RSE ET DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS

# RSE ET BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

## Immense hypocrisie ou renouvellement de la stratégie de l'organisation ?

ÉDITION 2017

AFTM

# DÉFINITION DE LA RSE

## LES ORIGINES DE LA RSE

La RSE prend ses racines dans les années 1950, avec les travaux de managers américains comme Howard Bowen qui expliquent que si les entreprises se concentrent aussi bien sur leurs profits que sur l'impact qu'elles ont sur la société, elles en tireront bénéfice.
L'intérêt pour le RSE est apparu avec le développement des préoccupations environnementales, sociales et économiques, mais aussi en raison de l'émergence des nouvelles technologies de l'information et de la communication qui ont rendu beaucoup moins contrôlable la réputation d'une organisation. Mettre en place une politique RSE permet d'améliorer son image et sa réputation.

## RÉGLEMENTATION ET NORMES

Aucune « loi » dans le monde n'oblige les entreprises à mettre en place une stratégie de RSE. Il existe néanmoins une institution internationale nommée l'ISO (*International Standard Organisation*) qui publie des guides à destination des entreprises afin de les orienter sur leur stratégie RSE. L'ISO 26000 ne donne pas lieu à une certification. Il existe en revanche des certifications sur de nombreux aspects qu'elle traite : l'ISO 14001 pour le management environnemental par exemple.

En France, des obligations en matière d'information du public, comme par exemple, la publication de l'empreinte carbone des entreprises ont cours. Ces obligations permettent aux entreprises de prouver clairement la qualité de leur RSE et leur transparence sur ce point envers leurs clients. C'est une véritable valeur ajoutée, notamment lors des appels d'offres.

ADEME et l'AFNOR Certification, sont deux instances publiques chargées d'accompagner les entreprises dans leur démarche RSE / développement durable. Elles apportent conseils et moyens aux entreprises qui s'engagent dans cette voie.

ADEME
Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie

afnor NORMALISATION

## QU'EST-CE QUE LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES ?

RSE est l'abréviation de Responsabilité Sociale des Entreprises ou Responsabilité Sociétale des Entreprises. Il s'agit de la prise en compte des principes du développement durable dans les activités de l'entreprise. La RSE représente l'envie d'avoir un impact positif sur la société et de respecter l'environnement tout en étant économiquement viable. On associe beaucoup la RSE à la protection de l'environnement, ce n'est cependant pas le seul domaine où elle intervienne. Économique, sociale, culturelle et même éducative : la RSE est présente dans tous les domaines. La notion économique est très importante, car pour perdurer, un projet sociétal ou environnemental doit être rentable.

## PARTIES PRENANTES

Parties prenantes : les salariés, les fournisseurs, les clients et plus globalement l'ensemble des acteurs avec qui l'entreprise interagit. Les entreprises qui pratiquent la RSE s'engagent à être transparentes envers leurs parties prenantes et à les associer à leur création de valeur. C'est une évolution d'un modèle historiquement centré sur un seul acteur : l'actionnaire.

Pour l'entreprise, une démarche de RSE est récompensée par une meilleure performance globale : elle assure son approvisionnement en matières premières, gère mieux ses risques, réalise des économies, se différencie de la concurrence, attire et fidélise davantage ses collaborateurs...

Pour les parties prenantes de l'entreprise, la RSE contribue à de meilleures relations, une plus grande reconnaissance, une gestion plus optimale des risques pour les actionnaires, une meilleure image…

## Répondre à des enjeux de positionnement stratégique

Utiliser une politique RSE pour construire une différenciation par rapport à la concurrence, tout en répondant aux spécificités de son secteur d'activité. Pour se faire l'organisation doit analyser les spécificités de son/ses marché(s) et identifier le niveau d'intégration de la RSE attendu en accord avec ses valeurs. La RSE est un critère à prendre en considération dans sa veille de marché/concurrence comme la technologie ou la politique salariale.

## Réduire les risques et les coûts

Cet enjeu est une des spécificités majeures de la RSE. Il a pour but de se focaliser sur la gestion du risque et sur des réductions de coûts. Il intègre la notion de durabilité qui demande de penser à long terme. Ce concept est une attente de plus en plus forte du marché. Si les entreprises ne prennent pas en compte les impacts environnementaux et sociétaux de leurs activités, c'est leur pérennité qui est menacée.

## Outil de management de la réputation

Il s'agit ici du concept d'image publique d'une organisation. Les consommateurs poussent aussi les entreprises à être plus transparentes sur les conditions de production et à proposer des produits plus respectueux de l'environnement et des travailleurs (ex : tourisme durable).

## Outil de construction de culture d'entreprise

La RSE est un outil de rassemblement qui permet de symboliser et de rendre palpable la culture d'entreprise. Les entreprises qui ont une approche RSE renforcée ont généralement une culture d'entreprise très forte. La RSE est très souvent liée à la notion de bien être au travail.

## OÙ SE POSITIONNE LE *CORPORATE TRAVEL* ?

Le sujet de la RSE n'est pas encore la préoccupation principale dans l'industrie du *Corporate Travel*.
Pour autant, aidée par les nouvelles générations, la conscience collective évolue et s'intéresse de plus en plus aux questions éthiques, sociales et environnementales.
Les entreprises, lors des appels d'offre, intègrent de plus en plus ces sujets dans leurs grilles de questions. Les collaborateurs choisissent aujourd'hui un emploi en fonction des missions, du salaire et des valeurs de l'entreprise.
L'industrie du *Corporate Travel* est en constante mutation. Peut-être plus pour des raisons pratiques ou économiques que pour des raisons éthiques, les acteurs ont déjà réalisés d'énormes efforts en matière environnementale : dématérialisation des titres de transports et des factures, solutions de mobilité alternatives (visio conférence), parc automobile hybrides ou électriques...

La tendance s'accélère depuis quelques années. Pour des raisons éthiques autant qu'économiques : certains acteurs (TMC, moyens de paiement...) mettent les collaborateurs et le bien-être au travail en tête de leurs préoccupations et réfléchissent à une forte politique RSE.

## Les étapes à suivre pour mettre en place une démarche RSE :

**1** **Identifier et valoriser ce qui est déjà mis en place dans l'entreprise**

**2** **Structurer son engagement et prouver que les choix et actions sont responsables**

→ Avec des actions ordinaires quotidiennes

ex : traitement du papier, recyclage des déchets, réduction de la consommation d'électricité et d'eau...

→ Avec des projets de plus grande envergure

ex : politique d'achat responsable, réduction des émissions de gaz à effet de serre, compensations des émissions carbones, soutien auprès d'une association ou d'une ONG, sensibilisation aux effets néfastes de certaines formes de tourisme...

**3** **Travailler avec les parties prenantes pour construire sa politique RSE**

**4** **Être transparent en externe et être exemplaire en interne pour faire adhérer toutes les équipes**

**5** **Se faire accompagner et labelliser par une association ou un organisme certificateur**

**6** **Communiquer sur son engagement et véhiculer ses valeurs**

# TENDANCES RSE EN ENTREPRISE

## Bien-être au travail

*Burnout* et *stress.* Le bien-être au travail est devenu un sujet majeur de préoccupation pour les entreprises.
Ces dernières réfléchissent à de nouvelles manières d'envisager le travail avec par exemple :

- le **télétravail** ;
- La formation des managers ;
- le recrutement d'un ***Chief Happiness Officer*** ;

Les salariés eux-même sont les vecteurs de l'image (bonne ou mauvaise) de la société. ***Glassdoor*** leurs permet de noter les conditions de travail dans leur entreprise. C'est un outil très utilisé au moment des recrutements par les futurs candidats et la première opportunité de diffusion de la culture d'entreprise.

**BCD Travel**
« Trophées du Bien-être » en 2015 avec la mis en place d'une politique ***Home Office*** réfléchie pour ses employés, ce qui permet de réduire les temps de transport et le *stress* au travail et augmenter ainsi la qualité de vie et les performances individuelles.

**FCM Travel Solutions**
Label *HappyAtWork* qui récompense les entreprises dans lesquelles les salariés sont heureux de travailler a décerné son accréditation à FCM Travel Solutions France & Suisse en 2017 pour la **convivialité interne du groupe**.

## Digital

Le monde évolue, les entreprises aussi. L'avènement du digital est partout.

Tous les principaux acteurs du *Corporate Travel* proposent la **dématérialisation des supports** : billets, factures et relevés d'opération. Pour ces entreprises c'est à la fois un **gain financier** et une **réponse aux besoins** clients. Finie la mise sous pli des factures et des travaux sans valeur ajoutée pour les collaborateurs. **Gains de temps** et d'argent, facilité d'archivage pour les entreprises sont autant d'intérêts pour l'ensemble des parties. Autre exemple, les applications d'itinéraires qui permettent aussi de **réduire l'utilisation du papier**.

## Impact économique et social

En s'impliquant dans la vie locale, l'entreprise permet d'améliorer son image tout en ayant un impact positif pour la société.

**American Express Carte France** s'engage dans la démarche des actions organisées en faveur de la **solidarité, de l'environnement**, du mécénat et de la mise en place de partenariats.
Chaque année, elle soutient l'engagement de ses salariés dans une vingtaine d'**initiatives collectives et individuelles** comme Téléthon, Sidaction, aide aux réfugiés, collecte de vêtements et fournitures scolaires, collecte de bouteilles et canettes au profit d'œuvres caritatives... L'entreprise participe également de manière active à la **vie de quartier**, en soutenant certaines actions des commerçants de la ville. Cette démarche lui permet d'**améliorer son image et de développer sa notoriété** (auprès des porteurs et futurs porteurs de carte, ainsi qu'auprès des commerçants).

## Solutions alternatives

Les solutions alternatives aux déplacements professionnels sont nombreuses. Certaines offrent des prestations de grandes qualités (salles de visio conférences) mais restent couteuses (installation et maintenance). En complément des conférences téléphoniques, de nouvelles solutions sont désormais faciles à déployer pour tous les collaborateurs et à des coûts très raisonnables (Skype Entreprises ou WebEx).

**Ikea** a implémenté un nouveau programme réglementant les voyages d'affaires, *« Meeting the Ikea* way».
Ici, les déplacements professionnels sont remplacés par des solutions alternatives dès que la situation le permet. Ikea réduit ainsi les coûts liés aux voyages et les émissions de CO2. Le collaborateur a le choix directement depuis son SBT.

# CONCLUSION

L'industrie du tourisme est en constante mutation (politique commerciales, technologies, attentes des clients...). En France, bien qu'elle ne soit pas obligatoire, de nombreux acteurs du tourisme intègrent déjà une politique RSE dans leur organisation.
Une politique RSE n'est cependant pas une fin en soi et doit rester un moyen. Un moyen qui sert quels objectifs ? Économique, environnemental ou social ?
La réponse importe finalement peu, car une politique RSE ne fonctionne que si elle travaille sur plusieurs objectifs en même temps, tout est lié !

- Les entreprises clientes intègrent de plus en plus les politiques RSE dans leurs appels d'offres. Les acteurs du *travel* ont donc un intérêt économique à y être sensibles.
- Les nouvelles générations sont autant motivées par les valeurs d'une entreprise et le traitement de l'humain que par les missions elles-mêmes.
- La loi oblige la publication d'informations environnementales pour toutes les entreprises.

Plusieurs éléments concordants permettent d'imaginer que la politique RSE peut devenir un outil de performance économique.
Réaliser des profits reste la raison d'être d'une entreprise. Nous sommes cependant en train d'assister à l'évolution d'un modèle d'organisation qui pour atteindre ce profit maximum s'appuie (un peu plus) sur le bien être de ses collaborateurs, sa réputation ou encore son impact environnemental.

**AFTM**
Association Française du Travel Management
31, rue de Solférino – 92100 Boulogne-Billancourt – France
Contact : info@aftm.fr
Téléphone : +33 (0)1 55 20 94 14 – www.aftm.fr

**CBT Conseil**
29-31, rue des Entrepreneurs – 78420 Carrières-sur-Seine
Contact : contact@cbtconseil.fr
Téléphone : 01 85 39 05 44 – www.cbtconseil.fr