

RSE : le label qui monte

De plus en plus d'entreprises adoptent la certification B Corp. D'origine américaine, elle présente quelques surprises.

THOMAS LESTAVEL @lestavel

MANAGEMENT Votre entreprise est-elle « B Corp » ? En début d'année, quelque 2800 entreprises – comme Patagonia ou Ben & Jerry's – étaient certifiées. De grands groupes européens comme Unilever et Danone préparent leur certification au niveau mondial pour aussi « être B Corp ». Une trentaine d'États américains ont même créé le statut juridique de Benefit corporation, inspiré du label B Corp : il impose à l'entreprise de rendre des comptes non seulement à ses actionnaires mais aussi à ses salariés, clients et fournisseurs. En France, outre Danone, environ 70 sociétés françaises ont décroché cette certification anglo-saxonne B Corp qui met en lumière leur contribution sociétale. Une façon de répondre aux nouvelles exigences des consommateurs en matière de responsabilité économique et environnementale.

La certification B Corp est attribuée par l'organisation à but non lucratif B Lab, créée en 2006 aux États-Unis par trois entrepreneurs américains, Bart Houlihan, Jay Coen Gilbert et Andrew Kassoy. Les sociétés candidates doivent remplir un questionnaire en ligne (le B Impact Assessment) et obtenir au moins 80 points sur 200 pour obtenir ce label. L'évaluation doit être renouvelée tous les trois ans. Leurs réponses sont étayées par des justificatifs. Le questionnaire se décline en cinq catégories : gouvernance, impact sur l'environnement, sur les salariés, sur les communautés et sur les clients.

Dans le monde, la majorité des entreprises certifiées B Corp sont des PME.

Elles sont 70 en France. Parmi les plus connues : Nature & Découvertes et Bledina. « Le questionnaire auquel elle doit répondre amène une entreprise à s'interroger sur sa raison d'être et à mesurer ses impacts sociétaux », explique Elisabeth Laville, fondatrice du cabinet de conseil Utopies, première société tricolore à avoir décroché la certification en 2014.

La jeune société La Ruche qui dit Oui!, qui met en place des circuits courts entre agriculteurs et consommateurs, a reçu le label il y a deux ans. Elle avait préalablement obtenu de l'État un agrément d'entreprise solidaire d'utilité sociale (ESUS), mais ne s'en est pas satisfaite. « Nous voulions rendre nos engagements mesurables et comparables afin de renforcer notre crédibilité », explique Philippe Platon, directeur financier et des ressources humaines de l'époque. « J'ai préféré la certification B Corp à la norme ISO 26000 car elle me permet de me comparer sur chaque critère avec des entreprises similaires, partout dans le monde », souligne de son côté Émery Jacquillat, PDG du distributeur Camif Matelom basé à Niort (Deux-Sèvres).

La certification présente deux intérêts économiques potentiels. D'une part, elle constitue une source de motivation et de fierté pour les salariés, contribuant ainsi à fidéliser le personnel. D'autre part, elle donne des gages en matière de transparence et d'engagement sociétal, ce qui lui permet d'attirer les consommateurs les plus avertis et donc d'accroître ses ventes.

Les investisseurs aussi s'intéressent d'ailleurs à cette labellisation. Le groupe Danone a ainsi renégocié l'an dernier une ligne de crédit pour y intégrer des critères extra-financiers ayant une influence



directe sur le taux d'intérêt, à la hausse ou à la baisse. Parmi ces critères, figure le pourcentage des ventes couvert par les certifications B Corp.

Les questions du formulaire BIA (B Impact Assessment), qui s'adaptent à la taille et au secteur d'activité de l'entreprise, couvrent un large spectre de thématiques. Quelle proportion de l'électri-

« L'entreprise est amenée à s'interroger sur sa raison d'être et à mesurer ses impacts sociétaux »

ELISABETH LAVILLE, FONDATRICE DU CABINET DE CONSEIL UTOPIES

cité consommée provient d'énergies renouvelables ? La quantité de déchets est-elle mesurée ? Diminue-t-elle d'année en année ? Quelle part des salariés ont bénéficié de programmes de formation l'an dernier ?

Se lancer dans la certification représente donc un travail conséquent. « B Lab exige des pièces justificatives pour chaque réponse. C'est chronophage mais cela répond à une vraie logique de transparence », confirme Laurence Grandcolas, qui a obtenu le label B Corp l'an dernier pour MySesame, cabinet de conseil dans l'économie inclusive. La chaîne de res-

taurants Big Mamma, certifiée cette année, évoque « un projet de huit mois qui a mobilisé une quinzaine de salariés ». Elle a payé 10 000 euros à B Lab pour financer l'audit. La note B Corp fait désormais partie des cinq indicateurs clés suivis par ses actionnaires, au même titre que la satisfaction client.

En remplissant le formulaire, l'entreprise candidate se pose des questions jusque-là mises de côté et met souvent en place des actions susceptibles de faire gagner des points. Big Mamma, par exemple, a adopté la parité entre hommes et femmes au comité exécutif et soumis une charte détaillée à ses fournisseurs basés en Italie. En vue d'améliorer son score à la prochaine mise à jour, qui aura lieu dans deux ans, l'entreprise a décidé d'investir 150 000 euros dans la performance énergétique de ses restaurants.

MySesame, de son côté, a créé un guide d'accueil pour ses salariés et a choisi une banque éthique, la NEF, comme partenaire financier pour son dernier emprunt. Mais les dirigeants n'ont pas forcément de prise sur tous les paramètres analysés. « Comme nous sommes logés sur le campus de Station F à Paris, explique Laurence Grandcolas, nous ne maîtrisons pas le recyclage ou la gestion de l'énergie. Nous pourrions, bien sûr, envisager de changer de locaux mais cela représenterait un gros effort... »

Les entrepreneurs ayant passé la certification pointent par ailleurs les biais culturels du questionnaire, élaboré par des Américains. L'entreprise qui propose une mutuelle santé à ses salariés gagne des points, alors qu'il s'agit, en France, d'une obligation légale depuis l'adoption de la loi ANI en 2016... De même une autre question porte sur la diversité dans l'origine des salariés : dans l'Hexagone, la collecte de statistiques ethniques est interdite.

Malgré ces limites, le questionnaire B Corp présente l'avantage d'être en accès libre sur le site Internet de B Lab. N'importe quelle entreprise peut se faire évaluer de manière confidentielle, même si elle ne souhaite pas devenir B Corp. Elle peut alors identifier gratuitement ses axes d'amélioration. « Plus de 15 000 sociétés ont passé l'évaluation à ce jour, dont seulement 20 % environ ont été certifiées », relève ainsi Karen Lemasson, directrice RSE et open innovation d'Expanscience (détenteur notamment de la marque de soin pour la peau Mustela). Dans le cadre du projet Best for Geneva, la ville suisse de Genève incite ses entreprises à compléter le questionnaire B Impact, à faire évoluer leurs pratiques puis à faire connaître leurs initiatives aux habitants. « Dommage, regrette Karen Lemasson, qu'aucune ville française ne se soit inspirée de ce programme. » ■

PASSEZ À L'HYBRIDE

La rencontre du design suédois et de la technologie hybride. Découvrez les sept modèles de la gamme hybride rechargeable Volvo, chez votre concessionnaire le plus proche.

RCS Nanterre n° 979 807 141

Gamme Hybride Rechargeable Volvo : Consommation Euromix (L/100 km) : 1,7-2,3 – CO₂ rejeté (g/km) : 39-52.

VOLVOCARS.FR