



ETIQ
VOTRE ENGAGEMENT RSE

ENVIRONNEMENT

TRANSPARENCE

IMPACT

QUALITÉ



Guide méthodologique | Démarche RSE

Construire son diagnostic RSE

Guide méthodologique | Démarche RSE

Construire son diagnostic RSE



Vous avez décidé de vous lancer dans une démarche de Responsabilité Sociétale et Environnementale (RSE), mais vous ne savez pas par où commencer ?

L'AFT vous propose ce guide méthodologique afin d'établir un diagnostic rapide et piloter la mise en œuvre de votre démarche RSE, à l'aide d'outils mis à votre disposition gracieusement et parfaitement adaptés à toute taille d'entreprise.

Pour minimiser votre charge de travail et nous adapter à vos contraintes opérationnelles, ou tout simplement prendre en compte vos préférences de manipulation des outils (si vous avez déjà les autres ou différents outils qui ne communiquent pas entre eux), nous vous proposons plusieurs manières de collecter les informations nécessaires pour établir votre diagnostic, ainsi que plusieurs niveaux de complexité dans nos outils pour que vous puissiez choisir celui qui vous conviendra le mieux.



NOTE

Il est important de noter que ce guide n'a pas vocation à vous dire « ce qu'il faut faire » en matière de RSE, mais bien de vous guider pour établir un bilan global de l'activité de votre entreprise, pour vous fixer vos propres priorités, puis choisir les actions qui auront le plus d'impact par la suite, en accord avec votre stratégie d'entreprise.

L'AFT ne propose ni ne recommande de certification ou labellisation particulière. Tous les outils que nous mettons à votre disposition ont pour objectif de fournir :

- Des éléments de compréhension de ce qu'est une Démarche RSE,
- Des Fiches Conseil avec des recommandations les plus pragmatiques possible pour que vous puissiez agir sur votre environnement,
- Des outils de formalisation et de suivi de vos actions RSE.

Afin de vous accompagner au mieux dans la démarche RSE, nos équipes sont disponibles pour vous orienter dans l'utilisation de ces outils méthodologiques dans les meilleures conditions, et articuler vos grandes étapes de déploiement entre elles.

Des webinaires « Mercredis de l'AFT » sont mis en place avec une fréquence régulière tout au long de l'année afin d'accueillir un maximum d'acteurs économiques sur les enjeux d'une Démarche RSE, appuyée d'exemples concrets pour le secteur Transport & Logistique. Dans la continuité de ces « Mercredis de l'AFT », des sessions de présentation et prise en main de nos outils sont organisées, pour vous apporter toute précision utile, ou échanger à nouveau si vous le jugez nécessaire.



Notez également que **l'AFT Transport & Logistique est en train de mettre en œuvre un réseau de partenaires sur le territoire national** afin de construire avec nos mandants (organisations professionnelles de la Branche) mais également avec d'autres associations professionnelles, sectorielles ou non. Cela nous permettrait de mettre à votre disposition des équipes d'experts, pouvant accompagner plus concrètement vos réflexions de mise en œuvre RSE, ou valoriser les bonnes pratiques des acteurs du secteur lors d'événements publics (webinaires, salons, remises de trophées, etc).

Table des matières

| | |
|--|----|
| I- 3 grandes phases pour votre déploiement RSE | 3 |
| II- Etablir un diagnostic | 5 |
| III- Les outils pour établir le diagnostic | 6 |
| IV- Préparer les parties prenantes | 8 |
| 1. Cartographier les parties prenantes..... | 8 |
| 2. Questionnaire d'auto-évaluation (03.1)..... | 9 |
| 3. Questionnaire adressé aux partenaires (03.2) | 9 |
| 4. Guide d'entretien pour personnaliser les retours des partenaires (03.3) | 10 |
| V- Formaliser votre diagnostic RSE | 11 |
| VI- Analyser le diagnostic et lancer la démarche | 13 |
| VII- Construire le plan d'action RSE | 14 |
| VIII- Valoriser votre Démarche RSE | 18 |
| IX- Points de vigilance | 19 |
| X- Les étapes suivantes de votre Démarche | 19 |

I- 3 grandes phases pour votre déploiement RSE

Commençons brièvement par un petit rappel de ce « qu'est » une démarche RSE et ce qu'elle recouvre.

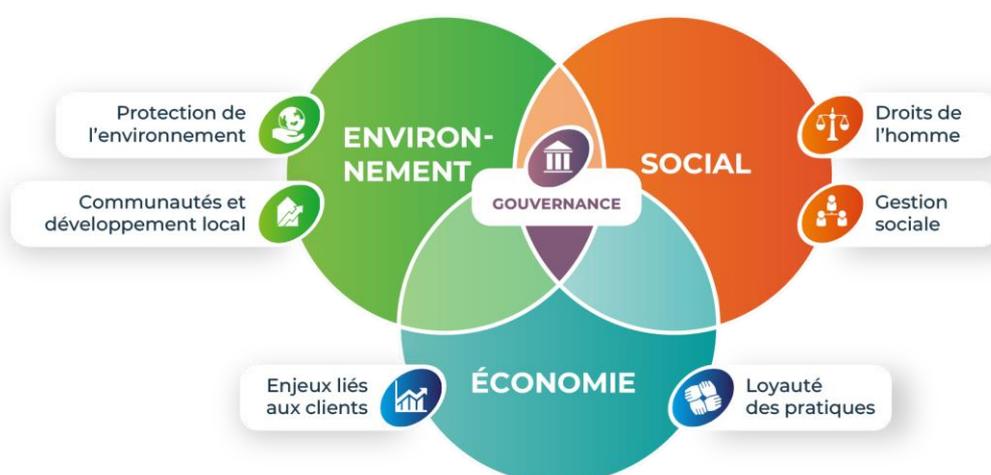
La mise en place d'une véritable stratégie RSE au sein de votre entreprise permet de positionner vos activités en regard de 3 piliers.

Sa performance économique

Son rapport à l'environnement

Son respect des normes sociales

Dans tous les référentiels et supports visuels que vous pourrez trouver (documents, webinaires, consultants) une démarche RSE se présente au travers de trois piliers fondamentaux et l'articulation de plusieurs « champs d'application » au sein de ceux-ci :



La cartographie des actions de l'entreprise en matière de RSE se construit ainsi autour d'une méthodologie préétablie, qui évalue toute entreprise au travers de ces 7 champs d'application :

Gouvernance de l'entreprise

Inclusion des sujets environnementaux et sociaux dans toute décision stratégique

Droits de l'Homme

Egalité femmes-hommes, inclusion sociale, valorisation du handicap, non-discrimination...

Gestion sociale

Assurer une gestion des ressources humaines au-delà de la réglementation, pour favoriser la qualité de vie au travail et le bien-être des individus

Implication dans les territoires

Contribuer à l'effort et au développement des territoires locaux

Protection de l'environnement

Connaître et agir sur l'impact direct et indirect de l'entreprise sur l'environnement

Loyauté des pratiques

Travailler sur les valeurs de l'entreprise, en interne et avec nos partenaires

Enjeux liés aux partenaires et clients de l'entreprise

Assurer la qualité et la sécurité des projets, en adéquation avec les partenaires

Comme présenté lors du webinaire « Mercredis de l'AFT », nous vous proposons une approche méthodologique de mise en place de votre Démarche RSE qui vise à répondre à chacune de ces thématiques.

Il s'agit donc de mettre à disposition des entreprises de la Branche **des outils qui soient adaptables à toute taille d'entreprise, tout secteur d'activité et modulables** de façon à vous en laisser une totale autonomie en termes de pilotage des actions RSE.



Ce que vous trouverez donc dans ce guide complet, c'est une approche un peu plus détaillée, étape par étape, de chacune de ces grandes phases, de façon à accompagner votre réflexion sur la transversalité de l'ensemble de ces sujets, pour les mettre en œuvre selon votre stratégie mais surtout en tenant compte de vos réalités opérationnelles.



NOTE

Notez que les phases du diagnostic et de la mise en place d'une stratégie RSE vont pouvoir être accompagnés par les outils que nous mettons à votre disposition. En revanche, la stratégie de communication et les orientations de votre démarche RSE qui en découlent, dépendent de facteurs multiples et complexes qu'il ne nous a pas été possible de modéliser pour l'instant.

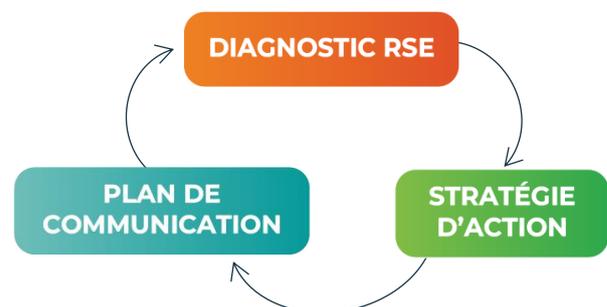
Pour autant, l'interconnexion entre chacune de ces 3 grandes phases du déploiement de votre démarche RSE est importante. **Le diagnostic vous permet de poser un état des lieux**, et le reconduire régulièrement d'en étudier l'impact auprès de vos parties prenantes. Avec une cartographie des actions attendues par les partenaires de l'entreprise (collaborateurs, fournisseurs, clients), il vous est

possible de **construire votre stratégie et prioriser les actions** susceptibles d'avoir le plus d'impact auprès de celles-ci. Or, votre vision de comment vous souhaitez communiquer sur votre démarche RSE, ou pourquoi vous vous lancez dans cette démarche, peuvent pré-orienter également le diagnostic et la stratégie de l'entreprise

En effet, comme détaillé dans ce document, les choix que vous allez poser en matière de plan de communication de votre démarche RSE, et la formalisation des raisons qui motivent votre réflexion auprès des parties prenantes, peuvent vous permettre de :

- **Travailler vos interlocuteurs** lors du diagnostic (évoquer des projets, connaître leurs attentes spécifiques sur certaines de vos actions)
- **Orienter les critères de priorisation** d'action dans la stratégie opérationnelle

Il s'agira donc de voir la démarche RSE non pas comme un projet qui a un début et une fin, mais comme un **processus à long terme qui s'auto-alimente en vue d'une amélioration constante** des pratiques de l'entreprise, et que nous vous proposons de visualiser ainsi :



En réévaluant votre entreprise régulièrement, par un diagnostic qui sollicite vos parties prenantes pour vérifier leur évaluation de vos performances, vous vous mettez dans une posture de transparence et d'évolution vertueuse, au service de celles-ci sur le long terme. Comme expliqué dans ce document et l'ensemble des outils que nous vous proposons, la démarche RSE vise ainsi à **mettre en place une collaboration vertueuse et un engagement réciproque entre les parties impliquées.**

Notez également deux prérequis qu'il nous paraît essentiel de rappeler afin que votre démarche RSE se déploie dans les meilleures conditions possibles, avec le résultat escompté pour votre stratégie :

- Le portage de la Démarche **au plus haut niveau de l'entreprise**, par la Direction
- La présence d'un **collaborateur clairement identifié** comme point focal de la Démarche

Il peut y avoir des modalités particulières de mise en œuvre, des arbitrages et de nombreux aménagements autour de cette démarche mais ces deux points sont particulièrement importants pour aller au bout de votre action.

Nous espérons à partir de cela que notre proposition et ces outils contribueront à répondre à vos attentes. En cas de besoin, pour clarifier ces grandes étapes, nos outils ou la méthodologie préconisée par l'AFT, **n'hésitez pas à nous écrire à l'un des contacts suivants :**



frederic.barenes@aft-dev.com | olivier.martin@aft-dev.com

II- Etablir un diagnostic

Comme pour tout projet ou opération d'envergure, il est nécessaire de se connaître le mieux possible avant de s'engager dans une action, surtout lorsque le sujet est aussi vaste qu'une démarche RSE. Etant donné sa transversalité aux activités de l'entreprise, le manque de cadre exhaustif pour en délimiter les contours, ainsi que de parcours de formation

encore pour l'ensemble des profils métiers, le sujet n'est pas encore suffisamment connu dans le monde professionnel, toutes filières confondues. Pour vous, cela signifie que **votre démarche RSE doit s'inscrire dans vos opérations en cours**, en tenant compte de ce facteur pour ne pas développer de résistances en interne qui puissent être préjudiciables aux résultats escomptés

Un diagnostic RSE, s'il est réalisé de façon exhaustive, ne se contente pas de collecter uniquement des informations ayant trait à votre empreinte environnementale.

Il s'agit de trouver un **équilibre entre la pérennité de votre entreprise, son impact social et son respect dans la durée des ressources disponibles.** C'est la possibilité de questionner plusieurs personnes qui évoluent dans l'écosystème de l'entreprise et connaître leur niveau d'acculturation à la RSE, leur sensibilité au sujet, etc.



La pose d'un diagnostic permet ainsi de repérer, au regard des enjeux du projet RSE, le niveau de connaissance et de mobilisation potentielle de vos équipes. Au niveau opérationnel, il permet d'identifier les actions déjà mises en œuvre sur le sujet et leur état d'avancement. C'est aussi la possibilité de comprendre la perception de chacun sur

votre activité pour ajuster votre communication et mieux valoriser ce qui peut l'être, auprès de vos collaborateurs et partenaires externes.

Il vous faudra ainsi collecter un maximum d'informations (si possible auprès de toutes les parties prenantes de l'entreprise) pour cartographier votre état des lieux à un instant T. Contrairement aux idées reçues, beaucoup d'entreprises font déjà un peu de RSE :

- Actions sur la réglementation sociale en interne
- Tri des déchets
- Implication dans une démarche de labellisation



Poser un diagnostic permet aussi parfois de se rendre compte du chemin parcouru, et de tout ce que vous avez peut-être déjà mis en place sur certains champs d'application. Peut-être aussi d'avoir développé fortement certains enjeux et une stratégie économique, sociale ou environnementale forte, alors que vous êtes « attendu(e) » ailleurs par vos partenaires.

La formalisation de votre diagnostic devrait permettre de mieux comprendre l'ensemble de vos parties prenantes, et **axer ensuite votre stratégie sur les thématiques les plus susceptibles d'avoir un impact fort** et assumé. Etant donné qu'il s'agit de collecter des avis de personnes sur votre entreprise et sur de nombreux sujets, qu'ils ne sont pas eux-mêmes en mesure d'évaluer et de savoir tout ce qu'il est possible de mettre en œuvre ou non à votre niveau (contraintes budgétaires, humaines, etc) ; il faut aussi bien avoir en tête qu'un diagnostic RSE est avant tout la collecte de « perceptions ».



NOTE

Etant donné qu'il s'agit de collecter des avis de personnes sur votre entreprise et sur de nombreux sujets, qu'ils ne sont pas eux-mêmes en mesure d'évaluer et de savoir tout ce qu'il est possible de mettre en œuvre ou non à votre niveau (contraintes budgétaires, humaines, etc) ; il faut aussi bien avoir en tête qu'**un diagnostic RSE est avant tout la collecte de « perceptions »**.

Il peut s'agir d'une perception d'efforts réalisés ou non par l'entreprise pour être performante, ou d'impact de ses actions sur un enjeu spécifique et important pour la personne interrogée. C'est justement ce à quoi nous avons essayé de répondre en mettant à votre disposition des outils permettant de collecter simplement et rapidement des informations clés autour de ces sujets, sans que vos répondants ne se retrouvent démunis en raison de la complexité de la question, ou que les retours collectés ne soient impossibles à consolider pour votre analyse.

III- Les outils pour établir le diagnostic

Votre objectif est de collecter des informations exhaustives, sur l'ensemble des champs d'application de la démarche, pour établir un état des lieux global de l'entreprise en matière de RSE. Comme vous avez pu le constater, les sujets sont nombreux et touchent autant à des aspects internes (gestion sociale) ou externe (enjeux liés aux partenaires).

Plus il vous sera possible d'obtenir des informations détaillées, plus votre démarche sera qualitative par la suite, surtout au niveau de la sélection des actions à mener.

L'une des contraintes majeures pour cet exercice est l'activité, la disponibilité de vos ressources humaines, mais aussi celle de vos partenaires externes à se prêter à l'exercice¹. C'est pour cela que l'AFT vous propose une méthodologie et des outils adaptés à vos besoins en fonction de ces contraintes :



¹ **Information** : jusqu'à présent cet exercice est plutôt considéré comme vertueux et exemplaire, ce qui invite les partenaires externes à participer plutôt qu'esquiver une sollicitation lorsqu'ils le peuvent. Ne serait-ce que par curiosité de votre façon d'aborder le sujet et peut-être aussi s'informer sur vos propres ambitions RSE.

- 1 Autodiagnostic :** cela signifie de faire vous-même le diagnostic RSE de votre entreprise (dirigeant ou responsable RSE), de façon empirique et auto-évaluée, sur les différents champs d'application d'une démarche RSE et avec une formulation guidée de chaque critère.
- 2 Référent projet en interne :** vous disposez d'une personne « référente » et si possible spécialisée en RSE parmi vos effectifs, qui mènera à bien ce projet au nom de la Direction de l'entreprise, de façon opérationnelle et avec un appui important de la hiérarchie.
- 3 Consultance :** vous pouvez utiliser un prestataire / consultant spécialisé en RSE, qui mènera à bien ce projet en votre nom, mais nécessitera un budget plus ou moins important selon sa méthodologie.

Les outils à exploiter pour poser votre diagnostic seront alors différents, en fonction du choix méthodologique que vous avez établi ici. Il est important de noter que pour mener une enquête plus approfondie, seuls les approches 2 et 3 seront adaptées. Il s'agira pour ces personnes de réaliser des enquêtes ou des entretiens auprès d'interlocuteurs internes et externes de votre entreprise, pour collecter des informations en lien avec la démarche RSE.

Pour chacune de ces méthodes, il s'agit d'évaluer auprès de répondants tiers en quoi votre entreprise répond ou non à une démarche RSE. Il est important de rappeler que l'on ne collecte qu'une « perception de performance RSE » par les personnes interrogées (un client ou fournisseur ne peut connaître votre politique de gestion sociale interne).

Cependant, la préparation et l'accompagnement des réponses vous permettront de collecter des retours qualitatifs, des suggestions et des pistes d'action très concrètes pour votre plan d'action à venir. Vous pourriez avoir une stratégie en tête en termes d'axes à prioriser, mais **les retours de vos participants pourront concrètement fournir des éléments d'action** avec impact à court ou long termes.



Important : ces retours de vos répondants ne sont à considérer qu'en tant que suggestions, ce qui vous permet de garder la main à tout moment sur votre stratégie, en matière de capacité de mise en œuvre, moyens délégués à l'action, priorisation, etc.

La méthodologie que l'AFT vous propose est un accompagnement étape par étape de votre démarche, en corrélant un diagnostic initial avec vos capacités réelles d'action et votre objectif final. Cela vous permet de garder la main à tout moment sur la sélection de vos actions, selon vos capacités financières et humaines. Cela permet d'anticiper

aussi une recherche de leviers de financement. Il s'agit de **mettre en œuvre de réelles actions vertueuses et équilibrées** entre les différents champs d'application d'une démarche RSE, à votre rythme, car toutes les entreprises n'ont pas les mêmes capacités, organisation interne ni contraintes opérationnelles.

Vous trouverez donc avec ce guide méthodologique, pour la partie « diagnostic », trois outils différents que nous vous présentons ici :

- Un questionnaire d'auto-évaluation (03.1)
- Un questionnaire à adresser aux partenaires internes ou/et externes (03.2)
- Un guide d'entretien détaillé, à l'attention de vos collaborateurs ainsi que des partenaires externes (03.3)

Ce sont des outils distincts qui permettent d'établir un diagnostic initial de votre entreprise en matière de « perception RSE », à un instant T. **Un seul de ces outils est nécessaire pour avancer vers l'étape de construction de votre plan d'action**, et vous pouvez commencer par une version simplifiée avant de vous intéresser aux autres formats (ou l'inverse).



NOTE

Il est recommandé de réévaluer sa démarche RSE au fil du temps (sur plusieurs années). Votre choix se portera ainsi sur le format plus adapté selon le temps et les ressources humaines dont vous disposez pour l'exercice.

IV- La préparation des parties prenantes

1. Cartographier les parties prenantes

A l'exception de l'outil d'autodiagnostic (03.1), **vous allez devoir sélectionner les personnes auxquelles vous enverrez votre collecte d'informations**. Il est important de définir à qui vous allez adresser soit votre questionnaire, soit vos invitations pour un entretien dédié à votre action RSE.

Il faut garder en tête que tout le monde n'est pas tout à fait au clair avec ce qu'est une démarche RSE, ce qu'elle implique et comment elle peut impacter les uns et les autres.

Selon les profils, cela peut d'ailleurs être un facteur de stress ou de rejet, si l'on s'imagine par exemple que le simple fait de se lancer dans une démarche RSE va nécessairement toucher à l'organisation du travail (pour les collaborateurs) ou aux prestations de l'entreprise (clients ou fournisseurs). **Il faudra probablement les informer en amont**, ou les diriger vers des webinaires de formation sur le sujet, selon les profils auxquels vous vous adressez. Il est évidemment plus simple de coordonner ce type de dispositif auprès de vos équipes, que de vos donneurs d'ordre et clients majeurs.

Au-delà de l'acculturation des personnes à comprendre ce qu'est une démarche RSE, il s'agit d'aller solliciter des partenaires (internes et externes) pour qu'elles puissent vous formuler un retour qualitatif de votre action RSE sur l'ensemble du périmètre de votre entreprise. **Cela signifie que vous allez rechercher, autant que possible, à cartographier ces personnes selon les critères suivants :**

- 1 Equilibrer les répondants internes et externes :** environ 50 / 50
- 2 Parmi les répondants internes, respecter la proportion :**
 - Des différents services ou départements, toutes missions confondues
 - Les statuts de collaborateurs (opérateur, agent de maîtrise, cadre, dirigeant)
 - L'ancienneté des répondants doit être équilibrée, autant que possible
 - Prévoir une session de sensibilisation en interne
- 3 Parmi les répondants externes, s'efforcer de classer vos répondants :**
 - Par typologie de partenaire (clients réguliers, clients sur prestations isolées, fournisseurs clés, prestataires de services, sous-traitants)
 - Sans oublier des acteurs de votre environnement global professionnel

Il est important d'accepter que la maîtrise ou non des sujets de RSE par vos répondants n'a pas d'importance à ce stade. En revanche, c'est bien la représentativité la plus exhaustive possible de chacune de ces populations qui donnera de la valeur à votre diagnostic RSE.



En effet, ne pas solliciter des personnes parmi vos départements dits « support » vous fera passer à côté de retours constructifs sur l'organisation des ressources humaines, la gestion comptable, la non-optimisation de la restauration d'entreprise, etc. Du point de vue externe, l'absence de sollicitation de partenaires tels que les pouvoirs publics ou des associations locales (qui peuvent constater vos actions lors d'événements divers, voire collaborer avec vos équipes), vous fera manquer leurs attentes ou suggestions de collaboration.

Cette cartographie est donc essentielle pour la suite et permet de retirer des opportunités d'action efficaces dans le cadre de votre démarche RSE. Elle ouvre le plus largement possible le spectre de vos actions à impact et sensibilise au passage toutes vos parties prenantes de votre volonté de mettre en œuvre une démarche RSE.

C'est à partir de cette base de travail que vous pouvez étudier l'outil (cf. paragraphes suivants) qui sera le plus adapté à collecter le point de vue de vos répondants, selon la disponibilité de votre référent ou équipe RSE et votre proximité relationnelle avec les parties prenantes.

Questionnaire d'auto-évaluation (03.1)

C'est la méthode la plus rapide si vous disposez de peu de temps ou de moyens pour construire votre diagnostic. C'est également la plus basique, puisqu'elle ne vous permettra pas de faire un tour d'horizon exhaustif des actions menées et à valoriser mais elle peut être une aide dans vos réflexions stratégiques pour accompagner vos ambitions (conquête de marchés, repositionnement). **Il vous suffit d'ouvrir le fichier que France Logistique a**

conçu (pour lequel nous avons succinctement développé un guide d'utilisation si besoin) pour évaluer chaque champ d'application RSE en regard de l'activité de votre entreprise. Vous pouvez le compléter avec ou sans l'assistance de collaborateurs : vous remplissez les indicateurs qui apparaissent pour chaque champ d'application, le plus précisément possible et à partir de formulations guidées directement intégrées à l'outil.

L'outil vous permet de cartographier visuellement votre position sur chaque champ et vous pouvez passer au chapitre VI pour analyser votre diagnostic.

2. Questionnaire adressé aux partenaires (03.2)

Les enjeux d'une démarche RSE concernent autant vos salariés (partenaires internes) que vos partenaires (externes). C'est en effet la coordination de vos objectifs économiques avec les enjeux sociaux et environnementaux qui permettent de valoriser ce projet. Les uns comme les autres y auront donc un rôle important à jouer. En adressant le questionnaire aux salariés et partenaires, vous les impliquez dans une valorisation de vos activités futures et évaluez leur sensibilité sur le sujet.

S'agissant des partenaires externes, ce sera peut-être la possibilité **de leur demander d'aménager certaines opérations**, demandes, prestations selon leurs capacités et en lien avec vos propres objectifs de rationalisation ou de performance socio-environnementale. Le fait de les impliquer en amont de vos propres évolutions ou aménagements RSE est donc aussi une manière de les préparer à certaines sollicitations que vous pourriez avoir à leur égard.

Dans les deux cas, ce choix permet un début de « communication » sur votre démarche RSE, donc une sensibilisation progressive aux changements susceptibles d'être mis en œuvre dans les mois à venir, ce qui peut être intéressant sous plusieurs aspects (mobilisation des salariés, implication d'un fournisseur ou client pour adapter certaines activités).





Important : Peu de partenaires ou de collaborateurs sont correctement sensibilisés à une démarche RSE. Pensez à prévoir un plan de communication ou de formation pour les aider à se préparer avant de répondre au questionnaire.²

Le questionnaire va vous permettre de collecter la « perception » par les individus d'un ou plusieurs éléments qui concernent l'entreprise. Il est donc important de ne pas aller chercher des éléments systématiquement factuels (puisque cela est souvent impossible) et tenir compte de la subjectivité des réponses lors de la formalisation de votre diagnostic.

Vous restez seul décideur des actions ultérieures à mener.

Cette sollicitation est à la fois une façon de sensibiliser vos partenaires internes et externes à l'action que vous êtes en train de mettre en place et de créer une cartographie de la perception (bonne ou mauvaise) de ce que vous faites déjà au quotidien. C'est une opportunité de vérifier votre vision stratégique des actions de l'entreprise avec celle de vos partenaires, grâce à la formalisation du diagnostic.

N'oubliez pas que **cette approche doit tenir compte de la maturité des interlocuteurs sur le sujet de la RSE** et que, tout comme vous, ils ne disposeront pas forcément du temps souhaité pour répondre au questionnaire. C'est la raison pour laquelle nos outils, et notamment ce questionnaire, ont été simplifiés. Le questionnaire ne vise pas à collecter des *verbatim* ou des suggestions concrètes d'amélioration, en dehors de l'évaluation quantitative de vos activités.



Note : se référer au guide utilisateur pour les spécificités de paramétrage de l'outil et comment le faire remplir par les répondants.

3. Guide d'entretien pour personnaliser les retours des partenaires (03.3)

Ce troisième outil est la version la plus « qualitative » de votre diagnostic RSE. Contrairement aux deux outils précédents, cette méthode devrait vous permettre de personnaliser totalement la mise en œuvre ultérieure de votre démarche.

Elle vous permet de créer du lien (grâce à des entretiens bilatéraux avec vos répondants) avec chaque interlocuteur sollicité, et collecter au passage des illustrations et exemples très concrets de leur expérience propre par rapport à votre entreprise. Certains interlocuteurs peuvent aussi vous suggérer (avec des réserves bien sûr concernant leur applicabilité) des pistes d'amélioration, que vous pourriez étudier et/ou mettre en œuvre.

En revanche, **c'est aussi la méthode qui vous demandera le plus de temps**, ainsi que pour vos interlocuteurs (se rendre disponibles pour l'entretien). Il est donc essentiel de bien calibrer votre besoin et si cela vous paraît nécessaire, de préparer ces personnes en amont pour en tirer de vrais bénéfices.

Avec un peu de préparation et de maîtrise du sujet, il faut compter environ 1h30 pour mener à bien un entretien, peu importe le profil de la personne interrogée.



Important : Il est recommandé d'avoir un référent RSE en interne pour piloter ces entretiens. Idéalement une équipe, pour optimiser le temps de réalisation des entretiens et capitaliser tous les retours.

La mise en place des entretiens nécessite, pour la personne qui les mène, de bien maîtriser le sujet de la RSE et de certains aspects « techniques » de la démarche. Il s'agit de faire parler vos répondants, en les fléchissant spécifiquement sur chacun des champs, afin de trier le mieux possible les propositions et construire un diagnostic au plus près de ce que vous faites. Il est impératif de rester neutre et ne pas influencer les réponses.

Cela signifie qu'il est préférable de former votre équipe RSE, chargée des entretiens, à devenir de véritables référents en matière de RSE.

La richesse de cette approche consiste à récupérer des informations sur différents plans, pour une même problématique. Par exemple, si l'entreprise a développé et porté un projet dont vous connaissez la qualité et valeur ajoutée pour ses clients, mais que ces derniers en ignorent le contenu, cela ne remet pas en cause le projet mais peut-être la communication qui a été faite pour valoriser celui-ci. Pour vos collaborateurs, cela peut être l'occasion de savoir s'ils sont de bons ambassadeurs de votre entreprise, et si ce n'est pas le cas, réfléchir à comment les accompagner pour qu'ils le deviennent.

REMARQUE



Ce questionnaire est l'opportunité d'échanger sur un périmètre autre que le « business » : cela permet de créer un lien d'une autre nature et de construire ensemble une manière différente de travailler. Cela peut vous apporter aussi d'autres idées d'opérations ou services à développer, et une reconnaissance de la part des personnes sollicitées, pour avoir été sélectionnées par votre démarche.

L'outil que nous vous mettons à disposition (03.3) vous permet de collecter indépendamment les données quantitatives et qualitatives pour passer à la phase de formalisation de votre diagnostic, détaillée dans le chapitre V.



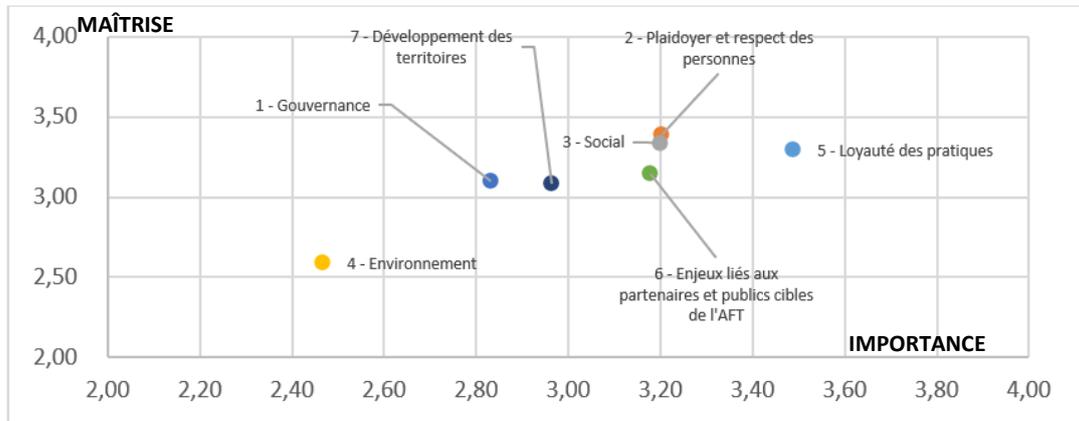
Note : se référer au guide utilisateur pour les spécificités de paramétrage de l'outil et comment le faire remplir par les répondants.

V- Formaliser votre diagnostic RSE

La formalisation de votre diagnostic, c'est la visualisation des informations obtenues, retranscrites en résultat scientifique. Il s'agit d'un graphique (appelé « matrice de matérialité »), qui vous permet d'identifier visuellement vos forces et vos faiblesses en regard de tous les enjeux d'une démarche RSE. **Il permet de visualiser les points sur lesquels une amélioration est possible.** Soit parce que jusqu'à présent ce volet était ignoré ou non adressé, soit parce que les actions qui s'y réfèrent ne sont pas suffisamment impactantes pour une démarche RSE d'envergure.

A ce stade, il ne s'agit que d'un diagnostic. Il faut décrypter les réponses obtenues des spécificités des verbatims ou du profil des répondants, pour affiner l'analyse d'ensemble de votre diagnostic. Il ne s'agit pas non plus d'une méthodologie permettant de garantir les bases d'une labellisation ou certification (chaque organisme de certification aura sa propre méthode d'évaluation ainsi que des critères très spécifiques, plus concret que cette vision transverse).

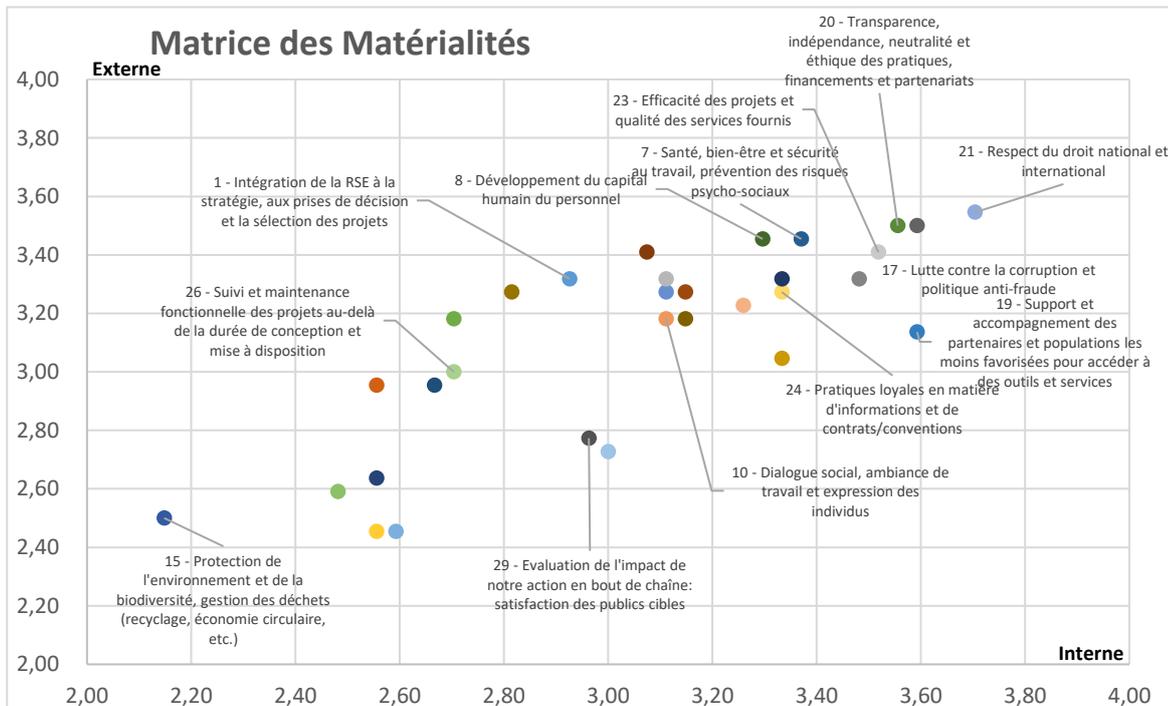
Ce format graphique de visualisation du diagnostic RSE (« matrice de matérialités » - 03.4), apparaît donc ainsi, via un premier graphique des 7 champs d'application :



Pour les 7 champs d'application

Vous y distinguez un rapport de force entre l'importance perçue de ces champs d'application, et la maîtrise perçue de ces sujets par l'entreprise, selon l'ensemble des répondants. C'est donc une vision globale et transversale, mais synthétique, vous permettant de pointer rapidement les sujets susceptibles d'être prioritaires dans votre stratégie RSE.

Si vous avez construit votre diagnostic à l'aide du questionnaire ou des guides d'entretien de notre « Kit diagnostic », cela vous permet de visualiser avec davantage de précision tous les enjeux potentiels d'une démarche RSE, qui s'inscrivent dans chacun des champs d'application :



Cela permet ainsi de pointer avec plus de précision des services ou des actions de l'entreprise sur lesquels vous pourriez porter votre action ou développer votre relation avec des partenaires.

VI- Analyse du diagnostic et lancement de la démarche

Une fois votre cartographie des champs d'application (voire de tous les enjeux de l'entreprise) réalisée dans la matrice de matérialités, **vous disposez d'une base de travail analytique**. Rappelons que cette cartographie est subjective puisque, quelle que soit la méthode employée, il s'agit du recueil de points de vue de personnes, sur les activités de votre entreprise. Cependant, c'est à partir de ces éléments, croisés avec votre connaissance exacte de ce qui est réalisé ou non dans l'entreprise, qu'il va être intéressant de mettre en œuvre vos actions au regard d'une démarche RSE.

A ce stade donc, **vous avez déjà la possibilité de projeter la perception des clients internes ou externes sur les véritables réalisations de l'entreprise** abouties ou en cours de déploiement, afin de les ajuster au mieux.

EXEMPLE

Les répondants ont globalement estimé que la gestion sociale et les mesures d'accompagnement de la formation du personnel étaient insuffisants.

- **Vous pouvez observer si les répondants de profil « externe » et ceux de profil « interne » se distinguent**, pour mettre en perspective ce constat et affiner vos actions.
 - S'il s'agit d'un ressenti des prestataires externes, vous appuierez peut-être dans vos échanges futurs sur de la communication et valorisation des compétences de vos équipes, selon l'action menée.
 - S'il s'agit de profils internes, vous pourrez revoir ce qui a été mis en œuvre avec vos équipes RH sur ce sujet pour comprendre ce ressenti.
- **En l'occurrence, il peut s'agir d'un manque de communication sur les outils mis à disposition, les plans de formation, etc.**
 - La sensibilisation des managers sera probablement un levier important de diffusion des messages et de vos travaux.
 - Si en revanche, le fait qu'une partie des salariés ne bénéficie réellement pas de solutions de formation, promotion ou d'évolution dans l'entreprise, vous pourrez revoir ce qu'il est possible de faire avec vos RH et vos managers, pour adapter vos moyens internes aux attentes des collaborateurs.

Chaque champ d'application peut ainsi être étudié avec un niveau de profondeur plus précis, en fonction de vos équipes, de la disponibilité de celles-ci et de votre stratégie à moyen/long terme. Dans tous les cas il est important de garder à l'esprit que :

Une démarche RSE est une approche volontaire, collaborative et vertueuse des actions de l'entreprise

Vous n'êtes donc pas seul(e) dans sa mise en œuvre et l'implication de tous sera nécessaire. **Un des leviers importants de l'efficacité d'une démarche RSE sera le recrutement ou la nomination d'une personne dédiée** (voire d'un service selon la taille de votre entreprise) et surtout un véritable soutien de la direction pour mener vos actions. Cette personne (ou cette équipe) pouvant ainsi se charger de piloter et suivre les actions de type RSE sur le plan opérationnel.

- **Il appartient à la direction de valider des actions et projets**, ou des sujets à étudier pour en analyser le bénéfice sur vos activités.
- **Votre référent RSE (ou le service dédié) de son côté devra dédier tout ou partie de son temps à la démarche RSE.** Celui-ci aura pour mission de construire un plan de déploiement pour chaque action, de mettre en place des indicateurs de suivi et d'informer la direction de l'évolution des mesures validées au préalable.



Important : Votre questionnaire et les retours formalisés par vos interlocuteurs, qu'ils soient internes ou externes doit impérativement préserver l'anonymat des réponses (essentiel à l'intégrité des retours et la confiance que vous établissez avec eux par la suite).

Les retours collectés lors du diagnostic vont servir de base de réflexion et alimenter de futurs projets à portée RSE pour votre entreprise. Toutes les propositions n'ont pas vocation à être mises en œuvre, mais à minima elles peuvent être étudiées. Il est recommandé de communiquer auprès de vos

collaborateurs en interne sur les raisons du choix de leur mise en œuvre ou non. La transparence apportée sur chacune de ces décisions à l'égard des salariés renforcera leur implication dans la démarche et leur permettra le cas échéant de s'y associer ou de comprendre vos choix ou vos contraintes.

Enfin, sur la base de cette matrice de matérialités vous disposez d'une lecture globale des enjeux sur lesquels votre entreprise « est attendue » par vos partenaires clefs. **Cela signifie que vous pouvez choisir de prioriser des actions sur les champs d'application perçus comme les plus « importants » et les moins « maîtrisés ».**

La mise en place de votre **stratégie d'entreprise** peut désormais se construire sur la base du diagnostic RSE que vous venez d'établir.

VII- Construire le plan d'action RSE

Pour mettre en place votre Démarche, il vous faut utiliser un outil de suivi et définir quelles actions vous souhaitez mettre en place afin d'agir, autant que possible, sur l'ensemble des champs d'application de votre projet RSE. C'est toute la difficulté de l'exercice étant donné qu'une démarche RSE touche à l'ensemble des services de l'entreprise, et donc de ses équipes.

Les actions ayant un impact sur chacun des piliers de la Démarche peuvent parfois être très simples à la mise en place, comme complexes et ambitieuses. Cela signifie qu'il vous faudra trouver une manière ; soit de confier une feuille de route claire à chacun de vos services, soit d'utiliser un outil central et aussi universel que possible, sans doubler la saisie des données avec vos propres outils de travail (RH, financier, opérationnels).



Ce que vous propose l'AFT avec ce projet de démarche RSE de Branche, c'est justement un outil simplifié et centralisé de suivi. Nous avons intitulé cet outil « Copilote RSE » et en avons créé trois versions différentes, de façon à répondre à différents niveaux d'appropriation et contraintes par nos partenaires, en fonction de vos besoins :

04.A Bibliothèque d'actions RSE

04.B Pilotage de la démarche de l'entreprise, avec système simplifié de suivi des actions

04.C Pilotage de la démarche de l'entreprise, avec système avancé de suivi des actions

Il n'est en rien obligatoire d'utiliser ces outils, et vous pourriez vous contenter de vos propres outils de gestion de projet, ou au sein de chaque service, pour suivre votre démarche RSE. Nous avons développé ceux-ci en corrélation avec la méthodologie de déploiement que nous vous proposons, ainsi que les **Fiches Conseil** dédiées à l'action RSE. Il est possible par exemple de n'utiliser qu'une partie des fonctionnalités proposées, vous en inspirer, ou vous référer uniquement aux **Fiches Conseil**.



Chacun de ces outils vous permet de visualiser toutes les actions ou les projets susceptibles de rentrer dans une démarche RSE vertueuse. Elles peuvent avoir une portée à court ou moyen termes, nécessiter un investissement important et un degré d'expertise prérequis en interne pour sa mise en place.

Chacune de ces actions est également « qualifiée », pour indiquer dans quel champ d'application de la démarche elle va avoir un impact. Cela vous permet ainsi de sélectionner celles qui vous intéressent à partir de votre diagnostic initial.

Dans un objectif d'harmonisation et de mobilisation générale des acteurs de la Branche, nous vous proposons dans ces outils un système de valorisation de chacune des actions, en fonction de plusieurs facteurs. Cela permet de se fixer des objectifs chiffrés, de comprendre et anticiper le niveau d'implication nécessaire avant d'initier une action et de comparer aussi le « poids » de vos actions

en fonction des champs d'application par rapport à l'ensemble de votre démarche. Ce système de notation, appelé « score de mise en œuvre », permet une visualisation des avancées de votre démarche RSE sur chaque pilier, un suivi éventuel de vos priorités ou des sujets plus complexes et si vous l'envisagez, un aperçu de ce à quoi pourrait ressembler un exercice de labellisation.



Important : notre outil et méthodologie ne sont ni certifiants ni une caution pour obtenir un label. Il ne s'agit que d'une approche scientifique pour valoriser et suivre la mise en œuvre qualitative de votre Démarche RSE.

Vous trouverez ci-dessous une description de chaque « Copilote RSE », leur valeur ajoutée respective et des conditions de mise en place en fonction de vos besoins :

04.A Bibliothèque d'actions RSE

Cette version est la plus simplifiée de notre outil de vision globale des actions susceptibles d'appuyer une démarche RSE. Il ne permet cependant pas de suivre la mise en œuvre effective de vos actions et projets RSE.

Il s'agit simplement d'une « liste d'actions », qui sera régulièrement mise à jour par l'AFT Transport & Logistique, au fur et à mesure de nos travaux de veille, pour développer et formaliser de nouvelles Fiches Conseil.

Celles-ci seront accessibles à toute entreprise quel que soit l'outil utilisé et nous vous tiendrons informés des nouveautés de la Démarche, de nos outils et du développement de nouvelles fiches.

Ce format est donc particulièrement approprié si :

- **Vous souhaitez tester** nos outils ou votre propre Démarche RSE dans un premier temps
- **Vous n'êtes pas en capacité de piloter** votre Démarche RSE avec un outil complexe dans l'immédiat
- **Vous ne disposez pas d'une personne référente** dédiée à l'accompagnement de votre démarche RSE « en interne »
- **Vous disposez déjà de vos propres outils** de suivi et ne souhaitez pas utiliser celui de l'AFT

04.B Pilotage de la démarche de l'entreprise, avec système simplifié de suivi des actions

La version 04.B Copilote RSE est destinée à un accompagnement simplifié de votre démarche, en centralisant toutes les actions afférentes à de la RSE que vous auriez mises en œuvre.

Il s'agit d'un outil de suivi, qui permet cette fois l'évaluation de la progression de vos actions, de façon à les mettre en perspective avec votre objectif global : une Démarche RSE complète, sur l'ensemble des champs d'application.

Afin de ne pas mettre en difficulté la ou les personnes susceptibles d'utiliser cet outil, nous vous avons proposé **un système de suivi et qualification simple des actions** (notation de la progression de mise en place). En mettant à jour vos progrès, au fil de l'eau, sur les actions et projets menés en lien avec la RSE, vous avez un aperçu de votre démarche dans son ensemble. **Vous pouvez ainsi construire votre plan d'action**, le faire évoluer et parler autour de vous de vos réussites en matière sociale, environnementale, etc. C'est une bonne base de travail pour développer un rapport extra-financier.

Bien que l'outil soit entièrement déclaratif et sur la base d'indicateurs non démontrés « scientifiquement » dans cette version, il permet un aperçu complet de vos actions en matière de RSE. Cela peut **alimenter vos rapports externes à l'attention notamment de partenaires commerciaux** ou d'une plaquette de communication externe. C'est aussi une façon de vous intéresser à une éventuelle labellisation ou certification ultérieure si cela devient votre objectif. Si tel est le cas, vous devrez rentrer dans le cahier des charges strict de l'organisme certificateur.



A partir de cette version, l'AFT vous offre un système de visualisation automatisé de votre Démarche RSE. Vous disposez d'un onglet dédié, pour avoir un aperçu d'ensemble de votre politique d'entreprise, au travers de chacun des 3 piliers (économique, social et environnemental), mais aussi chaque champ d'application si cela peut vous inciter à une approche transversale et complète.

Ce format est donc particulièrement approprié si :

- **Vous souhaitez estimer** l'énergie nécessaire au déploiement de votre Démarche RSE
- **Vous ne disposez pas encore d'outil central** pour piloter vos actions RSE
- **Vous disposez d'une personne référente** sur les sujets de RSE « en interne »
- **Vous ne disposez pas de suffisamment de ressources** ou de temps pour un suivi trop conséquent des actions RSE mises en place
- **Vous souhaitez tester** un outil de centralisation des actions RSE avant d'étudier la compatibilité avec vos autres outils de suivi (RH, comptable, etc.)

04.C Pilotage de la démarche de l'entreprise, avec système avancé de suivi des actions

La version 04.C Copilote RSE est la plus avancée que nous vous proposons.

Il s'agit cette fois d'un véritable outil de pilotage puisqu'il devrait vous permettre de suivre avec précision chacun des indicateurs que vous souhaitez mettre en place. Il reprend ainsi l'ensemble des fonctionnalités précédemment évoquées (cf 04.B), mais avec les compléments suivants :

- **Un onglet « Indicateurs »**, qui reprend toutes les **Fiches Conseil** de l'AFT et ainsi toutes les suggestions d'indicateurs de suivi d'action proposés dans celles-ci (et donc mises à jour régulièrement). **Vous avez la possibilité de choisir vos indicateurs de performance** parmi nos propositions, ou de rajouter les vôtres si vous le souhaitez (jusqu'à 5 indicateurs par action). Cela permet alors un suivi plus scientifique de vos avancées, qui peut être mis en avant auprès de partenaires professionnels. **Ces modalités se rapprochent des systèmes d'évaluation des organismes de certification**, si vous cherchez par la suite à remplir cet objectif.
- Tout comme la version précédente, vous disposez toujours d'**un onglet visuel de l'avancée globale** de votre démarche RSE. Le système de calcul utilisé pour l'alimenter est simplement **plus complet et exhaustif**, en fonction des indicateurs employés.

Ce format est donc particulièrement approprié si :

- Vous souhaitez **porter votre Démarche RSE** le plus loin possible
- Vous ne disposez **pas encore d'outil central** pour piloter vos actions RSE
- Vous disposez d'**une personne référente** sur les sujets de RSE « en interne »
- Vous disposez de **suffisamment de ressources ou de temps** pour suivre toutes vos actions RSE
- Vous souhaitez un **outil de suivi managérial** de vos progrès en matière de RSE
- Vous envisagez un **processus de labellisation** ultérieur, pour vous y préparer
- Vous souhaitez alimenter de façon exhaustive un **rapport extra-financier**



Note importante : nous mettons à votre disposition un guide utilisateur détaillé pour chacun des outils décrit ci-dessus, avec l'ensemble des fonctionnalités présentes ainsi que leurs modalités de fonctionnement.

VIII- La valorisation de votre Démarche RSE



Comme pour toute opération majeure, **il est recommandé de faire des choix de communication pour une Démarche RSE**. Etant donné les effets d'annonce de plus en plus fréquents sur les réseaux sociaux, par tous types d'entreprises, il est nécessaire que tout le monde comprenne bien ce dont il est question pour éviter tout amalgame ou incompréhension.

Par exemple, un diagnostic ne lance aucune action concrète. Il n'y a pas de décision prise à ce stade sur comment l'entreprise compte s'organiser pour répondre à des enjeux de société. En revanche, il est possible que cela révèle un certain nombre d'actions susceptibles d'être menées et qui auraient pour conséquence une réorganisation ou une évolution des services. Il faut donc **être vigilant sur les canaux de communication et clarifier dès que possible votre intention**. Il vous faut préserver le lien avec les instances de représentation du personnel (lorsqu'applicable), qui seront des alliés pour relayer votre réflexion auprès de tous les salariés.

N'oubliez pas la communication « interne » de votre démarche !

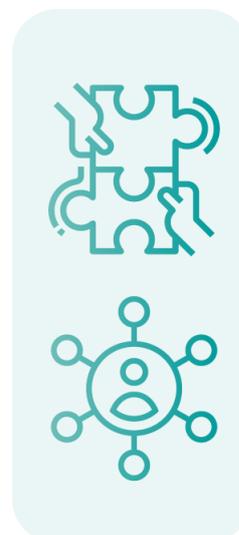
Les collaborateurs seront les premiers impliqués par la mise en place de votre Démarche RSE. Non seulement elle est quasi indissociable d'une évolution de la culture d'entreprise, mais elle va toucher à leur environnement de travail à différents niveaux. Vous aurez par ailleurs besoin d'eux pour accompagner les changements nécessaires, quel que soit le degré de transformation de l'environnement de travail ou des services de l'entreprise.

■ **Si vous choisissez de faire de votre Démarche RSE un axe stratégique de compétitivité** et de différenciation de votre activité par rapport à la concurrence, pensez à évaluer le meilleur *timing* de communication auprès de vos partenaires. Vous assurerez l'officialisation de la mise en place de votre démarche dans les meilleures conditions. Prévoyez également de clarifier les dates estimées de mise en place, pour ne pas créer d'attentes inutiles.

■ **Si vous choisissez de vous investir dans une Démarche RSE avant tout pour des raisons de valeurs, de mobilisation interne et contribution à l'effort de société** : la portée ou l'efficacité de votre projet ne sera pas moindre ou moins visible, mais vous y associerez vos équipes différemment. Il n'est alors pas nécessaire de prévoir une communication ni des frais de diffusion auprès de publics tiers.

Etablir votre ambition de « communication » de votre Démarche RSE est structurant pour choisir vos actions à mener et les prioriser. Il faut avoir en tête que ce type de démarche est ambitieux et qu'il y a une multitude d'actions possibles pour la mettre en œuvre. De plus, il s'agit d'une amélioration continue des pratiques de l'entreprise et des valeurs de notre société. Par conséquent, c'est à la fois une course contre la montre pour ce qui est des enjeux climatiques actuels, mais sans précipitation pour faire les choses de façon qualitative et effective à long terme.

N'oubliez pas vos partenaires de Branche dans cet exercice, car la valorisation et la communication autour de votre Démarche RSE peut passer par la remontée de vos actions auprès de l'AFT Transport & Logistique, qui les relatera sous forme de consolidation statistique de Branche, auprès des organisations professionnelles et pouvoirs publics. Cela peut entraîner des discussions sur l'évolution de la réglementation et le fléchage de financements et d'aides à la transformation du secteur.



IX- Points de vigilance

Une Démarche RSE, une fois lancée, implique un véritable positionnement de l'entreprise et en premier lieu de sa direction. En initiant votre diagnostic, vous allez créer un premier contact avec vos partenaires clefs et vous les aurez sensibilisés à votre démarche, en créant probablement au passage une attente, voire une appétence à ce que vous allez mettre en œuvre.



Il vous faut donc maîtriser cette attente et conserver la maîtrise de vos annonces, de vos ambitions et de la temporalité de votre Démarche RSE. Il s'agit d'un projet qui s'inscrit dans le temps, et qui accompagne votre stratégie d'entreprise. La majorité des actions impactantes, notamment sur l'environnement, sont susceptibles de demander du temps, de l'énergie et une implication forte des parties prenantes pour que vous puissiez vous en attribuer les résultats.

Un canal d'information et de sensibilisation est fortement recommandé pour que vos points focaux de la Démarche RSE puissent en parler autour d'eux sans donner une impression de piétinement ni d'absence d'action. Ils doivent **pouvoir parler des différentes initiatives réalisées, de leur évolution** et de préférence mettre en parallèle des actions à impact moindre mais immédiat, et des projets d'envergure avec un objectif établi dans le temps.

Un autre point de vigilance doit être observé sur la qualification de vos actions et la critique d'un public externe sur votre démarche RSE, porté notamment sur la notion de « *greenwashing* ». Les erreurs de communication, le manque de recul et de perspective, ou les contraintes dans la mise en œuvre d'une démarche RSE sont autant de difficultés qui impliquent une parfaite maîtrise du discours à l'extérieur : il vous est fortement conseillé de nommer **un point focal dédié qui sera habilité à répondre à des questionnements**. S'il s'agit de la direction, appuyez-vous sur votre équipe RSE qui saura vous fournir le lexique le plus pertinent et les indicateurs les plus à jour.

X- Les étapes suivantes de votre Démarche

L'AFT met à votre disposition, en plus de ce guide méthodologique et des outils de diagnostic de votre Démarche RSE, **une boîte à outils qui liste un maximum d'actions pouvant être déployées** au sein de votre entreprise et servir votre engagement RSE.



Que vous souhaitiez devenir une entreprise à mission, obtenir une labellisation ou démontrer de vos actions pour répondre à un cahier des charges spécifiques, vous y trouverez des pistes de travail et des conseils pragmatiques sur l'ensemble des champs d'application d'une démarche RSE.

Les choix que vous mettrez en œuvre en matière de déploiement, de promotion ou de valorisation RSE vous sont propres et vont très certainement se caler sur votre stratégie d'entreprise. **Sachez que dans chacun des outils « Copilote RSE » nous avons prévu une remontée statistique neutre des actions mises en place** par l'entreprise qui l'utilise. Ces données ne capturent que les choix d'actions RSE pris par les entreprises utilisant nos outils, le degré de progression de l'action, ainsi que les choix d'indicateurs employés. Si vous faites le choix de nous partager ce fichier au fur et à mesure de votre mise en œuvre (environ tous les 6 mois / 1 an), cela nous permettra de centraliser tous les efforts fournis par les entreprises de la Branche afin de les remonter au plus haut niveau : les organisations professionnelles, les ministères, etc.

Nous pensons que ce sont des informations qui peuvent valoriser le secteur Transport et Logistique et apporter des éclairages sur tout ce qui est fait en entreprise grâce à votre démarche. C'est aussi une opportunité potentielle d'orienter certaines politiques publiques, des contenus de formations pour la génération de demain ou des campagnes de promotion auprès du grand public.

Dans un souci d'amélioration continue de ces outils, qui bénéficient à l'ensemble des acteurs de la Branche, **nous vous invitons aussi à partager vos propres initiatives** si elles n'apparaissent pas dans la liste que vous trouverez parmi nos **Fiches Conseil**. Nous nous efforçons ainsi de partager les bonnes pratiques où qu'elles soient et dans tous les domaines, afin de valoriser nos activités et nos métiers tout en contribuant à l'effort de société vis-à-vis des ressources de la planète.

Nous vous souhaitons le meilleur pour votre démarche RSE ; que ce projet soit porteur d'une belle énergie et motivation auprès de l'ensemble de vos équipes !

L'AFT reste à votre disposition pour toute question ou appui que nous pourrions vous apporter.

Dans tous les cas, le projet ETIQ est :

- À votre initiative
- En fonction de vos besoins
- En tenant compte de vos ressources
- Adapté à vos opérations
- Calé sur votre stratégie



ETIQ
VOTRE ENGAGEMENT RSE

ENVIRONNEMENT

TRANSPARENCE

IMPACT

QUALITÉ

By  **AFT** TRANSPORT & LOGISTIQUE
Créativité pour l'emploi