

**P+SITIVE
ECONOMY
FORUM**

**POSITIVE
ECONOMY
INDEX
COMPANIES**

**INDICE
DE POSITIVITE
DES
ENTREPRISES**

2015

ACT FOR
P+SITIVE

AGISSONS POSITIF

|| *L'économie positive vise à réorienter les démocraties de marché vers la prise en compte des enjeux de long-terme. L'altruïsme envers les générations futures y est un moteur plus puissant que l'individualisme animant aujourd'hui l'économie de marché* ||

JACQUES ATTALI, PRÉSIDENT, POSITIVE PLANET, POSITIVE ECONOMY FORUM

VERS UNE PLANÈTE POSITIVE

Les crises actuelles et la myopie des dirigeants témoignent de l'urgence de prendre en compte l'intérêt des générations futures dans les processus décisionnels que ce soit dans la sphère privée ou publique. Seule notre capacité à penser à long terme permettra de mettre au point des solutions innovantes, concrètes et solidaires pour résoudre les enjeux qui se profilent à l'horizon 2030 en matière environnementale, sociale, économique, démographique.

L'économie positive est une économie qui se préoccupe des générations futures et 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, il devient impératif de transformer nos modes de développement pour les faire évoluer vers des modèles qui allient de manière équilibrée et harmonieuse économie, environnement et social.

Le changement de nom du groupe PlaNet Finance en Positive Planet illustre les mutations en profondeur qui touchent notre société. A l'origine, l'activité du groupe reposait essentiellement sur la lutte contre la pauvreté au travers de la microfinance. Aujourd'hui, notre mission s'inscrit dans une perspective plus large et une volonté d'accompagner l'autonomie des populations fragiles en visant une plus grande inclusion économique, sociale, environnementale.

La construction d'une société positive est un projet collectif et ne pourra se faire sans l'implication ni l'engagement de tous les acteurs. Il est de la responsabilité de chacun de se mettre en mouvement pour bâtir le monde que nous voulons pour les générations actuelles et futures en 2030.

3 INDICES DE POSITIVITÉ : POURQUOI ?

L'émergence d'une société positive sera rendue possible à la seule condition que les valeurs d'altruisme rationnel et de prise en compte prioritaire de l'intérêt des générations futures soient au cœur de nos principes d'action. Il en découle plusieurs conséquences, en particulier sur la manière de mesurer la richesse et d'évaluer la performance produite par les différents acteurs privés et publics. L'hégémonie des critères financiers n'est plus valable dans le modèle d'économie positive qui intègre nécessairement un champ d'évaluation plus vaste. Le dialogue sur la performance positive doit concerner le plus grand nombre d'acteurs et de disciplines afin de permettre une sensibilisation et une mobilisation importante.

II L'HÉGÉMONIE DES CRITÈRES FINANCIERS N'EST PLUS VALABLE DANS LE MODÈLE D'ÉCONOMIE POSITIVE II

Généralement, nous savons "compter ce qui compte" et gérer efficacement ce que l'on sait mesurer. Il s'agit le plus souvent d'éléments valorisables et quantifiables qui servent à produire des statistiques parfois vides de sens et interprétées de façon approximative. Le Positive Economy Forum a développé des indices de positivité analysant la capacité des acteurs à placer l'altruisme au cœur de leurs priorités. Présentés dans le rapport "Pour une économie positive" remis en 2013 à au Président de la République française, ils ont pour objectif de constituer de nouveaux référentiels permettant d'assurer le suivi des progrès accomplis en matière de performance. Ces nouveaux outils doivent servir de boussoles pour mieux orienter la prise de décision et l'action des parties prenantes autour d'objectifs partagés. Les indices de positivité se déclinent autour de trois champs d'application : l'indice de positivité des nations, l'indice de positivité des entreprises et l'indice de positivité des villes.

L'INDICE DE POSITIVITÉ DES ENTREPRISES

LES ENTREPRISES, MOTEURS ESSENTIELS DE LA CROISSANCE POSITIVE

Comme les nations et les villes, 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.

Les entreprises ont réalisé des progrès considérables en termes de responsabilité sociale et environnementale au cours des dix dernières années, le développement durable étant progressivement intégré dans les projets managériaux. Cette prise de conscience a donné naissance à une multiplicité de concepts, pratiques, outils, critères et protocoles de reporting et d'évaluation. Toutefois, les entreprises font encore aujourd'hui face à une crise de confiance de la part de l'opinion publique et de nombreuses parties prenantes, paraissant à leurs yeux peu volontaires à générer de la croissance inclusive et de la valeur partagée.

II LES ENTREPRISES FONT ENCORE AUJOURD'HUI FACE À UNE CRISE DE CONFIANCE DE LA PART DE L'OPINION PUBLIQUE II

En devenant plus positives et en considérant l'altruisme envers les générations futures comme un moteur plus puissant que l'individualisme qui anime actuellement l'économie de marché, les

entreprises ont le potentiel d'aller encore plus loin et de contribuer à transformer en profondeur le système économique actuel. En plaçant l'intérêt des générations futures au cœur de leur action, les entreprises renforcent leur propre pérennité et agissent donc dans leur intérêt direct (principe d'altruisme rationnel).

II IL EST URGENT DE CHANGER DE REGARD SUR LA PERFORMANCE DES ENTREPRISES II

Pour inciter les entreprises à évoluer vers une meilleure intégration du long terme et de l'intérêt des générations futures au cœur de leur stratégie, il est urgent de changer de regard sur leur performance, en passant d'une culture strictement comptable à des indicateurs reflétant les valeurs de l'économie positive. C'est à cet enjeu ambitieux mais indispensable que vise à répondre l'indice de positivité des entreprises.

L'INDICE DE POSITIVITÉ DES ENTREPRISES : QUEL POSITIONNEMENT ?

- ✦ L'indice de positivité des entreprises n'est pas un outil de reporting individuel et obligatoire qui aurait vocation à se substituer aux référentiels existants. Cet indice ambitionne de mettre chaque entreprise face à ses responsabilités et de les inciter collectivement à placer l'intérêt des générations futures au cœur de leurs activités.
- ✦ L'indice est avant tout un 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.
- ✦ Les entreprises intéressées s'engagent dans une démarche volontaire, preuve de leur volonté de s'impliquer dans la transformation du modèle économique actuel. Elles rejoignent une « communauté » d'entreprises ayant fait le choix de mesurer leur positivité et d'échanger avec leurs pairs dans une logique d'amélioration continue.
- ✦ L'objectif prioritaire n'est pas de faire « mieux que les autres », mais de « tirer vers le haut » la positivité moyenne de toutes les entreprises ayant décidé de mesurer leur positivité. Chaque entreprise est incitée à améliorer son

score pour faire évoluer la performance du groupe. La performance individuelle n'est pas une fin en soi.

- ✦ L'indice n'est pas uniquement une photographie de la positivité d'une entreprise « à un instant t ». Il accorde, pour chaque indicateur, une importance significative aux progrès déjà accomplis et à la capacité à se projeter dans l'avenir avec des objectifs d'amélioration concrets. Pour que la prise en compte de l'intérêt des générations futures soit une priorité constamment renouvelée dans chaque entreprise.
- ✦ S'il intègre certains indicateurs innovants, l'indice a vocation à rester un outil simple et facile à aborder, pour ne pas alourdir la charge de travail des entreprises déjà très sollicitées par les cadres de reporting existants.
- ✦ 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. Pour rester lisible, y compris pour le grand public et les non experts, l'indice vise à rassembler toutes les entreprises autour d'un objectif commun : démontrer qu'elles sont elles aussi des acteurs à part entière de l'économie positive.

L'INDICE DE POSITIVITÉ DES ENTREPRISES : QUELS OBJECTIFS ?

- I INVITER** les entreprises à placer l'intérêt des générations futures au cœur de leurs activités, dans leur propre intérêt et dans celui de la collectivité ; les aider à mieux comprendre leur impact sur les générations futures, pour mieux anticiper les mutations de leur environnement, mieux gérer leurs risques, développer leur vision prospective et innover ;
- II INCITER** les entreprises à définir des axes de progrès pour renforcer constamment leur positivité, tout en partageant si elles le souhaitent leurs « bonnes pratiques » avec leurs pairs, y compris dans des secteurs d'activité différents pour créer une dynamique globale et un effet d'entraînement ;

- III CONSTITUER** un nouvel outil de référence à visée pédagogique, pour aider l'opinion publique, les pouvoirs publics et les acteurs de la société civile à mieux comprendre quelle est la contribution réelle des entreprises au développement d'une économie plus positive ;
- IV ALIMENTER** le dialogue avec les parties prenantes, tant internes qu'externes, contribuer à la réflexion et à la mobilisation collective autour d'un enjeu universel : la prise en compte de l'intérêt des générations futures.

**COMMENT L'INDICE DE POSITIVITÉ DES ENTREPRISES EST-IL CONSTRUIT ?
6 DIMENSIONS, 26 SOUS-DIMENSIONS,
37 INDICATEURS**

L'indice repose sur un objectif unique : mettre l'intérêt des générations suivantes au cœur de l'action des entreprises. Son architecture est donc bâtie autour de 6 dimensions correspondant à la définition d'une entreprise positive, qui doit :

DIMENSION 1
INTÉGRER L'INTÉRÊT DES GÉNÉRATIONS FUTURES
et les enjeux du long terme dans toutes ses décisions, notamment grâce à une vision stratégique faisant explicitement mention des générations futures et à une politique d'investissement dynamique ;

DIMENSION 2
CONTRIBUER À LA PRODUCTION DE RICHESSES PARTAGÉES, afin d'assurer aux générations futures une croissance inclusive et équilibrée permettant la distribution de la valeur économique produite entre tous les acteurs ;

DIMENSION 3
RÉDUIRE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL de ses opérations et de son offre de produits et de services, pour limiter au maximum la dette écologique laissée aux générations futures (réduction des consommations de ressources rares, économie circulaire, usages responsables, etc.) ;

DIMENSION 4
ENCOURAGER LE DÉVELOPPEMENT DE LA CONNAISSANCE ET DES COMPÉTENCES AU SERVICE DE TOUS (formation des collaborateurs, recherche, etc.) pour permettre aux générations futures de bénéficier au mieux des progrès accomplis grâce à l'intelligence collective ;

DIMENSION 5
CRÉER LES CONDITIONS D'UN DIALOGUE ET D'UNE COOPÉRATION RENFORCÉE entre toutes les parties prenantes de son écosystème, conscientes de leurs responsabilités collectives, pour assurer l'instauration d'une confiance durable au bénéfice des générations futures ;

DIMENSION 6
ASSURER ET AMÉLIORER DE FAÇON PERMANENTE LE BIEN-ÊTRE DE SES COLLABORATEURS, puisque l'intérêt des générations futures passe aussi par le bien-être des générations actuelles.

Ces 6 dimensions sont subdivisées en 26 sous-dimensions et 37 indicateurs, dont 16 sont inspirés d'outils déjà existants (Global Reporting Initiative, référentiel « EFFAS » - European Federation of Financial Analysts Societies, Article 225 de la loi Grenelle 2, etc.). Les 21 autres visent à offrir aux entreprises une nouvelle approche de leur performance grâce à des indicateurs différents, tels que la mention explicite des générations futures dans leurs documents stratégiques, la part des déchets revalorisés, l'existence de programmes de sensibilisation à l'usage responsable des produits et services qu'elles produisent et commercialisent, la conduite d'enquêtes ouvertes sur l'évaluation du bien-être au travail, etc.

SYNOPSIS DES INDICATEURS DE L'INDICE DE POSITIVITÉ DES ENTREPRISES

Remarque : cette grille d'indicateurs sera débattue à l'occasion des Forums de l'économie positive et pourra évoluer au cours des premières années de fonctionnement de l'indice. Elle pourra notamment intégrer de nouveaux indicateurs essentiels de la positivité, par exemple relatifs à la stabilité de l'actionnariat (qui doit privilégier le long terme), aux capacités de veille technologique et sociale, etc. (voir page suivante)

Synopsis des indicateurs de l'indice de positivité des entreprises

VISION ET ENJEUX DE LONG TERME		PRODUCTION DE RICHESSES PARTAGÉES		
VISION STRATÉGIQUE DE LONG TERME	1. 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	ÉQUILIBRE DANS LA DISTRIBUTION DE LA VALEUR ÉCONOMIQUE PRODUITE	4. DISTRIBUTION DE LA RICHESSE CRÉÉE ENTRE LES PARTIES PRENANTES : • INTÉRESSEMENT • DIVIDENDES • IMPÔTS • MÉCÉNAT	
	2. MENTION EXPLICITE DES GÉNÉRATIONS FUTURES DANS CES DEUX DOCUMENTS STRATÉGIQUES (VISION ET PLAN RSE/RSO)		5. CONSTANCE DU RATIO HOMMES/FEMMES À TOUS LES NIVEAUX DE RESPONSABILITÉ	
INVESTISSEMENT	3. POURCENTAGE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DÉDIÉ À L'INVESTISSEMENT	EMPLOI / ÉGALITÉ DES CHANCES	6. RATIO ENTRE LES 10% DE SALAIRES LES PLUS FAIBLES ET LES 10% DE SALAIRES LES PLUS ÉLEVÉS	
RÉDUCTION DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL	ÉNERGIES RENOUVELABLES	ÉCHELLE DE RÉMUNÉRATION	7. POURCENTAGE DE LA CONSOMMATION ISSUE D'ÉNERGIES RENOUVELABLES	
	VALORISATION DES DÉCHETS	ÉCO-CONCEPTION	8. PART DES DÉCHETS REVALORISÉS (ÉNERGIE, MATIÈRE, ETC.)	
	USAGE DURABLE DES PRODUITS ET SERVICES	ÉCO-CONCEPTION	9. EXISTENCE D'UNE POLITIQUE D'ÉCO-CONCEPTION	10. AMPLEUR DE LA POLITIQUE D'ÉCO-CONCEPTION
			11. PART DES PRODUITS ET SERVICES SPÉCIALEMENT CONÇUS POUR PERMETTRE UN IMPACT ENVIRONNEMENTAL MOINDRE LORS DE LEUR UTILISATION	12. PART DE CES PRODUITS DANS LE CHIFFRE D'AFFAIRES DE L'ENTREPRISE
	CONSOMMATION DE RESSOURCES RARES ET D'ESPÈCES MENACÉES	13. PART DE RESSOURCES RARES ET ESPÈCES MENACÉES DANS LE VOLUME TOTAL DE RESSOURCES CONSOMMÉES	CONSOMMATION D'EAU	14. EXISTENCE D'UNE POLITIQUE DE RÉDUCTION DE L'IMPACT SUR LA RESSOURCE EN EAU
	15. PART D'EAU INDUSTRIELLE RECYCLÉE	16. « EFFICACITÉ CARBONE » (TONNES DE GES ÉMISES RAPPORTÉES AU CHIFFRE D'AFFAIRES)		

Synopsis des indicateurs de l'indice de positivité des entreprises

DÉVELOPPEMENT DES SAVOIRS		DIALOGUE ET COOPÉRATION	
DÉVELOPPEMENT DES SAVOIRS	FORMATION PROFESSIONNELLE	ENGAGEMENT DES PARTIES PRENANTES	23. EXISTENCE D'UN PLAN D'ACTION SUR LA PRISE EN COMPTE DES PARTIES PRENANTES DANS LES DÉCISIONS
	R&D COLLABORATIVE	MANAGEMENT DURABLE DE LA SUPPLY CHAIN	24. PART DES FOURNISSEURS ÉVALUÉS SUR LEURS PERFORMANCES RSE
	SENSIBILISATION DES CLIENTS	COMMUNICATION RESPONSABLE	ANCRAGE TERRITORIAL
22. EXISTENCE D'UNE CHARTE DE COMMUNICATION RESPONSABLE		CORRUPTION	26. MISE EN PLACE DE MESURES INTERNES D'IDENTIFICATION DES RISQUES ET DE LUTTE CONTRE LA CORRUPTION
BIEN-ÊTRE DES COLLABORATEURS	BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL	RESPECT DES RÈGLES	27. NOMBRE D'ACTIONS EN JUSTICE INTENTÉES (DE TOUTE NATURE)
		28. MONTANT DES AMENDES	29. EXISTENCE D'UNE ENQUÊTE D'ÉVALUATION DU BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL ET AMPLEUR DE CETTE ENQUÊTE
	SÉCURITÉ DES SALARIÉS	30. TRANSPARENCE DES RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE D'ÉVALUATION DU BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL	31. EXISTENCE D'UN PLAN D'ACTION OPÉRATIONNEL SUR LA BASE DES RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE DU BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL
	TRAVAIL DES ENFANTS	32. TAUX D'ACCIDENTS DU TRAVAIL	33. TAUX DE MALADIES PROFESSIONNELLES
		34. SITES IDENTIFIÉS COMME PRÉSENTANT UN RISQUE SUBSTANTIEL D'INCIDENTS LIÉS AU TRAVAIL DES ENFANTS	35. FOURNISSEURS IDENTIFIÉS COMME PRÉSENTANT UN RISQUE SUBSTANTIEL D'INCIDENTS LIÉS AU TRAVAIL DES ENFANTS
	ABSENTÉISME	36. TAUX D'ABSENTÉISME	37. TURN-OVER DU PERSONNEL EN CDI
	TURN-OVER		

FOCUS

+ EXISTENCE DE PROGRAMMES DE SENSIBILISATION À L'UTILISATION RAISONNÉE DES PRODUITS ET SERVICES COMMERCIALISÉS PAR L'ENTREPRISE :

La positivité d'une entreprise se mesure aussi en dehors de ses propres frontières. Cet indicateur permet de mettre en évidence les efforts accomplis par une entreprise donnée pour sensibiliser les consommateurs et les encourager à adopter un comportement durable et responsable, notamment lors de l'utilisation des produits et services qu'elle commercialise. Il s'agit pour les entreprises d'abandonner la logique de pure incitation à l'achat, conduisant à une tendance de surconsommation, pour amener les consommateurs à adopter des pratiques plus raisonnées et respectueuses des générations futures, tant dans le choix des produits consommés que dans l'utilisation qui en est faite. Cet indicateur est mesuré à ce stade par l'existence de programmes de sensibilisation. Un second indicateur porte sur la part des clients ayant bénéficié de ce type de programmes.

+ RECHERCHE PARTENARIALE (COLLABORATIVE) :

Cet indicateur vise à évaluer la capacité des entreprises à s'ouvrir aux idées extérieures et à promouvoir l'intelligence collective, notamment en s'impliquant dans des activités de recherche partenariale, définie comme l'ensemble des projets de recherche impliquant simultanément des établissements publics (établissements de recherche, universités) et des entreprises privées ¹ (de toutes tailles). Pour une entreprise, ce type de partenariat représente une opportunité de développer des activités innovantes et de renforcer sa compétitivité. Il s'agit également d'une occasion pour les instituts de recherche de mettre en pratique leurs résultats (passage de la recherche fondamentale à la recherche appliquée), puis d'en « démocratiser » l'usage, offrant ainsi aux générations futures la perspective de produits et services innovants et performants. Cet indicateur est évalué d'après la part du budget de R&D attribuée à des projets de recherche partenariale.

+ EMPLOI / ÉGALITÉ DES CHANCES : Au-delà de leur niveau de rémunération, les femmes accèdent plus difficilement que les hommes à des niveaux élevés de responsabilité, et bénéficient d'une représentation inférieure dans les instances de direction et les postes managériaux. A titre d'exemple, en France, les 120 plus grandes entreprises (SBF120) sont dirigées par des hommes. Les femmes disposent de perspectives d'évolution plus limitées au sein de l'entreprise et donc plus largement dans la société. Néanmoins, les entreprises où des femmes assurent des postes d'encadrement semblent plus performantes², peut-être en lien avec leur mode de management plus interactif et la diversité créée au sein de l'entreprise, identifiée comme une source d'inventivité³. A plus long terme cette augmentation du capital humain favorise l'égalité des chances et l'éducation pour tous, au bénéfice des générations futures. L'indicateur utilisé est l'écart entre le ratio de femmes présentes à des postes managériaux par rapport au ratio moyen de femmes dans l'entreprise. Cet indicateur s'inspire de la GRI (LA12, chapitre « Diversité et égalité des chances »), qui s'intéresse à la répartition hommes/femmes aux postes managériaux dans l'entreprise.

¹ Ministère de l'économie et des finances, Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche, Ministère du redressement productif, 2013. *Mission sur les dispositifs de soutien à la recherche partenariale.*

² FERRARY M., 2010. *Les femmes influencent-elles la performance des entreprises ? Travail, genre et sociétés n°23, avril 2010, pp. 181-191.*

³ LANDRIEUX-KARTOCHIAN S, 2005. *Femmes et performance des entreprises, l'émergence d'une nouvelle problématique. Travail et emploi n°102, Avril-juin 2005, pp. 11-118.*

COMMENT LES ENTREPRISES SONT-ELLES NOTÉES ?

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. Chacun des 37 indicateurs de l'indice est noté de façon absolue et s'exprime par un pourcentage calculé en rapportant la valeur de l'indicateur à un point de référence donné. Ce point de référence peut correspondre :

- ✦ Soit à une « unité de périmètre » permettant de comparer sur un pied d'égalité toutes les entreprises (effectif, nombre de sites, chiffre d'affaires annuel, etc.) ;
- ✦ Soit à un « maximum théorique » (par exemple, le pourcentage du CA dédié à l'investissement ne peut pas en pratique atteindre 100%).

Les indicateurs binaires (oui/non) prennent selon les cas la valeur 100 ou 0.

Pour chaque indicateur, on applique ensuite au pourcentage obtenu un bonus/malus, pour prendre en compte la dimension temporelle :

- ✦ Evolution de l'indicateur sur les 5 années précédentes (progression ou régression) ;
- ✦ Existence d'objectifs à 5 ans clairement fixés par l'entreprise (amélioration continue).

Les notes par indicateur sont alors agrégées pour chacune des 6 dimensions, pour parvenir à une note globale sur 100. A noter que chacune des 6 dimensions de l'indice a un poids égal dans le calcul du score final, ce qui équivaut en réalité à donner plus d'importance aux dimensions qui comportent plus d'indicateurs que les autres. Les 6 notes correspondant aux 6 dimensions sont finalement agrégées pour obtenir un degré de positivité compris entre 0 et 100.

Lorsqu'une entreprise ne dispose pas des informations relatives à certains indicateurs et/ou ne souhaite pas les renseigner, la note la plus basse est alors attribuée soit 0/100 pour l'indicateur concerné, l'objectif n'étant pas de sanctionner mais plutôt de faire prendre conscience de la prise en compte insuffisante de certains aspects essentiels de la positivité. Des exceptions pourront être consenties pour certains indicateurs collectivement jugés peu pertinents selon la taille et/ou le secteur des entreprises évaluées (par exemple, le recyclage des eaux industrielles pour certaines entreprises du secteur tertiaire).

PREMIERS RÉSULTATS

L'indice de positivité a d'ores et déjà été testé par différentes entreprises, parmi lesquelles La Française des Jeux, Renault et Suez. Les premiers éléments qui ressortent de ces expérimentations sont particulièrement encourageants, dans la mesure où ils révèlent :

- ✦ L'intérêt marqué des entreprises pour développer de façon volontaire et engagée une nouvelle vision de leur performance centrée autour de l'intérêt des générations futures, en complément des cadres et outils existants ;
- ✦ La réelle valeur ajoutée de l'indice de positivité des entreprises, notamment grâce à sa prise en compte de la dimension temporelle pour chaque indicateur : progrès déjà réalisés (passé), performance actuelle (présent), existence d'une vision claire et d'objectifs précis (futur) ;
- ✦ La capacité de l'indice à fonctionner comme un « révélateur de positivité », permettant aux entreprises de prendre conscience de certains aspects de leur performance qu'elles pouvaient préalablement sous-estimer ou surestimer selon les cas ;
- ✦ La possibilité de mobiliser les différents acteurs autour de la réflexion induite par le calcul de la positivité de l'entreprise : équipe dirigeante, départements techniques, et plus généralement tous les partenaires de l'écosystème de l'entreprise ;
- ✦ L'intérêt des entreprises de bénéficier de nouveaux « éclairages » pour rechercher des leviers d'action innovants en matière de responsabilité sociale, grâce à l'analyse approfondie des scores obtenus pour chaque indicateur.

POUR CONTINUER

L'indice de positivité des entreprises est le fruit d'un travail collaboratif impliquant un groupe d'entreprises et d'experts partenaires de la démarche, en lien notamment avec le C3D (Collège des directeurs du développement durable). Ont notamment participé à la réflexion : Alstom, La Française des Jeux, Peugeot, Renault, Suez et Nexity. La Fondation 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. De façon plus bilatérale, Logeo et la Caisse d'Épargne Normandie ont également participé au choix des indicateurs et à la conduite de la réflexion globale autour de l'indice de positivité des entreprises. Ces nombreux partenariats ont contribué à créer la structure de l'indice en déterminant ce qu'est une entreprise positive, et à enrichir la réflexion sur la base de l'expression de besoins et retours d'expériences concrets concernant les défis à relever. Dans sa version actuelle, l'indice de positivité des entreprises constitue un premier référentiel à vocation expérimentale ; il entend rester flexible et pourra faire l'objet d'améliorations en fonction des différents retours de parties prenantes mobilisées par exemple dans le cadre des Forums de l'économie positive en France et à l'international.

Des réflexions sont actuellement en cours pour identifier des axes de progrès parmi lesquels :

- + L'affinement de certains indicateurs et l'intégration de nouveaux indicateurs (par exemple relatifs à la stabilité de l'actionnariat, aux capacités de veille technologique et sociale, etc.) pour « capter » au mieux les différentes dimensions de la positivité dans l'activité des entreprises ;
- + L'ajustement du mécanisme de notation afin qu'il soit aussi simple et robuste que possible, conformément à l'esprit de l'indice ;
- + L'intégration de nouvelles entreprises à la réflexion, pour enrichir l'indice de nouveaux retours d'expériences issus de secteurs et parcours diversifiés. ■

REJOIGNEZ LA COMMUNAUTÉ DES ENTREPRISES POSITIVES

WWW.POSITIVEECONOMY.CO

INFO@POSITIVEECONOMY.CO

LE POSITIVE ECONOMY FORUM REMERCIE L'ENSEMBLE DES PERSONNES AYANT PARTICIPÉ AU TRAVAIL SUR L'INDICE DE POSITIVITÉ DES ENTREPRISES RÉALISÉ EN PARTENARIAT AVEC NOMADÉIS

- + **ANDRÉ DE MARCO**, Conseiller à la direction générale, Fondation Nicolas Hulot
- + **PATRICE-HENRY DUCHÊNE**, Délégué général de la Fondation d'entreprise, PSA Peugeot Citroën
- + **CHRISTINE PROUIN**, Responsable programme RSE Groupe, La Française des Jeux
- + **MARIE BALMAIN**, Responsable du développement durable, Groupe Pierre & Vacances
- + **SYLVIE MARGUERET**, Directeur développement durable pour les achats, Alstom
- + **HUGUES CARLIER**, Directeur associé, Des Enjeux et des Hommes
- + **CLAIRE MARTIN**, Directrice de la Responsabilité sociale de l'entreprise et de la Fondation, Renault
- + **RICHARD DRISCOLL**, Responsable du déploiement de la politique RSE, Renault
- + **HÉLÈNE VALADE**, Directrice du développement durable, Suez
- + **THIERRY LEONARDI**, Responsable développement durable, Opéra de Lyon
- + **SYLVIANNE VILLAUDIÈRE**, Déléguée générale, Collège des Directeurs du Développement Durable (C3D)
- + **DENIS GUIBARD**, Directeur, Télécom EM
- + **SABINE DESNAULT**, Ex-Directeur développement durable, Nexity
- + **ANNE MOLLET**, Directeur développement durable et marketing stratégique, Nexity
- + **NICOLAS DUTREIX**, Co-fondateur, Nomadéis
- + **AUORE UNGERER**, Chef de projet, Nomadéis
- + **SÉBASTIEN RICARD**, Chargé de missions rattaché à la présidence, directeur du développement durable, Paprec
- + **MAGALIE CARLUCCI**, Chargée de mission - direction développement durable, SNCF

Le Positive Economy Forum est une initiative de Positive Planet (nouveau nom du Groupe PlaNet Finance)

DIRECTION GÉNÉRALE

Alain Thuleau

RAPPORTEUR DE L'INDICE DE POSITIVITÉ DES ENTREPRISES

Cédric Baecher, Directeur associé, Nomadéis

RÉDACTION ET COORDINATION

Vanessa Mendez, Angélique Delorme, Raphaëlle Blache

Le Positive Economy Forum remercie également ses partenaires qui contribuent à rendre ces travaux possibles :

PARTENAIRES OFFICIELS ENGIE, Mirova, Groupe Caisse des Dépôts, Groupe Renault, Groupe RATP.

PARTENAIRES DU TRAVAIL AUTOUR DES INDICES Caisse d'Épargne Normandie, Suez, Française des Jeux, Groupe Logeo

P+ SITIVE ECONOMY FORUM

UNE INITIATIVE. AN INITIATIVE



P+ SITIVE PLANET