FORUM POUR L'INVESTISSEMENT RESPONSABLE

PAUVRETÉ ET DROITS HUMAINS

ANNEXE

UNE BOÎTE À OUTILS ÉVOLUTIVE POUR UN DIALOGUE ENTRE INVESTISSEURS ET ENTREPRISES

UNE BOÎTE À OUTILS ÉVOLUTIVE

Le thème de la pauvreté et des droits humains offre aux investisseurs un porte d'entrée pour mieux appréhender l'écosystème des entreprises dans lesquelles ils investissent. Cette prise en compte des différentes dimensions de la pauvreté considérées comme autant d'atteintes à l'accès aux droits humains, aide les investisseurs à questionner les entreprises sur leurs politiques de lutte contre la pauvreté ou d'évitement de la pauvreté dans laquelle pourraient basculer leurs parties prenantes par défaut d'anticipation.

Afin de proposer une boîte à outils aux investisseurs impliqués dans cette démarche d'engagement actionnarial avec les émetteurs, sept champs d'action ont été retenus pour bâtir l'ossature d'un dialogue efficace. Ces champs d'action sont déclinés en thèmes principaux voire en indicateurs, illustrés par des exemples de bonnes pratiques d'entreprises et d'investisseurs.

Les investisseurs, soucieux de saisir les leviers d'action des entreprises pour lutter contre la pauvreté, ont à considérer en priorité les enjeux suivants classés selon sept champs :

I. Cartographie des pays et des secteurs dans lesquels l'entreprise exerce son activité

II. Analyse de la politique de ressources humaines

III. Évaluation de l'impact des produits et services sur les clients

IV. Étude des pratiques fiscales et de la politique de lutte contre la corruption

V. Compréhension de la chaîne d'approvisionnement et des relations avec les fournisseurs

VI. Appréhension de la contribution au développement des territoires d'implantation

VII. Contrôle de la prise en compte des dimensions de la pauvreté dans la gouvernance

Pour chacun de ces sept champs, les informations présentées ne prétendent pas à couvrir l'exhaustivité des thèmes mais offrent une sélection de sujets d'attention retenus en fonction de données saillantes des différentes dimensions et caractéristiques de la pauvreté, rappelées dans la première partie.

Avertissement aux lecteurs

Cette boîte à outils se veut évolutive. Les entreprises et les investisseurs sont invités à l'enrichir par des bonnes pratiques qui peuvent stimuler la réflexion, encourager l'adoption de programmes d'action, favoriser les échanges. L'objectif est d'apporter une modeste contribution à une ambition partagée et résolue : la lutte contre la pauvreté. « L'éradication de la pauvreté est le plus grand défi est confronté le monde aujourd'hui et une condition indispensable pour parvenir à un développement durable ».
(ONU, Résolution 2009)

SOMMAIRE DES SEPT CHAMPS D'ACTION

1 Cartographie des pays et des secteurs dans lesquels l'entreprise exerce son activité *page 3*

- Données sociales, économiques, démographiques, droits humains par pays
- Dialogue social
- Salaire vital / travail décent
- Protection sociale
- Impact de l'activité de l'entreprise sur les enfants
- Place des femmes (salariés / fournisseurs / communautés)
- Gestion de la chaîne d'approvisionnement

2 Politique de ressources humaines *page 11*

- Dialogue social / Satisfaction des salariés
- Égalité femmes / hommes
- Employabilité
- Illectronisme
- Accès à la santé / Couverture sociale
- Accès à la culture
- Passerelles avec les jeunes générations
- Respect mutuel et croisement des savoirs
- Intégration des migrants / réfugiés
- Sensibilisation aux droits humains

3 Impact des produits et services sur les clients *page 21*

- Nature de l'offre de produits et de services
- Accès aux produits et aux services
- Marketing responsable

4 Analyse des pratiques fiscales et de la politique de lutte contre la corruption *page 25*

Pratiques fiscales

- Existence d'une Charte de responsabilité fiscale
- *Reporting* fiscal

Politique de lutte contre la corruption

- Répartition du chiffre d'affaires par pays
- Axes prioritaires de la politique anti-corruption
- Incidents ayant causé le non renouvellement de contrats

5 Relations avec les fournisseurs *page 29*

- Charte relations fournisseurs responsables
- Responsabilités vis-à-vis des sous-traitants et des fournisseurs
- Identification des risques et leviers d'action mis en place

6 Contribution au développement des territoires d'implantation *page 33*

- Implication auprès des communautés locales
- Création d'emplois et développement de compétences au niveau local

7 Gouvernance des entreprises : prise en compte des différentes dimensions de la pauvreté incluses dans les risques droits humains *page 37*

- Mécanismes de rattachement des différentes dimensions de la pauvreté aux droits humains
- Instances de décision impliquées

CHAMP 1

CARTOGRAPHIE DES PAYS ET DES SECTEURS DANS LESQUELS L'ENTREPRISE EXERCE SON ACTIVITÉ

Afin de mener au mieux leur démarche d'engagement avec les émetteurs, les investisseurs ont besoin d'informations approfondies relatives à leur modèle d'affaires et leur implantation géographique. Le croisement de ces informations avec les données établissant les différentes dimensions de la pauvreté ainsi que les catégories de population les plus vulnérables, offre une grille d'analyse utile à la prise de décision en matière d'investissement.

Données sociales, économiques, démographiques, droits humains par pays

Exemples de données / indicateurs

Démographie de la population.

Proportion d'hommes, de femmes et d'enfants vivant dans la pauvreté dans toutes ses dimensions.

Niveau de conformité nationale des droits du travail (liberté d'association et droits négociation) sur la base de sources textuelles de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) et de la législation du pays.

Situations d'« esclavages modernes » / Travail informel.

Bonnes pratiques d'entreprises

Body Shop (Royaume-Uni) : adoption de politiques pour prévenir, identifier et traiter toutes les formes d'esclavage moderne : mettre en œuvre des politiques et des processus qui clarifient les bonnes pratiques et les pratiques inacceptables ; adopter une approche de diligence raisonnable en matière de droits humains afin de concentrer l'attention sur les régions où les personnes sont les plus vulnérables à l'esclavage moderne ; former les travailleurs et les fournisseurs ; collaborer avec d'autres organisations et coalitions afin de partager les connaissances sur les risques émergents et sur la manière de les traiter ; communiquer et faire campagne pour accroître la sensibilisation du public aux risques et souligner comment les entreprises peuvent être une force motrice.

Casino : évaluation du risque lié au pays d'approvisionnement ou de fabrication du produit et de ses composés éventuels. Le groupe Casino a mis en place depuis plusieurs années une analyse des risques des pays dans lesquels les produits à marque propre sont fabriqués, qui a permis d'évaluer et de prendre en compte pour chaque produit les risques liés au pays de fabrication ou de provenance connue. Cette analyse des risques pays évalue et combine plusieurs indicateurs dont : le nombre de conventions fondamentales de l'OIT ratifiées par le pays ; l'Indice de Développement Humain (HDI) du Programme des Nations Unies pour le développement (UNDP) ; le pourcentage de travail d'enfant dans le pays selon l'Unicef ; la prévalence du travail forcé de l'OIT ; les Indicateurs de Gouvernance Mondiaux (WGI) de la Banque mondiale ; l'Indice de Performance Environnementale (EPI) des universités de Yale et Columbia. À cette analyse des risques pays menée par le groupe Casino, se sont ajoutés les indicateurs suivants : l'Indice SDG du *Sustainable Development Solutions Network* des Nations Unies (UNSDSN) ; l'Indice des droits dans le monde de la Confédération Syndicale Internationale (CSI) ; l'Indice de liberté dans le monde de l'ONG américaine Freedom House ; le Rapport sur la traite des êtres humains du Département d'État américain ; les résultats des audits sociaux ICS (*Initiative for Compliance and Sustainability*) menés dans chaque pays.

Michelin : description de l'empreinte mondiale de l'activité (lieux géographiques des sites, répartition des employés, ventilation des ventes par continent).

Bonnes pratiques d'investisseurs

Analyser le modèle d'activité des entreprises (zone géographique ; biens / services) au regard des grands enjeux du développement durable (économies en développement, évolution démographique, interconnectivité, santé et bien-être, changement climatique, surexploitation des ressources naturelles).

Recourir à des indicateurs tels que : indice mondial de la liberté de la presse publié par Reporters sans frontières, taux de criminalité pour cent mille habitants, part d'entreprises exposées à des demandes de versement de pots-de-vin au cours d'une année écoulée, qualité de l'administration publique établie par l'indice

CPIA (*Country Policy and Institutional Assessment*) de la Banque mondiale et facilité à mener des affaires.

Inclure, dans l'analyse des pays émergents, des « lignes rouges » relatives aux droits humains et mener une politique claire de non investissement en absence de transparence.

Conduire une politique d'engagement relative au UK / *Modern Slavery Act*.

Ressources

Freedom House : mesure de la liberté et de la démocratie d'un pays via son système électoral, son pluralisme politique, le fonctionnement de son gouvernement, l'État de droit, etc. https://freedomhouse.org

Fraser Institute : mesure de la liberté de l'Homme via l'absence de contraintes coercitives. https://www.fraserinstitute.org

Transparency International (CPI) : mesure de la corruption du secteur public. https://www.transparency.org

Bureau du Rapport mondial sur le développement humain « Au-delà des revenus, des moyennes et du temps présent : les inégalités de développement humain au XXIe siècle ». http://hdr.undp.org

OIT : Normlex, base de données sur les normes internationales du travail et la législation nationale. https://www.ilo.org

ONG FLEX (*Focus on Labour Exploitation*) / UK. https://www.labourexploitation.org/

OXFAM International : Le pouvoir citoyen contre la pauvreté. https://www.oxfam.org/fr

Action Tank Entreprise et Pauvreté : association dont l'objet est de favoriser le développement, par des entreprises, de projets économiquement soutenables ayant un impact sur la réduction de la pauvreté et de l'exclusion en France et susceptibles d'être déployés à grande échelle. https://www.at-entreprise-pauvrete.org/

Dialogue social

Exemples de données / indicateurs

Signature d'accords - cadres internationaux.

Mise en place d'un dialogue social parmi les employés et les fournisseurs.

Participation reconnue des personnes en situation de pauvreté dans les discussions et négociations.

Bonnes pratiques d'entreprises

Accor : nombre d'accords collectifs signés par année, par pays et thèmes couverts (rémunération ; diversité & mixité ; protection sociale ; développement des compétences ; santé & sécurité ; conditions de travail et temps de travail ; dialogue social ; outils & process digital ; autres thématiques).

BNP Paribas : accord droits fondamentaux et socle social mondial de BNP Paribas 2018 signé avec UNI Global Union. Manifeste de l'engagement 2020.

Decathlon : déploiement local de l'exercice mondial de vision 2030 confié à des délégations de 230 salariés (coéquipiers/ères). 94 % des collaborateurs prennent des décisions sur les sujets qui les concernent et en mesurent les conséquences. Création de trois plateformes d'intelligence collective pour co-construire les exercices de vision.

Orange : accord groupe monde sur l'égalité professionnelle signé avec UNI Global Union. Objectif de l'accord : renforcer l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, l'équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle, ainsi que la lutte contre les discriminations et les violences dans les 26 pays où le groupe est présent.

Solvay : convention collective Solvay Cares, signée avec l'organe mondial de représentation du personnel, le Solvay Global Forum, grâce à laquelle 100% des collaborateurs sont couverts par des conventions collectives. Garantie des mêmes conditions de travail et des mêmes droits à tous les employés du groupe opérant dans le monde. Indicateur sur le pourcentage de salariés syndiqués par continent.

Bonnes pratiques d'investisseurs

Mettre en place des indicateurs relatifs au dialogue social, aux conditions de travail, à l'égalité des chances, à l'équité entre les femmes et les hommes, à la formation des employés, à la liberté syndicale.

Ressources

A Trade Union Take on the SDGs: Rapport 2019 Trade Union Development Cooperation Network (TUDCN) / International Trade Union Confederation (ITUC).

OIT : Déclaration de principes tripartite sur les entreprises multinationales et la politique sociale - 5ème édition (mars 2017).Références à la Déclaration sur les EMN dans les accords - cadres internationaux, 2mars 2020.

Salaire vital / travail décent

Exemples de données / indicateurs

Définition et méthode de calcul retenues.

Description des indicateurs de suivi et d'évaluation.

Bonnes pratiques d'entreprises

ASML (Pays-Bas) : méthode interne pour définir, calculer et mettre en œuvre un salaire vital.

Body Shop (Royaume-Uni) : définition du travail décent : « Un travail qui procure un revenu équitable, la sécurité sur le lieu de travail, la protection sociale, des perspectives de développement personnel et d'intégration sociale, la liberté pour les personnes d'exprimer leurs préoccupations, de s'organiser et de participer aux décisions qui affectent leur vie. Il offre également l'égalité des chances et de traitement pour toutes les femmes et tous les hommes ».

Groupe PSA : comparaison entre le salaire minimum pratiqué par le groupe et le salaire minimum légal du pays.

Legrand : publication de l'indicateur social : % des effectifs non-managers dans le monde au salaire minimum.

Michelin : démarche visant à vérifier que tous les salariés du Groupe disposent d'une rémunération qui leur permette de satisfaire leurs besoins et ceux de leur famille. Méthodologie d'analyse d'écart applicable à l'ensemble du Groupe.

Bonnes pratiques d'investisseurs

Apprécier l'exposition des entreprises au risque « salaire vital » et leur capacité à gérer ce risque. Analyser la politique définie par l'entreprise et sa stratégie ; évaluer la mise en œuvre ; assurer le suivi des résultats.

Conduire une approche sectorielle (par exemple les secteurs du textile, de l'alimentation et des semi-conducteurs).

Ressources

Platform Living Wage Financials: https://www.livingwage.nl

ShareAction: Urging companies to pay the real Living Wage. https://shareaction.org/living-wage/

Collectif Éthique sur l'étiquette. https://ethique-sur-etiquette.org/

Protection sociale

Exemples de données / indicateurs

Mesures de protection sociale mises en place pour assurer une couverture des personnes vulnérables et pallier les insuffisances des politiques publiques.

Bonnes pratiques d'entreprises

Legrand : déploiement du programme mondial de protection sociale « *Serenity On* ». Ce programme prend en considération les pratiques et les normes internationales les plus élevées pour s'assurer que tous les employés Legrand bénéficient du même niveau de protection sociale au delà des droits du travail et des politiques strictement nationaux qui offrent souvent des protections plus faibles. Ce dispositif s'articule autour de trois domaines clés : parentalité ; santé ; décès et invalidité.

Maroc Telecom (Maroc) : existence d'une couverture sociale des salariés dans tous les pays où l'entreprise est présente.

Solvay : garantie d'un minimum de prestations sociales pour tous les employés dans tous les pays.

Ressources

OIT : 'Bâtir une protection sociale universelle, c'est l'affaire de tous' (26 oct. 2020) par Michelle Bachelet, Olivier De Schutter et Guy Ryder. *« [...] Déjà avant le COVID-19, 69% de la population mondiale soit ne disposaient pas de couverture sociale ou n'étaient couvertes que partiellement. Environ deux tiers des enfants dans le monde n'avaient pas de couverture sociale, 22% seulement des travailleurs au chômage touchaient des allocations liées à leur situation et 28% seulement des personnes vivant avec un handicap sévère recevraient une indemnité financière. [...] ».*

Impact de l'activité de l'entreprise sur les enfants

Exemples de données / indicateurs

Actions pour détecter et mettre fin aux abus, à l'exploitation, à la traite et à toutes les formes de violence contre des enfants.

Actions mises en place pour remédier au travail des enfants.

Évaluation de l'impact des produits et services de l'entreprise sur la vie des enfants.

Bonnes pratiques d'entreprises

Accor : lutte contre l'exploitation sexuelle des enfants. Code de conduite élaboré en lien avec ECPAT (voir ci-dessous) et l'Organisation mondiale du tourisme : adoption de mesures pour lutter contre l'exploitation sexuelle des enfants (formation des collaborateurs ; information des voyageurs ; clauses spécifiques dans les contrats avec les fournisseurs).

Body Shop (Royaume-Uni) : Participation à la *Responsible Mica Initiative* (voir ci-dessous).

Club Méditerranée : engagement à respecter l'abolition effective du travail des enfants, l'âge minimum d'admission à l'emploi ne pouvant être inférieur à 15 ans, quelle que soit la législation locale (accord salariés Zone Europe Afrique).

Kering : lutte contre le travail des enfants : vérification de l'âge sur le fondement de documents d'identification officiels et de dossiers scolaires ; maintien de la scolarité encouragé dans la chaîne d'approvisionnement.

Telefónica (Espagne) : recours au guide MO-CRIA (UNICEF) pour évaluer l'impact des activités du groupe sur les enfants concernant notamment l'accès à des informations inappropriées ; la protection de la vie privée, des données personnelles et de la réputation ; l'usage de produits et de services ; le marketing et la publicité inappropriés ou les conditions d'emploi qui peuvent violer les droits des jeunes travailleurs.

Bonnes pratiques d'investisseurs

Organiser des visites non programmées sur les sites de production (ou de vente) dans les pays émergents et à leur frontière. Exiger d'avoir accès à des résultats d'audits externes pour les pays à risque.

Mener une revue des pratiques des entreprises engagées sur la thématique du « travail des enfants dans l'industrie du tabac et du cacao », afin d'évaluer leurs progrès et d'identifier les évolutions majeures dans leurs pratiques.

S'engager avec les entreprises de sourcing (cobalt, par exemple).

Ressources

Guide publié par UNICEF et *Norges Bank Investment Management* (NBIM) : Guide pour aider les entreprises à garantir les droits des enfants dans les chaînes d'approvisionnement.
https://www.unicef.fr/article/unicef-et-nbim-publient-un-guide-pour-aider-les-entreprises-garantir-les-droits-des-enfants

UNICEF, *The Global Compact*, *Save the Children* : Principes régissant les entreprises dans le domaine des droits de l'enfant (2012). https://www.unicef.org/fr

ECPAT (*End Child Prostitution, Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes*) : réseau mondial d'organisations œuvrant pour mettre fin à l'exploitation sexuelle des enfants. https://www.ecpat.org/

MO-CRIA: Guide to using the child rights impact self-assessment tool for mobile operators.
https://www.unicef.org/csr/files/Guide_to_the_MOCRIA_English.pdf

Responsible Mica Initiative (RMI) : Lancée en 2018, en Inde ce sont plus de 80 villages et 5 800 foyers qui bénéficient déjà aujourd'hui de programmes. Plus de 30% des enfants de ces villages sont retournés à l'école et environ 5 500 foyers ont été reliés à un programme de santé et d'assurance.

Place des femmes (salariés / fournisseurs / communautés)

Exemples de données / indicateurs

Appréciation de la représentation des femmes et des filles au sein des parties prenantes de l'entreprise.

Adoption si besoin de programmes dédiés (éducation, formation, santé, lutte contre les violences, droits humains, autonomie, accès au financement ou aux terres, vie familiale / vie professionnelle) élaborés avec les femmes.

Bonnes pratiques d'entreprises

Body Shop (Royaume-Uni) : investissement à long terme dans l'éducation auprès des communautés ghanéennes productrices de karité. Donner aux femmes les moyens de défendre leurs droits.

Coop de France : (représentation unifiée des coopératives agricoles, agroalimentaires, agro-industrielles et forestières françaises) : « Les Elles de la Coop », association d'administratrices de coopératives dont l'objectif est de susciter des engagements chez les agricultrices après avoir identifié les principaux points de blocages liés au contexte de la coopération agricole ou aux individus eux-mêmes.

Hero Motocorp Autos (Inde) : grande importance accordée à l'autonomisation des femmes, tant par leur offre de produits qu'au sein de leur politique salariale. Hero Motocorp emploie plus de 1 000 femmes dans le cadre de son « Projet Tejaswani' Initiative ».

Uniqlo (Fast Retailing Group), (Japon) : déploiement au Bangladesh, d'un programme mené en partenariat avec ONU Femmes. Assurer une formation de base à des travailleuses et travailleurs sélectionnés dans chaque usine, traitant d'aquis de compétences en matière de communication et de résolution de problèmes, d'égalité des sexes, de santé professionnelle et féminine et des droits et responsabilités des travailleurs.

Bonnes pratiques d'investisseurs

Demander aux entreprises de mettre en place une politique d'égalité des sexes au niveau du top management et du board.

Lancer un fonds d'investissement pour l'égalité entre les femmes et les hommes.

S'engager avec les entreprises qui recourent principalement au travail des femmes (par exemple avec les entreprises du textile et de la grande distribution sur les conditions de travail au Bangladesh).

Reverser un pourcentage du chiffre d'affaire à des ONG et à des projets locaux, engagés dans la formation, l'éducation, et le financement d'entreprises gérées par des femmes dans les pays pauvres.

Dédier des critères de l'analyse à l'égalité entre les femmes et les hommes définis et évalués en partenariat avec des ONG.

Ressources

Déclaration et Programme d'action de Beijing, 1995 Quatrième Conférence mondiale sur les femmes « La persistance de la pauvreté, qui pèse de plus en plus sur les femmes ».

Principes d'autonomisation des femmes (*Women's Empowement Principles*) établis par le Pacte mondial des Nations Unies et ONU Femmes. Ces principes proposent des conseils aux entreprises sur la manière de promouvoir l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes sur le lieu de travail, sur le marché du travail et dans la communauté. https://www.weps.org/about

Gestion de la chaîne d'approvisionnement

Exemples de données / indicateurs

Adoption d'un code de conduite des fournisseurs visant à garantir un salaire minimum vital.

Mécanismes d'identification des risques d'esclavage, de travail forcé ou sous contrainte et autres risques liés aux droits de l'homme dans le cadre des activités et de la chaîne d'approvisionnement.

Mécanismes de réparation et de résiliation pour les fournisseurs non conformes.

Bonnes pratiques d'entreprises

H&M (Suède) : rupture progressive avec un fournisseur chinois accusé d'exploiter des travailleurs ouïghours.

Michelin : déploiement de l'application Rubberway® pour cartographier, en collaboration avec ses fournisseurs, les pratiques RSE des différents acteurs de sa chaîne d'approvisionnement en caoutchouc naturel. Le groupe prévoit de cartographier 80 % des volumes de caoutchouc naturel achetés d'ici 2021. Les résultats collectés grâce à cette apllication sont partagés avec les fournisseurs et sont utiles à la préparation de plans de progrès.

Bonnes pratiques d'investisseurs

Évaluer la politique et la stratégie de l'entreprise (niveau de connaissance de sa chaîne de fournisseurs ; mention de la notion de salaire vital dans son code de conduite ; cohérence de ses pratiques avec les standards nationaux et internationaux ; évidence d'une stratégie de salaire vital ; mise en place d'une méthodologie de calcul du salaire vital).

Mener des campagnes concernant l'amélioration des conditions de travail des fournisseurs (par exemple auprès d'entreprises du secteur technologique).

CHAMP 2

POLITIQUE DE RESSOURCES HUMAINES

Les informations sélectionnées ci-dessous ciblent les principales catégories de population touchées par la pauvreté : les personnes peu qualifiées, exclues des nouvelles technologies, privées de l'accès aux soins ou à la culture, les chômeurs de longue durée, les familles monoparentales, les femmes, les jeunes ou encore les migrants.

Dialogue social / Satisfaction des salariés

Exemples de données / indicateurs

Qualité du dialogue social (accords et participation des salariés).

Enquête de satisfaction et d'engagement des salariés.

Bonnes pratiques d'entreprises

Michelin : Dans le cadre de l'étude mondiale annuelle « Avancer ensemble, votre avis pour agir », tous les salariés expriment leurs aspirations et leur ressenti. Indicateur = taux d'engagement. Nombre d'accords d'entreprise signés dans le monde avec représentants du personnel.

WPP (Royaume-Uni) : outils d'évaluation mis en place par le plus important réseau d'agences de publicité et de communication au monde afin d'apprécier la qualité de dialogue social et les relations du travail : nombre de consultations avec les comités d'entreprise ; nombre d'affaires portées devant les tribunaux et nombre de cas résolus ; création au Royaume-Uni de la « *People Forum* » initiative qui permet au conseil d'administration de recueillir les points de vue des représentants des salariés. Initiative visant à être également déployée en Inde.

Bonnes pratiques d'investisseurs

Prendre en compte le dialogue social à travers des indicateurs spécifiques (respect du droit du travail, % d'employés couverts par des accords collectifs, santé et sécurité).

Analyser au sein de l'indicateur « controverses » des entreprises les sujets liés dialogue social, aux droits humains, à la santé et sécurité au travail.

Ressources

OIT : le dialogue social comprend toutes les formes de négociation, de consultation et d'échange d'informations entre les représentants de ces groupes au sujet des politiques économiques et sociales et des politiques du travail.

CESE : Avis : Combattre l'isolement social pour plus de cohésion et de fraternité (2017). Préconisation pour le monde du travail : « Prendre en compte la thématique de l'isolement social dans les enjeux du dialogue social et les pratiques managériales et en faire une des finalités de la RSE ».

Égalité femmes / hommes

Exemples de données / indicateurs

Égalité des salaires et de l'évolution des parcours professionnels à compétences égales entre les femmes et les hommes.

Formations dédiées aux femmes (confiance en soi, participation, prise de parole).

Accompagnement des familles monoparentales (inclusion, équité salariale) et prise en compte de leurs contraintes.

Accompagnement des aidants (enfants / parents âgés) .

Bonnes pratiques d'entreprises

Alstom : politique volontaire d'égalité entre les femmes et les hommes. Indicateurs : part de femmes dans l'effectif ; part de femmes cadres et ingénieures ; part de femmes chez les cadres dirigeants et hauts responsables ; part des femmes ayant suivi des formations.

EDF : selon accord 2019 mis en place à 100%, les salariés bénéficient de congés pour aider un proche ou s'occuper d'un enfant malade. Dispositif solidaire pour les aidants sans perte de salaire et plate-forme téléphonique d'accompagnement en cas de difficultés psychologiques ou administratives.

Le Bon Coin : lancement d'un programme de découverte des métiers du numérique et d'initiation au code dédié aux femmes. Objectifs : intégrer davantage de femmes dans les équipes techniques et créer un environnement de travail plus inclusif.

Legrand : insertion professionnelle de jeunes femmes issues de quartiers défavorisés, dans les métiers industriels en partenariat avec la Fondation Agir Contre l'Exclusion de Seine-Saint-Denis.

Bonnes pratiques d'investisseurs

Participer à des campagnes d'engagement actionnarial sur le thème de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes.

S'associer avec d'autres investisseurs internationaux pour cosigner une déclaration commune envoyée à plus de 1000 entreprises. L'objectif est de les engager en faveur de l'égalité entre hommes et femmes par la signature des *Women's Empowerment Principles* des Nations Unies.

Porter une attention particulière au ratio d'équité entre les hommes et les femmes.

Veiller au respect d'un seuil de 40% de femmes au conseil d'administration des entreprises dans le cadre de la politique de vote.

Rejoindre des initiatives telle le « 30% Club Investor Group » qui vise à promouvoir la présence de au moins 30% de femmes au sein des comités de direction. Initiative lancée en Australie, Brésil, Canada, Japon, Royaume-Uni et France.

Ressources

Index égalité femmes-hommes des entreprises (Ministère du Travail). https://travail-emploi.gouv.fr/

Pour la programmation 2014-2020 des fonds européens structurels et d'investissement (FESI), le « principe d'égalité entre les femmes et les hommes » retenu par la Commission européenne.

AG2R La Mondiale propose aux entreprises une formation pour les managers : enrichir les pratiques managériales et relationnelles vis-à-vis des salariés aidants.

ORSE : Le Guide à destination des entreprises sur les aidants familiaux et proches aidants. https://www.orse.org/

La Grande École du Numérique : lancée en 2015 par le gouvernement, la GEN est un réseau de centaines de formations aux métiers du numérique. La GEN s'implique dans plusieurs associations et collectifs et soutient notamment les initiatives visant à attirer et former plus de femmes aux métiers du numérique.

Employabilité

Exemples de données / indicateurs

Gestion prévisionnelle des emplois et des compétences pour les salariés les moins qualifiés (nombre d'heures de formation dont bénéficient notamment les salariés les moins qualifiés, accompagnement sur la durée, valorisation des savoir-faire des salariés les plus modestes qui ne doivent pas être stigmatisés).

Bonnes pratiques d'entreprises

Casino : dispositifs déployés par les enseignes du groupe à destination des collaborateurs peu qualifiés tels que le certificat de connaissances et de compétences professionnelles « Cléa » qui s'adresse à des personnes n'ayant pas de certification professionnelle. Indicateur : nombre de collaborateurs ayant obtenu une certification Cléa.

Groupement U : ULOG, l'entité prestataire logistique qui représente près de 80% de l'effectif, a créé « l'Observatoire des métiers ». Développer la polyvalence qui permet à chaque collaborateur volontaire de diversifier son activité et ainsi de diminuer la pénibilité au poste de travail, tout en ouvrant une perspective d'évolution de carrière et de salaire pour le plus grand nombre.

Groupe PSA : nombre d'heures moyen de formation par salarié, par catégorie socioprofessionnelle et par sexe.

Hermès : respect de la diversité des profils dans le recrutement des collaborateurs (embauche de demandeurs d'emploi longue durée, séniors, mise en place de tests d'aptitude au lieu de CV…).

Legrand : vérification par un tiers indépendant d'indicateurs parmi lesquels : « nombre d'heures de formation par collaborateur » ou « pourcentage des effectifs non-managers au salaire minimum ».

Bonnes pratiques d'investisseurs

Intégrer l'employabilité comme axe structurant de la politique d'engagement.

Investir en titres auprès d'entreprises solidaires d'utilité sociale visant prioritairement des axes d'intervention tels que : l'habitat, la prévention santé, le retour à l'emploi des personnes qui en sont éloignées et l'aide aux aidants.

Illectronisme (ou absence de capacité / compétence numérique)

Exemples de données / indicateurs

Programmes dédiés à la lutte contre la fracture numérique auprès des salariés les plus éloignés des technologies numériques (montants consacrés, fréquence, évaluation).

Bonnes pratiques d'entreprises

Orange : nouvelle expérience d'apprentissage proposée par Orange Campus à l'ensemble des collaborateurs. Personnalisation des formations alliant des dispositifs courts de sensibilisation, voire d'approfondissement, à des cycles longs d'expertise ou de reconversion professionnelle, certifiants ou diplômants.

Michelin : travaux du Comité Médical Consultatif menés sur « l'impact de l'Intelligence Artificielle et de la Digitalisation sur les personnes ».

Schneider Electric : volonté de renforcer l'inclusion de la population d'ouvriers basés dans les usines et les centres de distribution, avec deux objectifs : 100 % des ouvriers doivent recevoir au moins 15 heures de formation par an ; parallèlement, 30 % des heures de formation des ouvriers doivent être digitales.

Ressources

Union européenne : 42% des citoyens ne possèdent pas les compétences numériques de base. Source : Publication par la Commission européenne des résultats de l'indice relatif à l'économie et à la société numérique (DESI), 11/06/2020.

France : en 2017, 19 % des personnes âgées de 15 ans ou plus et résidant en France (hors Mayotte) ne détiennent aucune capacité numérique (écarts selon âge, diplôme, genre) INSEE. (Voir première partie)

Accès à la santé / Couverture sociale

Exemples de données / indicateurs

Actions de prévention et dépistage de maladies notamment pour les salariés les plus démunis qui diffèrent les consultations médicales ou qui travaillent dans des pays où l'accès aux soins est difficile.

Mise en place de structures d'écoute et de dialogue (risques psychosociaux, difficultés au sein de la structure familiale, conseils d'ordre financier - accès aux aides par exemple).

Bonnes pratiques d'entreprises

Groupement U : mise en place d'une prestation de service social du travail pour : répondre à la demande des collaborateurs confrontés à des situations sociales variées ; traiter des thématiques extérieures à la sphère professionnelle (famille, budget, logement).

Michelin : mise en place de plans de santé qui protègent chaque employé, son conjoint et ses enfants, des conséquences financières potentiellement significatives d'une maladie ou d'un accident.

Solvay : déploiement de l'observatoire de l'équipement professionnel qui permet à l'entreprise d'identifier les principaux risques afin de définir les mesures de prévention. Principaux risques identifiés : charge de travail, qualité de la direction (reconnaissance, soutien), changements organisationnels. Observatoire déployé sur plusieurs zones géographiques.

Bonnes pratiques d'investisseurs

Considérer l'absence de politique de santé et sécurité des entreprises d'un secteur à haut risque comme l'une des « lignes rouges » dans le process d'investissement.

Dans l'analyse des entreprises, évaluer la mise en place d'objectifs pour améliorer la santé et la sécurité au travail.

Inclure l'accès à la santé systématiquement dans le processus d'investissement et dans les démarches d'engagement continues.

Envoyer des courriers à toutes les entreprises du portefeuille pour leur demander quelles mesures elles ont mises en place auprès de leurs salariés en cette situation de pandémie due au COVID.

Ressources

Observatoire des inégalités : Rapport sur les inégalités en France (2019). Logement, alimentation, accès aux soins et surtout pénibilité physique du travail: les conditions matérielles de vie ont des répercussions sur la santé et finalement sur la durée de vie. Chez les hommes, treize années séparent l'espérance de vie des 5% les plus pauvres (71,7 ans) des 5% les plus riches (84,4 ans). https://www.inegalites.fr/

Accès à la culture

Exemples de données / indicateurs

Mise en place d'actions facilitant l'accès à l'art et aux expressions culturelles qui augmentent les chances d'estime de soi, de participation, de cohésion, de promotion.

Bonnes pratiques d'entreprises

Crédit Mutuel Nord Europe, **CRITT M2A**, **EC3A Deplanque**, **Groupe La Poste**, **Hôtel Louvre-Lens**, **Netease**, **Monsieur Meuble Lens-Arras**, **Veolia** : entreprises, membres du Cercle Louvre-Lens, impliquées dans un partenariat entre le musée Louvre-Lens et Pôle Emploi. Initié en 2017, ce projet favorise l'insertion professionnelle des demandeurs d'emploi en utilisant le musée comme un outil de développement personnel. Il offre aux demandeurs d'emploi une autre approche du monde du travail, de la recherche d'emploi et de soi-même, à travers l'art et la créativité. Deux rencontres ont eu lieu en 2019 : un cycle « CV numérique » suivi par les jeunes demandeurs d'emploi et un cycle « CV dating » qui ont réuni les dirigeants des entreprises partenaires, des professionnels du musée et un conseiller Pôle Emploi. Les candidats se sont familiarisés avec les procédures de recrutement et la rédaction de CV en réalisant notamment le CV de grands personnages et artistes représentés dans la Galerie du temps du musée Louvre Lens. » Source : https://mecenat.louvrelens.fr/le-cercle-louvre-lens/

Groupe Poste Habitat : offre diversifiée de logements sociaux en favorisant l'accès des collaborateurs et des locataires à la culture et l'acccès des artistes à des solutions d'hébergement. Proposer ainsi des espaces de travail mutualisés en pied d'immeuble associant dynamiques économiques, sociales et culturelles. En partenariat avec le ministère de la Culture, Poste Habitat se mobilise contre toutes les formes de ségrégations culturelles particulièrement vives dans les quartiers prioritaires de la ville et dans les zones rurales.

Bonnes pratiques d'investisseurs

Inclure la culture dans les politiques d'investissement responsable. Proposer des produits et des services aux investisseurs et aux épargnants permettant de financer de nouvelles entreprises et des sociétés existantes qui toutes contribuent à l'amélioration de l'environnement ou créent une valeur ajoutée sociale ou culturelle.

Ressources

Conseil de l'Union européenne, Bruxelles, le 5 mars 2004 : Rapport conjoint de la Commission et du Conseil sur l'inclusion sociale, 5.5. Accès à la culture « Les politiques culturelles devraient être l'un des pivots de toute approche générale et multidimensionnelle relative à la prise en compte et la prévention de la pauvreté et de l'exclusion sociale. La participation à des activités culturelles est un mode essentiel permettant aux personnes et aux communautés de définir et développer leur propre identité, de communiquer, de se distinguer par rapport aux autres et de s'engager dans une relation d'échange symbolique. Ceci constitue dès lors un moyen pour les personnes de devenir des agents actifs dans la société démocratique. La promotion de l'accès et de la participation aux activités culturelles est donc un aspect de la construction d'une société favorisant l'intégration aussi fondamentalement important et valable que la promotion de la participation dans les domaines économiques et sociaux ou celui de l'emploi. Une caractéristique cruciale de l'activité culturelle par rapport à la politique sociale réside dans le fait que l'activité culturelle a un point de départ positif: la personne n'est pas considérée comme un problème, mais comme un atout potentiel et réel. »

Passerelles avec les jeunes générations

Exemples de données / indicateurs

Intégration (stages, formations, embauches) des jeunes dépourvus de diplôme ou décrocheurs.

Bonnes pratiques d'entreprises

Casino : adoption d'un accord appelé « transmission des savoirs » qui prévoit un pourcentage minimum de recrutements de jeunes et de seniors, un maintien à l'effectif d'un pourcentage donné de jeunes de moins de 26 ans, un parcours d'accueil spécifique « C Duo Génération » avec la mise en place d'un référent pour faciliter l'intégration des jeunes, ou encore un dispositif d'aide au logement pour les jeunes en alternance.

ENGIE : lancement de l'Académie des métiers de la transition énergétique et climatique, Centre de Formation d'Apprentis (CFA), âgés entre 16 et 30 ans. Objectifs : contribuer aux ambitions d'ENGIE d'atteindre 10% d'alternants dans ses effectifs en France d'ici 2021. Réaffirmer ainsi l'engagement du groupe en faveur de l'emploi et de l'inclusion des jeunes.

Hermès : accueil de jeunes issus de quartiers défavorisés en formation. En Seine-Saint-Denis où il est l'un des principaux employeurs, Hermès s'implique aussi dans la promotion des talents de ce territoire.

RATP : politique d'insertion des jeunes de 16 ans à 26 ans, peu ou pas diplômés. Grâce à des formations qualifiantes ou diplômantes, ces jeunes représentent environ 10 % des effectifs recrutés en Île-de-France.

Bonnes pratiques d'investisseurs

Generation Unlimited (GenU), un partenariat mondial multisectoriel visant à répondre au besoin urgent d'élargir, à une échelle sans précédent, les possibilités d'éducation, de formation et d'emploi pour les jeunes de 10 à 24 ans. Argumentaire d'investissement.

Ressources

UNESCO : lancement de l'Académie mondiale des compétences. L'initiative de l'agence onusienne vise à doter un million de jeunes de compétences en matière d'employabilité et de résilience et à les aider à trouver un emploi pendant la récession qui s'annonce, alors que les perspectives de travail s'assombrissent.
En 2016, 259 millions de jeunes étaient classés comme NEET (non scolarisés, ni en emploi ou formation), un chiffre qui aurait grimpé à 267 millions en 2019 et devrait continuer d'augmenter pour atteindre 273 millions en 2021. En termes de pourcentage, la tendance est aussi à la hausse – de 21,7 % en 2015 à 22,4 % en 2020.

Respect mutuel et croisement des savoirs

Exemples de données / indicateurs

Programmes d'écoute et d'inclusion invitant chaque salarié et encourageant les plus exclus à contribuer à la vie de l'entreprise en apportant des idées et des propositions provenant d'expériences de vie diversifiées et riches d'apprentissages pour leurs collègues.

Bonnes pratiques d'entreprises

Casino : adoption d'accords au sein du groupe dont l'objectif est de mettre en place des actions intergénérationnelles (formation, tutorat, accompagnement spécifique) à destination des jeunes de moins de 26 ans, d'une part, et des collaborateurs seniors, d'autre part.

Hermès : accord groupe en faveur de l'intégration professionnelle et du maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap. Quatre priorités : favoriser l'emploi et l'intégration de personnes en situation de handicap ; structurer une véritable politique de maintien dans l'emploi ; renforcer l'emploi indirect par la collaboration avec le secteur protégé et adapté et les travailleurs handicapés indépendants ; faire évoluer le regard au sein de l'entreprise par l'information et la communication.

Leroy Merlin : déploiement de la démarche « Vision ». Demander à tous les collaborateurs d'imaginer ce que sera demain l'entreprise (définir sa mission, choisir ses engagements…) et leur donner ensuite les moyens de l'inventer pendant les 10 années suivantes.

Michelin : tout au long de l'année et partout dans le monde, les employés sont invités à émettre des « idées de progrès » pour dynamiser les diversités et l'inclusion.

Paprec : mise en place, après consultation des salariés, d'une charte de la diversité et de la laïcité. Respecter chaque salarié dans la diversité de ses opinions, de sa culture, de sa formation ou encore de son âge sont autant de valeurs fondamentales pour Paprec. Rachat en 2019 de Résilience, une entreprise dont le but est d'insérer les personnes éloignées de l'emploi.

Bonnes pratiques d'investisseurs

Intégrer dans l'analyse et la sélection des entreprises, des critères comme l'épanouissement, l'autonomie de leurs collaborateurs, le « besoin de reconnaissance qui nourrit l'estime de soi ».

Ressources

« Travailler et apprendre ensemble » (TAE) : entreprise créée en 2002 par le mouvement ATD Quart Monde. TAE accueille en CDI une grande mixité de salariés dont des personnes considérées comme « très éloignées de l'emploi » avec pour objectif de co-construire une entreprise qui permet à tous de travailler dignement. Elle a ainsi développé avec l'ensemble des salariés une culture managériale très originale, cultivant à la fois l'épanouissement des personnes et l'efficacité de la production. TAE propose une formation à destination de tous les professionnels aspirant à innover dans leurs pratiques managériales (dirigeants, cadres, chefs d'équipe...). Parmi les entreprises qui ont suivi cette formation à TAE : Banque Populaire, Orange, Saint-Gobain, Société Générale, Thyssenkrupp, Suez, Veolia.

Intégration des migrants / réfugiés

Exemples de données / indicateurs

Programmes d'intégration (temps d'accueil et d'échanges, sensibilisation et écoute du management, cours de langue, apprentissages mutuels).

Engagement de promouvoir la transparence et la protection des travailleurs dans le processus de recrutement.

Bonnes pratiques d'entreprises

Burberry (Royame-Uni) : adoption d'une politique des travailleurs migrants : rappel des engagements de l'entreprise. À propos du contrat de travail : « Si le travailleur est analphabète, le contrat doit être clairement expliqué au travailleur dans sa langue maternelle et une version écrite doit lui être fournie, avec un délai d'au moins une semaine pour en examiner les termes ».

Groupe PSA : programmes d'insertion de réfugiés développés par le groupe dans le cadre du programme HOPE (accès à l'hébergement, cours de langue et certification professionnelle).

Maisons du monde : engagement de l'entreprise dans son code de conduite, de demander à ses fournisseurs si les contrats de travail des travailleurs migrants sont conformes à la législation locale.

Triodos (Pays-Bas) : coopération de la banque avec un partenaire externe afin d'attirer et d'employer des personnes éloignées du marché du travail tels des réfugiés.

Uniqlo (Fast Retailing Group) (Japon) : 1 - Embauche de réfugiés dans les magasins d'Uniqlo. Organisation de formations dédiées à l'accueil des réfugiés, à l'attention des directeurs et des employés des magasins. 2 - Programmes d'éducation auprès de milliers d'écoliers japonais afin de les sensibiliser aux difficultés rencontrées par les réfugiés dans leur vie quotidienne. Partenariat avec l'agence des Nations Unies pour les réfugiés (UNHCR).

Bonnes pratiques d'investisseurs

Exiger des entreprises qu'elles rendent compte de leurs risques d'esclavage moderne et de leur action pour le combattre.

S'associer avec les PRI (*Principles for Responsible Investment*) dans le cadre de leur plan d'action de *Finance Against Slavery and Trafficking*. Ce plan fournit un cadre d'action collective pour l'ensemble du secteur financier et des prestataires de services professionnels afin d'accélérer les actions visant à mettre fin à l'esclavage moderne et à la traite des êtres humains.

Ressources

Organisation internationale du travail, Principes généraux et directives opérationnelles concernant le recrutement équitable, 2019.

Sensibilisation aux droits humains

Exemples de données / indicateurs

Mise en place pour l'ensemble du personnel, de formations et ateliers dédiés aux droits humains pour favoriser la culture d'entreprise, renforcer la cohésion des équipes, combattre les discriminations et le harcèlement, assurer le respect des droits fondamentaux.

Bonnes pratiques d'entreprises

Apple (États-Unis) : adoption d'une politique en matière de droits humains (août 2020) : *"Respect for human rights shapes how we make our products and services. … We believe in the critical importance of an open society in which information flows freely, and we're convinced the best way we can continue to promote openness is to remain engaged, even where we may disagree with a country's laws."*

Club Méditerranée : accord d'entreprise relatif au respect des droits fondamentaux et à la mobilité transnationale des salariés du groupe (Zone Europe-Afrique).

EDF : signature en 2018 d'un nouvel accord-cadre mondial sur la responsabilité sociale du Groupe. Cet accord s'applique de plein droit à tous les salariés du Groupe. Engagement de « faire du respect des droits humains une condition préalable à toutes ses activités et ne tolérer aucune atteinte au respect de ces droits, ni dans ses activités, ni chez ses fournisseurs, sous-traitants et partenaires ». L'accord affirme que dans le cas d'un conflit de normes avec les lois applicables dans les pays dans lesquels le groupe EDF exerce ses activités, celui-ci s'attache à appliquer les dispositions les plus protectrices des droits humains. Ainsi, une convention collective a été signée en Chine avec le comité syndical d'EDF élu en Chine dans l'objectif d'améliorer les conditions de travail et l'emploi ainsi que le dialogue social.

Legrand : publication de l'indicateur social : % des effectifs couverts par une démarche d'amélioration continue en matière de droits humains.

Michelin : engagements en faveur des droits humains rappelés dans les documents de référence internes, traduits dans les principales langues de travail du Groupe et accessibles sur les sites intranet des entités Michelin de chaque pays.

Solvay : 96% des collaborateurs ont suivi la formation sur le Code de conduite rebaptisé Code de l'intégrité des affaires incluant la politique de droits humains du groupe.

Telia (Suède) : vigilance et études d'impact sur droits humains les plus matériels : anti-discrimination, droits des enfants, liberté d'expression, liberté des médias, droits du travail, égalité des sexes et vie privée.

Bonnes pratiques d'investisseurs

Mise en place de « lignes rouges » clairement définies, adossées à un processus de suivi pouvant mener à l'exclusion.

S'associer avec des organisations comme la FIDH (Fédération Internationale pour les Droits Humains) pour créer conjointement un fonds et mener ensemble des actions d'engagement auprès d'entreprises lorsque des manquements en matière de droits humains sont observés au cours de l'analyse.

Participer à des campagnes d'engagement collaborative sur les droits humains avec les entreprises (dans le secteur de la technologie, par exemple).

Ressources

FIDH (Fédération Internationale pour les Droits Humains) https://www.fidh.org/fr/

Amnesty International https://www.amnesty.org/fr/

Business and Human Rights Resource Center https://www.business-humanrights.org/fr/

Corporate Human Rights Benchmark https://www.corporatebenchmark.org/

Entreprises pour les droits de l'homme https://www.e-dh.org/

United Nations Global Compact https://www.unglobalcompact.org/

CHAMP 3

IMPACT DES PRODUITS ET SERVICES SUR LES CLIENTS

Les informations relatives à l'offre des produits et services proposés par l'entreprise, leurs conditions d'accès, les pratiques en matière de marketing, permettent aux investisseurs d'apprécier la cohérence entre les politiques de responsabilité sociétale des entreprises définies par les dirigeants et celles déployées sur le terrain.

Nature de l'offre de produits et de services

Exemples de données / indicateurs

Évaluation de la conformité des produits aux normes de responsabilité internationalement reconnues.

Nombre total d'incidents de non-respect des règlements et/ou des dispositions volontaires / codes concernant les incidences des produits et des services sur la santé.

Garantie de prix équitables pour tous les fournisseurs, en particulier pour les micro, petites et moyennes entreprises (MPME) et petits exploitants, pour leurs produits et services, en tenant compte des seuils de pauvreté.

Impact des produits et des services sur les populations les plus pauvres.

Bonnes pratiques d'entreprises

Bontoux : fournisseur d'ingrédients aromatiques naturels et d'huiles essentielles. Plus de 90% de matières premières naturelles achetées « à la source » dans 37 pays différents (2019). Accompagnement des fournisseurs locaux (82% sont des PE, 59% des TPE) tout au long du processus d'achat et de soutien dans les démarches (logistique, facturation, réglementation…). Réduction drastique des délais de paiement pour les jeunes entreprises.

EDF : l'accompagnement des populations les plus fragiles et l'accès à l'électricité constituent l'un des six Objectifs de Responsabilité d'Entreprise (ORE) d'EDF. Les 5000 conseillers d'EDF basés en France sont formés et mobilisés pour apporter aux clients en difficulté des solutions souples et adaptées, qu'ils soient pris en charge ou non par les acteurs sociaux de référence. En complément, près de 300 « experts dédiés solidarité » travaillent directement avec les travailleurs sociaux pour accompagner au mieux les clients les plus fragiles et les orienter vers les services sociaux compétents si nécessaire.

Groupe Bayard (éditeur de presse, livres et produits numériques) : adoption d'une ligne éditoriale ne stigmatisant pas les personnes en situation de pauvreté. Prix Louise Weiss attribé à une journaliste de La Croix pour son article « La route des Balkans » dans lequel elle partage l'itinéraire très fréquenté par les demandeurs d'asile voulant se rendre au nord de l'Europe. Publication par Astrapi (un magazine destiné aux 7-11 ans) du livret / BD pour dire « Stop aux idées fausses sur la pauvreté ».

Bonnes pratiques d'investisseurs

Analyser l'impact social de l'offre de produits de l'entreprise en lien avec les enjeux de développement durable des pays dans lesquels l'entreprise détient des marchés (démographie, climat, ressources naturelles, santé).

Exclure de l'univers d'investissement les activités liés aux jeux d'argent qui fragilisent les foyers les plus pauvres (dépendance et surendettement des joueurs).

Exclure les entreprises du secteur du tabac qui affecte la santé et notamment celle des populations les plus précaires qui sont plus à risque d'être consommatrices et ont un accès moindre à des soins de qualité.

Développer une méthodologie pour évaluer la contribution sociétale des produits et services en analysant notamment les questions d'accès et d'inclusion.

Ressources

Save the Children : l'ONG Save the Children dans son Rapport *Don't Push it* présente des « recommandations pour un changement radical au profit de millions d'enfants ». Elle appelle l'industrie des substituts du lait maternel[(*)] à s'engager publiquement à respecter le Code international de commercialisation des substituts du lait maternel et aux résolutions ultérieures adoptées par l'OMS. Elle appelle également les investisseurs à aider les entreprises à mieux se conformer aux règles et à leur demander de rendre des comptes. https://www.savethechildren.org.uk/

Accès aux produits et aux services

Exemples de données / indicateurs

Développement de produits et services adéquats, abordables et accessibles pour les populations à faibles revenus.

Accès à des ressources nécessaires pour profiter des bienfaits des produits et des services (financement, conseil, formation, terres…).

Bonnes pratiques d'entreprises

ENGIE : création en 2011, de la société d'investissement solidaire ENGIE Rassembleurs d'Énergies SAS, une filiale à 100% du groupe. Son objectif : favoriser l'accès durable à l'énergie des exclus du service dans les pays en développement, et lutter contre la précarité énergétique dans les pays développés en apportant un soutien technique et/ou financier à des projets portés par des entreprises sociales, des ONG, ou encore des Fondations.

Essilor : accès aux examens visuels et à un équipement optique de première nécessité pour les personnes en situation de précarité (jeunes défavorisés, réfugiés…).

Orange : objectifs d'inclusion numérique du groupe d'ici à 2025 : déployer une offre sociale dans chaque pays en Europe ; enrichir l'offre de smartphones à prix abordable en Afrique et au Moyen-Orient ; lancer une offre avec crédit affecté ou location de mobile et une offre avec mobile d'occasion.

The Guardian (Royaume-Uni) : modèle d'affaires du groupe de presse, fondé sur la contribution financière volontaire des lecteurs de sorte que les articles du Guardian restent accessibles à tous, quel que soit leur lieu de résidence ou leurs moyens financiers. Engagement du groupe selon lequel tous les lecteurs méritent d'avoir accès à des informations dont les faits sont vérifiés et à des analyses qui ont de l'autorité et de l'intégrité.

Bonnes pratiques d'investisseurs

Publier le pourcentage de questions attribuées à la « responsabilité des produits » lors des entretiens menés avec les entreprises dans le cadre de l'engagement actionnarial.

Contribuer aux initiatives visant à favoriser l'accès à une nutrition saine (*Access to Nutrition Initiative*) et aux soins médicaux (*Access to Medicine Foundation*).

Mener des démarches d'engagement avec les entreprises du secteur pharmaceutique et médical.

[(*)] *Six entreprises mondiales possèdent ensemble plus de 50 % du marché des substituts du lait maternel.*

Ressources

L'*Access to Nutrition Fondation* (NL), créée en 2013, héberge l'*Access to Nutrition Initiative* (ATNI) qui délivre le *Global Access to Nutrition Index* (Index d'accès à la nutrition). L'objectif de l'ATNI est d'encourager les entreprises à accroître l'accès à des produits sains et à exercer de manière responsable leur influence sur le choix et le comportement des consommateurs.

L'*Access to Medicine Foundation* (NL) a été créée en 2003 dans le but de stimuler l'industrie pharmaceutique à s'engager davantage pour les deux milliards de personnes qui n'ont toujours pas accès aux médicaments.

The Guardian: Why access to information needs to be central to the debate on poverty: "With full access to information, those in poverty become empowered to exercise their rights and hold governments to account".
https://www.theguardian.com

Marketing responsable

Exemples de données / indicateurs

Explication de la manière dont les entreprises protègent leurs consommateurs et utilisateurs finaux de tout impact potentiellement négatif de leurs produits, services et activités de marketing.

Communication d'informations suffisantes sur les produits pour permettre aux clients de faire des choix éclairés.

Campagnes de promotion responsables.

Bonnes pratiques d'entreprises

Casino : engagement pris d'afficher le Nutri-Score sur l'ensemble de ses produits à marque propre d'ici à 2021, soit environ 3 000 références, et 1 000 recettes vont également être retravaillées, afin de proposer des produits au profil nutritionnel optimisé. Logo coloriel classe les produits en cinq catégories de A à E, allant du produit le plus favorable sur le plan nutritionnel au moins favorable en prenant en compte la teneur en nutriments et aliments à favoriser (fibres, protéines, fruits et légumes) et en nutriments à limiter (énergie, acides gras saturés, sucres et sel).
Premier distributeur à utiliser Allergobox.com, plateforme web destinée aux consommateurs allergiques ou intolérants : 3300 produits Casino alimentaires sont renseignés dans la base de données pour permettre aux consommateurs de savoir si ces produits sont compatibles avec leurs restrictions alimentaires.

Essilor : engagement pris de communiquer, auprès de ses clients et consommateurs finaux, de façon claire et sincère sur les performances de ses produits et services, en conformité avec la réglementation. Indicateur : montant des amendes significatives encourues pour non-respect des lois et des réglementations concernant la mise à disposition et l'utilisation des produits et des services.

Fairphone (Pays-Bas) : commercialisatisation de téléphones éco responsables et équitables ayant un impact positif : longévité des produits électroniques, réduction des déchets électroniques, choix de matériaux équitables, amélioration des conditions de travail des employés du secteur éléctronique. Fairphone a co-fondé la Fair Cobalt Alliance, gérée par Impact Facility (voir ci-dessous).

Bonnes pratiques d'investisseurs

Prendre en compte les actions menées par les entreprises en matière de « marketing responsable » : écoute des parties prenantes, communication transparente, avertissement ou conseil sur l'utilisation des produits.

Développer l'engagement actionnarial avec les entreprises présentes dans les technologies : activités de sourcing du cobalt, addiction des publics jeunes à certains produits ou services numériques.

Intégrer ces sujets liés au « marketing responsable » à l'analyse de la gouvernance des entreprises.

Ressources

Fair Cobalt Alliance : plate-forme d'action qui invite toutes les organisations à se joindre à ses partenaires fondateurs pour investir dans l'amélioration des mines, l'éradication du travail des enfants et la diversification économique des communautés minières.

Impact Facility est une approche axée sur l'investissement pour renforcer l'autonomie des communautés minières artisanales. Les industries de l'électronique, de la technologie médicale, de la joaillerie sont toutes liées à l'exploitation minière artisanale. Plus de 40 millions de personnes travaillent dans des mines artisanales dans le monde entier. Jusqu'à 150 millions de personnes dépendent financièrement de ce secteur. Les vies des consommateurs sont plus confortables et plus connectées grâce à ce secteur. Pourtant, ceux dont les moyens de subsistance dépendent de l'exploitation minière artisanale, les mineurs et leurs familles, sont pris au piège d'un cycle de pauvreté.

UFC Que choisir : lancement d'une pétition (sept. 2020) avec le soutien de la FCPE (Fédération des Conseils de Parents d'Élèves), la PEEP (Fédération des Parents d'Élèves de l'Enseignement Public), Familles Rurales, la FFD (Fédération Française des Diabétiques), et le Réseau Environnement Santé. Appel à l'interdiction de publicité (diffusée via télévision et Internet) pour les produits alimentaires notés D ou E et destinés aux enfants : « les liens entre les niveaux alarmants d'obésité infantile, une alimentation déséquilibrée et le marketing sont désormais reconnus ».

CHAMP 4

ANALYSE DES PRATIQUES FISCALES ET DE LA POLITIQUE DE LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

La stratégie fiscale des entreprises qui s'inscrit pleinement dans leur politique de RSE, assure les investisseurs d'un point d'entrée essentiel pour accompagner les émetteurs dans leur effort de transparence et de civisme. Les données ci-dessous proposent quelques repères dans ce cheminement vertueux au service du bien commun.

PRATIQUES FISCALES

Existence d'une Charte de responsabilité fiscale

Exemples de données / indicateurs

Adhésion à des standards internationaux de responsabilité fiscale.

Charte accessible au public.

Rapport d'évaluation mis en place et actions de progrès.

Bonnes pratiques d'entreprises

Legrand : engagements de ne pas mettre en place de stratégies fiscales agressives déconnectées de la réalité opérationnelle ou de montages fiscaux artificiels. Veille permanente des différentes évolutions réglementaires les plus significatives. Conformité aux règles et lois applicables dans les principaux pays, et vérification de la conformité de la politique Groupe avec les règles de l'OCDE.

Telefónica (Espagne) : code de bonnes pratiques en matière de fiscalité. Partie du site Internet de l'entreprise dédiée à la conduite responsable des affaires et incluant une section sur « la transparence fiscale ».

Bonnes pratiques d'investisseurs

Mener une démarche d'engagement sur la responsabilité fiscale des entreprises du portefeuille (respect des fiscalités locales, absence d'optimisation agressive, transparence des comportements fiscaux par pays).

Prendre en compte systématiquement les politiques fiscales menées par les entreprises.

Participation à l'engagement actionnarial collectif des PRI (*Principles for Responsible Investment*) sur la fiscalité responsable.

Ressources

OCDE : Les Principes directeurs sont le premier instrument international de responsabilité des entreprises à traiter de fiscalité. « Il est important que les entreprises contribuent aux finances publiques des pays d'accueil en acquittant avec ponctualité les impôts dont elles sont redevables. Les instruments fiscaux génèrent des revenus qui contribuent pleinement au financement de l'éducation, des soins de santé, des infrastructures, d'énergies renouvelables, autant de ressources qui bénéficient à l'entreprise implantée dans les pays. »

FIR : Rapport d'engagement du CAC 40, Pratiques fiscales des entreprises : passer de la conformité à la responsabilité et ses sept recommandations, 2020.

Reporting fiscal

Exemples de données / indicateurs

Choix des indicateurs de suivi des politiques fiscales (taxes acquittées selon ventilation par pays / zone géographique) et publication.

Bonnes pratiques d'entreprises

Legrand : mise en place d'un *reporting* d'informations pays par pays conformément aux recommandations internationales. Ce *reporting* pays par pays permet au groupe de détecter d'éventuelles anomalies dans la charge d'impôt ou dans les répartitions de bénéfices.

Ubisoft : *reporting* annuel relatif aux implantations du groupe, présentant pays par pays : le chiffre d'affaires, le bénéfice avant impôts, les impôts acquittés et dus, les effectifs.

Telefónica (Espagne) : stratégie fiscale et *reporting* fiscal pays par pays disponibles sur le site Internet de l'entreprise : "*Responsible Business in Telefónica: Fiscal Transparency*".

Bonnes pratiques d'investisseurs

Adhérer aux 6ème et 7ème recommandations du FIR pour un civisme fiscal. « Un rapport de responsabilité fiscale est publié chaque année par l'entreprise, traduisant la mise en application des principes formulés dans la charte de responsabilité fiscale.
Ce *reporting* fiscal annuel peut faire l'objet d'une section spécifique de la DPEF. « Le *reporting* fiscal annuel détaille les impôts payés dans chaque juridiction ainsi que les éléments qui permettent de les mettre en perspective (revenu, profit, nombre de salariés…). Il mentionne les facteurs expliquant la différence entre taux d'imposition théorique et taux effectif. Le rapport permet également de mesurer les progrès accomplis et les obstacles rencontrés vis-à-vis des objectifs fixés par la charte, via une liste de KPIs préalablement définis.
Les informations fiscales sont publiées sous une forme intelligible et accessible aux non-fiscalistes (actionnaires, investisseurs, clients / consommateurs). » in 'Pratiques fiscales des entreprise : Passer de la conformité à la responsabilité', 2020.

Ressources

Fair Tax UK : le système de certification Fair Tax Mark, lancé en 2014, vise à encourager et à reconnaître les organisations qui paient le bon montant d'impôt sur les sociétés au bon moment et au bon endroit. *FairTax* opère en tant qu'entreprise sociale à but non lucratif et considère que les entreprises qui paient l'impôt de manière responsable doivent être célébrées et qu'il faut résister à toute course vers le bas. https://fairtaxmark.net/

POLITIQUE DE LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

Répartition du chiffre d'affaires par pays

Exemples de données / indicateurs

Croisement du CA réalisé par pays d'implantation et de l'indice de la corruption publié par *Transparency International*.

Bonnes pratiques d'entreprises

Accor : évaluation des risques et de leur niveau de contrôle réalisée sur la base de données externes (indice de perception de la corruption de Transparency International) et internes (présence internationale du groupe, remontées de la ligne d'alerte, auto-évaluation de contrôle interne, rapports d'audit…) ainsi que d'entretiens menés auprès de 135 dirigeants et collaborateurs du groupe dont les métiers couvrent de manière complète son activité.

Ressources

Transparency International France : Forum des Entreprises Engagées (FEE). Le FEE réunit en son sein des entreprises qui aspirent à l'adoption des meilleurs standards en matière de transparence et d'intégrité et qui partagent la vision du mouvement *Transparency International* d'«un monde dans lequel les gouvernements, la politique, les entreprises, la société civile et la vie quotidienne sont épargnés par la corruption ». EDF (répartition du CA par pays) et Pernod Ricard (répartition du CA par région), membres du FEE.

Axes prioritaires de la politique anti-corruption

Exemples de données / indicateurs

Référentiels / Charte / Code / Clause contractuelle.

Prévention (programmes de formation / déploiement / évaluation).

Bonnes pratiques d'entreprises

Essilor : cartographie au niveau du groupe des risques liés à la corruption, au blanchiment, à l'évasion et à la fraude fiscale.

Bonnes pratiques d'investisseurs

Évaluer les politiques anti-corruption mises en place par les entreprises avant d'engager le process d'investissement.

Prendre en compte, dans l'univers d'investissement, la manière dont les entreprises contribuent au financement des économies locales à travers une fiscalité responsable et en luttant contre la corruption.

Analyser la prévention de la corruption dans le cadre de l'« éthique des affaires ».

Exclure les entreprises évoluant dans des secteurs à risque et n'ayant pas mis en place de « *whistleblowing policy* ».

Ressources

Agence Française Anticorruption (AFA) : Publication d'un référentiel anticorruption à disposition des entreprises. Accompagnement pour faciliter l'appropriation de ce référentiel.

Incidents ayant causé le non renouvellement de contrats

Exemples de données / indicateurs

Nombre et description des incidents.

Actions mises en place pour y remédier.

Bonnes pratiques d'investisseurs

Exclure l'entreprise des fonds ISR en cas de violations graves des principes du Global Compact. Évaluation par le Comité d'exclusion : code de déontologie ; mesures déployées pour sa mise en application ; controverses associées ; consultation de parties prenantes.

CHAMP 5

RELATIONS AVEC LES FOURNISSEURS

Considérés comme l'un des piliers fondamentaux de l'analyse extra-financière, les fournisseurs et sous-traitants constituent un maillon essentiel de la chaîne de valeur des entreprises. Les informations mentionnées dans ce champ structurent un cadre d'analyse qui permet d'évaluer la conduite responsable des entreprises à l'égard de cette partie prenante exposée plus particulièrement aux réalités de la mondialisation.

Charte relations fournisseurs responsables

Exemples de données / indicateurs

Existence d'un engagement formel (référentiels internationaux).
Equité financière (respect des délais de paiement, risque de dépendance…).

Bonnes pratiques d'entreprises

Ecotone (ex **Wessanen**) : entreprise agroalimentaire et leader européen de l'alimentation biologique et durable (Bjorg, Bonneterre et Compagnie…) qui a mis en place avec ses fournisseurs trois niveaux de collaboration différenciés « Partner, Collaborative, Transactionnal » sur les plans opérationnel, relationnel, business et RSE. Tous les fournisseurs dès le niveau « Transactionnal » doivent être enregistrés sous Sedex (voir ci-dessous). Le niveau de collaboration le plus élevé, « les Partners », implique un engagement de long terme, c'est-à-dire supérieur à trois ans, une collaboration étroite incluant de la transparence, de la co-construction, de la proximité ainsi qu'une démarche RSE volontaire. Ce niveau de collaboration atteint 20% du chiffre d'affaires réalisé en sous-traitance. Objectif fin 2021 : 30%.

Michelin : signataire de la charte des « Relations Fournisseurs Responsables » le groupe s'est vu remettre, en 2019, au ministère de l'Économie et des Finances à Bercy, le Label Relations Fournisseurs et Achats Responsables. Ce label distingue les sociétés ayant fait la preuve de relations durables et équilibrées avec leurs fournisseurs. En parallèle, en avril 2019, Michelin a reçu une « attestation de maturité » de ses pratiques d'achats au regard de la nouvelle norme internationale ISO 20400 « Achats Responsables » qui reconnait les pratiques du groupe à un niveau probant.

Bonnes pratiques d'investisseurs

Dans l'analyse fondamentale des entreprises susceptibles de recevoir un financement, intégrer des critères incontournables tels que l'audit de la chaîne d'approvisionnement des entrepreneurs : s'assurer du respect des normes, effectuer des visites non programmées, s'informer sur la durée moyenne des relations avec les fournisseurs, procéder à des contrôles indépendants sur la sécurité des locaux.

Veiller, dans le secteur du commerce de détail, à ce que le soutien aux fournisseurs vulnérables soit pris en compte.

S'assurer de l'intégration par l'entreprise de critères sociaux dans la sélection de ses fournisseurs.

Exiger et contrôler les engagements de la part des entreprises (Chartes fournisseurs responsables) : analyse notamment des « relations durables » entre les émetteurs et leurs fournisseurs ainsi que des pratiques de travail de ces derniers.

Ressources

ISO 20400 : Achats responsables – Lignes directrices, fournit des recommandations aux organisations souhaitant intégrer la responsabilité sociétale dans leurs processus d'achat. Il s'agit d'une application sectorielle d'ISO 26000, Lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale, consacrée uniquement aux achats, en complément de la norme. https://www.iso.org

Label Relations Fournisseurs et Achats Responsables : ce label adossé à ISO 20400, s'inscrit dans le prolongement et la mise en application des 10 engagements pour des achats responsables définis par la Charte Relations Fournisseurs Responsables. Il vise à distinguer les organisations ayant fait la preuve de relations durables et équilibrées avec leurs fournisseurs. http://www.rfar.fr

Sedex (*Supplier Ethical Data Exchange*) : organisati on mondiale de commerce éthique, qui travaille avec les entreprises pour améliorer les conditions de travail dans les chaînes d'approvisionnement mondiales. Plateforme en ligne, outils et services pour aider les entreprises à agir de manière responsable et durable, à protéger les travailleurs et à s'approvisionner de manière éthique. https://www.sedex.com/about-us/

Responsabilités vis-à-vis des sous-traitants et des fournisseurs

Exemples de données / indicateurs

Répartition des achats par principaux postes et pays d'origines.

Estimation du pourcentage des achats réalisés avec des fournisseurs locaux (type de poste, zone géographique…).

Bonnes pratiques d'entreprises

Accor : achats référencés par famille (en %) ; répartition des volumes d'achats par catégorie de niveau de risque ; part des fournisseurs pour lesquels le process de gestion des risques éthiques et RSE est déployé.

Burberry (Royaume-Uni) : énumération des pays dans lesquels l'entreprise s'approvisionne pour la production de produits finis et de ceux dans lesquels sont situés les principaux fournisseurs de matières premières.

EDF : engagement à promouvoir auprès des fournisseurs l'accord-cadre mondial sur la responsabilité sociale du groupe et les conventions de l'OIT auxquelles il se réfère. La politique de développement durable du groupe précise qu'une attention particulière est portée au dialogue social et au respect des libertés fondamentales, aux groupes vulnérables (enfants, peuples autochtones), à la formation des forces de sécurité et au respect des engagements du groupe EDF par les fournisseurs, les sous-traitants et les partenaires en particulier dans les projets industriels.

Hermès : cartographie des risques par catégorie d'achats.

Legrand : nombre renseigné de fournisseurs monde et de ceux qui représentent 20% des achats totaux.
Formation et sensibilisation des personnes qui participent au processus d'achat : calendrier et déploiement de ces programmes pour les 30 pays qui représentent 98% des achats du groupe. Détail des pays.
Politique groupe concernant les minerais : identification de 25 catégories d'achats potentiellement exposées au risque des minerais provenant des zones de conflits.

Telefónica (Espagne) : pourcentage des achats réalisés avec les fournisseurs locaux.

Bonnes pratiques d'investisseurs

Considérer les fournisseurs et les sous-traitants comme une partie prenante de l'entreprise qui occupe une place fondamentale dans le processus d'investissement.

Structurer l'analyse autour de la maîtrise des risques (complexité, traçabilité, résilience), de la qualité des relations (qui doivent être non-abusives, surtout avec les petits fournisseurs) et de la responsabilité (politiques, évaluations et droits humains).

Ressources

Les chaînes d'approvisionnement en métaux rares, mai 2019. Étude de *Shareholders for change* et de Meeschaert AM.

Identification des risques et leviers d'action mis en place

Exemples de données / indicateurs

Accompagnement (ou sanctions) des fournisseurs et sous-traitants non respectueux des engagements pris par l'entreprise.

Bonnes pratiques d'entreprises

Casino : mise en place d'une politique rigoureuse et renseignée d'accompagnement des fournisseurs. Indicateurs : nombre d'usines actives situées dans les pays à risques fabriquant des produits à marque propre pour une des enseignes du Groupe et leur localisation ; audits sociaux réalisés dans les usines (nombre, pays de localisation, secteur, type d'audits...) ; alertes reçues suite aux audits (type, nombre, gravité...) ; plans d'actions correctives (nombre d'actions, mise en œuvre...) ; niveau de conformité des usines et leur évolution dans le temps. Le nombre d'audits permet de suivre la mise en œuvre de ces plans d'actions, le statut des usines de rendre compte de leur efficacité. Objectif : couvrir l'intégralité des usines par un audit ICS (*Initiative for Compliance and Sustainability*) de moins de deux ans.

Legrand : évaluation des progrès des fournisseurs identifiés comme risqués en termes de RSE (au moyen de « scorecards »).

Michelin : risques RSE des fournisseurs du groupe intégrés dans la cartographie des risques groupe. Audits documentaires, réalisés par un tiers indépendant, de fournisseurs en fonction des pays d'origine dont fournisseurs opérant dans pays à risques. Leviers d'action transverses parmi lesquels mise en place d'un médiateur client-fournisseurs (nombre de sollicitations par an).

Telefónica (Espagne) : membre de la *Joint Audit Cooperation* (JAC). Nombre de fournisseurs à risque évalués selon une méthodologie développée par un tiers indépendant ; nombre de fournisseurs faisant l'objet de plans de mesures correctives ; nombre de fournisseurs suspendus de relations d'affaires.

Bonnes pratiques d'investisseurs

Mener une politique d'engagement avec les entreprises visant à comprendre les pratiques existantes, promouvoir les meilleures, recommander des améliorations et mesurer les progrès. Exemple du salaire vital dans les secteurs du textile, de l'alimentation et des semi-conducteurs. Ou bien du travail des enfants dans les secteurs du tabac et de la production du cacao.

Évaluer la maîtrise de l'entreprise vis-à-vis de sa chaîne de sous-traitance, de l'équilibre dans les relations fournisseurs et des risques associés.

Valoriser les entreprises ayant mis en place des démarches effectives d'achats responsables et engageant un dialogue avec leurs sous-traitants en vue de faire progresser leurs pratiques en cohérence avec le développement durable.

En cas de violation grave ou répétée des principes du Global Compact, considérer la possibilité d'exclusion des émetteurs non responsables dans leurs relations avec leurs fournisseurs.

Ressources

JAC (*Joint Audit Cooperation*) : les membres de la JAC partagent leurs ressources et leurs meilleures pratiques pour développer la mise en œuvre à long terme de la responsabilité sociale des entreprises dans les différentes couches ou niveaux de la chaîne d'approvisionnement des TIC à l'échelle mondiale. http://jac-initiative.com/

AG2R La Mondiale : Quels sont les enjeux RSE pour les branches professionnelles du Pôle alimentaire ?

« Sous-traitance et fournisseurs : assurer la transparence et la traçabilité tout au long de la chaîne ; adopter des comportements d'achats responsables permettant la prise en compte des spécificités inhérentes à la production agricole (atomisation des structures de production, volatilité des prix, aspect cyclique de la production agricole, etc.) et le maintien de la durabilité économique des différents partenaires de la chaîne alimentaire ; rétribuer chaque maillon de la chaîne alimentaire à sa juste valeur en prenant en compte de manière équitable la valeur ajoutée apportée par chacun de ces maillons et en évitant les situations d'abus de pouvoir ou d'abus de position dominante sur un marché ; prévenir tout type de fraude, notamment celle portant sur l'usurpation de la nature, de l'identité et de la qualité des produits entre les fournisseurs et les acheteurs ».

CHAMP 6

CONTRIBUTION AU DÉVELOPPEMENT DES TERRITOIRES D'IMPLANTATION

Prévenir tout risque d'incidence négative sur les populations locales et accompagner ces dernières dans leur volonté de développement, constitue un axe de vigilance majeur pour les investisseurs. Les données ci-dessous mettent en lumière certains moyens d'agir des entreprises pour créer de la valeur et la partager au mieux dans leurs territoires d'implantation.

Implication auprès des communautés locales

Exemples de données / indicateurs

Identification de risques d'impacts négatifs liés à l'activité de l'entreprise (accès aux terres, respect du patrimoine culturel, travail / protection des enfants ...).

Actions pour remédier à ces risques : procédures de recueil des plaintes, plans d'action, démarches de dialogue.

Actions menées en faveur de la sensibilisation aux droits humains.

Montant des taxes et impôts versés.

Bonnes pratiques d'entreprises

Accor : engagement du groupe, fortement ancré dans la relation avec ses communautés et ses territoires, d'associer les communautés locales à son développement, mais aussi de les protéger des dérives du tourisme à grande échelle. Les enjeux clés du groupe sont la lutte contre l'exclusion, le soutien aux communautés, la lutte contre l'exploitation sexuelle, la solidarité, la protection des cultures et du patrimoine. L'action « Déployer le programme WATCH sur la protection de l'enfance » fait partie des 10 actions obligatoires de la feuille de route Planet 21 In Action. Les hôtels s'engagent dans cette action notamment en formant les équipes à savoir détecter et réagir en cas d'abus ou d'exploitation sexuelle des mineurs dans l'établissement.

Body Shop (Royaume-Uni) : programmes de sensibilisation et formations à l'attention des employés, des fournisseurs ou autres partenaires à renforcer leur capacité à reconnaître et à résoudre les problèmes liés aux violations des pratiq ues éthiques sur le lieu de travail, y compris l'esclavage moderne et la traite des êtres humains. Mise en œuvre d'audits participatifs impliquant une approche plus collaborative avec le fournisseur afin de partager une même compréhension des engagements en matière de droits humains et de concevoir ensemble les solutions à adopter (nombre d'audits participatifs conduits).

Michelin : adoption par le groupe, comptant parmi les premiers utilisateurs mondiaux de caoutchouc naturel, d'une politique d'approvisionnement durable qui intègre les principes de zéro déforestation, de préservation des terres et de respect des communautés concernées. Rédaction de principes d'actions visant à prévenir tout risque d'incidence négative envers les populations locales prenant en compte quatre cas de figure : lors de la construction d'un nouveau site industriel, lors de la marche courante d'un site, lors de la fermeture d'un site et lors de l'acquisition et la gestion de plantations d'hévéas. L'identification des risques d'impact négatif, la mise en place de plans d'action pour y remédier, le dialogue continu avec les parties prenantes alentours, la mise place d'un mécanisme de recueil des plaintes, le recrutement local prioritaire et la formation des populations locales font partie des principes clé de ce texte élaboré en consultation avec le WWF. Parmi les indicateurs publiés : nombre de jours de travail des salariés en faveur des communautés locales ; nombre d'emplois aidés ; mise en œuvre et résultat de l'impact des implantations Michelin sur les communautés locales.

Telefónica (Espagne) : communication du montant total des investissements réalisés dans les pays ; coûts salariaux par pays ; impôts payés dans les pays.

Telia (Suède) : publication de la répartition des impôts versés aux pays où l'entreprise opère.

Uniqlo (Fast Retailing Group) (Japon) : déploiement au Bangladesh, d'un programme mené en partenariat avec ONU Femmes. Assurer une formation de base à des travailleuses et travailleurs sélectionnés dans chaque usine sur les compétences de communication et de résolution de conflits, l'égalité des sexes, la santé professionnelle et féminine et les droits et responsabilités des travailleurs.

Bonnes pratiques d'investisseurs

Structurer l'analyse des entreprises autour de deux grands piliers que sont les relations avec les communautés et les relations avec les autorités publiques. Plusieurs thèmes sont pris en compte : relations socio-économiques, sécurité du site, accès aux produits / services, lobby et corruption. Ensemble, ces deux piliers permettent de déterminer l'impact global des opérations qu'une entreprise peut avoir sur une communauté locale, et sur la société au sens large.

Rendre compte de la part des sujets relatifs aux « communautés locales » lors des entretiens menés avec les entreprises dans le cadre d'un engagement continu. L'engagement continu a une double vocation : améliorer l'analyse sur les risques et opportunités auxquels les entreprises font face ; accompagner les entreprises dans l'amélioration continue de leur politique de développement durable à travers des entretiens avec les équipes dirigeantes.

Analyser l'impact des produits et services proposés par l'entreprise dans les territoires : prix, accessibilité, couverture, populations ciblées, % d'activités des entreprises liées aux biens et services correspondant aux thématiques durables suivantes : accès à l'information, renforcement des capacités, alimentation et nutrition, santé, infrastructure, finance responsable.

Considérer, dans l'analyse d'investissement, les interactions de l'entreprise avec les communautés locales ainsi que les procédures de résolution des conflits.

Évaluer la transparence des comportements fiscaux des entreprises par pays.

Exercer une vigilance quant au respect des droits des communautés locales par les entreprises.

Inciter les employés de la société d'investissement à participer à des initiatives de sensibilisation dans les pays émergents et convier les entreprises en portefeuille à y contribuer également.

Création d'emplois et développement de compétences au niveau local

Exemples de données / indicateurs

Part des salariés et des managers employés localement, ventilée par zone géographique.

Estimation du nombre d'emplois indirects localement créés.

Montants versés au titre des fondations d'entreprise ou des programmes de formation au bénéfice des populations.

Bonnes pratiques d'entreprises

Danone : création de « Danone Communities », un fonds de capital-risque qui investit dans les entreprises sociales. Offrir aux entrepreneurs sociaux innovants les moyens d'avoir un impact social durable, en leur fournissant des capitaux, une expertise technique et managériale, ainsi qu'un réseau de relations. Périmètre de 18 pays : nombre de personnes impactées (en millions) et nombre de litres d'eau potable vendus (en milliards).

Decathlon : en partant des écosystèmes des pays concernés, déploiement du projet « Finance contributive » qui évalue les impacts des sites Decathlon. Cette démarche permet de mesurer les contributions aux enjeux sociétaux de chaque territoire, comme la contribution à la croissance économique, à l'employabilité ou encore à l'amélioration du capital santé et, en conséquence, agir localement de manière adaptée aux enjeux identifiés.

Nombre d'empreintes de territoires effectuées au sein du groupe. Nombre de bénéficiaires en situation de fragilité pratiquant le sport grâce à l'engagement local des collaborateurs et au soutien de la fondation.

Essilor : nombre de partenaires Eye Mitra™, en Inde, créés pour fournir des services de soins de la vue à leurs communautés. Programme déployé en Indonésie, au Bangladesh, au Kenya et en Chine.
Apport aux populations de bénéfices sociaux et économiques concrets : améliorer la vision pour améliorer la vie (millions de personnes bénéficiaires) ; former prestataires de santé visuelle ; investir dans des programmes philanthropiques de santé visuelle (en millions d'euros).

Groupement U : soutien à l'économie et aux produits français conformément à l'ancrage local fondateur de la marque. Soutien aux filières agricoles et d'élevage. Signature de conventions avec collectivités locales françaises. Engagement à mener des actions communes en faveur de l'emploi local, de l'inclusion et de l'insertion par l'économique, notamment à destination des personnes issues des quartiers prioritaires.

Legrand : volonté de nouer des relations durables avec des ONG et d'autres organisations de ce type afin de maximiser les effets positifs pour les communautés. Nombre de pays dotés d'une politique caritive en place ; nombre de pays identifiés comme pouvant en mettre une en place. Montant du budget total alloué aux actions caritatives.

Michelin : objectif d'atteindre 80% de management local pour ses zones de croissance (Amérique du Sud, Asie du Sud-Est, Chine, Inde, Moyen-Orient, Russie). Volonté de privilégier l'émergence d'un management local hautement qualifié partout, dans le respect des cultures locales. Nombre de personnes ayant bénéficié des partenariats mondiaux et des programmes locaux déployés par l'entreprise (via salariés et fondation).

Orange : déploiement des *Orange Digital Centers* (ODC), un exemple de l'impact social au service de l'égalité numérique. Le groupe œuvre ainsi pour que chacun puisse bénéficier de programmes d'accompagnement adaptés à ses besoins. Implantation d'un *Orange Digital Center* dans chaque pays où le groupe est présent et dans chaque division opérationnelle en France. Cette action soutient le tissu numérique local en réunissant des programmes de formation et d'accompagnement pour les jeunes et les entrepreneurs. En matière de responsabilité et de contribution, mesure de l'empreinte à travers l'analyse de l'impact social, c'est-à-dire les effets directement imputables aux actions d'Orange en nombre d'emplois créés et de start-up accompagnées. Indicateurs communiqués. Création des « Maisons Digitales » (320 dans 23 pays) pour former les femmes sans qualification et sans emploi en Europe et en Afrique. Nombre de femmes formées (par dizaines de milliers).

Telefónica (Espagne) : publication de plusieurs données tels que achats auprès des fournisseurs locaux ; emplois directs générés (salariés) ; emplois indirects générés (salariés) ; part des salariés et des managers employés par pays et nombre d'heures de formation par employé par pays.

Bonnes pratiques d'investisseurs

Prendre en compte la promotion de l'emploi local par les entreprises.

Considérer le développement des territoires comme l'un des piliers de l'analyse des entreprises.

Analyser les impacts sociaux et économiques des activités des entreprises sur les communautés locales.

Étudier le transfert de technologies et de compétences dans les pays en développement.

CHAMP 7

GOUVERNANCE DES ENTREPRISES :

PRISE EN COMPTE DES DIFFÉRENTES DIMENSIONS DE LA PAUVRETÉ INCLUSES DANS LES RISQUES DROITS HUMAINS

De l'évaluation des principaux risques humains liés aux différentes dimensions de la pauvreté à leur prise en compte par les instances de décision, la gouvernance des entreprises est au cœur de l'engagement actionnarial. Elle est auscultée minutieusement par les investisseurs afin de garantir la détermination des dirigeants à agir contre le fléau de la pauvreté et la robustesse des moyens mis en œuvre.

Mécanismes de rattachement des différentes dimensions de la pauvreté aux droits humains

Exemples de données / indicateurs

Intégration dans le plan de vigilance.

Analyse de matérialité.

Inclusion de critères relatifs aux droits humains dans la rémunération variable des dirigeants.

Bonnes pratiques d'entreprises

Casino : après validation du Comité Devoir de vigilance, un questionnaire est envoyé aux filiales du groupe à l'international portant sur les risques droits humains suivants : travail d'enfants et jeunes travailleurs ; travail forcé ; discrimination ; non-respect de la liberté d'association ; non-respect du temps de travail ; non-paiement des salaires ; non-respect du salaire minimum légal et avantages ; santé et sécurité ; respect des communautés locales ; sécurité des produits ; droit à l'information.

Legrand : évaluation forte de la matérialité des « risques de non-respect des droits humains et fondamentaux au travail, en lien avec notre présence industrielle dans le monde ». Impact significatif sur le business.

Michelin : intégration dans le Plan de vigilance, de la famille des risques droits humains en lien direct avec les différentes dimensions de la pauvreté (discrimination, relations sociales, travail des enfants, corruption, impact sur les communautés locales, salaire décent, sécurité des produits…) détaillées dans les champs précédents du document.

Orange : intégration dans le Plan de vigilance des risques droits humains parmi lesquels on retrouve spécifiquement « Atteinte au droit de l'enfant à une éducation et un développement harmonieux : prohibition du travail des enfants, protection contre les contenus inadaptés à un jeune public ».

Schneider Electric : 1 - Dans le cadre du Plan de vigilance, évaluation des principaux risques droits humains liés aux actions du groupe en matière notamment de : « politique de diversité et d'inclusion ; politique globale de lutte contre le harcèlement ; équité salariale entre hommes et femmes ; programme de salaire décent ; politique globale en matière de congés familiaux ; apprendre tous les jours ». 2 - Intégration, dans la rémunération variable, des critères définis par le *Schneider Sustainability Impact* (SSI), programme de transformation du groupe et outil de pilotage du développement durable à l'horizon 2020. Le poids ce ces critères SSI est portée à 20% de la rémunération variable des dirigeants et de milliers de collaborateurs éligibles. Ces critères sont notamment liés à la politique des droits humains du groupe (respect, équité, dignité, diversité, inclusion, développement individuel, protection des personnes vulnérables contre l'exploitation…).

Bonnes pratiques d'investisseurs

Contribuer à l'*Investor Alliance for Human Rights*. Cette plateforme d'action collective pour l'investissement responsable se définit comme une organisation à but non lucratif qui se concentre sur la responsabilité des investisseurs de respecter les droits humains, les engagements des entreprises à adopter une conduite responsable des affaires, et les activités normatives soucieuses de politiques rigoureuses en matière d'affaires et de droits de l'homme. Elle réunit plus de 160 investisseurs institutionnels qui représentent un total de plus de 5 000 milliards de dollars d'actifs sous gestion et 18 pays.

Exiger que les entreprises du portefeuille aient mis en place une politique de formation, d'inclusion des diversités, de lutte contre le harcèlement, et de santé et sécurité au travail. Comparaison des bonnes pratiques mises en place avec les autres entreprises du même secteur et engagement auprès des entreprises du portefeuille.

En cas de violation grave ou répétée des principes du Global Compact, considérer la possibilité d'exclusion des émetteurs non responsables dans leurs relations avec leurs parties prenantes.

Exiger du gérant que soit mise en place une politique de rémunération des dirigeants, compréhensible, transparente et inclusive pour les employés.

Recommander d'inclure des critères extra-financiers pour évaluer la performance des dirigeants et déterminer leur rémunération variable, à court terme et à long terme. Ces critères extra-financiers doivent être établis de façon transparente et être pertinents au regard des enjeux ESG des émetteurs.

Soutenir plusieurs résolutions externes visant à inclure des critères extra-financiers liés aux enjeux sociaux dans la rémunération variable des dirigeants.

Ressources

« La gouvernance concerne la façon dont l'entreprise envisage et construit ses relations avec son environnement. La réflexion sur la contribution d'une entreprise à la lutte contre la pauvreté et au développement passe par la reconnaissance que l'entreprise est concernée, non pas en tant qu'acteur philanthrope, mais par son cœur de métier. Ceci engage une transformation des politiques sociétales : la priorité est à donner non seulement à la visée de la contribution au développement local, mais aussi aux moyens privilégiés de la mettre en œuvre compte tenu de la spécificité de l'activité de l'entreprise. » Cécile Renouard, 'Le secteur privé et la lutte contre la pauvreté', *Special Issue 2/2012 : Fighting poverty, between market and gift, The Journal of field actions*.

Instances de décision impliquées

Exemples de données / indicateurs

Évaluation par le conseil d'administration.

Engagements pris par le comité exécutif.

Constitution d'un comité des parties prenantes ou comité de mission.

Mise en place de comités dédiés aux droits humains ou aux questions relatives à l'inclusion.

Bonnes pratiques d'entreprises

Accor : cartographie des risques éthiques et RSE, établie par la direction des risques du groupe. Ses résultats sont présentés au Comité Ethique et RSE au sein du Conseil d'administration. Leur identification et leur évaluation sont réalisées par consolidation des cartographies des risques de corruption, d'incendie, d'atteinte aux droits humains et de santé-sécurité au travail.

Danone : première société cotée à revêtir la forme d'entreprise à mission, introduite par la loi PACTE en 2019. Création d'un Comité de mission indépendant, composé d'une dizaine d'experts éminents et qualifiés, pour évaluer la feuille de route et les progrès du groupe sur les objectifs sociaux et environnementaux inscrits dans la mission. Ces objectifs recouvrent quatre dimensions. Trois d'entre elles incluent les leviers de lutte contre les diverses manifestations de la pauvreté : 1 - Améliorer la santé grâce à des produits plus sains et des marques qui encouragent de meilleures habitudes. 2 - Construire le futur avec les équipes, en lien avec le modèle de gouvernance innovant du groupe « Une Personne, Une Voix, Une Action », qui donne à chacun des salariés le pouvoir d'avoir un impact sur les décisions de

l'entreprise. 3 - Promouvoir une croissance inclusive, en agissant pour l'égalité des chances au sein de l'entreprise, en accompagnant les acteurs les plus fragiles de l'écosystème de l'entreprise et en développant des produits du quotidien accessibles au plus grand nombre.

Decathlon : alliances multi-parties prenantes pour prévenir, détecter et éliminer toutes les formes de travail forcé. Engagement de vigilance sur trois sujets liés à l'esclavage moderne : le travail forcé : les employés des fournisseurs proposent leur travail ou leur service de leur plein gré, sans menace d'une peine quelconque ; le recrutement responsable par les fournisseurs : le recrutement, le transport, le transfert, l'hébergement ou l'accueil d'un travailleur migrant à des fins d'activité salariée se déroulent sans menace, sans recours à la force et sans contrainte ; la servitude pour dette : la personne ne dédie pas son travail ou son service à une suppression de dette.

EDF : engagement du Prédident d'EDF qui déclare : *« En tant que groupe solidement implanté à l'international, le groupe EDF a la volonté et la responsabilité de préserver la dignité humaine et de faire de l'offre d'emplois décents, la norme. [...] »* (Le Guide des droits humains à destination des PDG, WBCSD, juin 2019).

Michelin : 1 - Réunion annuelle du Comité des parties prenantes réunissant le comité exécutif et douze parties prenantes externes. 2 - Examen des questions relatives aux droits humains au sein d'un comité opérationnel pluridisciplinaire qui se réunit 8 à 10 fois par an. Il rassemble des représentants des directions développement et mobilité durables, achats, contrôle interne, audit & maîtrise des risques, relations sociales, affaires publiques, juridique, diversité. Il dresse un plan d'action annuel qui inscrit Michelin dans une démarche de progrès continu.

Novartis (Suisse) : formation sur les droits humains à l'attention notamment des membres du comité exécutif et des associés.

Schneider Electric : 1 - Suivi des politiques relatives aux droits humains et au développement des personnes. Schneider dispose de deux documents fondamentaux qui guident ses actions : ses Principes de Responsabilité et sa Politique Globale des Droits de l'Homme. 2 - Implication du conseil de la diversité et de l'inclusion, un groupe mondial de hauts dirigeants en provenance de tous les marchés et parrainé par le Comité exécutif. Il agit comme un organe de réflexion sur la stratégie mondiale de la diversité et de l'inclusion. Il existe également des champions internes et externes de la diversité et de l'inclusion. Les membres du groupe sont nommés par le Comité exécutif pour un mandat de deux à trois ans.

Solvay : nomination d'un Comité mondial sur les droits humains pour surveiller la mise en œuvre, la conformité et la formation sur la politique du Groupe en matière de droits humains.

Uniqlo (Japon) : comité Droits humains au sein du conseil en charge de la diligence raisonnable en matière de droits humains. Veiller à ce que les droits de l'homme soient respectés conformément à la politique des droits de l'homme du *Fast Retailing Group* (maison mère d'Uniqlo). Dans le cadre de ses responsabilités de conseil et de supervision, le comité enquête également sur les violations des droits de l'homme et met en œuvre des mesures d'accompagnement. Nombre de réunions du comité dans l'année.

SOURCES

Accor : Document d'enregistrement universel, rapport financier annuel, rapport intégré 2019

Alstom : Document d'enregistrement universel 2019/2020

ASML : *Integrated Report, 2019* et Rapport d'engagement AMUNDI AM, 2018

BNP Paribas : Accord droits fondamentaux et socle social mondial de BNP PARIBAS, 2018

The Body Shop : *Modern Slavery Statement*, 2019

Bontoux : Rapport annuel RSE 2019

Burberry : *Website Responsibility/ https://www.burberryplc.com*

Casino : Plan de vigilance du groupe Casino 2019. Document d'enregistrement universel 2019

Club Méditerranée SA : Accord relatif au respect des droits fondamentaux au travail et à la mobilité transnationale des salariés (Zone Europe Afrique), 2009

La Coopération agricole : *https://www.lacooperationagricole.coop/fr/*

Decathlon : Déclaration de performance extra-financière 2019

EDF : Document d'enregistrement universel 2019.

EDF Dispositif solidaire : *http://www.lamaisondesaidants.com*

ENGIE : Rapport inétgré 2020 / Communiqué de presse du 15 octobre 2020

Essilor : *https://www.essilor.com*

Fairphone : *https://www.fairphone.com/fr/*

Fast Retailing (Uniqlo) : *Sustainability Report 2020*

Groupe Bayard : Nos engagements *https://www.groupebayard.com/fr/*

Groupe Poste Habitat : Rapport d'activité 2019

Groupe PSA : Document d'enregistrement universel 2019 *https://site.groupe-psa.com/mulhouse/fr/*

The Guardian : *https://www.theguardian.com/news/2017/*

Hermès : Document d'enregistrement universel 2019/ Accord groupe en faveur de l'intégration professionnelle et du maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap 2020

H&M : *H&M Group statement on Xinjiang : https://hmgroup.com*

Kering : *Sustainability Principles* : *https://keringcorporate.dam.kering.com*

Legrand : Document d'enregistrement universel, 2019

Leroy Merlin : *https://www.leroymerlin.fr/magazine/*

Maisons du monde : Code de conduite

Michelin : Document d'enregistrement universel incluant le rapport financier annuel, la déclaration de performance extra-financière et le plan de vigilance, 2019

Novartis : *Modern SlaveryStatement (Under UK Modern Slavery Act 2015) Published: January 2020*

Orange : Rapport financier annuel. Document d'enregistrement universel 2019/ Rapport annuel intégré 2019

Paprec : Charte de la laïcité et de la diversité

Schneider Electric : Document d'enregistrement universel 2019

Solvay : *Beyond Progress* Rapport annuel intégré 2019

Telefónica : *Integrated Report – Consolidated Management Report 2019/ Site : Fiscal Transparency : https://www.telefonica.com/en/*

Telia : *Annual and sustainability report 2019/ Telia Company Group Policy Human Rights 2020*

Triodos Bank : Rapport annuel abrégé 2019

Ubisoft : Document d'enregistrement universel 2020

U Enseigne coopérative : Déclaration de performance extra-financière 2019

Wessanen (Ecotone) : Comment Wessanen transforme ses fournisseurs en partenaires ? 1er sept. 2020 *https://www.decision-achats.fr*

REMERCIEMENTS

Le FIR tient à remercier tout particulièrement la pilote du groupe de travail **Pascale Thumerelle**, présidente de Respethica, ainsi que ses membres pour leur patience pendant la durée des travaux et la qualité de leurs échanges :

Daisy Bauché, Analyste ISR chez AG2R La Mondiale Gestion d'actifs

Fatima Benamira, Analyste ESG – Amundi Asset Management

Léa Bozzi, Analyste ISR La Banque Postale Asset Management

Isabelle Cabie, Responsable du Développement Durable chez Candriam

Dominique Drouet, Secrétaire confédérale, CFDT

Benoît Ribaud, Directeur, Alquity Investment

Sabrina Ritossa Fernandez, Analyste ESG Sycomore AM

FORUM POUR L'INVESTISSEMENT RESPONSABLE

www.frenchsif.org E-mail : contact@frenchsif.org - Tél. : 01 40 36 61 58