

S'informer

Communiquer sur sa démarche RSE avec ses clients

Une entreprise qui déploie des actions significatives en faveur du développement durable peut avoir la volonté de communiquer sur ses efforts et ses résultats. Les clients font partie des cibles privilégiées pour cette communication, à condition de respecter quelques règles.

de quoi parle t-on ?

Depuis 2002, la réglementation oblige certaines entreprises à publier chaque année des informations extra financières. Ainsi, les entreprises cotées en bourse puis progressivement (depuis 2012 et l'article 225 de la loi Grenelle II) les entreprises de plus de 500 collaborateurs sont obligées de communiquer chaque année dans leur rapport d'activité des données normalisées à propos de leur performance sociale et environnementale.

Toutes ces entreprises « obligées » sont des donneurs d'ordres de nombreuses autres entreprises plus petites qui leurs fournissent des produits et des services. C'est ainsi que des TPE ou des PME se voient sollicitées par leurs clients pour à leur tour indiquer leur démarche RSE dans la cadre des achats.

Dans ce contexte, il est important d'avoir une démarche RSE crédible et de prendre la parole sur des actions qui sont cohérentes avec les principaux impacts du secteur d'activité dans lequel opère l'entreprise. Une démarche RSE crédible doit pouvoir répondre aux critères suivants :

- **Des actions menées à leur terme**
- **Une transparence de l'entreprise vis-à-vis des difficultés rencontrées**
- **Une inscription dans le temps avec un plan d'action temporel et renouvelé**
- **Des actions sur différentes dimensions (sociale, sociétale, environnementale, économique)**
- **Un dialogue entretenu avec les parties prenantes**


quels avantages ?

La communication de sa démarche RSE à ses clients présente plusieurs avantages pour une entreprise :

- **Etre retenue dans le cadre de consultations ou d'appels d'offres, il est de plus en plus fréquent de constater que 10 à 15% de la note de sélection soit en fonction de la qualité de la démarche RSE ;**
- **Permettre son développement, créer des opportunités de marchés, anticiper les attentes de son marché ;**
- **Développer des partenariats avec ses clients ;**
- **Mettre des mots sur ce qui constitue la valeur ajoutée de l'entreprise et pouvoir partager sur sa démarche d'innovation et d'amélioration continue ;**
- **Gérer sa réputation et son image en mettant en lumière les pratiques responsables de l'entreprise.**



S'informer

 **par où commencer ?** Pour communiquer sur sa démarche RSE avec ses clients, les premières questions à se poser efficacement sont les suivantes : Quoi dire ? Quand le dire ? Comment le dire ?

Quoi dire ?

Une communication RSE engage l'entreprise et crée des attentes. Les clients vont chercher à savoir si l'entreprise est capable d'évaluer l'impact de ses activités au regard du développement durable, de cibler les bons enjeux. Ils vont chercher à cerner la vérité des engagements. Cela implique d'avoir pris le temps d'inscrire la démarche RSE dans une réflexion cohérente. Il est indispensable d'éviter l'éco blanchiment, c'est-à-dire l'utilisation abusive des arguments sociaux ou environnementaux. L'entreprise a à l'inverse intérêt à être transparente sur ses arbitrages, ses succès et ses difficultés. Il existe des solutions pour faciliter ce travail de réflexion et d'analyse. L'outil de d'auto diagnostic du projet AlpCoRe peut aider l'entreprise à y voir plus clair.

Quand le dire ?

Si la réponse à des consultations ou à des appels d'offres est un moment privilégié et parfois obligé pour communiquer sur sa démarche RSE, l'entreprise a intérêt à multiplier les occasions de partager sur ses engagements auprès de ses clients. Parmi les bonnes pratiques en la matière, il est intéressant de profiter des différents rendez-vous pour signaler des résultats sur une de vos actions en matière sociale ou environnementale. Pour aller plus loin, l'entreprise pourra utilement organiser pour ses clients une fois par an un événement sur ce thème autour d'une visite de l'entreprise ou d'un chantier. Au-delà de la qualité de la démarche RSE, c'est la multiplication de ces moments de communication qui feront la différence lors du choix du fournisseur le plus responsable.

Comment le dire ?

Dans un souci de simplification et de cohérence, l'entreprise a intérêt à rédiger un support de communication RSE. Ce document de référence, qui peut ensuite être décliné, se compose de trois parties : une introduction pour mettre la démarche RSE dans son contexte et donner la vision de l'entreprise, une charte d'engagement qui va s'inscrire sur plusieurs années et un plan d'actions annuel doté d'indicateurs de performance. Le format gagne à être court, une communication sur sa démarche RSE peut efficacement dire l'essentiel et être crédible sur 2 ou 3 pages seulement.

 **pour aller plus loin**

Les communications sur les progrès réalisées par les entreprises de toutes tailles et de tous secteurs signataires du Pacte Mondial de l'ONU :

<http://www.pactemondial.org/les-bonnes-pratiques-des-adherents.html>

Le guide de la CGPME pour une communication efficace des PME en matière de RSE :

<http://www.cgpme.fr/internationals/voir/557/un-guide-pour-une-communication-efficace/keywords/rse>

Le guide Cap sur la RSE du MEDEF, avec quelques pages dédiées à la communication sur ce sujet :

<http://www.medef.com/medef-corporate/publications/vient-de-paraitre/fiche-detaillee/back/111/article/cap-vers-la-rse.html>

AlpCoRe est un projet cofinancé par l'Union européenne. L'Europe s'engage en Savoie, Haute-Savoie et Région Piémont avec le Fonds européen de développement régional.