

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 l'Institut de l'Economie Positive 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

L'indice de positivité des entreprises a été préfiguré à partir de 2013, et évoqué 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 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'experts et d'entreprises** telles que Alstom, La Française des Jeux, Peugeot, Renault, Suez, Nexity, Paprec, SNCF, Groupe Pierre et Vacances, Logeo, Caisse d'Épargne 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.

Depuis 2018, l'Institut de l'Économie Positive propose aux entreprises qui le souhaitent de calculer leur indice de positivité afin 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**.

L'Institut publie également chaque année un **baromètre de la positivité des entreprises du CAC40**, basé sur l'étude des résultats publics de ces entreprises, qui met en valeur des chiffres clés et bonnes pratiques qui permettent aux clients de l'Institut de se benchmarker, de s'inspirer et de progresser.

L'indice de positivité des entreprises a été modifié au printemps 2020 afin d'adapter la grille d'indicateurs et la méthode de calcul aux évolutions les plus actuelles en matière de pratiques positives et de RSE, et de répondre aux attentes croissantes des salariés et consommateurs vis-à-vis des entreprises. Pour cette révision, l'Institut de l'Économie Positive s'est appuyé sur les préconisations et

orientations formulées par son Conseil scientifique ainsi que sur les axes d'amélioration identifiés sur la base des retours d'expériences formulées au cours des trois dernières années. Ce nouvel indice est composé de **5 dimensions et de 35 indicateurs** décrits ci-dessous.

ARCHITECTURE DE L'INDICE DE POSITIVITE DES ENTREPRISES

Version 2020

Dimension		Sous-dimension	N°	Indicateur
Entretien de conditions de travail positives et engagement des collaborateurs	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, taux de réponse à l'enquête, taux d'engagement	
		2	Obtention d'un label lié au bien-être au travail et à l'engagement des collaborateurs	
	Absentéisme	3	Taux d'absentéisme moyen au sein de l'entreprise	
	Sécurité des salariés	4	Taux d'accidents du travail avec arrêt 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	
	Lutte contre le harcèlement	6	Existence d'un dispositif opérationnel de lutte contre le harcèlement	
Partage équitable et inclusif de la valeur produite par l'entreprise	Egalité des chances	Parité et égalité salariale	7	Existence d'une parité homme/femme et ratio d'équité salarial à tous les niveaux de l'entreprise
		Handicap	8	Part de travailleurs handicapés dans l'entreprise
		Seniors	9	Part de salariés seniors (+ 50 ans) dans l'entreprise et part de salariés seniors recrutés sur l'exercice
		Jeunes	10	Part de salariés jeunes (- 30 ans) dans l'entreprise et part de salariés jeunes recrutés sur l'exercice
		Echelle de rémunération	11	Ratio d'écart salarial entre le salaire médian et la rémunération du dirigeant
	Partage équitable entre toutes les parties prenantes internes et externes	Investissement	12	Pourcentage du chiffre d'affaires dédié à l'investissement
		Partage du profit avec les salariés	13	Ratio entre les primes de partage du profit et le résultat net, ratio entre les primes de partage du profit et les dividendes (hors dividendes reversés aux salariés)
		Délai de paiement des fournisseurs	14	Part des factures payées en retard sur le total des factures payées et le cas échéant montant des amendes de la DGCCRF suite à des délais de paiement
		Mécénat	15	Pourcentage du chiffre d'affaires dédié aux dépenses de mécénat à destination de parties prenantes externes
		Corruption	16	Mise en place de mesures internes d'identification des risques et de lutte contre la corruption
		Ancrage territorial	17	Évaluation des impacts des activités de l'entreprise sur les communautés locales
Empreinte environnementale	Energie	18	Efficacité "carbone" (tonne de GES émise rapporté au chiffre d'affaires en M€)	
		19	Pourcentage de la consommation d'énergie issue d'énergies renouvelables	

	Déchets	20	Existence d'une politique de prévention et de gestion des déchets appliquée à toutes les entités opérationnelles et part des déchets recyclés ou revalorisés (énergie, matière)
	Eco-conception	21	Existence et ampleur d'une politique d'éco-conception
	Biodiversité	22	Existence d'un inventaire des matériaux stratégiques mobilisés et / ou d'espèces menacées directement ou indirectement par l'activité de l'entreprise, et existence d'objectifs de réduction du recours à ces ressources
	Eau	23	Existence d'une politique de réduction des impacts qualitatifs (pollution) et quantitatifs des activités de l'entreprise sur la ressource en eau ; Part d'eau industrielle recyclée (indicateur applicable aux entreprises industrielles uniquement)
Développement des connaissances et des compétences individuelles et collectives (formation et recherche)	Formation professionnelle	24	Part des salariés ayant accès à au moins une formation au cours de l'année
		25	Part des salariés de moins de 30 ans ayant accès à au moins une formation au cours de l'année
		26	Part des salariés seniors (plus de 50 ans) ayant réalisé au moins une formation au cours de l'année
		27	Ampleur des dépenses de formation
	R&D	28	Pourcentage du chiffre d'affaires dédié à la R&D
Sensibilisation des clients	29	Existence et ampleur de programmes de sensibilisation à l'utilisation responsable de produits et services commercialisés par l'entreprise	
Vision stratégique de long terme, impliquant l'ensemble des parties prenantes de l'entreprise, dont les générations futures	Formalisation de la vision et du plan d'action	30	Existence d'une vision stratégique à moyen/long terme portée par le dirigeant, existence d'un plan d'action RSE/RSO, mention explicite des générations futures dans ces documents stratégiques
	Objectifs extra-financiers des dirigeants	31	Existence d'objectifs extra-financiers dans les conditions de rémunération des dirigeants du Comex et part de la rémunération concernée
	Mission / raison d'être	32	Intégration des enjeux environnementaux et sociaux de long terme dans la raison d'être ou la mission de l'entreprise pour renforcer l'impact positif de l'entreprise
	Représentation des jeunes dans la gouvernance	33	Existence d'une instance représentative des jeunes collaborateurs dans la gouvernance de l'entreprise
	Dialogue parties prenantes (salariés, actionnaires, clients, fournisseurs)	34	Degré d'inclusion des parties prenantes dans la gouvernance de l'entreprise : existence d'un dispositif permanent de dialogue incluant des générations futures, élaboration et diffusion annuelle de la vision stratégique et du plan d'action en matière de responsabilité positive
	Evaluation des fournisseurs	35	Part des fournisseurs audités sur leurs performances positives

Les baromètres de la positivité des entreprises du CAC40

L'Institut de l'Économie mène chaque année une **étude des résultats publics des entreprises du CAC40** dans le but de **calculer une première version de leur indice de positivité** et de publier un **baromètre de la positivité des entreprises du CAC40**.

La positivité de ces entreprises est ainsi calculée à partir de **l'étude et de l'analyse d'informations issues des rapports annuels et financiers en accès libre**. En conséquence, dans le cadre de ces baromètres, la capacité d'une entreprise à communiquer de façon transparente sur l'ensemble de ses démarches positives est plus déterminante pour son score que dans le cas d'un calcul de la positivité réalisé à partir de sources internes. En effet, l'absence d'une donnée requise pour le calcul de l'indice entraîne une note nulle à l'indicateur concerné.

Les entreprises sont évaluées sur les mêmes critères afin d'assurer d'une cohérence globale et une équité des résultats.

3. Pourquoi calculer l'indice de positivité approfondi de votre entreprise ?

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**.

Cet indice permet également 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, centres commerciaux...) **et externe (avec d'autres entreprises notamment Unibail-Rodamco** qui fait partie du CAC40 et dont les résultats publics sont analysés chaque année) 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, visiteurs de vos centres commerciaux...)
9. **Rejoindre la communauté des acteurs de l'économie positive** (Forums de l'économie positive, dîners, masterclass...) pour valoriser vos bonnes pratiques, s'inspirer de celles des autres, se comparer...

4. Contacts :

+ Audrey TCHERKOFF

Directrice Générale

audrey.tcherkoff@positiveplanet.ngo

+ **Clarisse MACE**

Responsable de la Mesure

clarisse.mace@positiveeconomy.co

+ **Cédric BAECHER**

Rapporteur général des indices de l'économie positive

cedric.baecher@nomadeis.com