



Opinion | RSE : entre déclarations d'intentions et réel engagement

Même si l'impact positif de la RSE sur l'activité est aujourd'hui démontré, toutes les directions n'ont pas encore de réelles stratégies pour l'inscrire durablement à leur fonctionnement et peinent à concrétiser leurs intentions en la matière. (Par David Khuat-Duy, fondateur et PDG d'Ivalua)



Par **David Khuat-Duy** (fondateur et PDG d'Ivalua)

Publié le 12 nov. 2021 à 9:03

Il devient difficile, voire impossible d'ignorer la RSE pour les entreprises. Plébiscitée par les collaborateurs, ceux-ci seraient prêts, pour 70 % d'entre eux, à s'impliquer davantage dans une politique RSE selon le baromètre "entreprise responsable" d'Ekodev, réalisé

en 2020. Une tendance que l'on retrouve également chez les consommateurs qui sont aujourd'hui plus soucieux des valeurs et engagements portés par les marques.

Les entreprises qui ont pris ce sujet au sérieux peuvent en témoigner, la RSE n'est pas un frein à leurs activités, bien au contraire. Dans le cadre d'une étude menée par Forrester Research en août 2021 et évaluant les différentes approches des entreprises en matière de RSE, près de 69 % des décideurs interrogés ayant engagé des initiatives en ce sens ont en effet constaté une hausse de leur chiffre d'affaires. Parmi les priorités des politiques RSE, le développement durable arrive en tête (33 %), suivi de près par les priorités sociales et éthiques. Au-delà des retombées positives sur l'activité, les entreprises peuvent aussi bénéficier de la popularité de ces thèmes pour améliorer leur image de marque auprès de leurs équipes comme de leurs partenaires et clients.

La difficulté des achats à prendre le virage RSE

Bien que les entreprises semblent accorder une grande importance à ces enjeux, beaucoup ne disposent pas encore de stratégie bien définie et notamment vis-à-vis de la performance RSE des fournisseurs et de leur chaîne d'approvisionnement. Dans les faits, plus de la moitié (58 %) des directions achats européennes n'insèrent jamais, ou rarement, des pratiques de travail responsables dans leurs contrats ou leurs accords selon une étude réalisée en 2021 par Coleman Parkes Research auprès de 300 fournisseurs situés en France, au Royaume-Uni, en Allemagne et en Suisse. Cette incapacité à évaluer efficacement les initiatives RSE des fournisseurs privent les directions Achats de données utiles à l'évolution des politiques RSE, mais également à la résilience de l'entreprise en cas de mouvements brutaux sur le marché.

En conséquence, près de 4 décideurs sur 10 considèrent que leur entreprise est réellement efficace pour atteindre ses objectifs prioritaires en matière de RSE révèle l'étude de Forrester Research. Un constat qui n'est pas forcément dû à un manque de ressources, de compétences ou même de technologies. L'un des principaux points de blocage vient de la difficulté à mettre en place des processus de collaboration efficaces avec les fournisseurs. Dans ce contexte, les Achats ne peuvent avancer dans le bon sens et déployer une stratégie RSE pérenne sans un sponsoring fort de la direction générale.

Des bonnes intentions à leur application, le défi des entreprises

Si chaque entreprise suit son propre rythme en matière d'intégration des politiques RSE, il est aussi judicieux de cibler dès maintenant les éléments à améliorer pour favoriser l'acceptation et la faisabilité de ce type de stratégie. Et cela commence par donner aux fournisseurs les moyens de concrétiser leurs initiatives RSE. En leur fixant des exigences, les achats doivent aussi leur accorder davantage de flexibilité pour y répondre efficacement. C'est en procédant de cette manière qu'il est possible d'améliorer la collaboration entre les acteurs de la chaîne d'approvisionnement. Les entreprises auraient tout intérêt à poursuivre en ce sens en digitalisant ces processus de collaboration qui, à long terme, offriront une plus grande visibilité de la chaîne logistique permettant aux achats d'améliorer la planification, l'exécution des engagements et d'autres postes stratégiques.

On le comprend, la direction générale, en lien avec les achats, ne pourra se passer d'une collaboration digitale efficace avec les fournisseurs. Il y a urgence à améliorer cette relation si on veut inclure davantage d'objectifs RSE au sein des achats. Le processus de digitalisation sera autant utile aux enjeux business que pour maintenir un certain niveau d'engagement chez les fournisseurs. Une meilleure communication sera profitable à la transition progressive de la filière logistique vers des pratiques plus éthiques. Et en ce sens, il faudra faire preuve de fermeté envers les fournisseurs qui ne prendraient pas cette direction. Pourquoi ne pas établir alors un niveau d'engagement minimum lors de la sélection de ces derniers ? Ceux ayant adopté cette posture ont déjà fait un choix fort, celui de privilégier un environnement de travail éthique et responsable sur le long terme.

David Khuat-Duy est fondateur et PDG d'Ivalua.

