



Démarche Collective

RSEAGRO
Occitanie

Entreprises Agroalimentaires
Coopératives Agricoles
OCCITANIE - Pyrénées Méditerranée

FICHE TECHNIQUE

Raison d'être et Valeurs

GOVERNANCE DE L'ORGANISATION



17 PARTENARIATS POUR
LA RÉALISATION
DES OBJECTIFS



OBJECTIFS
DE DÉVELOPPEMENT
DURABLE



EN QUELQUES MOTS

Pour une démarche RSE réussie, l'entreprise doit mener une réflexion stratégique responsable intégrant les enjeux du développement durable. Mais avant de se fixer des objectifs globaux (le quoi : vision et axes stratégiques) et le plan d'actions pour les atteindre (le comment), l'entreprise doit clarifier ses enjeux (le pourquoi) et le socle identitaire de sa stratégie (le qui sommes-nous) : sa raison d'être (ou mission) ainsi que ses valeurs. Elles vont former le socle de la culture d'entreprise, un cadre de référence, et ainsi :

- Donner du sens à sa démarche.
- Mobiliser les ressources internes, engager, canaliser les énergies.
- Aligner et faciliter les décisions prises au quotidien par l'ensemble de l'équipe.
- Affirmer l'identité, se démarquer.
- Créer un sentiment d'appartenance.

La raison d'être, ligne directrice permanente et stable, présente les missions dont se dotent les entreprises. Véritable ADN de l'entreprise, elle ancre les enjeux sociétaux et environnementaux dans la stratégie et exprime comment l'entreprise contribue au développement durable. Elle sert de boussole lors des prises de décision.

Quant aux valeurs, elles renvoient aux principes de comportement de l'entreprise, déterminent la déontologie et l'éthique défendues par cette-dernière ; elles vont appuyer la stratégie et son déploiement opérationnel.



FIL CONDUCTEUR

Comment définir et utiliser raison d'être et valeurs ?

Le cadre de référence n'a de sens et d'utilité que s'il est partagé dans l'entreprise. Ses éléments sont mieux intégrés si :

- Une méthode participative est utilisée pour les définir.
- Les termes sont simples et explicites, mais également en nombre réduit pour faciliter la mémorisation.
- Chaque occasion est exploitée pour les communiquer, les faire vivre et s'assurer de l'alignement de chacun (AG, entretien d'embauche ou annuel, affichage, illustrations, vidéos, objets ...).
- La direction les applique et montre l'exemple.

Définir une **raison d'être** permet de repenser la place et le rôle de l'entreprise dans la société. Cela demande de revenir aux origines de l'organisation. Elle doit être sincère et traduire en quelques mots :

- Ce que l'entreprise fait – le quoi ?
- Le positionnement de l'entreprise - le pour qui ?
- L'impact que l'entreprise souhaite avoir – le pourquoi ?

Elle représente ce qui rend unique et différencie l'entreprise (Pourquoi existe-t-elle et pourquoi sera-t-elle encore là dans 50 ans ? ; En quoi est-elle utile à son écosystème ? À la société ?).

Les **valeurs** doivent être clarifiées (pas seulement implicites) sur leur sens et l'importance que l'entreprise leur accorde afin d'éviter les interprétations et s'illustrer au quotidien pour faciliter l'appropriation.

Quelques astuces :

- Se limiter à 5 valeurs maximum.
- Éviter les valeurs basiques revendiquées par une majorité d'entreprises : se distinguer !
- Dire qui vous êtes, par une valeur spécifique à votre secteur d'activité.
- Choisir des valeurs réellement présentes dans l'entreprise, sous peine de perdre en crédibilité en interne.
- Valider les valeurs en interrogeant les parties prenantes sur leur perception.

La raison d'être et les valeurs constitueront la base de la politique RSE, complétée par les enjeux, la stratégie et les objectifs.



LES PRINCIPALES PARTIES PRENANTES

- La Direction Générale / Le Conseil d'Administration.
- Les salariés/ les adhérents.
- Les managers et pilotes de processus.



EXEMPLES DE BONNES PRATIQUES

- L'illustration des valeurs une à la fois, par pilier du développement durable, etc...
- La présentation des raisons d'être et des valeurs dans les supports de communication.
- La traduction physique des valeurs dans l'accueil de l'entreprise.
- La « culture fit » lors des entretiens d'embauche et entretiens individuels.



QUELQUES INDICATEURS

- Les indicateurs correspondant aux engagements pris dans la raison d'être et les valeurs.
- Taux de participation et nombre de parties prenantes interrogées pour la définition du cadre de référence.
- Taux d'adhésion aux valeurs.
- Niveau de perception des parties prenantes sur la crédibilité des engagements.

Domaine stratégique

Socle identitaire (stable) :
représente la culture de l'entreprise

Une partie dynamique qui
représente la vision stratégique à long terme

Traduction

Traduction

Définition des valeurs et de la raison d'être

Influence

Définition de la **politique RSE** et des **orientations stratégiques** (comment l'entreprise va faire pour réaliser sa raison d'être ?)

BOITE À OUTILS

- Les ateliers « Réussir votre démarche RSE : les étapes pas à pas », 14 et 29 janvier 2021.
- L'atelier « Raison d'être et entreprise à mission », 20 mai 2021.
- La loi Pacte - Plan d'Action pour la Croissance et la transformation des entreprises.
- Le guide de l'ORSE et C3D : Loi Pacte et Raison d'être et si on passait à la pratique ?
- Le guide de la Communauté des Entreprises à Mission : Raison d'être et Mission.

Date édition fiche : 2022