

COMMENT DEVENIR L'ENTREPRISE DE DEMAIN ?

Groupe Elan



Visitez notre site web
www.groupeelan.fr

Sommaire

- ▶ Introduction
- ▶ L'entreprise de demain : se doter d'une mission, d'une cause, d'une vision
- ▶ La triple comptabilité, une nouvelle mesure de valeur
- ▶ Exemple d'actions à mettre en place pour devenir l'entreprise de demain
- ▶ La théorie du donut
- ▶ Conclusion



1. Introduction

Pourquoi changer de modèle économique est aujourd'hui une obligation ?

On enchaîne les crises climatiques, guerres et géopolitiques. Le comportement client collaborateur a totalement été transformé durant ces cinq dernières années. Nous sommes arrivés à la limite de ce que la planète peut nous offrir. Nous sommes arrivés au point de non retour. Il nous faut nous adapter et cela passe par une restructuration de nos habitudes au quotidien mais également du modèle économique de nos entreprises.

Comment transformer le modèle économique de l'entreprise ?

C'est extrêmement simple. Il suffit d'avoir une raison d'être, une mission sur laquelle on va bâtir effectivement un modèle économique, mettre en lumière toute sa chaîne de valeur et le cycle de vie de son produit ou de son service. Désormais nous devons mesurer les performances économiques, mais aussi les performances sociales et les performances environnementales. Nous devons prendre le temps de voir les innovations, voir la technologie, qu'est-ce qu'elle peut apporter à notre chaîne de valeur.

Et enfin, tout simplement, mettre en place une culture environnementale et sociétale dans l'entreprise, avec un leadership responsable, une gouvernance participative et un engagement de l'ensemble des parties prenantes de l'entreprise.



2. L'entreprise de demain : se doter d'une mission, d'une cause, d'une vision

Pour se doter d'une **cause, d'une mission et d'une vision**, une entreprise doit commencer par identifier les valeurs fondamentales qui guideront ses actions. Elle doit ensuite définir une mission claire qui reflète ces valeurs. Puis, définir une vision qui décrit où elle souhaite se diriger à long terme. Enfin, elle doit communiquer régulièrement ces éléments à ses employés, partenaires et clients afin de les intégrer à la culture de l'entreprise.

En outre, elle peut également s'aligner sur les Objectifs de développement durable (**ODD**) des Nations Unies pour contribuer à un monde plus durable. Pour cela, elle doit identifier les **ODD** qui sont les plus pertinents pour ses activités. Et par la suite, les intégrer dans des stratégies concrètes pour contribuer à la réalisation de ces objectifs. Elle peut aussi communiquer sur son engagement en faveur des ODD auprès de ses parties prenantes, et évaluer régulièrement ses performances en la matière pour améliorer son impact positif.



Raison d'être et entreprise à mission

Une entreprise à mission est une entreprise qui place une mission sociale ou environnementale au cœur de son activité, au même titre que la maximisation de ses profits. Elle cherche à résoudre un problème social ou environnemental, en proposant des produits ou services innovants et durables.

Tout en ayant une gouvernance transparente et participative.



Concrètement, une entreprise à mission s'engage à créer de la valeur à long terme pour toutes ses parties prenantes. Notamment les employés, les clients, les fournisseurs, les actionnaires, les communautés locales et la planète. Elle peut adopter une forme juridique spécifique, telle que la société à mission ou la B-Corp, pour formaliser cet engagement et garantir sa pérennité.

Introduite par **la Loi Pacte** 2019 (loi du 22 mai 2019 relative à la croissance et la transformation des entreprises, dite loi PACTE, est une loi présentée par le gouvernement d'Édouard Philippe, destinée à faire grandir les entreprises françaises et repenser la place des entreprises dans la société).

C'est une entreprise qui affirme publiquement sa raison d'être ainsi qu'un ou plusieurs objectifs sociaux et environnementaux qu'elle se donne pour mission de poursuivre dans le cadre de son activité et qui vont être inscrits dans les statuts de l'entreprise.

Pratiques RSE

Introduire une stratégie RSE dans une entreprise se fait par étape. Chaque action prend du temps et doit être approfondie auprès de tous les membres de cette entreprise. Mettre en place des pratiques RSE pourrait être segmenté en 5 étapes cruciales :

1

Évaluer l'impact social et environnemental de l'entreprise : cette première étape consiste à identifier les enjeux sociaux et environnementaux les plus importants pour l'entreprise, en interrogeant les parties prenantes et en effectuant des audits et des évaluations d'impact.

2

Définir des objectifs et des indicateurs de performance : sur la base de l'évaluation, l'entreprise peut définir des objectifs précis à atteindre en matière de RSE, et les mesurer grâce à des indicateurs de performance.

3

Intégrer la RSE dans les processus de l'entreprise : la RSE doit être intégrée dans l'ensemble des processus de l'entreprise, depuis la stratégie jusqu'à la gestion des fournisseurs et des relations avec les parties prenantes.

4

Sensibiliser les employés : la sensibilisation et la formation des employés sont essentielles pour que la RSE soit prise en compte par tous et pour que l'entreprise puisse mobiliser l'ensemble de ses ressources.

5

Communiquer sur les résultats : une fois les objectifs atteints, l'entreprise doit communiquer sur ses résultats et sur son engagement en faveur de la RSE, à destination de ses parties prenantes et du grand public.

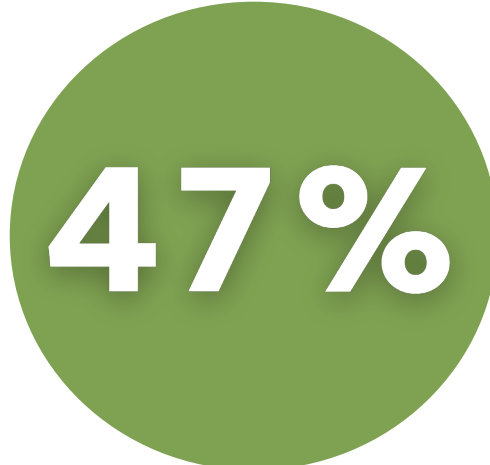
Il est également recommandé de mettre en place un système de gouvernance transparent et participatif pour impliquer toutes les parties prenantes dans la démarche RSE de l'entreprise. La mise en place d'une stratégie RSE nécessite donc un engagement fort de la part de la direction, ainsi qu'une volonté de transformation en profondeur de l'entreprise.



36%

des PME/TPE n'ont pas encore définie leurs stratégies RSE.

-NooS Global



47%

Ont avoué ne pas avoir de plan RSE en présentation.

-IFOP



**Les
entreprises
de
500
salariés**

Une majorité y est allée :

Par contrainte de donneurs d'ordres non par envie.
Pas de manière stratégique (R3 Group)

Par contrainte réglementaire/reporting adoptent une démarche réactive avec peu de réalisations concrètes (R3 Group)



3. La triple comptabilité, une nouvelle mesure de valeur

La triple comptabilité (ou triple bilan) est une méthode de comptabilité qui vise à mesurer la performance globale d'une entreprise en prenant en compte non seulement ses résultats financiers, mais également ses impacts sociaux et environnementaux. Cette approche repose sur trois types de comptabilité :

- **Financière** : elle permet de mesurer les résultats financiers de l'entreprise, tels que les bénéfices, les pertes, le chiffre d'affaires, les coûts de production, etc.
- **Environnementale** : elle mesure l'impact de l'entreprise sur l'environnement, en prenant en compte des critères tels que les émissions de gaz à effet de serre, la consommation d'énergie, la gestion des déchets, l'utilisation de matières premières, etc.
- **Sociale** : elle mesure l'impact de l'entreprise sur la société, en prenant en compte des critères tels que l'emploi, la formation, la diversité, les relations avec les parties prenantes, etc

Elle permet donc d'évaluer la performance globale d'une entreprise en prenant en compte les aspects **financiers, sociaux et environnementaux**, et de mettre en place des actions pour améliorer cette performance. Cette approche est de plus en plus utilisée par les entreprises responsables et engagées dans une démarche de développement durable et de RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises).

Performances Globales de l'Entreprise

Capital Financier

**Performance
économique**

+

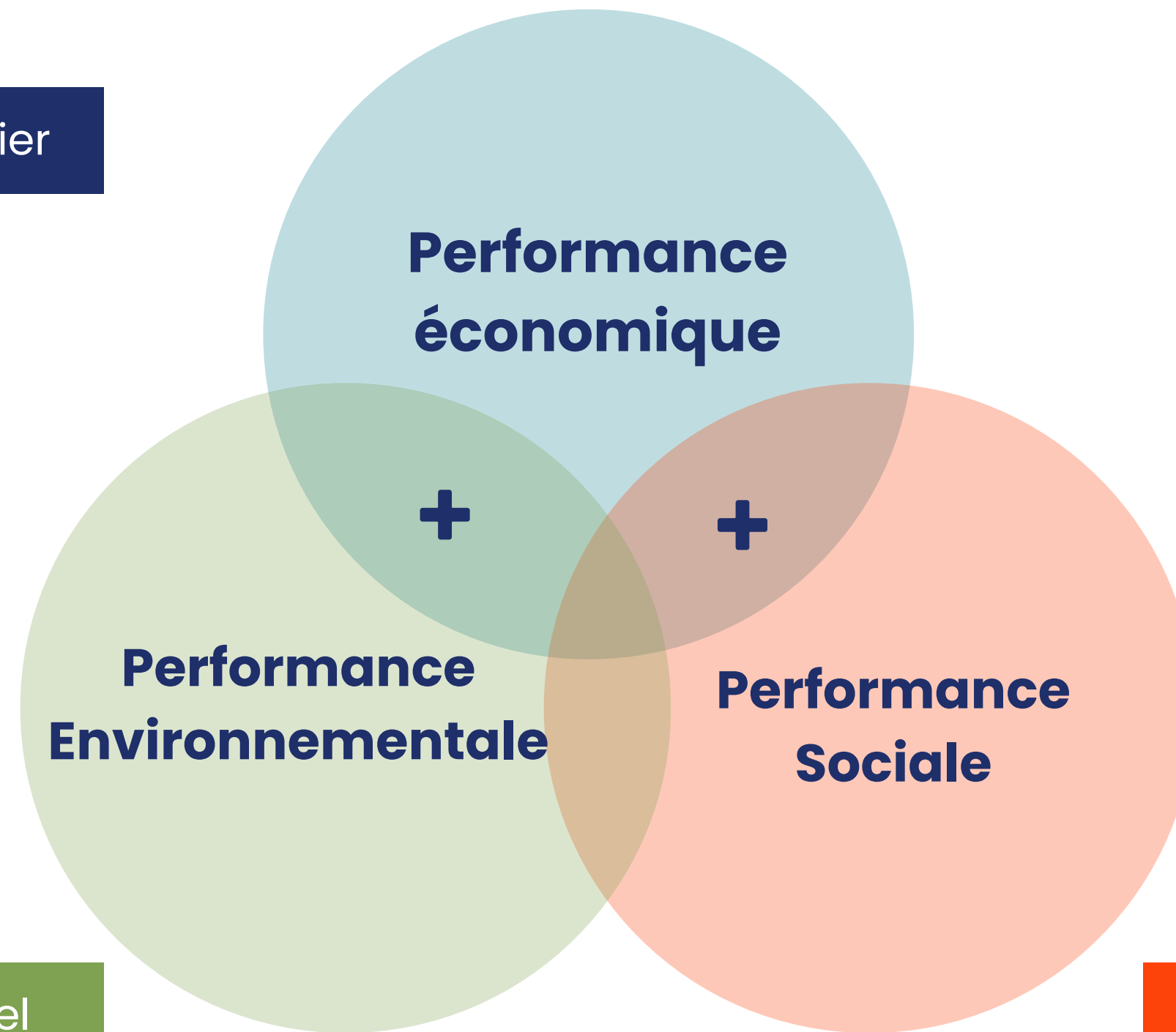
+

**Performance
Environnementale**

**Performance
Sociale**

Capital Naturel

Capital humain



4. Exemple d'actions à mettre en place pour devenir l'entreprise de demain

Exemples d'actions économiques à entreprendre



Exemples d'actions environnementales à entreprendre

Mesurer et trouver des solutions pour réduire la consommation de l'entreprise

Instaurer le covoiturage et/ou la mobilité douce

Arrêter les achats inutiles (consommable)

Sensibiliser vos salariés aux écogestes

Valoriser vos déchets (Upcycling)

Exemple de mesures sociales à mettre en place

**Améliorer la qualité de vie
de vos salariés**

Time Flex/ Télétravail

**Former les collaborateurs
aux métiers de demain**

**Participer à l'inclusion
sociale**

**Renforcer les relations entre
les équipes et les managers**

**Contribuer à des projets
sociaux et solidaires**

Être à l'écoute des besoins des élus politiques

5. La théorie du donut : un modèle qui allie enjeux environnementaux et justice sociale

La théorie du donut, également connue sous le nom de modèle de donut, est une théorie économique et écologique proposée par l'économiste britannique Kate Raworth en 2012.

Cette théorie met en évidence les limites planétaires de la Terre, c'est-à-dire les limites environnementales et sociales que la planète doit respecter pour garantir la survie de l'humanité. Elle propose une vision nouvelle de l'économie qui prend en compte ces limites planétaires.

Ce modèle représente un graphique en forme de donut, qui montre deux limites : une limite environnementale externe qui représente les limites planétaires, et une limite sociale interne qui représente les besoins fondamentaux de l'humanité. L'objectif est de maintenir l'humanité dans l'espace entre ces deux limites.

Il propose une économie circulaire et durable qui respecte les limites planétaires tout en permettant à chaque personne de satisfaire ses besoins fondamentaux, tels que l'eau, la nourriture, l'énergie, la santé, l'éducation et les droits sociaux.

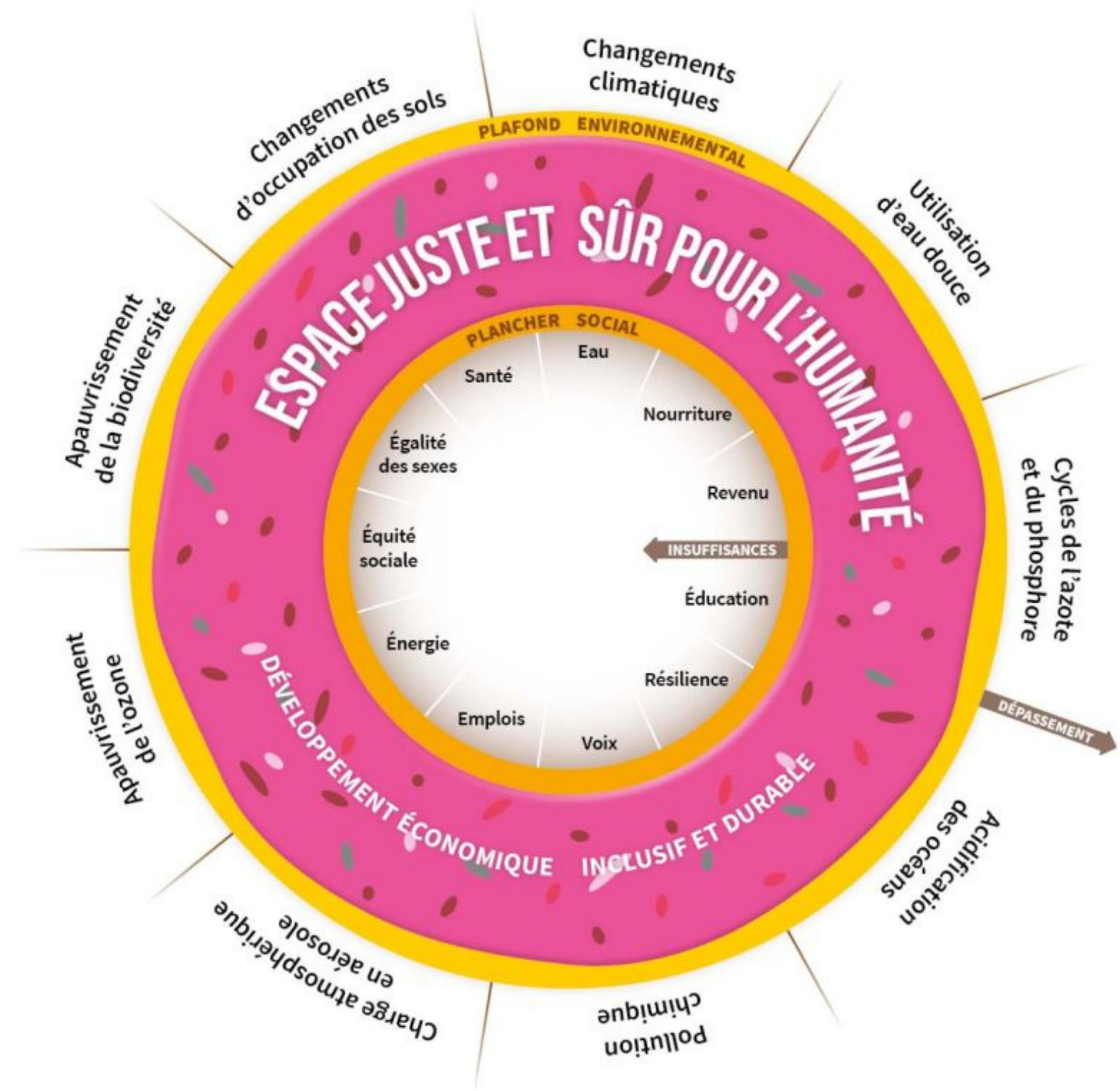
En résumé, la théorie du donut est une proposition économique et environnementale pour créer une économie durable et équitable, en harmonie avec les limites planétaires et les besoins humains fondamentaux.



Schématisation

La limite environnementale externe est représentée par le bord extérieur du donut, qui inclut des limites planétaires telles que les émissions de carbone, la perte de biodiversité et la pollution de l'eau. La limite sociale interne est représentée par le bord intérieur du donut, qui inclut les besoins fondamentaux de l'humanité tels que l'eau potable, la nourriture suffisante, la santé et l'éducation.

L'espace entre les deux limites représente la zone de sécurité planétaire, où l'humanité peut prospérer de manière durable sans dépasser les limites environnementales ou sacrifier les besoins fondamentaux. L'objectif est de trouver un équilibre entre les limites planétaires et les besoins humains pour maintenir l'humanité dans cette zone de sécurité planétaire.



Ses principes

- 1** Répondre aux besoins essentiels de chacun(e), défendre les services publics.
- 2** Une fiscalité plus juste pour un monde plus équilibré.
- 3** Limiter les émissions de gaz à effet de serre et soutenir les plus vulnérables aux changements climatiques.
- 4** Soutenir le financement des énergies renouvelables.
- 5** Défendre l'agroécologie pour nourrir la planète en respectant ses ressources.
- 6** Réguler les grandes entreprises pour qu'elles bénéficient à tous·tes et respectent la planète.
- 7** S'attaquer aux inégalités



6. Conclusion

En conclusion, l'entreprise de demain devra être responsable. Cette évolution sera rendue possible par une compréhension approfondie de la diversité de ses parties prenantes et de la nécessité de prendre en compte leurs intérêts respectifs.

Qu'il s'agisse des collaborateurs, des clients, des citoyens ou des législateurs, tous attendent de l'entreprise de demain qu'elle dépasse une vision centrée sur elle-même et unilatérale.

Au contraire, elle devra transformer sa capacité naturelle à créer de la valeur économique en un levier efficace pour favoriser une plus grande cohésion sociale.



Contact

Si vous souhaitez analyser vos performances Globales, prenez rendez-vous sur notre agenda ou contactez-nous directement via WhatsApp Business

Cliquez ici :



Ici :



Ou scannez :



Suivez-nous :

