

La RSE, un atout compétitif pour les entreprises

D'après la définition de la **commission européenne**, la responsabilité Sociétale ou Sociale des Entreprises (RSE) est l'intégration volontaire par celles-ci de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec les parties prenantes. Elle repose sur trois piliers : **le social, l'économique et l'environnemental**. En 2010, la norme ISO 26000 devient le premier standard International en matière de RSE.

Norme

ISO 26000

Norme internationale autour de 7 questions centrales de la RSE

GOVERNANCE DE L'ORGANISATION

BONNES PRATIQUES DES AFFAIRES

CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT LOCAL

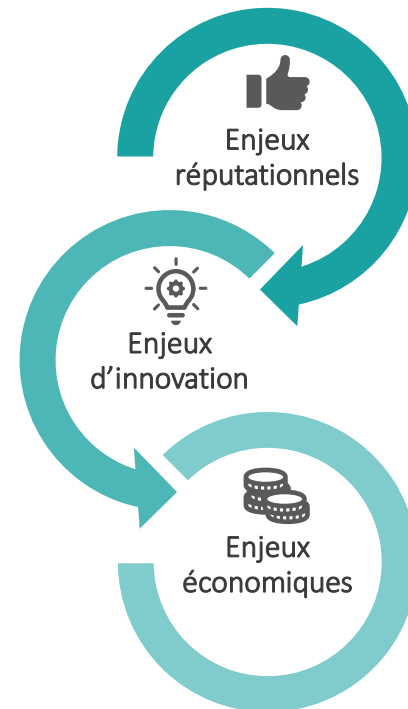
RELATIONS ET CONDITIONS DE TRAVAIL

PROTECTION DU CONSOMMATEUR

DROITS DE L'HOMME

ENVIRONNEMENT

Dans un contexte de **compétition économique**, la RSE est protectrice et **créatrice de valeur** pour l'entreprise. En effet, elle répond à plusieurs enjeux stratégiques qui s'imbriquent et riment avec **avantage concurrentiel** :



- Image (re)valorisée auprès des parties prenantes
- Meilleur positionnement dans l'espace sociétal

43% de la réputation d'une entreprise en France est faite sur un prisme RSE autour de l'environnement de travail, la gouvernance et la citoyenneté, d'après une étude de RepTrak France.

- Motivation et fidélisation des collaborateurs
- Attractivité aux yeux des talents
- Environnement de travail stimulant et productivité accrue

79% des salariés se voient toujours dans leur entreprise dans 3 ans, contre 68% pour les entreprises qui ne possèdent pas de fonction ou de service RSE, d'après le baromètre de perception de la RSE en entreprise.

- Attractivité aux yeux des clients et des investisseurs
- Réduction des coûts par une meilleure consommation de l'énergie
- Subventions de l'Etat

13% de gain de performance pour les entreprises mettant en place la RSE, selon une étude de France Stratégie.

Il est impératif pour les décideurs de faire le lien entre **les tendances sociétales**, **les bonnes pratiques** et la **compétitivité**. A ces fins, **Square Strategy** met son savoir-faire au service des entreprises qui souhaitent faire bon usage de **l'information** pour **comprendre leur environnement** et **élaborer des stratégies** en cohérence avec ce dernier.