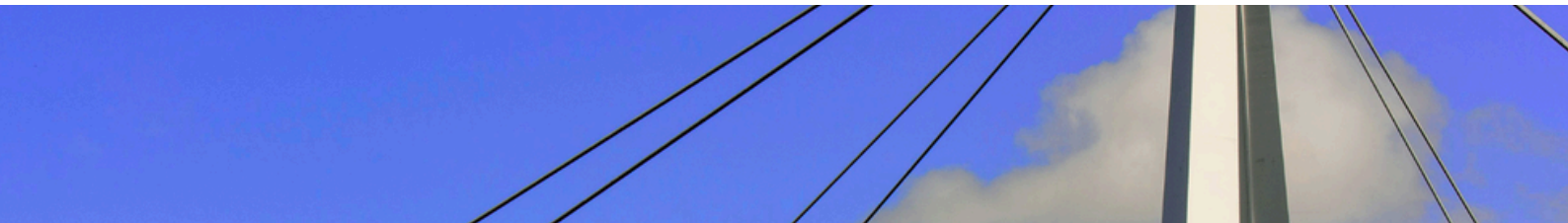


GUIDE : RSE & EVALUATION CLIENTS DEPENSE OU LEVIER BUSINESS

Un outil simple pour prioriser vos actions RSE en fonction de leur impact réel.





INTRODUCTION

Une action RSE ne mérite pas d'être lancée uniquement parce qu'elle "fait sens".

Elle doit impacter concrètement l'équilibre de votre entreprise.
Sinon, c'est une charge de plus.

Sur le terrain, les sollicitations sont nombreuses : appels d'offres, exigences clients, questionnaires fournisseurs, sujets énergie...
Mais toutes ne nécessitent pas le même niveau de réponse.

L'enjeu est donc de faire les bons choix d'actions.

Une action devient pertinente lorsqu'elle coche au moins deux de ces trois critères :

- Elle protège un risque client ou contractuel (appel d'offres, exigence fournisseur...)
- Elle réduit un coût ou améliore l'efficacité opérationnelle (énergie, organisation, pertes...)
- Elle renforce votre crédibilité auprès de vos clients, partenaires ou financeurs

La RSE devient alors un levier structurant de pilotage.

Dans ce guide, vous trouverez un cadre simple pour éviter la dispersion et concentrer vos efforts là où ils produisent un impact réel.

Les 6 grands piliers de la RSE (ISO 26000)

Gouvernance : Pilotage, décisions, organisation
Social (relations & conditions de travail) : Santé, sécurité, compétences
Environnement : Énergie, ressources, émissions
Pratiques loyales : Éthique, fournisseurs, concurrence
Clients / consommateurs : Qualité, transparence, attentes clients
Territoire / parties prenantes : Impact local, relations, développement

Dépense ou investissement ?

| Action envisagée | Protège un risque client | Réduit un coût | Renforce la crédibilité | Priorité |
|------------------|--------------------------|----------------|-------------------------|----------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Étape 1 – Listez les actions réellement sur la table

Dans la première colonne, notez uniquement les actions que vous envisagez concrètement aujourd'hui.

Exemples :

- Structurer une réponse type aux questionnaires clients
- Mettre à plat les consommations d'énergie
- Electrifier certains postes / machines
- Fideliser ses employés
- Identifier les principaux risques clients / donneurs d'ordres
- Formaliser une politique fournisseurs
- Mettre en place 3 à 5 indicateurs simples à piloter
- Répondre à une exigence spécifique d'un appel d'offres
- Créer une politique RH (diversité, inclusion, conditions de travail)

Etc.

Ne listez pas des intentions vagues.

Notez des actions précises.

Travaillez avec vos équipes en interne pour les faire ressortir.



Étape 2 – Appliquez le filtre

Pour chaque action, posez-vous trois questions simples :

- Cette action protège-t-elle un risque client ou contractuel ?
- Permet-elle de réduire un coût ou d'améliorer l'efficacité ?
- Renforce-t-elle votre crédibilité ?

Si oui, cochez et attribuez un point.

Cochez uniquement si la réponse est clairement oui.
Si vous hésitez, considérez que ce n'est pas prioritaire.

Dans priorité, faites le cumul de points.

Étape 3 – Comment interpréter

2 cases cochées → Action prioritaire

3 cases cochées → Action stratégique

1 case cochée → À planifier sans urgence

0 case cochée → Peut attendre sans fragiliser l'activité

L'objectif n'est pas d'avancer sur tout les sujets du tableau.
Il est d'identifier 2 ou 3 actions réellement structurantes.

Étape 4 – Test "dépense ou investissement"

Pour chaque action prioritaire, posez-vous la question : Si je ne fais rien, qu'est-ce que ça me coûte ?

À regarder concrètement :

- Risque client ou contractuel
- Temps perdu / inefficacité interne
- Opportunités commerciales manquées
- Fragilisation de l'image ou de la crédibilité

Si le coût de l'inaction est supérieur à l'effort demandé → investissement.

Étape 5 – Définissez un périmètre réaliste

Pour chaque action retenue, précisez uniquement l'essentiel.

Indiquez :

- le périmètre concerné (site, équipe, activité, process),
- l'horizon de mise en œuvre (court ou moyen terme),
- le responsable de l'action (même si c'est le dirigeant).

Inutile d'entrer dans un planning détaillé ou des outils complexes. L'objectif est d'avoir un cadre clair et partagé, pas une organisation lourde.

Étape 6 – Passez à l'action (petit pas)

À ce stade, l'objectif n'est pas de tout lancer, mais d'agir concrètement.

Sélectionnez 1 à 2 actions maximum à engager en priorité, parmi celles identifiées précédemment.

Pour faire votre choix, privilégiez les actions qui :

- produisent un effet visible rapidement,
- génèrent un bénéfice concret à court terme,
- peuvent être mobilisées dans un échange client, un appel d'offres ou un questionnaire.

Ne cherchez pas la solution parfaite.

Les autres actions ne sont pas abandonnées, elles sont simplement différées. Choisissez des actions réalistes, activables dès maintenant, en lien direct avec votre activité et vos contraintes actuelles.

Rappel

La RSE ne se pilote pas par accumulation d'actions, mais par des choix clairs, alignés avec les enjeux réels de l'entreprise.

Et maintenant ?

Si certaines questions restent ouvertes, c'est **normal**.

Ce guide n'a pas vocation à tout couvrir,
mais à vous aider à **prendre du recul** sur vos décisions
et à distinguer ce qui relève d'une **dépense subie**
de ce qui constitue un **investissement utile** pour votre activité.

Il est parfois utile de s'appuyer sur une grille plus détaillée.

Parfois, un **échange** suffit pour y voir clair.

Une RSE simple, utile et adaptée à votre réalité

www.alteracts.fr
camille@alteracts.fr
07.50.68.90.24