



DAF, RSE et DIGITALISATION

Le nouveau trio gagnant pour l'entreprise

SOMMAIRE

INTRODUCTION 3

Partie 1

Quand la RSE contribue au développement de l'entreprise 4

Partie 2

Quand la RSE met en valeur le rôle clé du DAF dans son processus 9

Partie 3

Quand la digitalisation contribue efficacement à l'implantation de la RSE 14

CONCLUSION 20

INTRODUCTION

Longtemps, le développement durable a d'abord relevé du domaine du service communication, du département marketing, voire de la production. Il s'agissait avant tout de se donner une bonne image.

Que ce temps paraît loin aujourd'hui. Certes, il y a la pression sociétale ou réglementaire. Mais il y a aussi une réelle prise de conscience, de la part des entreprises, des enjeux et des opportunités engendrés par les sujets liés à l'environnement ou à la relation avec les différentes parties prenantes de l'entreprise.

Aujourd'hui, il est clair que la RSE (Responsabilité Sociale ou Sociétale de l'entreprise) traite de différents sujets (ressources humaines, achats, gouvernance, finance, etc.) et concerne toutes les strates des entreprises. Elle connaît ces dernières années une véritable accélération, quels que soient leur taille et leur secteur d'activité.

Mais il reste encore du chemin à parcourir. En effet, une des remarques récurrentes que font les entreprises les plus méfiantes envers la RSE est le retour sur investissement. À ce titre, une étude de CSA Research effectuée en 2016 sur « Les nouvelles frontières de la responsabilité sociétale en entreprise » a mis en valeur que l'obstacle principal à une politique RSE efficace est le manque de visibilité sur la création de

valeur future. Et qui est le mieux placé pour proposer des indicateurs précis et fiables, se trouvant à la croisée de tous les sujets qui y sont liés ? **Le DAF.**

Grâce à sa vision globale, c'est lui qui peut compiler, analyser et diffuser toutes les données nécessaires. Et, c'est apparemment la direction que prennent de plus en plus de DAF au sein des PME et des ETI.

De plus, la crise sanitaire a accéléré l'intégration de ces enjeux RSE, au même titre que la digitalisation, dans la stratégie d'entreprise. Pour les DAF, la performance extra financière devient aussi importante que la performance financière.

C'est le sujet que propose d'aborder ce livre blanc. Après un point sur les enjeux et les avantages de la RSE, il a pour objectif de mettre en valeur l'importance du DAF dans sa mise en place et son développement, en les incitant, d'une certaine façon, à se réinventer durablement.

Tout en liant de manière inévitable la RSE et la digitalisation. Car, ces deux sujets ne sont pas des exercices intellectuels ou un nouveau département à intégrer mais une nouvelle manière de travailler, qui doit mettre à contribution tous les acteurs de l'entreprise.



Quand la RSE contribue au développement de l'entreprise



La RSE, Responsabilité Sociétale des Entreprises, ne se préoccupe pas que de considérations écologiques. Elle regroupe l'ensemble des pratiques mises en place dans le but de respecter les principes du développement durable (social, environnemental et économique). Il s'agit pour chaque société d'évoluer et de grandir dans un monde plus respectueux de l'environnement et des personnes. C'est une autre grille de lecture de son activité tout en la guidant dans ses grandes orientations et en questionnant les problématiques sociales et environnementales qui y sont liées.

C'est donc un domaine assez vaste qui peut regrouper de nombreux sujets comme les économies d'énergie, le recyclage, le cycle de vie des produits, la rénovation des bâtiments, le respect du droit du travail, le télétravail, l'égalité hommes/femmes, la valorisation des circuits courts, la recherche de nouveaux marchés, etc.

1. Comment définir la RSE ?

Si nous élargissons le discours traditionnel, nous pouvons également donner à la RSE une définition élaborée par certaines institutions.

1.1 Une définition de la RSE par l'Union Européenne

La Commission Européenne a défini en 2011 la RSE comme « la responsabilité des entreprises vis-à-vis des effets qu'elles exercent sur la société ». Afin de leur proposer un cadre, elle a aussi publié dès 2001 un Livre Vert de la Responsabilité Sociale des Entreprises où elle y donnait la définition suivante : « l'intégration volontaire des préoccupations sociales et écologiques des entreprises à leurs activités commerciales et leurs relations avec les parties prenantes ». Être socialement responsable signifie donc non seulement satisfaire aux obligations juridiques applicables, mais aussi aller au-delà et investir dans le capital humain et l'environnement.

1.2 Une définition de la RSE selon l'ISO 26000

De son côté, l'ISO (International Organisation for Standardisation), s'est également penchée sur la définition de la RSE avec la norme 26000 : « 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, en accord avec les normes internationales de comportement ; qui est intégré dans l'ensemble de l'organisation ».

1.3 La RSE ou le passage de la responsabilité à l'entreprise à mission

La RSE s'impose donc dans les modes de fonctionnement de l'entreprise et cette démarche s'inscrit dans une stratégie d'ouverture sur ses parties-prenantes, conformément aux définitions évoquées. En France, on parle aujourd'hui d'entreprise à mission ou entreprise contributive. D'ailleurs, le Rapport Notat-Senart, commandé par le gouvernement en 2018, pour réfléchir à la redéfinition du rôle de l'entreprise, a préconisé d'instaurer la possibilité d'inscrire dans les statuts de l'entreprise des préoccupations et des objectifs environnementaux ou sociaux.

Aussi, la RSE repose sur trois piliers fondamentaux :

1. Le pilier économique

- Satisfaire et fidéliser les clients,
- Assurer la qualité de service,
- Mettre en place une tarification équitable,
- Soutenir les fournisseurs locaux,
- Payer les factures dans les délais,
- Faire preuve de transparence auprès des investisseurs.



2. Le pilier social

- Renforcer l'égalité des chances et la diversité,
- Garantir l'hygiène et la sécurité sur le lieu de travail,
- Respecter les droits des travailleurs,
- Former le personnel.

3. Le pilier environnemental

- Utiliser de manière efficace et durable les ressources naturelles,
- Réduire l'émission des gaz à effets de serre,
- Limiter les déchets,
- Favoriser la diversité biologique.

2. Qui est concerné par la RSE ?

Depuis l'adoption de la loi Pacte et la modification du code civil en 2019, toutes les entreprises françaises doivent « prendre en considération » les enjeux environnementaux et sociaux dans la gestion de leurs activités. Les entreprises volontaires peuvent également adopter la qualité de « société à mission », en intégrant une raison d'être avec des objectifs sociaux et environnementaux dans leurs statuts.

Sans oublier que les grandes entreprises sont de plus en plus soumises à des réglementations spécifiques comme la

publication des informations sur leurs impacts environnementaux et sociaux, les dispositions climatiques ou l'obligation de mesures de surveillance pour prévenir les risques environnementaux, sociaux et de gouvernance.

Enfin, en tant que fournisseurs ou sous-traitants, les PME sont incitées à adopter la démarche.

On peut le voir notamment avec les appels d'offre ou les politiques d'achats des grands groupes qui demandent de plus en plus de précisions sur ces points.

Société À Mission.com

Le site de la raison d'être et de la société à mission

3. Pourquoi prendre en compte la RSE ?



La RSE est considérée comme une nouvelle grille de lecture qui va permettre à l'entreprise de mieux répondre aux défis auxquels elle est confrontée. Elle lui permet aussi d'agir plus efficacement pour réduire son empreinte, s'adapter aux nouvelles contraintes et dégager de nouvelles opportunités.

Par ailleurs, les attentes des parties prenantes, qu'il s'agisse des salariés, des consommateurs, des associations, des syndicats ou des actionnaires, sont de plus en plus fortes. Dans une version plus positive, 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.

Sans oublier que ces nouveaux risques attirent de plus en plus l'attention des actionnaires et des investisseurs, plus enclins à choisir les entreprises qui les identifient et les gèrent au mieux.

En résumé, la RSE permet à l'entreprise de respecter dans le même temps ses objectifs économiques, les exigences de ses clients et les attentes de ses salariés. Elle vise à augmenter ses performances commerciales et financières, à réduire à terme ses risques juridiques et à renforcer sa compétitivité.

4. Pourquoi les salariés sont-ils sensibles à la RSE ?

L'édition 2020 du baromètre de perception de la responsabilité sociétale des entreprises s'appuyant sur une enquête Kantar et publiée par le Medef confirme son importance pour l'engagement des collaborateurs. 83 % des salariés d'une entreprise dotées d'une fonction ou d'un service RSE considèrent qu'elle a « un

impact positif » sur la société, 79 % s'y voient toujours travailler dans trois ans et 83 % indiquent « avoir plaisir à y travailler » (contre seulement 64 % dans les entreprises qui n'en sont pas dotées). De plus, les actions RSE mises en place sont jugées efficaces par 3/4 des salariés. Cette enquête s'est déroulée durant la crise

sanitaire du Covid 19 qui « semble avoir contribué à une meilleure connaissance par les salariés des valeurs de leur entreprise », ajoute le baromètre. « La compréhension par les salariés de ce qu'est le développement durable a sensiblement évolué et les sujets sociaux et économiques gagnent en importance ».

Enfin, une autre étude fait ressortir que les 20-35 ans ne sont plus en phase avec la prédominance des intérêts économiques de l'entreprise au détriment du développement durable et sociétal (étude Deloitte The

Millennial Survey, réalisée en 2015 auprès de 7 800 personnes – nées après 1982 - dans 29 pays).

Ils sont 76 % des Millenials interrogés à privilégier l'engagement social et environnemental de l'employeur au niveau de rémunération. Et, si les entreprises misent d'abord sur le bien-être au travail, la génération Z exige plus et demande à voir l'impact bénéfique des actions mises en œuvre sur le plan de l'écologie. Pour preuve, ils sont 62% à affirmer choisir leurs employeurs sur la base de leur performance environnementale.

Deloitte.

5. Comment la RSE influe-t-elle aujourd'hui la réputation de l'entreprise ?

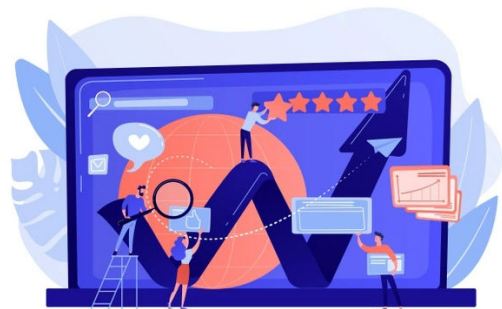
La RSE apparaît donc comme un levier supplémentaire de légitimité qui participe à la construction de l'image de marque. Elle est considérée comme une opportunité de maîtrise des risques sociaux et environnementaux, pour répondre à la fois aux exigences des investisseurs, à la motivation des salariés, à la fidélisation des clients ou à la construction de l'image de marque. Elle a donc clairement trouvé son sens économique et sa justification financière.

En effet, les entreprises, observées de plus près par l'opinion publique, sont plus attentives aux risques sociaux et environnementaux. La RSE est de plus en plus vue comme un moyen de prévention en termes de réputation, à condition que la démarche soit sincère et se traduise par des actes.

De plus, l'investissement responsable (ou ISR - Investissement socialement responsable) y est très lié. En effet, il s'agit pour les investisseurs, d'évaluer et de

sélectionner dans leurs portefeuilles les entreprises les plus vertueuses de leurs secteurs selon des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (les critères ESG). Ceux-ci considèrent qu'elles sont plus performantes et plus solides, vision de plus en plus partagée par le secteur bancaire et financier en général.

D'ailleurs, en France, ceux-ci utilisent principalement la technique du « best-in-class », c'est-à-dire les meilleurs élèves en la matière, en recourant notamment à la notation extra-financière, qui se base en partie sur le reporting ESG.



**Quand la RSE met en
valeur, le rôle clé du
DAF, dans son
processus**



Longtemps, le développement durable a plutôt relevé du domaine du service communication, du département marketing, voire de la direction opérationnelle. Aujourd'hui, il investit aussi le champ de la direction financière, en particulier depuis que la loi NRE a imposé la publication d'informations sur les conséquences sociales et environnementales de l'activité des entreprises cotées. Une obligation de reporting qui s'étend aux ETI et aux entreprises non cotées, à la fois sous la pression législative et celle des différentes parties prenantes (donneurs d'ordre, investisseurs, etc.). La RSE est donc passée de l'affichage d'un engagement au besoin de résultats tangibles et durables. C'est pourquoi le DAF prend un rôle de plus en plus important.

1. Pourquoi le DAF se retrouve-t-il au cœur de la RSE ?

Pour que la RSE inspire les arbitrages dans chacun des processus de l'entreprise, le DAF doit s'y impliquer pour plusieurs raisons :

● La RSE est devenue un sujet transverse

| Elle doit être partagée pour intégrer les fondamentaux de la création de valeur. Par conséquent, le DAF a une responsabilité dans la mise en œuvre de ses pratiques en encourageant l'autonomisation des collaborateurs et en favorisant la diversité des talents, en veillant à réduire l'empreinte carbone de l'entreprise et en s'attachant à optimiser la contribution de la fonction finance.

● Le DAF est l'animateur de la performance

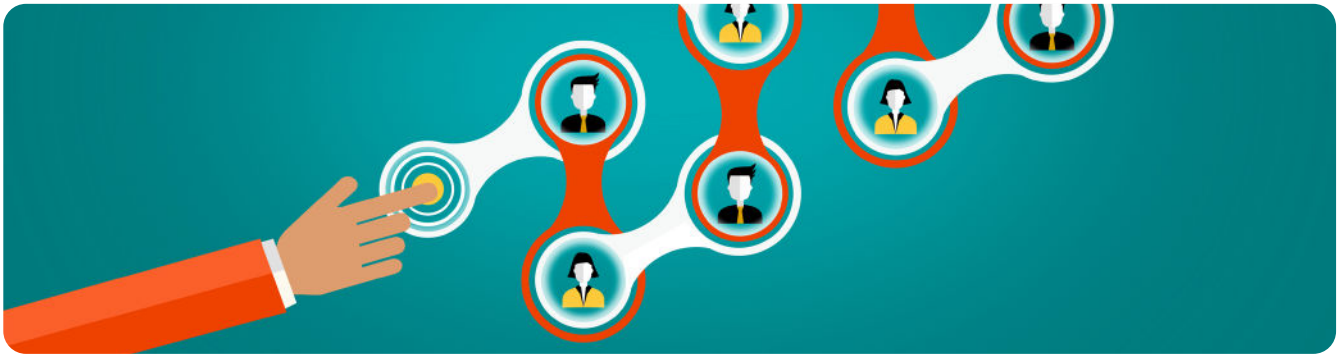
| Il est clair qu'aujourd'hui la RSE doit devenir une priorité opérationnelle au niveau de chaque processus. À ce titre, le DAF, qui en est un des principaux pilotes, occupe un rôle central. De plus, étant identifié comme un des leaders de la transformation digitale, il a vocation à susciter cette transformation sociétale de l'entreprise.

● La RSE est au cœur des processus de l'entreprise

| L'appropriation des logiques RSE se traduit à la fois à travers l'orientation de la prise de décision et à travers les pratiques mises en œuvre dans les processus. Là aussi, le DAF, étant impliqué dans les décisions stratégiques, il doit veiller à ce que la RSE devienne un déclencheur du passage à l'action en privilégiant les approches collaboratives et la responsabilisation des décideurs.



2. Quel doit être le rôle du DAF dans la RSE ?



Agir pour conjuguer finance et gestion avec développement durable font, aujourd'hui, partie intégrante des paramètres de transformation de la fonction de DAF. Il voit donc un changement progressif de grille de lecture de son poste, dont les dimensions s'élargissent au-delà des ratios financiers ou des questions d'optimisation des processus.

Mais les principes sont relativement récents et, par conséquent, plus difficilement appréhendables. Les référentiels élargis sont plus complexes à concevoir et à gérer que les référentiels financiers classiques. Même si sa contribution au pilotage stratégique est importante, le DAF n'a pas encore intégré pleinement ces nouveaux critères environnementaux et sociétaux, qui vont plus loin que le court terme qui l'anime régulièrement.

De plus, l'investissement sur des projets RSE est encore trop souvent considéré, notamment dans les PME, comme générateur de coût, sans effet immédiat sur le compte d'exploitation, autrement dit avec des ROI difficilement quantifiables.

Pourtant, le DAF ne doit plus être cantonné à cette position souvent caricatural du « réducteur de budget ».

La RSE étant un processus d'amélioration continue, il a la légitimité et la position transverse pour être force de proposition. Il doit s'impliquer dans l'analyse de la valeur de chaque processus afin d'aider les acteurs à y traquer les gisements de progrès RSE.

Cette appropriation rejoint celle de la transformation digitale avec une exigence similaire : stimuler la conversion des métiers et favoriser des pratiques plus agiles, plus collaboratives et plus économes en ressources. Tout en démontrant aux collaborateurs que la transformation est un levier de performance pour leur mission. Une des pistes pour favoriser le développement durable dans toutes les strates de l'entreprise (sans créer de structure et processus additionnels) est de viser son intégration dans les processus et procédures de gestion existants.

Et le DAF est la personne clé pour mettre en œuvre cette démarche.

3. Comment le DAF peut-il développer une politique RSE au sein d'une entreprise ?

Pour éviter le risque que la RSE devienne un ensemble hétéroclite d'initiatives, sans aucune signification pour les collaborateurs, le DAF doit donc être pleinement impliqué. Pour s'aider dans cette démarche, il lui est possible de suivre trois règles simples :

S'informer régulièrement sur le sujet

| La RSE demeure un sujet multiple, qui peut bouger au gré de l'actualité et prendre des dimensions spécifiques en fonction du secteur d'activité. Il est donc essentiel que le DAF s'informe sur le sujet et développe un socle de connaissances minimales à partager avec tout le management. L'objectif : faire vivre la culture RSE dans la durée.

Développer sans cesse le lien entre RSE et business

| Si la RSE peut être considérée comme une manière de réparer des impacts sur son environnement, elle est aussi (et d'abord !) une opportunité pour répondre aux attentes croissantes des publics de l'entreprise. C'est devenu un des carburants indispensables pour développer (voire transformer) l'entreprise. La RSE ne doit donc plus devenir un « sujet à part » mais s'intégrer de manière régulière au cœur de l'entreprise.

Intégrer la RSE au cœur des ressources humaines

- | 1. En prenant en compte de nouveaux critères dans le recrutement ou l'évaluation annuelle, en revoyant certains référentiels, en introduisant des critères RSE dans les objectifs annuels ou dans le calcul d'une part de la rémunération variable, etc.
- | 2. En se positionnant comme l'animateur d'un projet collectif, pour faire vivre la RSE non pas comme une approche séparée mais comme une partie intégrante de ce projet.
- | 3. En faisant de la RSE un outil de motivation pour les nouvelles générations et en renforçant son intégration dans le travail quotidien.

4. Du DAF au Chief Value Officer : vers une évolution du poste ?

La RSE a donc mis en valeur des missions qui sont attribuées au DAF. Ainsi, beaucoup considèrent aujourd'hui que son rôle s'apparente de plus en plus à celui de Chief Value Officer. L'information financière et le rendement financier, en tant que mesures principales du succès, sont des marqueurs connus mais insuffisants. On parle plus aujourd'hui de mesure de la performance « multi-capitaux », avec des actifs comme les personnes (capital humain), les relations clés (capital social) ou l'innovation (capital intellectuel).

Avec l'avènement des risques non-financiers, comme le changement climatique ou les injonctions des investisseurs, et les opportunités marché de produits et services « verts » ou « éthiques », les DAF se retrouvent au cœur du système. La création de valeur est devenue un concept multidimensionnel, demandant à la fois une expertise financière et une bonne connaissance du développement durable.

Aussi, le rôle du DAF est, à la fois, de garantir que tous les aspects pertinents de la création et de la destruction de la valeur soient pris en compte et d'avoir une connaissance approfondie de l'entreprise pour alimenter le travail sur l'objectif, les valeurs, les risques et les opportunités.

La déclaration de performance extra-financière



La déclaration de performance extra-financière a remplacé le rapport RSE pour toutes les entreprises soumises à cette obligation ou y souscrivant volontairement.

Intégrée au rapport de gestion, elle doit faire l'objet d'une publication. De plus, les informations obligatoires sont de trois ordres :

- **Des informations sociales** : modalités d'organisation du travail, sécurité, santé, formation, dialogue social, etc.
- **Des informations sociétales** : égalité hommes/femmes, insertion des travailleurs handicapés, mesures anti-discrimination, impact sur le développement et l'emploi locaux, etc.
- **Des informations environnementales** : actions en faveur du développement durable, lutte contre la pollution, économie circulaire, transition énergétique, etc.



À noter que certaines entreprises sont aussi soumises à des contraintes légales particulières comme le devoir de vigilance (droits de l'Homme, lutte anti-corruption, etc.).

Quand la digitalisation contribue efficacement à l'implantation de la RSE



Entre engagement en faveur du climat, prise en compte des valeurs individuelles avec l'activité professionnelle et mesure de son impact sur l'avenir, les résolutions intégrées dans la démarche RSE doivent être traitées de manière transversale et non plus cloisonnée. Aussi, dans le cadre de cet objectif, les outils digitaux s'imposent comme de véritables accélérateurs du changement.

1. Pourquoi le digital peut-il booster la politique RSE ?

La crise du Covid-19 a mis en valeur le digital comme une véritable aide à la création de lien social entre les salariés. Mais c'est surtout l'outil par excellence pour faire accéder et contribuer les salariés à l'information et répondre à leurs besoins de sens.

Il s'intègre donc parfaitement dans la logique de la RSE, faisant partie intégrante des cultures actuelles, et en particulier chez nos « Millenials » et autres générations Z. Les espaces d'échanges (blog, chat, visio, etc.) s'intègrent facilement dans l'environnement de tout salarié et, un canal comme l'intranet, peut aider au

rapprochement, quelle que soit sa situation.

La digitalisation apparaît encore plus aujourd'hui comme un synonyme de simplification et d'amélioration de l'efficacité des processus internes et externes. Ce qui peut tout naturellement s'appliquer à la fluidification d'une stratégie RSE.

Elle offre aux entreprises l'opportunité d'un partage rapide des informations, dans un climat d'ouverture et de confiance. Le temps personnel est respecté, la responsabilisation de tous est réelle, « l'intelligence collective » est stimulée, dépassant les clivages d'organisation.

Par exemple, trois aspects d'une stratégie RSE sont facilités par la digitalisation :

- Les outils et les processus de mesure des impacts RSE, accompagnant la mise en place d'indicateurs et de nouveaux KPI de gestion,
- Les procédures de suivi pour contrôler l'évolution des actions, observer leur progression et assurer leur évaluation,
- La mise en place d'outils de communication digitaux, collaboratifs et participatifs pour faciliter les échanges et l'implication des collaborateurs dans les objectifs RSE.



2. Comment s'appuyer sur le digital pour accélérer les changements ?

Au-delà de ces aspects stratégiques et organisationnels, une démarche RSE implique aussi des évolutions dans la dimension administrative afin de recueillir, suivre et présenter les actions de l'entreprise. C'est là que le digital joue pleinement son rôle de facilitateur en permettant, grâce à une approche orientée usage, de gagner du temps, d'améliorer la qualité de l'information, et ainsi d'éviter l'effet «déception».

Un outil digital permet, en effet, de simplifier les démarches et engendre de nombreux avantages. Il propose un accès centralisé à l'information, et donc d'abolir les duplications inutiles et autres pertes de

données. Il permet également un accès individualisé grâce à des profils personnalisés (collaborateur, client, fournisseur, partenaire, etc.) et une sécurisation garantie des données.

De plus, la possibilité de générer des données statistiques en quelques clics pour une vue d'ensemble indispensable, représente une véritable aide à la décision. Questionnaires de satisfaction, de qualité de vie au travail ou indicateurs de réduction de la consommation d'énergie : tous les résultats sont accessibles sur une même plateforme.

Sans oublier qu'elle permet de générer très facilement une diffusion automatisée et personnalisée.

3. Quels sont les outils digitaux appropriés pour répondre aux enjeux RSE ?

La réponse est immédiate : la plateforme collaborative est généralement vue comme l'outil le plus adapté. Elle permet de casser les silos et incite les équipes à communiquer entre elles, à décloisonner les fonctions et permettre à chacun de contribuer au partage d'information, à son enrichissement et à la diffusion de la connaissance.

Elle remplace une partie importante des échanges par mail et préfère la notion de notification - avec ou sans action nécessaire - pour gagner en efficacité et centraliser l'information autour d'un projet, d'un client, etc...

Elle représente le meilleur moyen pour centraliser l'accès aux données depuis un seul et unique outil. Fini les nombreux systèmes qui cohabitent sans communiquer et impossible à mutualiser. De plus, elle permet l'automatisation de nombreuses tâches comme par exemple le reporting financier. Enfin, les données sont plus fiables car l'automatisation évite les ressaisies et surtout une plateforme de ce type propose aux utilisateurs des composants ou des formulaires, qui sont adaptés aux usages de chacun dans l'entreprise et qui favorisent donc la complétion.

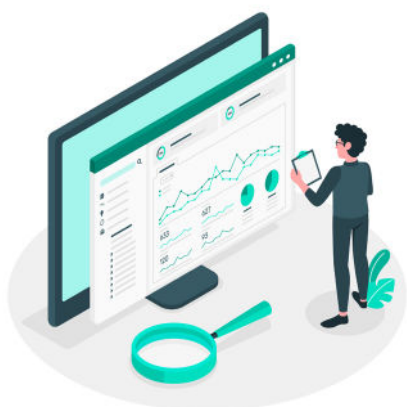
Sans oublier que les indicateurs sont harmonisés, pour une meilleure lisibilité des résultats de la RSE et un partage avec tous les collaborateurs.



4. La plateforme collaborative : un outil parfaitement intégré à la RSE

En effet, la grande majorité des thèmes liés à la RSE, peuvent être traités par le DAF et intégrés dans une plateforme de collaboration digitale.

Au niveau interne, on peut notamment citer :

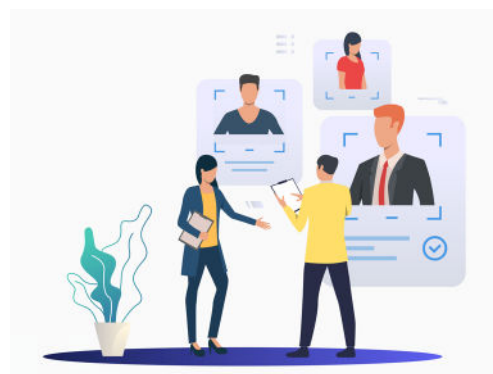


● Aider le DAF dans sa collecte de donnée, sa mesure des KPI et autres statistiques

Centraliser l'accès aux données en un seul et même endroit et favoriser la collecte de ces données en mettant simplement à disposition des formulaires paramétrables et cadrés, qui permettent aux collaborateurs d'enrichir ou de saisir plus facilement les datas nécessaires. Construire les tableaux de bords adaptés aux besoins métier des DAF, automatiser les reportings, faire remonter l'information en temps réel. Diffuser les reportings aux bons interlocuteurs au sein même de la plateforme, en toute sécurité et permettre à ces mêmes collaborateurs d'interagir en commentant, par exemple, ou en demandant des actions.

● Aider à la gestion de la diversité des talents ou de l'égalité des chances

Suivre les parcours collaborateurs depuis l'onboarding jusqu'à la sortie de l'entreprise : valider le matériel à disposition du salarié, suivre son parcours de formation, identifier celles nécessaires à son évolution, centraliser les évaluations annuelles, recenser et partager de manière interactive les souhaits individuels.



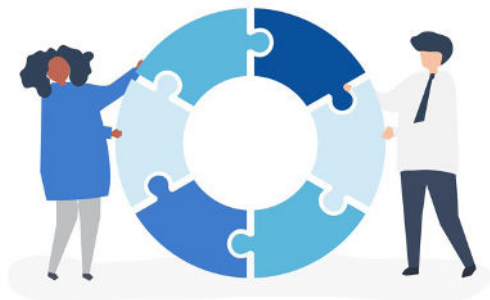
● Assurer la traçabilité des opérations

Automatiser les processus pour permettre de suivre précisément les actions de chacun, de les dater. Toutes ces données liées aux processus faciliteront la mise en place de démarches lean orientées «office». La plateforme collaborative fonctionne au travers de profils utilisateurs. Elle permet donc de suivre leurs parcours, leurs tâches, leurs actions, en temps réel. Cela facilite le déclenchement des automatismes, mais aussi, à travers les bilans des usages, cela facilite la définition de l'aide ou de l'assistance à apporter aux utilisateurs.



Favoriser l'autonomisation des collaborateurs

La plateforme collaborative orientée collaborateurs, facilite la gestion des tâches personnelles (la pose des congés, la saisie des notes de frais, etc...) et la gestion de projets : le collaborateur bénéficie d'une information centralisée, partagée, enrichie. Il peut être notifié de l'avancée, des retards et identifier en autonomie les bons interlocuteurs, etc.



Assurer la mise en place d'un travail collaboratif

La plateforme collaborative favorise le développement de l'intelligence collective aux travers de projets partagés par tous.

Impliquer les collaborateurs dans la démarche RSE

Le partage des informations et des valeurs étant facilité, l'acculturation est plus simple et permet aux collaborateurs de devenir des contributeurs actifs de la démarche RSE et plus uniquement des spectateurs.

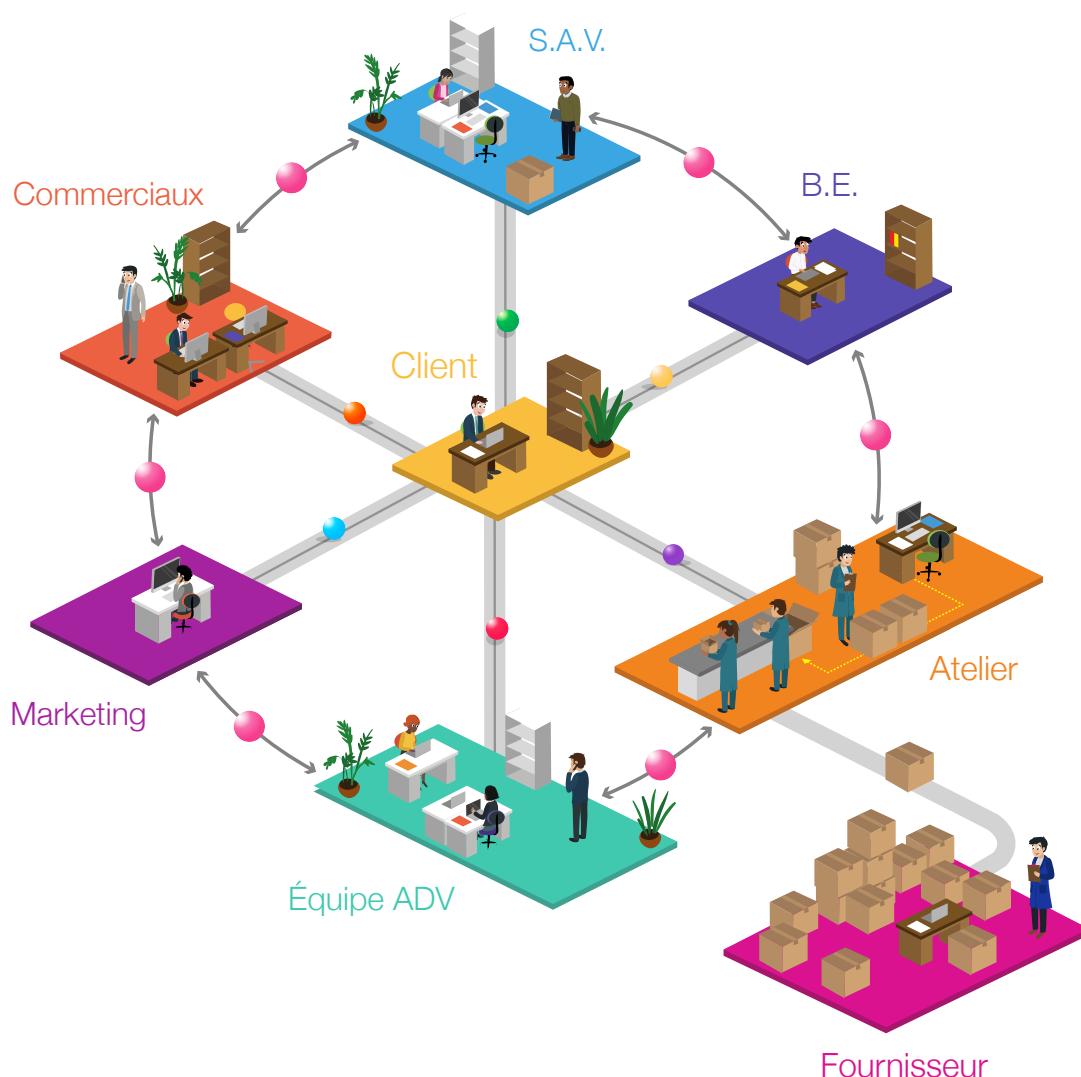


Mais elle peut aussi aller beaucoup plus loin et offrir des fonctionnalités pour travailler de manière plus fluide et plus transparente avec son environnement, en particulier les clients ou les fournisseurs. Avec la mise en place d'un extranet dédié, les clients peuvent suivre l'avancée de leurs commandes, recevoir directement leurs factures et échanger avec l'entreprise. Ils peuvent être informés régulièrement via de l'information poussée dans l'extranet. Cela peut être l'occasion d'aborder les actions environnementales réalisées de l'entreprise. Quant aux fournisseurs, ils peuvent confirmer la bonne réception d'une commande, la disponibilité dans les stocks ou les délais de livraison et peuvent également recevoir de l'information pertinente.

Enfin, une plateforme collaborative est un outil très précieux pour favoriser et développer la politique de l'entreprise en matière de défense de l'environnement. Il y a tout d'abord la dématérialisation qui s'en trouve accélérée, avec tous ses avantages en matière d'économie de ressources.

Il y a ensuite les avantages liés à la démarche collaborative induite qui permet une meilleure information de tous les collaborateurs sur les actions environnementales de l'entreprise. Une très bonne façon pour les motiver, les inciter à adopter les bons gestes et à les relayer. Ou les inciter également à rechercher et à développer de nouvelles sources d'amélioration sur le sujet.

La plateforme collaborative est l'outil par excellence pour partager et diffuser toutes les bonnes pratiques en faveur de l'environnement.



CONCLUSION

Une étude réalisée par le cabinet PwC sur les priorités 2021 du DAF a mis en valeur une donnée très intéressante :

 | **85 %** des directeurs financiers des grands groupes estiment que la crise sanitaire a accéléré l'intégration des enjeux RSE dans les organisations.

Si la RSE est, aujourd'hui, clairement perçue comme une source d'opportunités, elle est devenue un véritable levier de différenciation commerciale et d'attractivité. Et les DAF ont un rôle central à jouer, un des éléments importants résidant dans les indicateurs et la manière de quantifier.



« Les entreprises s'inscrivent désormais dans un développement durable. Que ce soit du fait de la pression réglementaire, des clients, des collaborateurs ou des investisseurs, les structures accélèrent leur transition. Les directions financières ont alors une carte majeure à jouer pour devenir un « sustainable business partner » de la direction générale »

Laurent Morel, associé chez PwC.



Mais le développement de la RSE dans l'entreprise va aussi de pair avec son développement digital, les deux apparaissant comme des leviers majeurs d'évolution des entreprises, d'engagement de leurs salariés et de création de lien avec leurs clients. La transformation digitale crée des changements importants, tout en modifiant les relations à l'intérieur des entreprises comme avec les clients, les fournisseurs, etc. Elle avance plus ou moins difficilement et le chemin à parcourir est encore long.

Elle se trouve aujourd'hui renforcée par le levier sociétal qui repose sur les trois piliers de la RSE (l'environnement, le social et la gouvernance). Ces sujets créent une transformation globale, touchant le cœur même de l'organisation de l'entreprise, ses activités et son management. Elle sera d'autant plus efficace si elle repose sur une base réellement collaborative.

Seule la mise en cohérence de plusieurs chantiers, sur des thèmes différents et portés par des acteurs de plusieurs fonctions et niveaux de hiérarchie, générera cette dynamique d'ensemble tant recherchée.

Ici, pas de vernis de surface mais un travail en profondeur pour que la RSE s'implante durablement. Il doit notamment reposer sur l'exemplarité du management, l'alignement entre les discours et les actions, ou des indicateurs de mesure fiables, compréhensibles et acceptés.

C'est donc un enjeu majeur pour les entreprises, pour lequel le DAF va jouer un rôle central.

Toutes les fonctionnalités évoquées dans ce livre blanc font parties intégrantes de notre [plateforme S.Digital](#).

SIGAL est éditeur et intégrateur français de solutions numériques et digitales pour les PME et ETI industrielles et experts en gestion des données depuis 1983.

Pour nous, l'entreprise aujourd'hui, est un écosystème avec des clients, des collaborateurs, des partenaires, qui interagissent les uns avec les autres. Parce que cette notion d'écosystème est cruciale, nous avons justement développé [une plateforme digitale](#) capable d'intégrer ces différents acteurs.

Un seul outil, plusieurs fonctionnalités pour vous permettre de centraliser l'ensemble des données dont vous avez besoin, de casser les silos et collaborer plus efficacement autour de ces mêmes données, d'automatiser l'ensemble des actions qui peuvent l'être et contribuer à la fiabilisation des données sur lesquelles vous fondez vos décisions.


Notre objectif : vous faire gagner du temps, notamment dans votre démarche RSE.

Notre plateforme dispose de nombreux modules déjà disponibles et d'autres que nous créons spécialement pour vous, pour votre activité. [Nos offres digitales](#) telles que le CRM, l'extranet, l'intranet collaboratif, la GED, le ticketing, etc..., sont intégrées à la plateforme digitale à mesure que vos enjeux évoluent.

Reliez enfin toutes vos données entre elles, dynamisez vos équipes et mettez en place une démarche RSE à la hauteur de vos ambitions.




David FORTINEAU

Dirigeant Associé
06.70.34.68.83
dfortineau@sigal.fr 



Martin NICOT

Directeur Conseil
06.76.38.29.13
mnicot@sigal.fr 

SIGAL

8 rue de la Tisonnière, 85500 Les Herbiers

02.51.64.97.97

www.sigal.fr

