprise qui souhaite être labellisée remplit un formulaire en ligne. Les candidats ayant obtenu de bons résultats sont soumis à une analyse par des experts, avant qu'un jury indépendant (composé de représentants d'institutions européennes) attribue le label.

---

<sup>170</sup> La « certification » qu'affiche B-Corp ne correspond pas à sa définition réglementaire ni à la terminologie de cet avis.

À l'étranger, des labels sont également développés à l'image du « Business mark responsible » créé par Business In The Community Ireland, du label CGEM pour la RSE créé par la Confédération générale des entreprises du Maroc et octroyé aux entreprises établies au Maroc ; du label Entreprise socialement responsable (ESR) porté par l'Institut national pour le développement durable et la responsabilité sociale des entreprises (INDR).

**Labels thématiques** : ils adressent des enjeux liés à une thématique précise. On peut citer par exemple :

- label [Numérique Responsable](#) (NR) : le label Numérique Responsable vise à réduire l'empreinte sociale, économique et environnementale du numérique. Il aborde donc les 3 piliers du développement durable. Le label NR a été conçu pour être accessible à tout type d'organisation (entreprise, association, administration, collectivité...), quels que soient leur taille et leur secteur d'activité. Construit par l'Institut du numérique responsable en partenariat avec le ministère de la Transition écologique et solidaire, l'ADEME et WWF, le référentiel s'appuie sur 5 axes et 14 principes d'action du NR ;
- label [Égalité professionnelle](#) : créé en 2004, et soutenu par l'État et les partenaires sociaux, le label Égalité professionnelle vise à promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes, ainsi que la mixité professionnelle, et peut être décerné à toute entreprise, association ou administration, quelle que soit sa taille ou son activité ;
- [EnVol](#) : Engagement Volontaire de l'entreprise pour l'environnement est un label créé par CCI France et animé par LUCIE et Bureau Veritas. En 2019, plus de 130 entreprises de moins de 50 salariés sont labellisées EnVol.

De nouveaux labels « circonstanciels » se créent en fonction des événements, à l'instar du label « Safe & Clean », supporté par l'Apave en réponse à la crise sanitaire liée au coronavirus, au niveau des territoires. Le label a pour objectif de favoriser la reprise des entreprises recevant des clients à la sortie du confinement en rassurant les clients, collaborateurs sur le respect des mesures sanitaires dans le lieu labellisé.

**Labels sectoriels** : ils sont destinés aux entreprises d'un même secteur d'activité avec un référentiel adapté à ses spécificités. Ils sont généralement développés par les fédérations professionnelles. Par exemple, on peut citer : le label Prestadd (Synpase), le label Développement durable, Mon coiffeur s'engage (Institutions de la Coiffure), le label RSE Agences actives de l'AACC. (Cf. section 4.1 L'expérimentation de labels RSE sectoriels.)

**Labels territoriaux** : ils sont géographiquement limités et portés par les autorités publiques locales. Par exemple, on peut citer : le label Alsace Excellence (Agence de développement d'Alsace), ou encore le label « Lyon Ville équitable et durable ».





## ANNEXE 6

# LA COMMANDE PUBLIQUE : UN LEVIER POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE RAPPEL DES TEXTES EN VIGUEUR

---

La commande publique correspond aux achats de biens, de services et de travaux effectués par les administrations et les entreprises publiques. Elle concerne de multiples organismes, de nature différente, parmi lesquels les services centraux de l'État et leurs services déconcentrés, les services à compétence nationale, les établissements publics administratifs (EPA) et les établissements publics industriels et commerciaux (EPIC) exerçant des missions de service public, les établissements publics de santé (CHR, CHU, hôpitaux...), les organismes consulaires, les collectivités territoriales et les établissements publics locaux.

Le développement durable peut être pris en compte dans toutes les phases du marché, de la passation à l'exécution. Différentes modalités sont possibles<sup>171</sup> :

**La définition du besoin, de l'objet du marché prenant lui-même en compte des objectifs de développement durable** (par exemple : service d'insertion sociale, marché sur l'accessibilité, recyclage, etc.) :

- **les conditions d'exécution définies par l'acheteur dans les pièces du marché** : rédaction de clauses ; marchés et concessions réservés aux structures employant au moins 50 % de personnes handicapées (ESAT, EA, ou équivalent), 50 % de personnes défavorisées (SIAE ou équivalent), marchés réservés aux entreprises de l'économie sociale et solidaire (ESS) ;
- **l'analyse des candidatures et des offres des candidats** : si les offres anormalement basses semblent contrevenir au droit de l'environnement, au droit social ou au droit du travail, demander les justifications ; prévoir des critères environnementaux, sociaux pondérés de façon proportionnée s'appuyant de préférence sur des clauses d'exécution ; remplacer le critère prix par le coût global, en s'appuyant sur le coût du cycle de vie et des outils solides ; prévoir des variantes comprenant des aspects environnementaux/sociaux, en ouvrant à l'innovation et en ajustant la pondération des critères.

---

<sup>171</sup> [https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions\\_services/daj/marches\\_publics/achatsdurables/daj\\_achats\\_responsables\\_102020.pdf](https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/daj/marches_publics/achatsdurables/daj_achats_responsables_102020.pdf)

Toutefois, cette prise en compte n'est possible que lorsqu'un lien avec l'objet du marché est établi. En effet, selon l'article L. 2112-3 : « Les conditions d'exécution qui se rapportent aux travaux, fournitures ou services objet du marché, à quelque égard que ce soit et à n'importe quel stade de leur cycle de vie sont réputées liées à l'objet du marché. Elles peuvent notamment se rapporter à un processus spécifique de production, de fourniture ou de commercialisation ou à un processus spécifique lié à un autre stade du cycle de vie<sup>172</sup>, même lorsque ces éléments ne ressortent pas des qualités intrinsèques des travaux, fournitures ou services. »

**ARRÊT CHIFFOLEAU**  
**CE, 25 mai 2018, Nantes métropole, n° 417580**

Selon cet arrêt, un critère de sélection pondéré à hauteur de 15 % de la note totale et ayant pour objectif d'évaluer la politique générale des candidats en matière sociale est sanctionné par le juge administratif.

Pour la métropole nantaise, les nouveaux textes « commande publique » consacrent une conception renouvelée de l'achat public face aux enjeux sociaux et environnementaux. En effet, le lien avec l'objet du marché n'est ainsi plus, et uniquement, un lien « par nature », tenant aux seules « qualités intrinsèques » des travaux, fournitures ou services, mais également un lien qui peut être tissé à travers le processus spécifique de production, de fabrication ou de commercialisation... Ainsi, pour la métropole nantaise, il n'existait pas d'obstacles juridiques à ce que puissent être utilisés dans l'appel d'offres des critères RSE ; ceux-ci, intégrés au processus de production, restaient bien liés à l'objet du marché. Ce n'était donc pas la politique générale qui était jugée.

Toutefois selon l'arrêt du CE, le processus spécifique de production ne concerne que les seuls moyens spécifiquement dédiés à l'exécution du marché, présentés et caractérisés comme tels, et non les autres ressources concourant plus indirectement et plus « ordinairement » à la réalisation des prestations/travaux.

Source : audition de Pierre-Charles Pautrat, direction de la commande publique – métropole nantaise

### **Section 3 du Code de la commande des marchés publics<sup>173</sup> : utilisation de labels**

Les préoccupations environnementales et/ou sociales peuvent être prises en compte au moyen de labels ou d'écolabels attribués par des organismes indépendants. Le recours à un label par l'acheteur impose le respect de diverses conditions prévues par les articles R. 2111-13 et R. 2111-16 du Code de la commande publique.

**Article R. 2111-12** : Un label est tout document, certificat ou attestation qui prouve que les ouvrages, les produits, les services, les procédés ou les procédures en rapport avec l'objet du marché remplissent certaines caractéristiques. Les exigences en matière de

---

<sup>172</sup> « Le cycle de vie est l'ensemble des étapes successives ou interdépendantes, y compris la recherche et le développement à réaliser, la production, la commercialisation et ses conditions, le transport, l'utilisation et la maintenance, tout au long de la vie du produit, de l'ouvrage ou du service, depuis l'acquisition des matières premières ou la production des ressources jusqu'à l'élimination, la remise en état et la fin de l'utilisation du produit, de l'ouvrage ou la fin du service. » Création Ordonnance n° 2018-1074 du 26 novembre 2018 - art.

<sup>173</sup> [https://www.legifrance.gouv.fr/codes/texte\\_lc/LEGITEXT000037701019/2020-11-10/](https://www.legifrance.gouv.fr/codes/texte_lc/LEGITEXT000037701019/2020-11-10/)

label sont celles que doivent remplir ces ouvrages, ces produits, ces services, ces procédés ou ces procédures pour obtenir ce label.

**Article R. 2111-13** : Dans les spécifications techniques, les critères d'attribution ou les conditions d'exécution d'un marché, l'acheteur peut imposer à l'opérateur économique qu'il détienne un label particulier si ce dernier remplit les conditions fixées aux articles R. 2111-14 et R. 2111-15.

**Article R. 2111-14** : Le label utilisé doit présenter les caractéristiques suivantes :

- 1° Il est établi au terme d'une procédure ouverte et transparente ;
- 2° Il repose sur des critères objectivement vérifiables et non-discriminatoires ;
- 3° Ses conditions d'obtention sont fixées par un tiers sur lequel l'opérateur économique qui demande son obtention ne peut exercer d'influence décisive et sont accessibles à toute personne intéressée.

**Article R. 2111-15** : L'acheteur peut exiger un label particulier à condition que les caractéristiques prouvées par ce label :

- 1° **présentent un lien avec l'objet du marché au sens de l'article L. 2112-3** ;
- 2° permettent de définir les travaux, fournitures ou services qui font l'objet du marché.

L'acheteur peut exiger un label particulier, y compris lorsque toutes les caractéristiques prouvées par ce label ne sont pas attendues, à condition d'identifier dans les documents de la consultation celles qu'il exige.

L'acheteur peut faire référence à un label qui répond partiellement aux conditions mentionnées au présent article sous réserve d'identifier dans les documents de la consultation les seules caractéristiques qu'il exige.

**Article R2111-16** : L'acheteur qui exige un label particulier accepte tous les labels qui confirment que les caractéristiques exigées dans le cadre du marché sont remplies.

**Article R. 2111-17** : Lorsque l'opérateur économique n'a pas la possibilité, pour des raisons qui ne lui sont pas imputables, d'obtenir dans les délais le label exigé ou un label équivalent qui répond aux conditions de l'article R. 2111-15, il peut prouver par tout moyen que les caractéristiques exigées par l'acheteur sont remplies.



## ANNEXE 7

# PRINCIPALES RÉGLEMENTATIONS EN MATIÈRE RSE

### *Rappel des principaux textes réglementaires en matière de RSE*

Obligations concernant la déclaration de performance extra-financière (DPEF) Ordonnance du 19 juillet 2017 et son décret d'application <sup>174</sup>	Loi sur le Devoir de vigilance (dite loi Potier) Loi n° 2017-399 du 27 mars 2017 Article L. 225-102-4 du Code de commerce	Loi relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique (dite loi Sapin II, 2016) Loi n° 2016-1691 du 9 décembre 2016, article 17
Les entreprises d'au moins 500 salariés : - cotées, avec 20 M€ de bilan ou 40 M€ de CA - non cotées, avec 100 M€ de bilan ou 100M€ de CA	Les entreprises de plus de 5000 salariés en France ou plus de 10 000 salariés en France et à l'étranger	Les sociétés commerciales et établissements publics à caractère industriel ou commercial d'au moins 500 salariés avec un CA de plus de 100 M€.
Le nouvel article L. 225-102-1 du Code de commerce dispose que toutes les sociétés, qu'elles soient ou non admises sur un marché réglementé, doivent insérer une déclaration de performance extra-financière (DPEF) dans le rapport de gestion de l'entreprise dès lors qu'elles excèdent certains seuils.  Ce document public doit notamment présenter, pour les risques sociaux, environnementaux et sociétaux les plus pertinents (principe de matérialité) : un état de la situation, les politiques mises en œuvre pour réduire les risques, et les résultats de ces politiques mesurés par des indicateurs clés de performance.	La loi vise à une meilleure transparence des chaînes de sous-traitance des multinationales. Les risques directement ou indirectement liés à leurs activités (droits humains, environnement et santé) sont cartographiés, hiérarchisés sur l'ensemble de la chaîne de valeur. Des mécanismes d'alerte, de prévention et d'atténuation et de suivi sont mis en place.	La loi Sapin II prévoit la création de dispositifs anti-corruption, intégrés au rapport de gestion. Cela comprend une cartographie des risques, un code de conduite, des procédures d'évaluation de la situation des clients, des fournisseurs, de contrôle comptable interne ou externe. La loi prévoit la protection des lanceurs d'alerte et la formation des cadres et personnels les plus exposés au risque de corruption.

<sup>174</sup> Avec [l'ordonnance du 19 juillet 2017](#) et son [décret d'application](#), la France a transposé la directive européenne 2014/95/UE du 22 octobre 2014 relative à la publication d'informations non financières, en modifiant les articles L. 225-102-1 27 et R. 225-104 à R. 225-105-2 du Code de commerce.



## ANNEXE 8

# L'ISO 26000

### *Propositions françaises de création d'un Comité technique sur la responsabilité sociétale (TC RS) à l'ISO et de révision de l'ISO 26000<sup>175</sup>*

L'Afnor, par sa Commission de normalisation développement durable responsabilité sociétale (CN DD RS) a proposé à l'ISO la création d'un Comité technique sur la responsabilité sociétale auquel serait rattaché l'ISO 26000<sup>176</sup>.

Pour répondre aux nouveaux besoins et attentes des organisations et renforcer l'ISO 26000, unique référentiel de RS international, la Normalisation française propose :

#### **1° La révision et la mise à jour de ISO 26000**

Axe 1 : **adapter** l'ISO 26000 aux évolutions RSE, enjeux, modèles économiques, attentes des parties prenantes ; **intégrer** les nouveaux modèles développés depuis 2010 et ceux pour les dix prochaines années ; **prendre** en compte l'évolution du contexte mondial pour répondre aux attentes des parties prenantes ; **renforcer** la position et la **contribution fondamentale de la RS aux ODD** ; **mieux répondre** aux réalités opérationnelles des organisations ;

Axe 2 : rendre **plus lisible et utilisable** l'ISO 26000, notamment par les ETI/PME.

#### **2° La Création d'un document de « mise œuvre d'une démarche de RS crédible et évaluable » pour les organisations de tout type, taille et secteurs d'activité**

L'ISO 26000 aborde l'intégration de la RS dans l'organisation de manière complexe, aussi la création de ce document va permettre de :

- proposer une méthodologie, des recommandations de mise en œuvre, de la stratégie à l'intégration des actions RS dans l'organisation et dans l'opérationnel ;
- consolider la structure des démarches engagées par les grandes entreprises et les ETI soumises au *reporting* extra-financier ;
- favoriser l'engagement des PMO/TPO dans une démarche de RS volontaire ;











<sup>175</sup> Audition de Nicole Goineau, Afnor normalisation.

<sup>176</sup> Après le résultat du vote des organisations normatives, membres de l'ISO, en faveur de la création du TC SR, le TMB, instance de décision de l'ISO, attend la fin de la consultation de la révision automatique de l'ISO 26000, pour se prononcer sur sa création en juin 2021.

- faciliter l'évaluation des résultats des démarches et les valoriser en apportant des recommandations quant à l'évaluation de la démarche et la communication aux parties prenantes ;
- mettre à jour le chapitre 7 ISO 26000 sur l'intégration de la RS dans l'organisation, par des lignes de synthèse du document de mise en œuvre.

Sur la base de ces propositions, du rapport de la mission « Chapron-Dubost-Imalhayene » et des préconisations du présent rapport de la Plateforme RS, la CN DD RS étudie des axes de réflexion pour contribuer à la qualité des labels RS et de leurs conditions de communication basés sur ISO 26000 et ainsi à leur crédibilité.

**Exercice de rapprochement des questions centrales et domaines d'action avec certaines normes existantes et autres référentiels & documents**

	Gouvernance	Social	Environnement
<p><b>La Gouvernance de l'organisation</b> (intègre les domaines d'action de la norme NF X30-031)</p>	<p>Principes de la RS, vision et valeurs / Relations avec les parties prenantes / Analyse des enjeux, stratégie et priorités/ Structures et processus de décision / Pilotage, mise en œuvre et surveillance / Responsabilité de rendre compte et Communication</p> 	<p>Devoir de vigilance / Situations présentant un risque pour les droits de l'Homme / Prévention de la complicité / Remédier aux atteintes aux droits de l'Homme / Discrimination et groupes vulnérables / Droits civils et politiques / Droits économiques, sociaux et culturels / Droits fondamentaux au travail</p>	<p>Prévention de la pollution: (eau, déchets, sols, logistique transport et stockage, transport du personnel et accessibilité du site) / Utilisation durable des ressources / Atténuation des changements climatiques et adaptation (pollution et Gaz à effets de serre) / Protection de l'environnement, biodiversité et réhabilitation des habitats naturels</p>
<p><b>La Loyauté des Pratiques</b></p>	<p>Lutte contre la corruption / Engagement politique responsable / Concurrence loyale / Promotion de la responsabilité sociétale dans la chaîne de valeur / Respect des droits de propriété</p> 	<p>DECLARATION DES DROITS DE L'HOMME ET DU CITOYEN DU 26 AOÛT 1789</p> 	
<p><b>Les Questions relatives aux consommateurs</b></p>	<p>Pratiques loyales en matière de commercialisation, d'informations et de contrats / Protection de la santé et de la sécurité des consommateurs / Consommation durable / Service après-vente, assistance et résolution des réclamations et litiges pour les consommateurs / Protection des données et de la vie privée des consommateurs / Accès aux services essentiels / Éducation et sensibilisation</p> 	<p>Emploi et relations employeur-employés / Conditions de travail et protection sociale / Dialogue social / Santé et sécurité au travail / Développement du capital humain</p>	<p>L'Environnement</p> 
<p><b>Communautés et Développement local</b></p>	<p>Implication auprès des communautés / Création d'emplois et développement des compétences / Développement des technologies et accès à la technologie / Création de richesses et de revenus / La santé (Déploiement pour la santé hors salariés) / Investissement dans la société</p>	<p>International Organization for Standardization</p>  	  

Source : Nicole Goineau 2020



## ANNEXE 9

# BIBLIOGRAPHIE

---

### *Rapports publics*

AMF (2019), [\*Rapport sur la responsabilité sociale, sociétale et environnementale des sociétés cotées\*](#), novembre.

Benhamou S., Diaye M.-A. et Crifo P. (2016), [\*Responsabilité sociale des entreprises et compétitivité. Évaluation et approche stratégique\*](#), France Stratégie, janvier.

Bpifrance (2018), [\*Une aventure humaine – Les PME ETI et la RSE\*](#), mars.

Bpifrance-Orse-PwC (2020), [\*Enquête « RSE : la parole aux fournisseurs !\*](#), janvier.

Chapron J.-P., Dubost C. et Imalhayene F. (2020), [\*Rapport sur les labels RSE. Accompagner les entreprises et donner confiance à leurs parties prenantes\*](#), novembre.

Conseil national de la Consommation (2012), [\*Le Guide pratique des allégations environnementales à l'usage des professionnels et des consommateurs. Durable, responsable, bio, naturel, écologique. Comment s'y retrouver ?\*](#), Paris, La Documentation française.

Cambourg P. (de) (2019), Rapport [\*Garantir la pertinence et la qualité de l'information extra-financière des entreprises : une ambition et un atout pour une Europe durable\*](#), mai.

CGDD (2011), [\*Rapport d'étape du groupe de travail « Labels entreprises responsables\*](#), octobre.

DAJ/OECP (2019), [\*Guide pratique pour faciliter l'accès des TPE/PME à la commande publique\*](#), juin.

Lamure E. et Le Nay J. (2020), [\*Comment valoriser les entreprises responsables et engagées ?\*](#), Rapport de la délégation sénatoriale aux entreprises, juin.

Plateforme RSE (2014), [\*« La RSE, levier de compétitivité et de mise en œuvre du développement durable, en particulier pour les TPE-PME »\*](#), Rapport d'étape du groupe de travail, France Stratégie, octobre.

Plateforme RSE (2017), [\*Appel à candidature - Expérimentation de labels RSE sectoriels adaptés aux TPE, PME et ETI\*](#), France Stratégie, juillet.

Plateforme RSE (2018), [RSE et objectifs de développement durable](#), France Stratégie, octobre.

Plateforme RSE (2018), [RSE et environnement](#), France Stratégie, septembre.

Plateforme RSE (2019), [RSE et performance globale : mesures et évaluation](#), France Stratégie, novembre.

Plateforme RSE (2019), [Deuxième appel à candidature – Expérimentation de labels RSE sectoriels adaptés aux TPE, PME et ETI](#), mars.

Ministère de la Transition écologique, [Stratégie nationale de transition écologique vers un développement durable \(SNTEDD\) 2015-2020](#).

### **Travaux académiques**

Bozzo-Rey M. et Carnoye L. (dir.) [à paraître 2021], *Responsabiliser l'achat public ? Entre théories et pratiques*, Lille, Presses du Septentrion.

Brown *et al.* (2016), "On the road to fisheries certification: The value of the Objections Procedure in achieving the MSC sustainability standard", *Fisheries Research*, n° 182, p.136-148.

Ileri E., Mure E. et Shakirova R-E. (2020), [Labels RSE: État des lieux des pratiques et attentes des parties prenantes](#), Clinique de l'École de droit de Sciences Po.

Chanteau J.-P. (2017), « RSE et compétitivité : une relation sous conditions. Quelques leçons de l'économie de la qualité », in Chanteau J.-P., Martin-Chenut K. et Capron M. (dir), *Entreprise et responsabilité sociale en questions*, Paris, Classiques Garnier, p.39-53.

Coestier B et Marette S (2004), *L'économie de la qualité*. Paris, La Découverte.

Czarnecki J., Homant A. et Jeans M. (2014), "Greenwashing and self-declared seafood ecolabels", *Tulane Environmental Law Journal*, vol. 28, n° 1, p.37-52.

Etilé F. et Teyssier S. (2016), "Signaling Corporate Social Responsibility: Third-Party Certification versus Brands", *Scandinavian Journal of Economics*, vol.118, n° 3, p.397-432.

Harbaugh R., Maxwell J. et Roussillon B. (2011), "Label Confusion: The Groucho Effect of Uncertain Standards", *Management Science*, vol. 57, n° 9.

Karpyta F. (2009), *La face cachée du commerce équitable*, Paris, François-Bourin.

### **Publications à l'usage des entreprises**

[Délibération commune sur la RSE dans les TPE-PME](#), 21 décembre 2017.

OPIIEC (2019), [La RSE et les métiers du conseil](#).





RETROUVEZ  
LES DERNIÈRES ACTUALITÉS  
DE FRANCE STRATÉGIE SUR :



[www.strategie.gouv.fr](http://www.strategie.gouv.fr)



[@Strategie\\_Gouv](https://twitter.com/Strategie_Gouv)



[france-strategie](https://www.linkedin.com/company/france-strategie)



[FranceStrategie](https://www.facebook.com/FranceStrategie)



[@FranceStrategie\\_](https://www.instagram.com/FranceStrategie_)



[StrategieGouv](https://www.youtube.com/StrategieGouv)

Les opinions exprimées dans ce rapport engagent leurs auteurs et n'ont pas vocation à refléter la position du gouvernement.

