

L'INDICE DE POSITIVITE DES ENTREPRISES

1. Introduction : l'économie positive et les indices de positivité

L'économie positive est une économie qui se préoccupe des générations futures. Elle propose un nouveau modèle où les richesses créées ne sont pas une fin en soi mais un moyen pour servir une **croissance positive, durable et inclusive.**

Pour permettre à ce nouveau paradigme de devenir la référence, et accompagner les acteurs économiques dans leur transformation positive, il est nécessaire de pouvoir **évaluer les progrès accomplis ainsi que ceux qu'il reste à faire pour mieux prendre en compte l'intérêt des générations futures.**

C'est pour cette raison que Positive Planet a créé **les indices de positivité des nations, des territoires et des entreprises.** Ces indices constituent une **mesure alternative de la richesse et de la performance** pour les acteurs publics et privés et **analysent la capacité des acteurs à placer l'altruisme et l'intérêt des générations futures au cœur de leurs priorités.**

Ils ont pour objectif de constituer de nouveaux référentiels permettant d'**assurer le suivi des progrès accomplis en matière de performance durable.** Ces nouveaux outils doivent servir de **boussoles pour mieux orienter la prise de décision et l'action des parties prenantes autour d'objectifs partagés.**

2. L'indice de positivité des entreprises

Les entreprises, moteurs essentiels de la transition positive

La première version de l'indice de positivité des entreprises a été préfigurée à partir de 2013, et évoquée pour la première fois dans le **rapport « Pour une économie positive » remis au Président de la République française François Hollande,** en complémentarité des indices de positivité des nations et des villes.

En effet, les entreprises sont **des acteurs clés et des maillons essentiels de l'économie positive.** Elles sont de puissants **vecteurs de changement de notre société.** Nombre d'entre elles l'ont aujourd'hui compris et s'attachent à **améliorer constamment leur impact sur les générations futures,** critère central de la positivité. Pour cela, il est nécessaire de changer de regard sur la performance en **passant d'une culture strictement comptable à des indicateurs reflétant les valeurs de l'économie positive** pour l'intérêt des générations futures.

L'objectif de l'indice de positivité des entreprises est de constituer un **référentiel de suivi du progrès des entreprises en termes de performance durable.**

Il est un véritable **outil de diagnostic et d'aide à la réflexion stratégique,** permettant aux entreprises d'explorer de **nouvelles façons de mesurer, d'analyser et de communiquer sur leurs performances,** à la lumière de leur impact sur les générations suivantes.

Méthodologie

L'indice de positivité a vocation à être **universel**, c'est-à-dire qu'il n'intègre pas à ce stade de dimensions spécifiques liées au secteur d'activité, à la taille ou à l'implantation géographique des entreprises qui l'utilisent.

Le degré de positivité d'une entreprise est compris entre 0 et 100. Aucune entreprise ne peut avoir un score nul, traduisant **le principe fondamental selon lequel toute entreprise, quel que soit sa taille, son activité, son histoire, son positionnement, est par construction un acteur de l'économie positive, même si elle doit accomplir des progrès importants pour renforcer sa prise en compte de l'intérêt des générations futures**. En revanche, il est quasiment impossible d'atteindre un score de 100%, signifiant que **chaque entreprise peut et doit sans cesse tendre vers un modèle encore plus positif**, bien que les efforts à accomplir soient marginalement de plus en plus conséquents pour une entreprise qui afficherait déjà un score de positivité élevé.

Cet indice s'attache à prendre en compte le **long terme** et ne mesure pas uniquement la performance de l'entreprise à un instant t. Il accorde, pour chaque indicateur, une importance significative aux **progrès déjà accomplis** (évolution sur les 5 années précédentes) et à la **capacité à se projeter dans l'avenir** avec des objectifs d'amélioration concrets (existence d'objectifs à 5 ans).

Un outil créé par et pour les entreprises

La première version de l'indice de positivité des entreprises est le fruit d'un **travail collaboratif impliquant un groupe d'entreprises et d'experts** (Alstom, La Française des Jeux, Peugeot, Renault, Suez, Nexity, Paprec, SNCF, Groupe Pierre et Vacances, Logeo, Caisse d'Epargne Normandie), en lien notamment avec le **C3D** (Collège des directeurs du développement durable). La Fondation pour la Nature et pour l'Homme fondée par Nicolas Hulot ainsi que l'Opéra de Lyon ont quant à eux apporté une vision externe particulièrement utile, dans l'optique de permettre à terme l'adaptation progressive de l'indice à tous types d'organisations et d'entités économiques.

Pendant deux ans, un travail d'approfondissement a été mené avec **Transdev** qui a calculé son indice à trois niveaux (au niveau Groupe, au niveau France et au niveau local : réseau LiA – Transdev CTPO au Havre). Ces démarches ont confirmé la pertinence de cet outil tant pour l'interne que pour l'externe. En juin 2018, un premier **baromètre de la positivité du CAC40**, basé sur l'étude des résultats publics de ces entreprises, a été publié.

En tenant compte de l'expérience de ces premières applications, une nouvelle version de l'indice optimisée et rationalisée a été développée en 2018, lui permettant de devenir un véritable **outil de référence**. Ce nouvel indice permet aux entreprises de bénéficier d'**une nouvelle grille de lecture de leur performance durable**, d'avoir **accès aux meilleures pratiques en matière d'économie positive**, de rejoindre une **communauté d'entreprises engagées** dans une démarche d'amélioration continue et de **valoriser leurs engagements**.

Ce nouvel indice est composé de **5 dimensions et de 35 indicateurs** décrits aux pages suivantes.

ARCHITECTURE DE L'INDICE DE POSITIVITE DES ENTREPRISES

Dimension	Sous-dimension	N°	Indicateur
Entretien de conditions de travail positives, facteur clé de bien-être pour les familles et donc pour les générations futures	Bien-être au travail	1	Existence d'une enquête d'évaluation du bien-être au travail et d'un plan d'action opérationnel sur la base des résultats de l'enquête
		2	Part des salariés couverts par l'enquête et transparence des résultats de l'enquête vis-à-vis de l'ensemble du personnel
	Absentéisme	3	Taux d' absentéisme moyen au sein de l'entreprise
	Sécurité des salariés	4	Taux d' accidents du travail avec arrêts de travail dans l'entreprise
	Parentalité	5	Existence d'une politique de parentalité et de mesures visant à respecter l'équilibre vie privée / vie professionnelle (par exemple une politique de crèche) et accessibilité équitable à tous les personnels de l'entreprise
	Lutte contre le harcèlement	6	Existence d'un dispositif opérationnel de lutte contre le harcèlement et accessibilité équitable de ce dispositif à tous les personnels de l'entreprise
Promotion d'un partage positif de la valeur produite par l'entreprise, afin d'assurer aux générations futures une croissance inclusive	Investissement	7	Pourcentage du chiffre d'affaires dédié à l'investissement
	Égalité des chances	8	Constance du ratio hommes/femmes à tous les niveaux de responsabilité
		9	Part de travailleurs handicapés dans l'entreprise
		10	Part de travailleurs seniors dans l'entreprise
	Echelle de rémunération	11	Ratio entre les 10% de salaires les plus faibles et les 10% de salaires les plus élevés
	Équilibre dans la distribution de la valeur économique produite	12	Distribution de la richesse créée
	Corruption	13	Mise en place de mesures internes d' identification des risques et de lutte contre la corruption
	Ancrage territorial	14	Évaluation des impacts des activités de l'entreprise sur les communautés locales

Réduction de l'impact direct et indirect des activités, pour une empreinte environnementale positive sur la santé et le bien-être des générations futures	Energie	15	Efficacité " carbone " (tonne de GES émise rapporté au chiffre d'affaires en M€)
		16	Pourcentage de la consommation d'énergie issue d' énergies renouvelables
	Déchets	17	Existence d'une politique de prévention et de gestion des déchets appliquée à toutes les entités opérationnelles
		18	Part des déchets recyclés ou revalorisés (énergie, matière)
	Eco-conception	19	Existence d'une politique d'éco-conception
		20	Ampleur de la politique d'éco-conception
	Biodiversité	21	Existence d'un inventaire des ressources rares et espèces menacées
		22	Existence d' objectifs de réduction du recours à ces ressources
	Eau	23	Existence d'une politique de réduction de l'impact sur la ressource en eau
		24	Part d' eau industrielle recyclée
Développement des connaissances et des compétences individuelles et collectives (formation et recherche) pour assurer aux générations futures un progrès positif	Formation professionnelle	25	Part des salariés ayant accès à au moins une formation au cours de l'année
		26	Part des salariés de 18-29 ans ayant accès à au moins une formation au cours de l'année
	R&D collaborative	27	Part du budget R&D attribué à la recherche collaborative
	Sensibilisation des clients	28	Existence de programmes de sensibilisation à l'utilisation responsable de produits et services commercialisés par l'entreprise
		29	Ampleur des programmes de sensibilisation à l'utilisation responsable de produits et services commercialisés par l'entreprise
Définition et partage d'une vision stratégique positive de long terme, impliquant l'ensemble des parties prenantes de l'entreprise, dont les générations futures	En interne	30	Existence d'une vision stratégique à moyen/long terme (au moins 5 ans) portée par le dirigeant et existence d'un plan d'action RSE/RSO
		31	Mention explicite des générations futures dans ces deux documents stratégiques
		32	Existence d'une instance représentative des jeunes collaborateurs dans la gouvernance de l'entreprise
	En externe	33	Diffusion annuelle de la vision stratégique et du plan d'action en matière de responsabilité positive à tous les salariés, actionnaires, clients et fournisseurs
		34	Existence d'un dispositif permanent de dialogue avec les parties prenantes de l'entreprise, incluant des générations futures
		35	Part des fournisseurs évalués sur leurs performances positives

3. Pourquoi mesurer votre indice de positivité ?

L'indice de positivité est **un indicateur lisible et compréhensible par tous** qui **redonne du sens au reporting** en proposant **une vision globale de vos engagements sur le long terme et vis-à-vis des générations présentes et futures**. Il permet notamment de :

1. **Faciliter la mobilisation interne autour des enjeux RSE** à tous les niveaux de gouvernance (Comex, directions métiers, équipes opérationnelles...) grâce à un indice agrégeant les dimensions clés de la performance positive
2. **Identifier et diffuser vos meilleures pratiques positives**
3. **Analyser vos pistes d'amélioration et vous proposer des axes de progrès**
4. **Encourager le benchmark interne** (entre pays, filiales, activités...) **et externe** (avec d'autres entreprises) grâce à une grille de lecture simple et unifiée
5. **Alimenter votre réflexion prospective** pour mieux anticiper les mutations socioéconomiques, les attentes des générations futures et les opportunités associées...
6. **Enrichir vos offres, innover et développer des arguments différenciants** vis-à-vis de vos donneurs d'ordres, partenaires, territoires d'implantation (en lien avec les indices de positivité des territoires et des pays)
7. **Alimenter le dialogue avec vos parties prenantes** internes et externes sur le sujet de la prise en compte du long terme dans la conduite des affaires
8. **Renforcer votre attractivité, notamment auprès des jeunes** (collaborateurs actuels, candidats au recrutement...)
9. **Rejoindre la communauté des acteurs de l'économie positive** (Forums de l'économie positive, Club des partenaires et entreprises positives...) pour valoriser vos bonnes pratiques, s'inspirer de celles des autres, se comparer...

4. Contacts

+ Audrey TCHERKOFF

Directrice générale

Audrey.Tcherkoff@positiveplanet.ngo

+ Camille JURY

Responsable du développement

Camille.Jury@positiveplanet.ngo

01 41 25 27 01 / 06 74 24 35 07

+ Cédric BAECHER

Rapporteur général des indices de l'économie positive

Cedric.Baecher@nomadeis.com