



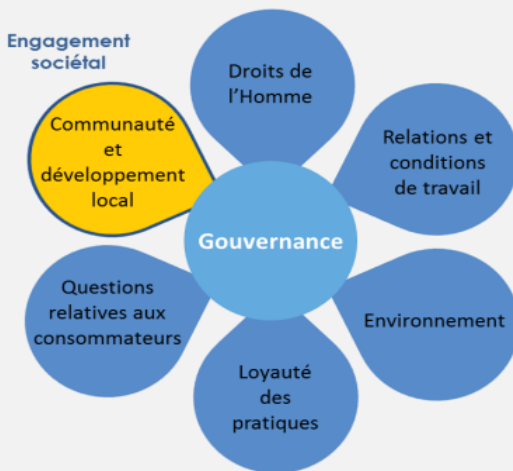
L'Engagement Sociétal, un terrain propice à l'innovation, créateur de valeur durable partagée

En collaboration avec le cabinet
de conseil en Engagement Sociétal



L'Engagement Sociétal vu par la norme ISO 26000

C'est l'une des **7 questions centrales** définies en 2010 par la norme ISO 26000, sous l'appellation « **Communauté et développement local** ».



Selon cette norme, l'Engagement Sociétal s'appuie sur **7 domaines d'action** :

Implication auprès des communautés

Éducation et culture

La santé

Développement des technologies et accès à la technologie

Création de richesses et de revenus

Création d'emplois et développement des compétences

Investissement dans la société

L'Engagement Sociétal en pratique

Pour l'entreprise, il s'agit de **contribuer, directement ou via des acteurs locaux publics ou privés, à l'amélioration de la qualité de vie et au développement économique et social des populations et territoires impactés par l'entreprise** :

- L'engagement sociétal ne se limite pas à la philanthropie
- Il s'agit pour l'entreprise de s'assurer d'adresser des problématiques en lien avec son activité et son expertise.
- Toutes les entreprises sont concernées, quelques soient leurs tailles, CA, activités, etc.

Quelques exemples pratiques d'actions sociétales mises en œuvre par l'entreprise :

- **Dialoguer avec les habitants ou structures** concernées par l'activité de l'entreprise
- **Intégrer l'intérêt du territoire** et des habitants et structures locales dans les décisions de l'entreprise à court, moyen et long terme
- **Elaborer des solutions à des problèmes locaux**, avec les habitants et les structures locales
- **Développer les compétences** des habitants et des structures locales
- **Créer un produit ou un service adapté** aux populations démunies, en partenariat avec d'autres entreprises, des institutionnels, des ONG (ex: BoP, Social Business)
- Développer des partenariats avec d'autres entreprises, des institutionnels, des ONG pour **répondre à de nouveaux besoins** (ex: BoP, Social Business)
- **Faire des dons** à des associations du territoire dans lequel l'entreprise s'inscrit (ex : mécénat financier)
- **Favoriser l'engagement des salariés** auprès d'associations du territoire dans lequel l'entreprise s'inscrit (ex : mécénat de compétences)

1

Le concept d'Engagement Sociétal a évolué de façon progressive...

Page 2

2

...dans un cadre qui reste encore peu normé

Page 2

3

...et laisse ainsi le champ libre à l'innovation...

Pages 2-3

4

...et à la création de valeur partagée.

Pages 4-5

1. Une évolution progressive du concept : de la philanthropie à l'Engagement Sociétal

Entreprise = finalité économique
Logique de réparation

Entreprise = finalité économique et sociétale
Logique d'intégration

Philanthropie

Mécénat

Citoyenneté

Engagement Sociétal

Limitier les dangers que « l'indigence » fait courir à la société

Création d'institutions de bienfaisance, accompagnement social des salariés et de leurs familles (approche « paternaliste »)

Apporter une contribution financière ciblée pour améliorer sa réputation

Le soutien financier est accordé à des causes qui se rapprochent du cœur de métier de l'entreprise.

Assumer pleinement ses responsabilités

La société attend désormais de l'entreprise qu'elle contribue au développement économique et humain de la société, au-delà de l'impact direct de son activité.

Intégrer l'engagement sociétal à la stratégie de l'entreprise, pour une création de valeur durable partagée

L'entreprise n'est plus « en marché », mais « en société » : elle met ses compétences et ses activités au service de problématiques sociétales, en co-construisant des solutions pérennes avec ses parties prenantes

2. Un champ encore peu normé

Cadre international / régional

Une prise en compte de l'engagement sociétal au sein des référentiels/lois liés au développement durable



Question centrale dédiée : communautés et développement local



Lignes directrices de base sur l'axe « Society » dénommées « Local Communities »



Directive européenne (2014)* : Publication d'informations non financières et notamment « le dialogue avec les communautés locales et/ou les mesures prises en vue de garantir la protection et le développement de ces communautés ».

*Entreprises cotées de plus de 500 salariés, banques et assurances

Cadre national français

En France, intégration récente de l'engagement sociétal à la réglementation et valorisation d'une économie engagée



Mars 2012 : Amendement de l'article 225 de la loi Grenelle 2 de Juillet 2010 (Exigences de reporting élargies au périmètre de l'engagement sociétal)

Juillet 2014 : Loi Economie Sociale et Solidaire (ESS)



Les effets de la loi ESS

- Meilleure identification des acteurs par les financeurs
- Accès à des financements dédiés
- Sécurisation de l'environnement juridique
- Consolidation du modèle économique des entreprises de l'ESS
- Inscription de la politique publique de l'ESS dans la durée

3. Un terrain offrant une liberté d'initiative, propice à l'innovation

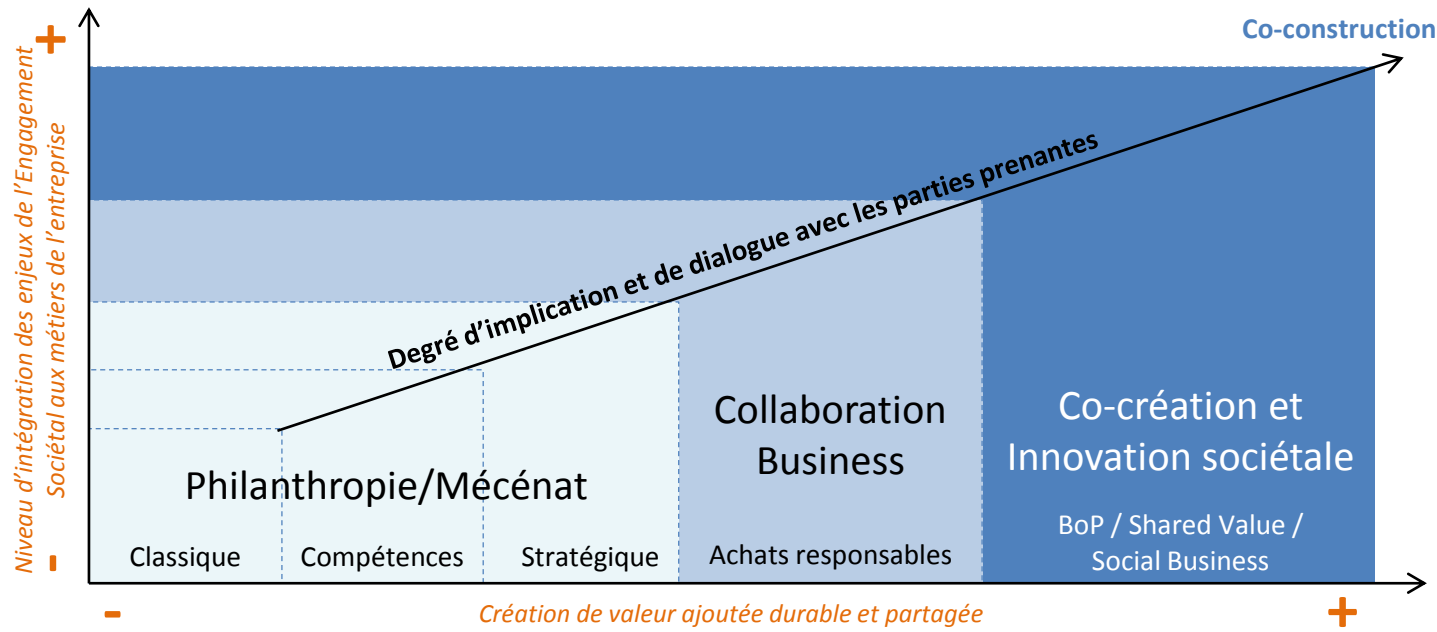
Le domaine le plus ouvert de la RSE face à une multiplicité :

- De problématiques : Education - Environnement - Inclusion sociale - Insertion professionnelle - Santé - ...
- De parties prenantes : cibles locales - cibles globales
- De modèles : de modèles non profit jusqu'aux modèles for profit (social business, BoP)
- De partenaires : Clients - ONG - Entrepreneurs sociaux - Institutions publiques - Fournisseurs - ...

.... qui ouvre la voie à l'expérimentation et à la créativité, et permet d'exprimer la singularité, les valeurs et la culture de l'entreprise.

Au-delà de la distinction for profit / non profit, ce contexte conduit à de nouvelles formes d'entrepreneuriat alliant poursuite de l'intérêt général et efficacité économique.

Les types d'action de l'Engagement Sociétal



Mécénat classique	Don sans contrepartie directe à une association d'intérêt général (financier ou en nature)
Mécénat de compétences	Implication de l'entreprise dans un projet d'intérêt général par la mobilisation des compétences de ses collaborateurs
Mécénat stratégique	Implication de l'entreprise pour répondre à un enjeu de société convergent avec l'un de ses enjeux stratégiques
Collaboration Business	Produit ou service délivré par une association ou entreprise adaptée à une entreprise. Ce produit ou service contribue de manière indirecte à l'intérêt général (ex : prestation réalisée par une entreprise adaptée)
Co-création & Innovation sociétale	Développement d'un nouveau service ou produit, d'une nouvelle approche ou d'un modèle d'organisation pour répondre à un besoin sociétal non pourvu (ex : BOP, Shared Value, Social Business)

Définitions liées à l'Engagement Sociétal

Achats responsables	L'achat responsable correspond à tout achat intégrant dans un esprit d'équilibre entre parties prenantes des exigences, spécifications et critères en faveur de la protection et de la mise en valeur de l'environnement, du progrès social et du développement économique *définition de l'Obsar
BoP	Le marché « Base of the Pyramid* » désigne les populations pauvres qui n'ont pas ou peu accès aux biens et aux services proposés par le marché du fait de la faiblesse de leurs revenus. Pour une entreprise, s'engager sur le marché du BoP, c'est aider les populations à trouver leur place dans l'économie de marché en tant que consommateur et acteur de la chaîne de valeur. Les mécanismes de marché permettront de couvrir des besoins sociétaux. * conceptualisé par CK Prahalad et Stuart L. Hart
ESS	Le terme d'Economie Sociale et Solidaire regroupe un ensemble de structures qui reposent sur des valeurs et des principes communs : utilité sociale, coopération, ancrage local adapté aux nécessités de chaque territoire et de ses habitants. L'économie sociale et solidaire représente 10 % de l'emploi salarié en France.
Shared Value	La notion de « Valeur partagée ou liée* » consiste à créer de la valeur économique d'une manière qui profite aussi à la société, en répondant à ses besoins et ses défis. Il s'agit de se focaliser plutôt sur les modes d'organisation de la production et sur l'implication des acteurs locaux sur l'ensemble de sa chaîne de valeur. * conceptualisé par Michael Porter et par Mark Kramer
Social Business	Activité économique rentable dont la finalité est de délivrer un impact social. Les bénéfices sont systématiquement réinvestis dans l'organisation pour générer de l'impact social. Le marché est un moyen pour créer de la valeur sociale.

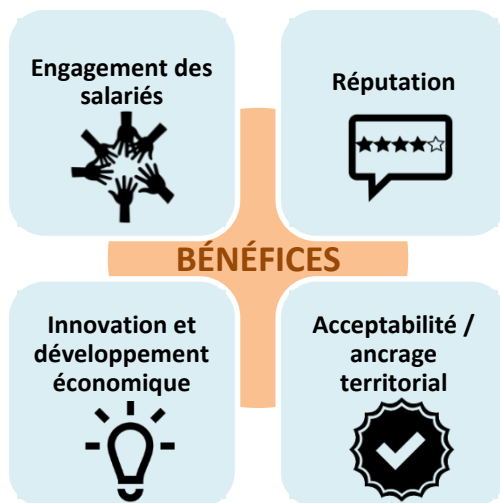
4. L'Engagement Sociétal, créateur de valeur ajoutée partagée

Les 4 bénéfices associés aux démarches d'Engagement Sociétal

- Implication des équipes au sein de l'entreprise
- Renforcement de la fierté d'appartenance
- Rétention et développement des talents

(voir : Plus d'information [Baromètre Engagements²](#))

- Identification de nouveaux marchés (segments de clientèle, zones géographiques, ...)
- Développement :
 - De nouvelles pratiques
 - De nouveaux produits/services
 - De nouvelles activités



- Différenciation de la concurrence
- Valorisation du capital immatériel
- Valorisation de l'image et de la notoriété
- Recrutement des talents

- Instauration de nouveaux rapports avec les parties prenantes
- Anticipation / limite des risques
- Création de lien avec les leaders d'opinion et les acteurs locaux
- Compréhension des besoins locaux

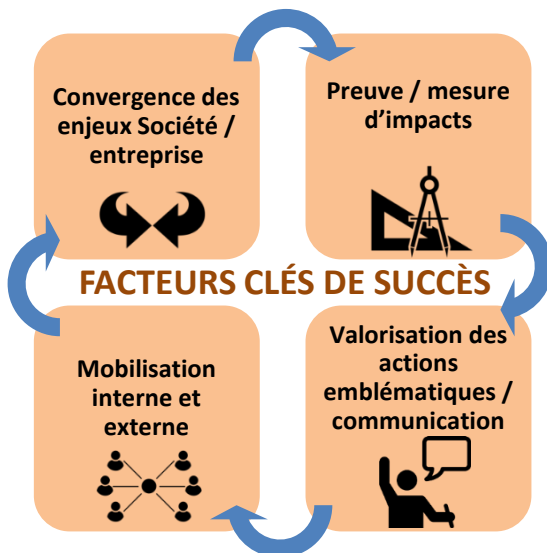
Les 4 facteurs clés de succès d'une démarche d'Engagement Sociétal

POUR

- Gagner en crédibilité, lisibilité et légitimité sur la démarche
- Maximiser les impacts positifs pour la Société
- Diminuer les impacts négatifs de l'entreprise
- Concentrer les ressources sur les enjeux clés

POUR

- Garantir la pertinence des projets sociétaux, en co-construisant les actions
- Challenger ses pratiques
- Consolider la légitimité de l'entreprise







POUR

- Gagner en crédibilité et légitimité sur l'engagement de l'entreprise
- Optimiser les ressources affectées
- Faire preuve de sa volonté de s'améliorer

POUR

- Gagner en visibilité auprès des parties prenantes
- Engager ses parties prenantes
- Concentrer les forces et ressources des parties prenantes pour résoudre des enjeux sociétaux

5. L'Engagement Sociétal, exemples d'initiatives et de pratiques

Entreprise	Typologie de projet	Parties prenantes	Illustrations
	Co-crédation & Innovation sociétale	Salariés Institutions publiques Organismes sociaux	<p>Renault lance en 2012 le programme d'entrepreneuriat social Mobiliz, qui vise à apporter des solutions de mobilité aux personnes en situation de précarité : la mobilité est une condition sine qua non à la recherche d'emploi. A ce titre, les Garages Renault Solidaires installés sur tout le territoire français proposent des prestations d'entretien et de réparation des véhicules à prix coûtant. Mobiliz est co-construit avec ses parties prenantes : les bénéficiaires sont notamment identifiés sur critères sociaux, en partenariat avec les prescripteurs sociaux.</p> <p>http://group.renault.com/engagements/mobilite/le-programme-renault-mobiliz/</p>
	Mécénat de compétences	Salariés Education Nationale	<p>Depuis plus de 20 ans, SNCF déploie le programme « Voyageur et citoyen » pour sensibiliser les jeunes (près de 250.000 chaque année) aux notions de civisme et de sécurité en milieu ferroviaire. Des agents SNCF volontaires interviennent dans les établissements scolaires, du CM1 à la Terminale, aux côtés des enseignants. Le but est d'échanger avec les jeunes autour des thématiques de respect des autres, des biens et des règles de sécurité. SNCF met à disposition des enseignants des ressources pédagogiques et des séances clés en main, en lien direct avec les thèmes des programmes scolaires.</p> <p>http://www.sncf.com/fr/education</p>
	Mécénat de compétences	Salariés Associations locales	<p>En 2013, PepsiCo France décide d'apporter son soutien à l' A.N.D.E.S (Association Nationale de Développement des Epiceries Solidaires) en mettant ses ressources au service de la professionnalisation des épiceries solidaires. Ce partenariat se concrétise notamment à travers le parrainage d'épiceries solidaires par les commerciaux PepsiCo France.</p> <p>http://www.epiceries-solidaires.org/files/CP_PARTENAIRES_A_N_D_E_S.pdf</p>
	Mécénat classique	Associations et leurs partenaires	<p>Dans le cadre de son appel à projet « Art et territoires », la Fondation Daniel et Nina Carasso soutient 20 projets artistiques à vocation sociale. En plus d'un soutien financier, chacun des porteurs de projet est accompagné dans une démarche de mesure d'impact, individuelle et collective, à 3 niveaux : activité, résultat et effets long-terme. Cela permet, au-delà de l'évaluation d'impact, d'engager la réflexion sur la performance de ces projets et sur leur visibilité vis-à-vis de leurs publics et de leurs financeurs.</p> <p>http://www.fondationcarasso.org/fr/content/appele-%C3%A0-projets-2014-%C2%AB-art-et-territoire-%C2%BB</p>
	Co-crédation & Innovation sociétale	Salariés Associations du territoire	<p>Lancé en 2013, le Digital Society Forum repose sur une dynamique collaborative et continue, autour de thèmes de la vie quotidienne (amis, famille, travail, santé, etc...). Ces thèmes, traités sous l'angle de l'impact du numérique sur les comportements, sont définis avec les sociologues des Orange Labs. Des chercheurs, acteurs économiques, organisations de la société civile ainsi que le grand public se penchent ensuite sur les transformations sociales en cours afin de proposer des repères pour mieux comprendre et formuler des propositions de solutions pour mieux s'y adapter. Des ateliers collaboratifs sont régulièrement organisés en France et à l'international.</p> <p>http://digital-society-forum.orange.com/</p>

Pour aller plus loin...



Depuis 20 ans, le Comité 21 a accompagné plus de 150 entreprises dans leur démarche de RSE, et est un praticien reconnu du dialogue avec les parties prenantes. Il fédère près de 80 associations et 180 collectivités, partenaires privilégiés des entreprises. Ses publications et rendez-vous portent sur l'engagement sociétal, le dialogue avec les parties prenantes, la mobilisation des équipes, le reporting ou encore la valeur ajoutée des démarches de RSE pour la performance des organisations. www.comite21.org



Spécialistes de l'engagement sociétal des organisations, nous accompagnons nos clients dans le développement et la valorisation de leur contribution au développement de leurs territoires, de leurs communautés et de la société. Notre mission est de transformer les enjeux de développement économique et humain des écosystèmes de nos clients en leviers de performance. www.nuovavista.com

