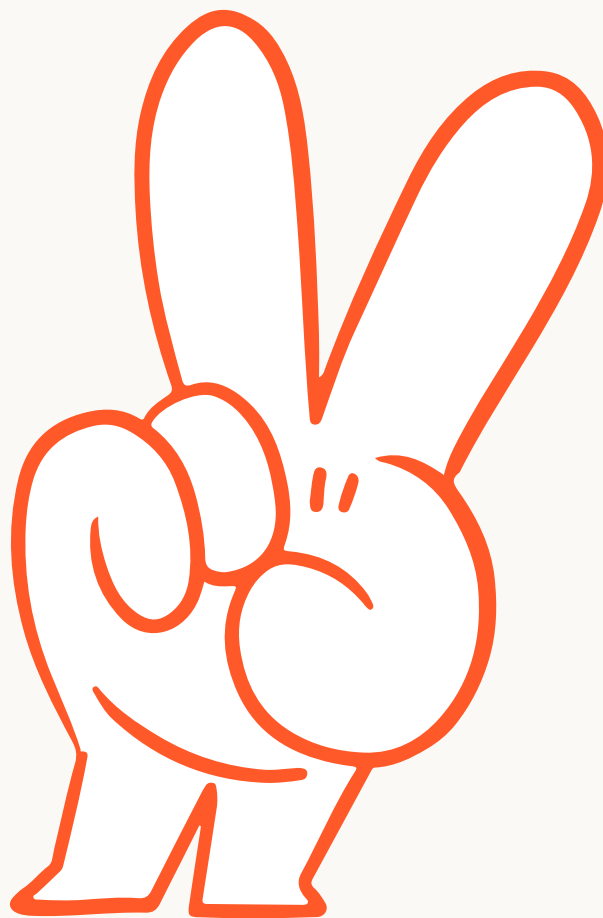




PETIT-DÉJEUNER #4 – 24 JANVIER 2024

**STRATÉGIE RSE : COMMENT
EMBARQUER LE CABINET DANS UNE
STRATÉGIE RSE GLOBALE ?**



LIBEO



4 IDÉES CLÉS

L'INTERVENTION DES EXPERTS



KPMG
JÉRÔME KIEFFER, ASSOCIÉ
MEMBRE DU DIRECTOIRE
DIRECTEUR GÉNÉRAL



KPMG
ANTOINE GUYOT
CONSULTANT
EXPERT RSE/ESG/SOCIÉTÉS À MISSION



DELPHINE GIBASSIER
FONDATRICE VERT DE GRIS

« La RSE est une approche globale visant à réduire les impacts négatifs des activités d'une entreprise sans nécessairement altérer son modèle économique. En revanche, une entreprise à mission se concentre sur l'amplification des impacts positifs de ses activités, en mettant l'accent sur sa contribution sociétale. Cette démarche implique des modifications volontaires dans le modèle économique de l'entreprise. »

JÉRÔME KIEFFER

1

LA QUÊTE DE SENS ET LA STRATÉGIE

Pour mettre en mouvement une stratégie RSE, il est impératif de rallier l'ensemble de son organisation. Ce processus implique diverses étapes cruciales :

- Sensibiliser l'organisation aux bénéfices concrets de la RSE. Mettre en lumière les retombées positives sur l'image de l'entreprise ou la fidélisation des clients.
- Se mettre d'accord sur une définition précise de la RSE pour s'assurer que tous les collaborateurs partagent un niveau de compréhension homogène. La démarche RSE doit être perçue comme une **initiative collective**, construite en collaboration avec l'ensemble de l'écosystème.
- Réaliser un diagnostic RSE exhaustif afin de créer une dynamique collective harmonieuse, tout en identifiant clairement les attentes individuelles au sein de l'organisation.
- Mettre en place une communication transparente pour que chacun comprenne l'objectif de la stratégie et pouvoir ainsi en définir les modalités d'application et les impacts souhaités.
- Informer de manière transparente sur l'engagement requis pour mettre en œuvre cette stratégie : des décisions difficiles seront peut-être à prendre ; des indicateurs devront être mis en place pour mesurer le progrès, ce qui constitue une contrainte ; des besoins devront être mobilisés, qu'ils soient d'ordre financiers ou humains.

La stratégie RSE se positionne en tant que garante de la raison d'être de l'entreprise. Elle englobe la contribution individuelle de chaque collaborateur à la dynamique collective, non seulement à l'échelle de son organisation mais aussi à l'échelle de la société dans son ensemble.

Ainsi, l'élément humain occupe une place centrale au sein de cette stratégie, laquelle ne se limite pas à être une simple addition aux services proposés par les entreprises. Elle offre à chacun l'opportunité de devenir **un acteur essentiel de l'écosystème**, de rayonner et de trouver satisfaction dans son quotidien professionnel, tout en contribuant à une cause qui transcende les individus.

2 QUELLE ÉQUIPE IDÉALE ?

— L'instauration d'une stratégie RSE requiert la mobilisation de l'ensemble de l'organisation, et la sélection des acteurs clés au sein des équipes peut s'avérer complexe. Cependant, il est essentiel de reconnaître que **la gouvernance** joue un rôle fondamental, en orientant la direction à suivre. C'est elle qui, dès l'origine, doit être le moteur de la stratégie RSE. Cette gouvernance doit rassembler des membres issus de différents services, notamment :

- Les RH pour prendre en compte la dimension sociétale de la RSE.
- Le Marketing afin de promouvoir la marque employeur et communiquer efficacement.
- L'IT pour trouver des solutions techniques à la réduction de l'empreinte carbone, notamment dans le secteur comptable où les entreprises sont fortement énergivores en raison de leur consommation importante de données.

Dans tous les cas, une gouvernance efficace exige la participation d'acteurs profondément engagés dans la promotion de la RSE et parfaitement conscients des défis qui en découlent. Ces individus engagés peuvent être issus des rangs de l'organisation, mais il est également envisageable de faire appel à **un expert externe spécialisé dans la RSE**.

Cette démarche permet d'insuffler des idées novatrices et d'orienter le progrès de manière efficace. De même, afin de constituer des équipes de travail efficaces dans le domaine de l'IT, il est essentiel de choisir des profils dotés d'une sensibilité particulière pour le sujet.

Si les membres de la gouvernance issus de l'IT ne sont pas convaincus par la RSE, cela risque d'influencer l'ensemble du groupe de manière négative.

« L'adoption du statut d'entreprise à mission peut être une décision stratégique majeure pour un cabinet et nécessiter une longue période de préparation.

Notre démarche a été de mobiliser une équipe de conseil pour travailler sur la définition de la raison d'être de l'entreprise, impliquant activement la direction, des associés et managers. Ils agissaient également comme des ambassadeurs du projet au sein de l'organisation.

La démarche a également inclus une consultation des associés qui a nécessité trois à quatre mois de réunions pour leur expliquer en détail la démarche. »

ANTOINE GUYOT

3 COÛT & RENTABILITÉ D'UNE DÉMARCHÉ RSE

— Le statut d'entreprise à mission ou impliquée dans des actions RSE génère des répercussions directes et indirectes sur l'environnement de l'entreprise dont la mesure peut s'avérer plus ou moins complexe.

Le premier impact notable se manifeste au niveau des **collaborateurs**, où la RSE exerce une influence positive sur des aspects cruciaux tels que la fidélisation du personnel et l'attrait de la marque employeur.

Des indicateurs concrets peuvent être déployés pour évaluer ces changements, comme la surveillance du **taux de rotation** au sein des équipes et le nombre de candidatures reçues par l'entreprise. Ces mesures, effectuées avant et après la mise en place d'initiatives RSE, offrent une évaluation tangible de l'impact de ces engagements sur l'environnement de travail et l'attractivité de l'entreprise.

De plus, certaines entreprises conduisent régulièrement des enquêtes internes intégrant des questions liées à la RSE pour évaluer le niveau de satisfaction des collaborateurs. En revanche, l'impact externe, sur l'image et la réputation de l'entreprise, est plus complexe à mesurer.

La RSE permet de développer de nouveaux produits ou de nouvelles missions. Il est donc essentiel d'accompagner les clients dans l'adoption de ces nouveautés. Actuellement, plusieurs acteurs sur le marché proposent aux cabinets comptables des solutions pour guider leurs clients sur le sujet, à travers des rapports flash par exemple. Cette approche facilite l'initiation des clients à divers sujets RSE, tels que la CSR.

En outre, l'intégration du référencement RSE dans les appels d'offres revêt une importance croissante. Si elle ne constitue pour le moment qu'un élément de différenciation significatif, elle pourrait devenir obligatoire à l'avenir. D'où l'importance de guider les clients dans l'établissement d'un bilan de leur maturité RSE dans la prévision des évolutions futures.

L'élaboration d'une stratégie de RSE au sein des cabinets comptables génère des coûts substantiels, particulièrement pour la mise en œuvre de cette stratégie en interne. En effet, il est nécessaire de mobiliser les associés, de sensibiliser les collaborateurs et d'établir des structures en termes de gestion et d'organisation. Des dépenses liées à la formation doivent également être anticipées, qu'il s'agisse de formations visant à sensibiliser aux enjeux de la RSE ou à acquérir de nouvelles compétences en lien avec les évolutions des missions comptables. De plus, si un cabinet développe une offre RSE, il est impératif de le faire savoir et des dépenses significatives sont à anticiper en matière de communication. Par ailleurs, la réalisation d'un bilan carbone interne représente également une dépense qui ne peut être négligée.

En définitive, ces coûts ne représentent pas seulement un bénéfice pour la planète. Ils doivent d'abord être envisagés comme des investissements axés sur l'avenir et la pérennité de l'entreprise, étant donné leur rôle crucial dans le renforcement de sa durabilité. La complexité réside dans l'établissement d'indicateurs capables d'appréhender ces aspects de manière approfondie.

« La Corporate Sustainability Reporting Directive : directive européenne visant à élargir et harmoniser les exigences en matière de communication sur la durabilité des entreprises au sein de l'UE va avoir des impacts majeurs sur la profession d'expert-comptable, qui vont avoir la mission d'accompagner leurs clients assujettis aux obligations introduites dans cette directive. »

DELPHINE GIBASSIER

CHIFFRE CLÉ

68%

des cabinets présents estiment qu'embarquer l'ensemble des collaborateurs dans la démarche RSE est le défi majeur d'une stratégie RSE globale.



4

EMBARQUER L'ÉCOSYSTÈME

Au-delà des collaborateurs, il est essentiel d'impliquer activement les clients, les fournisseurs, ainsi que l'ensemble de la société civile.

Pour ce faire, différents leviers peuvent être activés :

- Éveiller des inquiétudes quant à la responsabilité de chacun à l'égard des enjeux liés à la RSE pour stimuler la motivation et l'engagement.
- Parallèlement, manifester ouvertement une volonté d'agir pour cultiver à la fois le désir et la motivation.
- Impliquer le gouvernement de l'entreprise et le top management pour motiver les équipes.
- Cultiver une notion d'exemplarité, à la fois en interne et en externe, en communiquant et en échangeant régulièrement autour des sujets RSE avec les différentes parties prenantes.
- Partager les valeurs de l'entreprise avec les clients et les fournisseurs, par exemple sous la forme de diagnostics et de questionnaires, pour inciter les fournisseurs et les clients à se positionner sur la thématique.
- Nommer des ambassadeurs de la RSE qui auront un rôle d'influenceur, notamment en matière de bonnes pratiques, au sein de l'organisation.
- Impliquer les fournisseurs à travers une Charte relations fournisseurs responsables.
- Intégrer la RSE dans les appels d'offres

Conclusion :

Beaucoup de thèmes ont été abordés au cours de cette saison, mais rares sont ceux qui ont eu un impact aussi significatif que celui de la RSE.

La RSE engendre des répercussions tant sur le plan financier, avec la possibilité de nouvelles missions, que sur l'identité de l'entreprise, questionnant ses valeurs et leur traduction dans la marque employeur.

Elle influe également sur le processus de recrutement et l'attractivité de l'entreprise, particulièrement en ce qui concerne les jeunes générations.

La RSE se présente comme un sujet doté d'un immense potentiel d'actions et mérite d'être saisi à bras le corps par les cabinets comptables.

SAISON #2 PROGRAMME

#1

Intelligence Artificielle :
opportunité ou menace
pour les cabinets ?

4 JUILLET 2023

#2

Maîtrise de la data
grâce à la facture
électronique : l'or noir
des cabinets

20 SEPTEMBRE 2023

#3

Management des
nouveaux talents :
le grand défi des
cabinets !

22 NOVEMBRE 2023

#4

Stratégie RSE :
comment embarquer
le cabinet dans une
stratégie RSE globale ?

24 JANVIER 2024

#5

Évolution du modèle
économique : quelles
nouvelles offres
de valeur pour les
cabinets ?

19 MARS 2024

LES MEMBRES DU COMITÉ STRATÉGIQUE



BAKER TILLY STREGO

Laurent Rivault

Associé, Expert-Comptable



BDO FRANCE

Laurent Lamoureux

Associé, Responsable métier
Expertise Comptable



ENDRIX

David Humbert

Président



EUREX

Alexandre Boutarin

Président



EY

Pascale Attia

Associée



PKF ARSILON

Frank Gledel

Président



SAFIGEC

**Jean-françois
Verstraete**

Président



SR CONSEIL

**Emmanuel
Larrazet**

Président



**+ DE DÉTAILS
SUR LE CERCLE**

CONTACTS



LIBEO

Pierre-antoine Glandier

Founder & CEO



LIBEO

Grégoire Cléry

Senior Team Lead CPA



LIBEO

Dania Saleh

Responsable Marketing



LOSAM

Lysiane Masset

Responsable de communauté