Pourquoi c'est important de permettre aux collaborateurs de comprendre et connaître la stratégie RSE de leur entreprise ?

Dans le cadre de l'opération « Tribune d'été », organisée par la rédaction de Maddyness, nous nous sommes rapprochés de celles et ceux qui ouvrent une fenêtre sur le futur des entreprises et de la société. Tribune proposée par Ségolène Mouterde, co-fondatrice et CEO de Teamstarter.

Temps de lecture : minute

7 août 2023

Depuis quatre ans, j'échange régulièrement avec des dirigeants d'entreprises de toutes tailles et tous secteurs mais aussi avec leurs collaborateurs à qui on permet de mettre en place les idées qu'ils ont pour leur entreprise.

Pour les dirigeants, sans surprise : la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE) est un de leurs enjeux majeurs aujourd'hui - 90% de nos clients utilisent notre plateforme pour renforcer leur RSE. Ce n'est plus un sujet "nice to have" pour les entreprises.

Tout le monde s'y est mis, ou va s'y mettre :

- soit par envie
- soit par contrainte législative ; la réglementation relative à la RSE évolue constamment et va concerner de plus en plus d'entreprises
- soit par contrainte business ; poussées par leur clients ou leurs prospects qui leur apportent des preuves concrètes d'engagement

Ce que l’on constate le plus chez nos clients ? Une RSE intégrée dans leur stratégie globale : ils allouent des ressources pour recruter des directeurs RSE, chargés d'intégrer les objectifs et pratiques durables.

Le budget RSE ne cesse de croître pour permettre la mise en place d’actions qui ont un impact positif sur la société et l’environnement. Plus encore, certains de nos clients sont, ou sont en passe de devenir, entreprise à mission !

Que peut-on faire pour les équipes ?

Parallèlement, côté collaborateurs, nous constatons que l’écologie et l’impact sont au cœur de leurs préoccupations.

En effet, quand on regarde les initiatives lancées par nos utilisateurs, plus de 3 000 projets RSE (dont QVT) ont pu être réalisés, soit environ 70 % de l’ensemble des projets lancés. Les sujets sont multiples : l’évaluation de l’empreinte carbone de l’entreprise, des initiatives de recyclage des déchets, des collectes de vêtements ou encore des sessions d’initiation à la langue des signes pour les collaborateurs.

Plus largement, en cette période d'incertitudes marquée par une remise en question du travail et une quête de sens, de nombreux talents sont prêts à faire des choix financièrement coûteux pour travailler dans des entreprises plus "green".

Pourtant, lorsque l’on a mené une enquête auprès de 40 000 utilisateurs, beaucoup d'entre eux ont avoué ne pas comprendre la stratégie RSE de leur entreprise, malgré l'importance qu'ils accordent à ces enjeux. Il existe donc un vrai paradoxe : d’un côté les entreprises investissent massivement dans la RSE, et de l’autre les collaborateurs ont envie d’impact mais n’ont pas l’impression que leur entreprise va dans le bon sens.

Il est donc nécessaire de clarifier ce que représente la RSE et de multiplier les acteurs qui la portent, pour que ce ne soit plus l'objet de seulement 5 % des effectifs ! En démystifiant la RSE et en rendant ses objectifs plus clairs, les collaborateurs pourront y participer ce qui va, *de facto*, renforcer son impact !

Je suis persuadée que c'est ensemble que l'on ira dans le bon sens !

Une RSE mieux comprise pour des collaborateurs plus motivés

Pour que la stratégie RSE fonctionne et devienne concrète, le collectif est primordial ! Si on n'embarque pas, ça ne marche pas. De plus, faire participer les collaborateurs génère un positivisme qui se répercute sur la performance collective.

Lorsqu'ils sont impliqués dans des actions à impact positif, ils sont plus motivés à donner le meilleur d'eux-mêmes. La RSE devient alors un moteur pour que l'ensemble de l'organisation progresse et aspire à aller plus loin chaque jour. Pour que la RSE soit comprise et rayonne en interne comme en externe, je suis persuadée qu'il est essentiel que les collaborateurs se l'approprient, y croient, y adhèrent et y participent activement.

C'est toute notre ambition : partager le sentiment d'impact positif que l'on soit une entreprise ou un salarié !

À lire aussi

RSE : les Français se méfient des engagements pris par les entreprises

MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M’INSCRIS

Article écrit par Ségolène Mouterde