

La RSE locale, facteur de résilience et de différenciation business

par Baptiste Frelot, le 21 novembre 2024



unsplash.com/@tama66

Résumé. L'ancrage territorial des entreprises (aussi appelé aujourd'hui **RTE, pour Responsabilité Territoriale des Entreprises**), et leur capacité à s'engager auprès de l'ensemble des acteurs de leur écosystème local sur les volets sociaux et environnementaux, devient un réel facteur de différenciation et de résilience pour les entreprises. Transformation des modèles d'affaires, conformité avec la réglementation, obtention de prêts ou encore gain d'appels d'offres... voici un rapide passage en revue des enjeux business.

En B2B, facteur clé pour remporter les appels d'offres

Pour les entreprises du secteur B2B, l'ancrage local et les engagements RSE

des sites deviennent de vrais facteurs de différenciation dans le cadre d'appels d'offres (AO). Si ces sujets étaient réservés à quelques pionniers il y a plusieurs années, ils sont devenus désormais des axes d'évaluation clés de très nombreux AO.

Dans la restauration collective par exemple, **l'évaluation menée par certains clients peut tenir compte de la RSE pour 10 à 30% de la note**. Il est donc primordial d'être capable de prouver que les restaurants en local ont entrepris des démarches environnementales et sociales fortes, pour renouveler ses contrats ou aller en gagner de nouveau.

En B2C, des clients qui attendent les marques au tournant

Dans un contexte inflationniste, il serait faux de dire que le critère RSE est le premier critère de choix pour les consommateurs : le prix reste bien sûr le critère primordial pour une majorité de personnes. Cependant, **68% des français consommeraient davantage les produits ou services d'une entreprise engagée en matière de RSE**, et un tiers d'entre eux seraient prêts à payer plus cher pour une entreprise active en matière de RSE ([CCI France - Janvier 2024](#)).

Et pour réellement convaincre les clients de leurs engagements, les

entreprises doivent redescendre à la maille territoriale, à travers une dynamique d'ancrage territorial forte. 96% des Français estiment en effet que les entreprises doivent développer une responsabilité territoriale plus forte ([ESS France - Octobre 2022](#)).

S'engager au cœur du tissu local, c'est **recréer un lien de proximité avec ses clients, et à travers lui renforcer la relation à l'entreprise et fidéliser davantage sur le long-terme.**

Côté RH, une meilleure rétention et capacité d'attraction des talents

Si une démarche RSE forte en local peut être un levier d'attraction important (64% des Français accordent de l'importance aux engagements RSE de l'entreprise lorsqu'ils postulent à une offre d'emploi - [Michael Page ; Mai 2023](#)), elle est surtout un incroyable levier pour retenir les meilleurs talents et réduire le turnover.

Construire une dynamique d'engagement forte en local, en embarquant ses collaborateurs, c'est les rendre fier, donner un supplément d'âme à leur métier du quotidien, qui leur donnera l'envie de s'investir sur le long-terme pour le projet de l'entreprise, car ils y voient les répercussions positives directement en local.

Le centre Norauto de Lorient est un bel exemple sur ce sujet. Depuis plusieurs années, le centre a mis en place une démarche environnementale et sociale forte en local. Et **il connaît aujourd'hui un taux de turnover très faible, par rapport à la moyenne du secteur** qui est plutôt élevée et qui pose des difficultés à de nombreux acteurs.

Côté financements, un argument de poids

Les critères ESG à l'échelle nationale ou internationale sont depuis plusieurs années dans le giron des organismes pour **l'octroi de financements (prêts, levées de fonds, etc.) ou la renégociation de taux d'intérêts.** Mais depuis plusieurs mois, ils deviennent également des critères à l'échelle locale, pour le financement de projets comme l'ouverture de nouveaux magasins.

Les banques locales et nationales sont de plus en plus sensibles et attentives aux actions locales concrètes mises en place par les entreprises, pour évaluer l'impact positif qu'elles ont sur l'ensemble de l'écosystème territorial. Un franchisé d'une enseigne de magasins dans le secteur de l'achat-revente de produits d'occasion a ainsi réussi à obtenir un prêt pour le rachat d'un nouveau magasin grâce à un dossier étoffé sur les engagements pris par les différents magasins du groupe à l'échelle locale.

La réglementation se renforce concernant le reporting RSE local

Si auparavant le reporting extra-financier demandé aux entreprises sur les actions RSE menées en local était relativement optionnel, la donne est en train de changer avec l'arrivée de la CSRD. Selon la matrice de double matérialité établie par l'entreprise, elle aura des data points à remonter directement du local, et des plans d'action à mener pour faire progresser ses indicateurs RSE locaux.

Prendre à bras le corps le sujet dès aujourd'hui, et instaurer une habitude de remonter les actions RSE réalisées par les sites, c'est prendre de l'avance sur une réglementation qui s'intensifie, et **se démarquer de ses concurrents en envoyant un signal fort à ses différentes parties prenantes** : l'entreprise a compris les enjeux, et les prend pleinement au sérieux, en avance sur la réglementation.

Renforcer sa résilience par l'écosystème local

Le local est également un formidable levier de résilience pour les entreprises. Il permet de réduire sa dépendance vis-à-vis des aléas internationaux, qu'ils soient géopolitiques, sanitaires, climatiques ou économiques, qui viennent perturber rapidement des

chaînes de valeur mondialisées. L'ancrage renforcé avec les acteurs locaux permet en effet d'avoir des sources d'approvisionnement plus fiables et moins soumises aux aléas externes, car plus locales. Par ailleurs, l'entraide développée avec l'écosystème de son territoire permet de réagir plus rapidement en cas de crise, chacun allant faire de son mieux pour aider l'autre à survivre.

Durant la crise du Covid-19 (2020), l'entreprise Mouysset Samabois (adhérent de la coopérative BigMat, négociant en matériaux de construction) s'est par exemple montrée **plus résiliente que ses concurrents grâce à des liens forts établis avec les fournisseurs locaux, et une politique d'approvisionnement au plus proche des zones de consommation**. Alors qu'un grand nombre de concurrents étaient au ralenti à cause d'importations internationales bloquées (Chine notamment), l'entreprise a pu continuer son activité et éviter un arrêt brusque.

Transformer son modèle d'affaires : le local en source d'inspiration

Du magasin à la maison de retraite, en passant par l'agence d'assurance ou le centre commercial, les sites locaux vont tous devoir réinventer leur modèle et leur rôle dans les années à venir. Et le local est le lieu même de réinvention de ces business models : au plus près des

attentes des clients, et de l'ensemble des partenaires locaux avec lesquels il va falloir se réinventer. C'est **une maille à laquelle il est facile d'expérimenter, de tester, pour ensuite dupliquer les succès à l'échelle nationale.**

Les magasins par exemple ne peuvent plus être simplement des lieux de passage, qui se contentent de faire leur marge en vendant des produits neufs. La diminution des ressources, les problèmes d'approvisionnement en matières premières, l'augmentation des coûts, la réglementation ou encore la diminution du pouvoir d'achat leur impose de réinventer leur modèle pour de nouvelles offres : seconde main, location, services, etc. Et ceux qui réussiront le mieux cette transition seront ceux qui réussissent à devenir des lieux de vie et d'apprentissage pour leurs clients. Certains magasins de bricolage (ex : Leroy Merlin, Weldom) ont déjà commencé à le faire avec les nombreux ateliers qu'ils proposent désormais en magasin, comme par exemple les Repair Cafés - pour apprendre à leurs clients à réparer leurs produits du quotidien.

Les centres commerciaux ont également leur rôle à jouer dans cette écriture de nouveaux écosystèmes locaux. C'est la vision que porte Nhood par exemple, avec un réseau de près de 300 centres commerciaux en Europe. Christian Lema (Directeur RSE du groupe) explique ainsi sa vision : **“Le centre commercial de demain n'est pas qu'un lieu de consommation, mais devient un**

lieu de vie. On y trouve alors du service, du loisir, de l'associatif et de la solidarité. Le centre commercial de demain doit être multi-usage, durable, vivant, et permettre de répondre aux besoins de tous. Pour cela, le centre doit être renaturé, et devenir un lieu où la nature a toute sa place. Nos clients ne sont alors plus uniquement les humains, mais également tout l'écosystème vivant autour du site”.

Un devoir moral pour les dirigeants : “le devoir de ceux qui savent”

Si la pérennisation d'une démarche RSE forte en local, au plus près des territoires, est un levier de différenciation business forte pour les entreprises, elle demeure également un devoir moral pour les dirigeants. “Ceux qui ont le privilège de savoir ont le devoir d'agir” disait Albert Einstein. Face aux enjeux environnementaux, sociaux et économiques des années à venir, il tient aujourd'hui du devoir des dirigeants d'impulser une dynamique forte de transformation et d'ancrage local pour leur entreprise.

Sur ce sujet, la CEC ([Convention des Entreprises pour le Climat](#)) propose un parcours passionnant et qui a fait ses preuves dédié aux décideurs économiques pour “rendre irrésistible la bascule de l'économie extractive vers l'économie régénérative avant 2030”. De nombreuses entreprises ayant effectué

ce parcours se sont par la suite dotées
de feuilles de route ambitieuses pour
transformer leur modèle.

La RSE de demain sera locale. Et ça
commence maintenant !
