

LES LABELS ET CERTIFICATIONS RSE COMMENT S'Y RETROUVER ?

2025



PRÉAMBULE

Aujourd'hui, pour espérer se **démarquer de leurs concurrents** et **valoriser leurs activités**, les entreprises ne peuvent plus se contenter de s'appuyer sur des critères financiers. Développer une politique de **Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE)** va au-delà de la simple action volontaire : cela s'impose comme un incontournable pour répondre aux considérations des salariés et des consommateurs, mais aussi aux réglementations toujours plus nombreuses de l'État et de l'Union européenne.

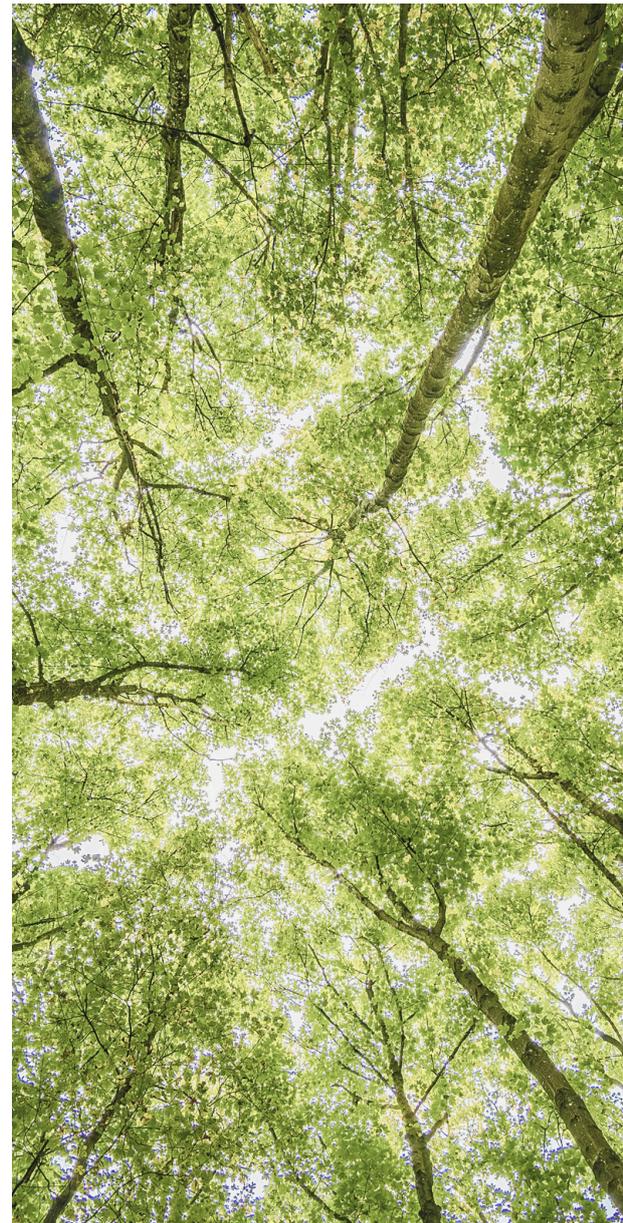
D'après Civitime, 81 % des collaborateurs engagés **adhèrent davantage aux valeurs et à la culture de leur entreprise**. Plus que renforcer la réputation de l'organisation, la RSE est un vecteur d'engagement véritable et forge en interne une culture cohérente et valorisée. Sur 10 jeunes entre 18 et 30 ans interrogés par Harris Interactive, 7 affirment par ailleurs qu'ils pourraient renoncer à soumettre leur candidature dans des entreprises qui ne prennent pas en compte ces enjeux. Un argument en faveur de votre marque employeur, et **un indispensable**, donc, pour attirer de nouvelles perles rares.

L'enquête de CCI France Les Français et les entreprises en 2024 démontre enfin que 74 % des Français recommanderaient une entreprise engagée en matière de RSE, et 68 % consommeraient davantage ses produits ou ses services. Par ailleurs, 30 % seraient prêts à payer davantage pour une entreprise active en la matière.

Au-delà d'une question de conscience sociale, la **RSE s'impose comme un levier stratégique pour attirer et fidéliser les talents**, renforcer l'engagement des employés, et répondre aux attentes croissantes des consommateurs. Amélioration de l'image de marque, réduction du turn-over et augmentation de la productivité sont ainsi autant d'avantages à la clé.

Vous souhaitez structurer la démarche RSE de votre entreprise ? Vous pensez à faire certifier ou labelliser votre organisation pour souligner vos engagements sociaux et environnementaux ? LUCIE, Positiv Compagny, B-Corps ou PME + sont autant d'outils pour appuyer votre politique. **Mais comment s'y retrouver parmi tous les référentiels existants ?**

Pour vous aider à vous engager, Keenat lève le voile sur les différents labels et certifications RSE. **Découvrez quel dispositif est fait pour votre entreprise !**



SOMMAIRE



Préambule	02
Sommaire	03
La RSE : principes fondateurs	04
Naviguer dans la jungle des labels, certifications chartes et normes RSE	08
Le label ou la certification : un choix qui doit être mûrement réfléchi	11
Quel label ou certification est fait pour votre entreprise ?	12
Tableau comparatif des labels, normes et certifications RSE	21
Objectif certification RSE : quel parcours pour mon entreprise ?	27
Quelles alternatives à la labellisation ?	26
Pour aller plus loin : quelle sera l'entreprise RSE de demain ?	27

LA RSE : PRINCIPES FONDATEURS

La responsabilité sociétale des entreprises repose sur des principes fondamentaux qui visent à intégrer les **préoccupations sociales, environnementales et économiques** dans les pratiques des sociétés. Ces principes guident les organisations dans la création de valeur à long terme, tout en respectant leurs parties prenantes et en contribuant au bien-être global.

LA NORME ISO 26 000 : PILIER DE LA RSE SUR LE PLAN INTERNATIONAL

L'ISO 26 000 est l'une des **normes internationales les plus importantes** en matière de RSE. Publiée en 2010, elle fournit des lignes directrices sur la manière dont les organisations peuvent intégrer les enjeux sociaux, environnementaux et éthiques dans leurs pratiques. L'ISO 26 000 n'est pas une norme certifiable, mais elle définit un cadre de référence et des bonnes pratiques pour accompagner les entreprises dans leur démarche RSE.

À l'échelle internationale, elle dessine le périmètre de la responsabilité sociale des entreprises autour de **sept piliers** :

01

Gouvernance de l'organisation : gestion transparente et responsable, incluant la prise de décision éthique et la lutte contre la corruption ;

02

Droits de l'Homme : respect des droits humains fondamentaux, y compris l'égalité, la non-discrimination et la liberté d'association ;

03

Pratiques de travail : conditions de travail sûres et équitables, égalité des chances, dialogue social et respect des droits des employés ;

04

Environnement : gestion de l'impact écologique, réduction de l'empreinte carbone, préservation des ressources naturelles et promotion du développement durable ;

06

Questions relatives aux consommateurs : protection des droits des consommateurs, sécurité des produits et services, information claire et responsabilité envers les clients.

05

Pratiques loyales : pratiques commerciales équitables, respect des consommateurs et des concurrents, et intégrité dans les relations commerciales ;

07

Engagement sociétal : contribution à la société à travers des actions philanthropiques et des projets visant à améliorer la qualité de vie des communautés locales.

Ces piliers permettent à une entreprise d'adopter une approche globale et systématique de la RSE, en l'intégrant dans ses stratégies à long terme.

DÉFINITION EUROPÉENNE

La RSE est définie par l'Union européenne comme **l'intégration volontaire des préoccupations sociales et environnementales dans les activités commerciales des entreprises et dans leurs relations avec les parties prenantes**. L'UE met l'accent sur la notion **d'entreprise responsable**, qui va au-delà du simple respect des lois pour inclure des engagements proactifs en matière de développement durable, d'égalité sociale et de lutte contre les inégalités.

L'UE encourage les entreprises à adopter une **approche intégrée** de la RSE, en alignant leurs activités avec les **Objectifs de Développement Durable (ODD)** définis par les Nations Unies. Elle prône également une politique de **reporting transparent**, et invite les entreprises à partager régulièrement la portée de leurs actions en matière de durabilité.

LES TROIS PILIERS DE LA RSE

Européenne ou internationale, quelle que soit sa définition, la RSE s'articule autour de **trois piliers**, reconnus comme le cadre de base pour structurer toute stratégie. Ces trois dimensions interconnectées sont :



PILIER ÉCONOMIQUE

L'entreprise doit adopter des pratiques économiques responsables qui favorisent la rentabilité à long terme tout en soutenant la croissance durable. Cela implique une gestion financière rigoureuse, des pratiques commerciales éthiques et la création de valeur pour les parties prenantes. Elle s'engage ainsi à se fournir auprès de producteurs et de fournisseurs locaux, à être transparente à tous les niveaux et à apporter un service client qualitatif.



PILIER SOCIAL

Cela inclut la gestion des relations humaines au sein de l'entreprise et avec les parties prenantes externes. Il concerne le respect des droits des travailleurs, l'égalité des chances, la diversité, ainsi que l'implication dans la communauté locale. L'entreprise s'engage ici socialement à lutter contre toute forme de discrimination, à respecter le droit du travail et à offrir de bonnes conditions à ses collaborateurs.



PILIER ENVIRONNEMENTAL

Ce dernier pilier, mais non des moindres, porte sur la réduction de l'empreinte écologique des activités de l'entreprise, que ce soit à travers la gestion des ressources naturelles, la réduction des émissions de gaz à effet de serre, ou la gestion des déchets. L'entreprise éco-responsable s'engage à initier des actions environnementales, à réduire ses émissions carbone et ses déchets et à sensibiliser ses collaborateurs sur la question du développement durable.

ISO 20 400

La norme ISO 20 400, publiée en 2017 par l'Organisation internationale de normalisation (ISO), est un guide international relatif aux achats responsables, en lien avec les principes de la RSE.

L'AFNOR, **l'Association Française de NORmalisation** qui représente la France auprès de l'Organisation internationale de normalisation, définit un **achat responsable** comme «Un achat de biens ou de services auprès d'un fournisseur ou d'un prestataire sélectionné pour minimiser les impacts environnementaux et sociétaux, et favoriser les bonnes pratiques en termes d'éthique et de droits humains. »

En lien avec l'ISO 26 000, elle vise à aider les organisations à intégrer des critères sociaux, environnementaux et éthiques dans leurs **processus d'achat**. ISO 20 400 encourage une **approche durable** dans la gestion des fournisseurs et la sélection des produits ou services, en prenant en compte des critères comme la réduction des empreintes environnementales, le respect des droits de l'Homme, et l'équité.

Les entreprises qui appliquent cette norme peuvent **améliorer leur chaîne d'approvisionnement** tout en renforçant leur engagement à respecter les **principes de durabilité et de responsabilité sociale**.

REPORTING GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

Créé en 1997 à l'initiative du CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies) et de l'Institut Tellus, le **global reporting initiative** est une organisation à l'origine d'un **cadre de reporting** largement utilisé pour la publication d'informations sur la RSE.

Le **GRI Standards** présente des lignes directrices internationales utilisées par les entreprises pour rendre compte de leurs **performances sociales, environnementales et économiques**. Ces standards permettent aux organisations de communiquer de manière transparente sur leurs actions, les résultats obtenus et leurs objectifs futurs en matière de durabilité.

Le reporting GRI est souvent perçu comme un **outil stratégique** pour améliorer la transparence, renforcer la confiance des parties prenantes et démontrer l'engagement de l'entreprise vis-à-vis de ses responsabilités sociétales. Les informations fournies par ce reporting couvrent un vaste domaine de compétences, notamment la **gestion des ressources naturelles**, les **droits des employés**, la **diversité**, et l'**empreinte environnementale**.

Le reporting GRI est souvent perçu comme un **outil stratégique** pour améliorer la transparence, renforcer la confiance des parties prenantes et démontrer l'engagement de l'entreprise vis-à-vis de ses responsabilités sociétales. Les informations fournies par ce reporting couvrent un vaste domaine de compétences, notamment la **gestion des ressources naturelles**, les **droits des employés**, la **diversité**, et l'**empreinte environnementale**.

Le référentiel est aujourd'hui utilisé par plus de **10 000 organisations à travers 100 pays**. Il s'agit du standard de reporting extra-financier le plus utilisé dans le monde.

Bon à savoir : le GRI est avant tout une **démarche volontaire** de la part des entreprises. Il n'existe **aucun label global reporting initiative**.

La RSE repose sur des principes bien établis à travers des normes internationales comme l'ISO 26 000, des cadres de reporting comme le GRI et des initiatives spécifiques comme l'ISO 20400. Vous l'aurez compris, ces différents outils offrent aux entreprises un cadre pour intégrer pleinement des pratiques durables et responsables dans leurs stratégies tout en répondant aux attentes des salariés, des consommateurs et de la société.

NAVIGUER DANS LA JUNGLE DES LABELS, CERTIFICATIONS CHARTES ET NORMES RSE

Un large éventail d'outils a émergé, pour aider les entreprises à structurer et prouver leur engagement en matière de développement durable, d'éthique et de responsabilité sociale. Ces instruments peuvent prendre différentes formes : **labels, certifications, chartes et normes.**

Ils jouent tous un rôle essentiel en offrant une **reconnaissance officielle des démarches RSE**, ainsi que des repères fiables. Mais face à la multitude de référentiels, il peut être difficile pour les entreprises de s'y retrouver. Kennat vous aide à faire le point !

LABEL ET ÉCOLABEL

Les **labels** et les **Écolabels** sont des signes de reconnaissance externes aux entreprises qui respectent des critères précis en matière de développement durable ou de responsabilité sociale.

Le **label** est une marque de qualité, ou un signe **officiel**, qui atteste qu'une entreprise, un produit ou un service respecte certains engagements environnementaux, sociaux ou éthiques. Généralement attribués après un processus d'évaluation externe ou un audit, ils garantissent que l'entreprise respecte des critères précis en matière de durabilité et d'éthique. Ils servent de **garantie pour les consommateurs** et les parties prenantes que l'entreprise a pris des mesures concrètes en faveur de la RSE.

Attention : le label n'est pas encadré par la loi. Il peut être délivré par un organisme privé, comme une association.

Basé sur la norme ISO 26000, le label LUCIE atteste en ce sens de l'engagement d'une organisation dans une démarche RSE structurée et transparente.

L'**Écolabel** est spécifiquement lié à la **performance environnementale** des produits ou des services. Il atteste que ces derniers respectent des critères environnementaux rigoureux, par exemple en matière **de réduction de l'empreinte écologique ou de gestion des ressources naturelles.**

Ce label est souvent associé à des normes de qualité strictes et vise à orienter les consommateurs vers des choix plus responsables.

Un exemple bien connu est **l'Écolabel Européen**, qui s'applique à un large éventail de produits, des denrées alimentaires aux appareils électroniques, en passant par les produits d'entretien.

CERTIFICATION

La **certification** est un **processus formel**, encadré par la loi, au terme duquel une organisation ou un produit obtient un certificat délivré par une tierce partie indépendante. Cela assure la conformité à des standards ou des normes spécifiques.

Parce qu'elle repose sur un contrôle externe rigoureux, comprenant un renouvellement périodique, la certification est un **gage de crédibilité important**. Elle ne laisse place à aucune subjectivité, contrairement à certains labels.

La certification **ECO-CERT** permet par exemple aux entreprises de prouver qu'elles respectent les normes de **l'agriculture biologique**.

CHARTE

Une **charte** est un **engagement écrit**, généralement non contraignant, par lequel une entreprise ou une organisation définit ses principes et objectifs en matière de RSE.

Contrairement aux labels et certifications, attribués par des tiers externes, une charte est un **acte volontaire** dans lequel une organisation s'engage à respecter des valeurs et des pratiques responsables. Son écriture n'entraîne aucune évaluation externe ni contrôle strict, mais elle engage l'organisation sur la voie du changement.

Les chartes RSE sont souvent utilisées dans des démarches internes ou sectorielles pour afficher les valeurs et engagements d'une entreprise envers ses parties prenantes. Bien qu'elles n'aient pas toujours la même reconnaissance officielle que les labels ou certifications, elles peuvent être un point de départ accessible pour initier une démarche RSE au sein de son entreprise.

Par exemple, la **Charte éthique des entreprises de l'ESS** (Économie Sociale et Solidaire) engage les entreprises signataires à respecter des valeurs de solidarité, de démocratie et d'équité dans leurs pratiques.

NORME

Une norme RSE est un cadre de référence internationalement ou nationalement reconnu, qui définit les critères et les exigences qu'une organisation doit remplir pour être considérée comme responsable sur les plans sociaux, environnementaux et éthiques.

On différencie les normes réglementaires (donc obligatoires), qui donnent un cadre pour bien appliquer la loi, des normes volontaires (comme ISO 26 000).

Alors qu'une charte repose sur une déclaration volontaire d'engagement, une norme est davantage structurée, et peut inclure des exigences spécifiques en matière de gestion, de reporting et de suivi.

Les normes ISO, telles que ISO 26 000 (pour la RSE) ou ISO 20 400 (pour les achats responsables), offrent un ensemble de recommandations et de principes que les entreprises peuvent suivre afin d'améliorer leur performance en matière de développement durable.

Ces dernières sont souvent utilisées comme des repères pour définir des objectifs et des actions à mettre en place, même si elles ne conduisent pas à une certification formelle. Elles peuvent également être un point de départ pour ensuite obtenir des certifications ou des labels.

Gare au greenwashing : une entreprise peut très bien affirmer suivre le cadre, sans apporter de preuves.

En résumé :

LES LABELS

garantissent l'engagement d'une entreprise envers des critères spécifiques. Ils sont souvent plus visibles et facilement reconnaissables pour le consommateur ;

LES ÉCOLABELS

sont dédiés à la performance environnementale des produits ou services :

LES NORMES

sont des documents de référence qui définissent les critères ou les lignes directrices pour mettre en œuvre des pratiques responsables.

LES CERTIFICATIONS

reposent sur un processus formel d'audit externe, qui atteste de la conformité de l'entreprise à des critères ou normes spécifiques ;

LES CHARTES

sont des déclarations volontaires d'engagement souvent non contraignantes ;

LE LABEL OU LA CERTIFICATION : UN CHOIX QUI DOIT ÊTRE MÛREMENT RÉFLÉCHI

Vous l'aurez compris, l'idéal est ainsi d'obtenir une **certification**, ou un **label particulièrement fiable et reconnu**. La norme peut accompagner votre politique RSE, et la charte représente un bon support de communication.

Le choix entre tous ces référentiels doit être mûrement réfléchi. Non seulement l'outil doit **renforcer l'engagement RSE** de l'entreprise, mais aussi en optimiser les retombées positives en termes d'**image, de performance et de relations** avec les parties prenantes. Veillez ainsi à choisir selon :

01

Les **domaines prioritaires** dans lesquels une amélioration de la performance RSE de votre entreprise est requise. Chaque entreprise a ses propres enjeux RSE, qui peuvent toucher différents aspects de son activité, tels que l'environnement, le social, ou la gouvernance. Vous pourrez ainsi **orienter vos efforts de manière ciblée**, afin d'optimiser la portée de votre politique RSE et de vous concentrer sur les leviers les plus stratégiques pour votre organisation.

02

La crédibilité et la **réputation de l'outil**. Avec la multiplicité des initiatives RSE pour certaines autodéclarées « label » voire « certification », on peut constater une incertitude sur la solidité de ces instruments. Il convient ainsi de choisir un référentiel dont la **crédibilité** est reconnue à la fois par les **parties prenantes internes** (collaborateurs, direction) et **externes** (clients, investisseurs, partenaires). Avant de vous engager dans un processus d'accréditation, vérifiez également que le label ou la certification en question est véritablement aligné avec vos valeurs, mais aussi qu'il présente une réelle valeur ajoutée pour votre image et vos performances RSE.

03

Les **ressources et compétences nécessaires** à l'obtention du label ou de la certification (investissement financier, temps, formation collaborateurs, etc.). Il convient de s'assurer que votre entreprise dispose des **moyens nécessaires** pour réussir cette démarche, sans compromettre d'autres priorités stratégiques !

QUEL LABEL OU CERTIFICATION EST FAIT POUR VOTRE ENTREPRISE ?



LUCIE : LA FIABILITÉ DE L'AFNOR

Label généraliste indépendant créé en 2007, LUCIE est le **tout premier label RSE français**, ce qui en fait une référence.

Délivré par l'AFNOR et la plateforme LUCIE, il atteste de **l'engagement social, environnemental et économique** des entreprises. LUCIE s'adresse aux **entreprises, associations et organisations** publiques et privées, qu'elles soient petites, moyennes ou grandes. Particulièrement fiable, le label est reconnu pour sa **rigueur**, au niveau national et international.

Le **processus d'obtention** est toutefois relativement **complexe** et long. Cela passe par :

1. Une formation sur 2 jours ;
2. Une auto-évaluation de la démarche RSE du candidat au label ;
3. Une évaluation sur site, analyse de preuves et entretiens avec les parties prenantes ;
4. La prise d'engagements pour développer la démarche RSE ;
5. L'attribution du label LUCIE par un comité d'experts indépendants ;
6. 18 mois après l'obtention du label, LUCIE vérifie la mise en œuvre des engagements RSE ;
7. Le label doit être renouvelé au bout de trois ans pour assurer une progression constante de la démarche RSE.

Des entreprises de tailles variées, comme **Orange, Veolia, Lunii** et **Rives de Paris** sont labellisées LUCIE.



POSITIVE COMPAGNY : IMPLIQUER LES PARTIES PRENANTES DANS SA DÉMARCHE RSE

Label RSE européen créé en France, Positive Company (anciennement Positive Workplace) met l'accent sur l'implication des parties prenantes dans la stratégie RSE de l'entreprise. Il vise à encourager les entreprises à être **transparentes** et à **dialoguer** avec leurs employés, clients, fournisseurs, etc.

Positive Company s'adresse aux entreprises de toutes tailles désireuses d'engager une réflexion collective sur leur incidence sociale et environnementale.

Pour l'obtenir, elles doivent envoyer des **enquêtes anonymes** à leurs **clients**, mais aussi à leurs **fournisseurs** et à leurs **salariés**, sur **5 catégories** (activité, gouvernance, social, empreinte environnementale, impact local). Une **évaluation de l'entreprise**, alignée sur l'ISO 26 000 a également lieu. La labellisation est valable 3 ans, avec un audit annuel.

La Redoute, Ouest-France et Malakoff Humanis comptent parmi le millier de 1 000 TPE, PME, ETI, ONG et grandes entreprises qui utilisent les référentiels du label.



ENGAGÉ RSE : UN LABEL RECONNU PAR L'AFNOR

Également créé par l'AFNOR, **Engagé RSE** est destiné aux PME, ETI, ou grandes entreprises, quel que soit leur secteur d'activité. Pour évaluer la maturité de la politique RSE de l'organisation, il se sert de références internationales comme l'**ISO 26 000** et le **Global Reporting Initiative**, ce qui garantit son sérieux.

Pour être labellisé Engagé RSE, l'entreprise doit passer par :

1. Une **évaluation sur site** des pratiques RSE, analyse des preuves et série d'entretiens avec des 5 parties prenantes ;
2. Un **rapport** de performance qui analyse les pratiques et propose des pistes d'amélioration ;
3. L'**obtention de l'un des niveaux de maturité du label** - progression, confirmé ou exemplaire - via une note sur 1000 points.

Un **suivi** est ensuite réalisé après 18 mois pour s'assurer que les objectifs fixés ont été atteints, et la labellisation est **valable 3 ans**.

Ce label est toutefois moins reconnu à l'international par rapport à des labels comme **B-Corp**, et sa visibilité peut être réduite.

La **RATP** et **Harmonie Mutuelle** sont des entreprises labellisées Engagé RSE.



B-CORP : REJOINDRE LES 2600 ENTREPRISES INTERNATIONALES CERTIFIÉES À IMPACT SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL POSITIF

Label international généraliste, B-Corp permet à l'entreprise certifiée de s'exporter hors de ses frontières. Il s'adresse aux entreprises de toutes tailles et industries, souhaitant démontrer qu'elles respectent des **normes rigoureuses** en matière de performance sociale et environnementale, de transparence et de responsabilité.

B-Corp dispose de son propre référentiel, ouvre ses portes à un **vaste réseau mondial d'entreprises engagées**, et intègre la notion de « raison d'être ». Toutefois, sa certification coûteuse est difficile à obtenir, et nécessite une révision approfondie des pratiques internes de l'entreprise.

Délivrée par l'**ONG américaine B Lab**, la labellisation requiert de passer par :

- Un questionnaire BIA (Business Impact Assessment) en ligne. Le score obtenu doit être supérieur à 80 points ;
- Un questionnaire approfondi avec vérification de preuves ;
- Les modifications du statut juridique de l'entreprise pour intégrer la raison d'être ;
- La signature de la déclaration d'indépendance.

Nature & Découverte, Nespresso, Patagonia et **Ben & Jerry's** comptent parmi les 2 600 entreprises B-Corp.



PME + : UN LABEL DESTINÉ AUX PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES

Depuis 2016, le **label PME +** certifie les **petites et moyennes entreprises** qui souhaitent structurer et valoriser leur démarche RSE de manière simple et pragmatique.

La **Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI)** labellise des entreprises françaises indépendantes, qui fournissent des produits alimentaires et non alimentaires à la distribution. Il est attribué après un contrôle annuel effectué par Ecocert environnement, selon un **référentiel issu de la norme ISO 26 000**.

S'il est plus **accessible** pour les PME, et **aide les entreprises à structurer leur démarche RSE** sans la complexité des référentiels plus exigeants, le label est toutefois moins prestigieux ou reconnu à l'international.

Aujourd'hui, plus de 230 PME sont labellisées, comme **Quézac**, **Merveilles du Monde** ou **Malongo**.

The logo for Great Place To Work, featuring the text "Great Place To Work" in white on a red rectangular background.

GREAT PLACE TO WORK : LA RÉFÉRENCE MONDIALE SUR LA QVT

Il est l'un des labels les plus reconnus au monde en matière de **qualité de vie au travail** : Great Place to Work évalue les entreprises en fonction de la **perception de leurs employés** concernant l'environnement de travail, la culture d'entreprise et la gestion des ressources humaines. L'objectif est de promouvoir des entreprises où il fait bon travailler et où la confiance, le respect et la reconnaissance sont des valeurs essentielles.

Qu'elles soient petites, moyennes ou grandes, et dans tous les secteurs d'activité, Great Place to Work s'adresse à **toutes les entreprises** qui souhaitent **améliorer leur environnement de travail** et démontrer leur engagement envers le bien-être des collaborateurs. De grandes organisations comme **Google**, **Danone**, **Airbus** ou **DHL** sont labellisées Great Place to Work.

Pour être labellisées durant un an, elles doivent obtenir au minimum 65 % de réponses positives à l'enquête Trust Index. À la clé :

- Pratiques concrètes pour **améliorer la QVT** ;
- **Amélioration de l'image de marque** au niveau international, notamment en Europe, aux États-Unis, et dans de nombreux pays d'Asie ;
- **Taux de rétention des salariés élevé !**

Toutefois, le processus d'obtention du label est strict et demande une **réelle implication** de la direction. L'évaluation peut également être coûteuse.



BIODIVERCITY : POUR LA PRISE EN COMPTE DE LA BIODIVERSITÉ DANS LES PROJETS IMMOBILIERS DE CONSTRUCTION ET DE RÉNOVATION

Premier label en la matière, BiodiverCity évalue la manière dont les **projets immobiliers** (construction et rénovation) **intègrent la biodiversité dans leur conception et leur exploitation**. Ce label cherche à promouvoir une gestion durable de l'environnement et de la biodiversité dans le secteur immobilier.

Cet outil inédit géré par le **CIBI** (Conseil International Biodiversité & Immobilier) est **reconnu à l'échelle mondiale**, particulièrement en Europe et en Asie.

Ce label répond aux enjeux spécifiques de **valorisation de pratiques vertueuses** et respectueuses de la biodiversité, et apporte une réponse à la demande croissante de **bâtiments verts et durables**. Une bonne manière pour les projets immobiliers de se **distinguer** sur le marché mondial de la construction.

Des entreprises du secteur immobilier, comme **Bouygues Immobilier** ou **Eiffage**, ainsi des projets comme **le campus Charles Zviak - L'Oréal, à Saint-Ouen**, ont obtenu ce label, après avoir répondu aux exigences environnementales de l'outil.



FAIRTRADE / COMMERCE ÉQUITABLE : LE LABEL QUI SOUHAITE TRANSFORMER LES MODES DE CONSOMMATION

Le label mondial Fairtrade, ou Commerce Équitable, garantit que les produits proviennent de producteurs qui respectent des **critères sociaux, économiques et environnementaux** stricts. L'objectif est de promouvoir des relations commerciales plus équitables et de soutenir les **producteurs** dans les **pays en développement**. Il s'agit du label éthique le plus reconnu au monde.

Fairtrade s'adresse principalement aux entreprises du secteur **agroalimentaire** et de la **mode**, des pays en développement qui souhaitent garantir que leurs chaînes d'approvisionnement respectent des critères éthiques.

Pour les **entreprises**, le label offre des **solutions prêtes à l'emploi** pour vendre davantage de produits éthiques et responsables. La promesse pour le consommateur : “Lorsque vous achetez des produits portant l’un des Labels Fairtrade, vous **aidez les producteurs et les travailleurs à améliorer leur vie et leurs communautés**”.

Le label est géré par plusieurs organisations de commerce équitable, dont **Fairtrade International** et **Max Havelaar** en France. Plus de 20 organisations font la promotion de Fairtrade au niveau international, en Amérique du Nord, en Europe, au Japon, en Inde, en Nouvelle-Zélande et en Australie. Elles incitent les entreprises et les gouvernements à accroître leur engagement en faveur d'un commerce plus équitable, et mettent en relation les producteurs et les travailleurs avec ceux qui achètent leurs produits.



ECOVADIS : UNE NOTE RSE TRÈS DEMANDÉE

La notation EcoVadis ne labellise pas l'entreprise, mais lui dessert **une note**. Cette dernière s'établit sur **21 critères** Environnementaux, Sociaux et de Gouvernance (ESG), et peut être utilisée pour obtenir des partenariats avec des entreprises soucieuses de leur empreinte.

EcoVadis permet aux entreprises de toute taille et de tous secteurs d'évaluer et de communiquer sur leur politique RSE de manière objective, à l'exception de secteurs particuliers comme le tabac, l'armement et l'aéronautique. Aujourd'hui, plus de **130 000 entreprises** ont été évaluées, à l'instar de Saint-Gobain, BMW ou Nestlé, dans plus de **180 pays**.

L'évaluation repose sur des preuves fournies par l'organisation. Les entreprises doivent répondre à un questionnaire, avant de recevoir un rapport détaillant les notes attribuées dans chaque catégorie, ainsi qu'une notation globale. La note doit être renouvelée tous les ans.



ECO-CERT : DES CERTIFICATIONS BIOLOGIQUES ET ÉCOLOGIQUES À DESTINATION DES SECTEURS AGROALIMENTAIRES, BOIS, TEXTILE ET COSMÉTIQUE

ECO-CERT est un organisme de certification spécialisé dans les secteurs biologiques et écologiques, notamment l'**agroalimentaire**, les produits **cosmétiques**, le **textile** et le **secteur bois**. Il certifie que les produits sont **conformes** aux **critères environnementaux** et **sociaux** définis par des normes internationales.

Pour être certifiées, les entreprises doivent se soumettre à un contrôle de la conformité de leurs produits, ainsi qu'à une analyse de la comptabilité des activités. La relation est officialisée par un contrat, par lequel l'entreprise s'engage à respecter le **cahier des charges de l'agriculture biologique**. Un audit est réalisé dès la transition au bio, et un expert donne ensuite son accord pour la certification. Une fois l'autorisation donnée, l'entreprise est autorisée à apposer "**issus de l'agriculture biologique**" sur les produits commercialisés.

Parmi les labels, on peut citer **Commerce Équitable**, **Agriculture Biologique Europe** et **Fair for life**. Voici quelques exemples d'entreprises labellisées :

- Agroalimentaire : Café Michel, Alter Eco ;
- Cosmétiques : Weleda, Cattier ;
- Textile : Les Tissages de Charlieu, People Tree ;
- Bois et papier : Papeterie de Genval, FSC.

ECO-CERT est un label **reconnu internationalement**, particulièrement en Europe, en Amérique du Nord et en Asie. Il est souvent exigé pour accéder à certains marchés ou pour se conformer aux attentes des consommateurs sur les produits écologiques ou biologiques.



CLEF VERTE : LE LABEL DU TOURISME DURABLE

Décerné aux établissements touristiques qui s'engagent dans une démarche de développement durable, le label Clef Verte agit pour un **tourisme vertueux**.

Le label développé par **Terragir** est présent à l'échelle internationale. Il évalue les pratiques des **structures d'accueil touristique** et des **restaurants** sur des critères environnementaux, mais aussi sociaux et économiques. La consommation en eau et en énergie, la gestion des déchets et les propositions de loisirs sont ainsi passées au crible.

Pierre & Vacances, Ibis et **Radisson Blue** disposent d'établissements labellisés Clef Verte.



FLOCON VERT : LE LABEL DES STATIONS DE MONTAGNE DE DEMAIN

Flocon Vert se présente comme le label des destinations engagées. L'outil français est destiné aux **stations de montagne** qui s'engagent dans une démarche de développement durable, œuvrent pour un **tourisme respectueux** de l'environnement, tout en valorisant les richesses locales et en réduisant leur empreinte écologique.

20 critères sont évalués, et **3 niveaux de flocons** sont desservis, pour distinguer les niveaux d'engagement des territoires dans leur transition. **21 destinations sont labellisées 1 Flocon Vert**, comme **Les Saisies** et **Val d'Isères**, et **8 stations de ski** disposent de **2 flocons**, à l'instar de **Châtel Portes du Soleil** et **Les Arcs**.



NUMÉRIQUE RESPONSABLE : UN LABEL CONTRE LA POLLUTION DIGITALE

Le label Numérique Responsable (NR) vise à promouvoir un **usage plus éthique et écologique des technologies numériques**. Il encourage les entreprises à adopter des pratiques visant à limiter leur empreinte environnementale liée au numérique en réduisant la consommation énergétique ou en réfléchissant à une meilleure gestion des déchets électroniques par exemple.

Accessible à tout type d'organisation grâce à son référentiel adapté, il est le résultat du travail collaboratif de l'Institut du Numérique Responsable, du ministère de la Transition écologique, de l'ADEME et du WWF : **quatre institutions reconnues en France pour un label particulièrement qualitatif**. Avec ses 2 niveaux, le label NR permet à tous de s'engager, quel que soit son niveau de maturité, bien que le processus de labellisation reste exigeant.

CGI France, SPIE ICS et ENEDIS font partie de la communauté d'acteurs engagés pour réduire l'empreinte environnementale du numérique.



ENERGY STAR : LE LABEL QUALITÉ ET DURABILITÉ EUROPÉEN RELATIFS AUX ÉQUIPEMENTS DE L'ENTREPRISE

Label européen qui atteste de la **performance énergétique des équipements électroniques et informatiques**, Energy Star est utilisé pour désigner les produits qui consomment moins d'énergie tout en offrant des performances optimales.

Ce label est principalement utilisé dans le secteur des équipements de bureau, des appareils ménagers et des systèmes informatiques, et s'adresse aux fabricants soucieux de démontrer que leurs **produits** sont **économiques en énergie** et **respectueux de l'environnement**.

Le label **Energy Star** est desservi par l'**Agence de l'Environnement Européenne** (EEA), en partenariat avec des organisations internationales. Les fabricants Dell, HP et Samsung sont labellisés.

TABLEAU COMPARATIF DES LABELS, NORMES ET CERTIFICATIONS RSE

Nom de l'outil	Type de référentiel	Date de création	Périmère	Organisme d'attribution	Indépendance	Nmb d'entreprises en 2024	Référentiel	Suivi
Lucie	Label	2007	France	AFNOR		300	Norme ISO 26 000	Audit tous les 3 ans
Positive Company	Label	2019	Europe	Positive Impact	Questionnaires réalisés par l'entreprise, analysés par Positive Company	1000	Norme ISO 26000, ODD de l'ONU, CSRD, GRI	Audit annuel
Engagé RSE	Label	2016	France, Luxembourg, Suisse	AFNOR		220	Norme ISO 26 000, GRI	Audit tous les 2-3 ans
B-Corps	Label	2006	Monde	B Lab	Audit par B-Corp	2600	Référentiel propre	Audit tous les 3 ans
PME +	Label	2012	France	CCI	Audit par Ecocert environnement	200	Inspiré de la norme ISO 26 000	Suivi annuel
Great Place to Work	Certification	1980	Monde	Great Place to Work Institute	Questionnaires réalisés par les collaborateurs	10000	Référentiel propre sur la CVT	Enquête annuelle
Biodiver-City	Label	2019	Monde	CIBI		22 projets certifiés, 861 000 m2 labellisés	Référentiel sur la biodiversité dans les projets immobiliers	Audit à la demande
Fairtrade	Label	1992	Monde	Organisations indépendantes accréditées par FLO-CERT		1500	Cahiers des charges adaptés aux filières et aux pays, sur la base d'un socle commun de critères économiques, sociaux et écologiques	Au moins deux fois par cycle de 3 ans

EcoVadis	Certification, notation	2007	Monde	EcoVadis	Questionnaire et justificatifs évalués par un expert Ecovadis	85,000	Pacte Mondial de l'ONU, GRI, Norme ISO 26 000, conventions de l'OIT	Suivi annuel
ECO-CERT	Certification	1991	Monde	ECO-CERT SA		81 000 entreprises accompagnées	150 référentiels, publics ou privés, nationaux ou internationaux	Suivi régulier
Clef Verte	Label	1994	Monde	Fondation pour le tourisme durable		3000	établis au niveau international par la Foundation for Environmental Education et revus tous les 4 ans	Suivi annuel
Flocon Vert	Label	2013	France	Flocon Vert		29	20 critères propres	Suivi tous les 2-3 ans
Numérique Responsable	Label	2013	France	Comité de labellisation d'experts du Green IT		150	Compétences de l'Institut du Numérique Responsable	Suivi annuel
Energy Star	Label	1992	Monde	EEA	Géré par l'Europe	1100	Propre	Suivi tous les 1-2 ans

OBJECTIF CERTIFICATION RSE : QUEL PARCOURS POUR MON ENTREPRISE ?

Pour **atteindre une certification, ou une labellisation RSE**, il est essentiel de suivre un parcours structuré. Votre entreprise devra répondre à des objectifs clairs et mettre en place des actions concrètes, tout en mesurant continuellement les progrès. Voici un guide détaillé pour accompagner votre entreprise dans ce long processus.

1 - ÉTABLIR DES OBJECTIFS SPÉCIFIQUES ET MESURABLES

La première étape pour obtenir une certification RSE consiste à **définir des objectifs clairs et précis**. Ceux-ci doivent être Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes et Temporellement définis : c'est ce que l'on appelle la **méthode SMART**.

Vos **objectifs** peuvent être **divers** et **variés** : réduction de l'empreinte carbone, amélioration des conditions de travail des employés, soutien à la diversité ou développement de produits éthiques sont tout autant de causes importantes.

Mais gardez en tête qu'une fine analyse des enjeux spécifiques à votre secteur d'activité et à votre entreprise est essentielle. Par exemple, si vous êtes une entreprise industrielle, l'empreinte environnementale pourrait être votre priorité, tandis que pour une société de services, la gestion des ressources humaines ou l'inclusion sociale pourrait être davantage pertinente. Ces objectifs doivent être **alignés avec les valeurs de votre entreprise** et les **attentes des parties prenantes** (clients, employés, actionnaires, etc.).

2 - LANCER LES ACTIONS RSE

Une fois vos objectifs définis, il est temps de **passer à l'action** !

Le lancement des initiatives RSE nécessite une **planification rigoureuse** et une répartition claire des responsabilités. En fonction de vos objectifs, cela peut par exemple inclure des **actions** comme :

- La réduction de la consommation d'énergie ;
- La mise en place de programmes de recyclage ;
- L'optimisation de la chaîne d'approvisionnement pour réduire l'empreinte carbone ;
- L'amélioration des conditions de travail des employés ;

- Des projets de soutien à des causes sociales ou environnementales ;
- La mise en place de partenariats avec des entreprises éthiques ;
- La formation des employés à la gestion durable.

Fournisseurs, collaborateurs, clients, et même la communauté locale : **l'ensemble des parties prenantes doit être impliqué** dans cette démarche.

3 - MESURER ET SUIVRE LE PROGRÈS

Afin de garantir la **réussite de votre stratégie RSE** et d'espérer obtenir le précieux sésame de la labellisation ou de la certification, la mise en place de mécanismes de **suivi** et d'**évaluation** est un incontournable.

Définissez des **indicateurs de performance clé** ou *KPI*, afin de mesurer la portée de vos actions. Par exemple, un KPI pourrait être la réduction des émissions de CO2 par unité de production, l'augmentation du pourcentage de matériaux recyclés utilisés, ou encore la satisfaction des employés concernant leur environnement de travail.

En collectant régulièrement des données et en analysant les résultats, vous pouvez **ajuster les actions RSE** au fur et à mesure et être réactif. Veillez également à réaliser des **bilans** réguliers afin de communiquer en toute transparence sur les progrès réalisés, tant en interne qu'avec les parties prenantes externes. Une bonne manière de **renforcer la crédibilité de votre entreprise** et son engagement réel envers la RSE.

4 - RÉALISER UN AUDIT DE CERTIFICATION OU DE LABELLISATION

Une fois les actions mises en place et les progrès suivis, l'heure est venue de choisir le label ou la certification que vous souhaitez obtenir. Quel que soit l'outil choisi, vous devrez faire réaliser un **audit externe** afin de faire évaluer votre degré de maturité RSE, selon le référentiel choisi par le label ou la certification, tel que ISO 26 000, B Corp, ou le GRI. Si votre entreprise ne respecte pas les critères définis, vous ne pourrez pas prétendre au macaron RSE.

Entre la démarche initiale et la certification, 3 à 12 mois peuvent s'être écoulés. Cela peut représenter un **investissement financier** conséquent, et demander une **implication importante** des collaborateurs. Si les processus de labellisation peuvent être dissuasifs, de par la complexité de certains, le jeu en vaut généralement la chandelle.

MAINTENIR ET AMÉLIORER LES EFFORTS RSE DANS LE TEMPS

La certification n'est pas une fin en soi, mais un **processus évolutif**. Les exigences RSE sont susceptibles d'évoluer avec le temps, tout comme les attentes des parties prenantes. Ainsi, pour conserver une certification ou une labellisation, mais aussi améliorer la réputation de l'entreprise, il est nécessaire d'engager un **travail de veille permanent**.

Gardez en tête qu'une entreprise certifiée RSE doit être en mesure de démontrer son engagement par des actions concrètes et des résultats mesurables, prouvant ainsi qu'elle fait de la responsabilité sociale une **priorité à long terme**.

QUELLES ALTERNATIVES À LA LABELLISATION ?

Si vous n'êtes pas encore prêt à vous engager pleinement dans l'aventure de la labellisation, notamment pour des raisons financières, différents processus peuvent vous aider à **faire le point, informer et communiquer sur vos démarches RSE**. Keenat vous dit tout !

RÉALISER UN BILAN CARBONE

Elle est l'une des alternatives les plus concrètes à la labellisation : la réalisation d'un **bilan carbone** permet non seulement de témoigner de l'engagement RSE de son entreprise, mais surtout de quantifier les émissions de gaz à effet de serre générées par l'ensemble des activités, et de les réduire.

Contrairement à une labellisation qui repose sur des critères standards, cette approche offre davantage de **flexibilité**, en permettant à l'entreprise d'**identifier ses propres leviers d'amélioration**. Elle donne également un **cadre** pour communiquer sur les efforts réalisés auprès des parties prenantes, et peut servir de base pour une stratégie environnementale continue.

REJOINDRE DES PLATEFORMES ÉTHIQUES

Rejoignez des entreprises engagées dans une démarche durable et éthique en intégrant des plateformes ! Ces dernières permettent aux organisations de **partager leurs bonnes pratiques**, de se faire **auditer** sur leur portée sociale et environnementale, et de **se connecter à des partenaires** partageant les mêmes valeurs. Vous disposerez d'un réseau de soutien et de collaboration, tout en bénéficiant d'une reconnaissance du travail accompli.

Contrairement aux labels traditionnels, ces réseaux offrent une certaine souplesse et sont souvent plus accessibles pour les entreprises de toutes tailles, sans la lourdeur administrative et les coûts liés à la certification.

Depuis [Zej](#), une plateforme ESG, vous pourrez : évaluer et communiquer, piloter et progresser, mais aussi fédérer et consolider votre démarche RSE. À l'instar de ses 300 entreprises partenaires, vous pourrez également inciter les consommateurs à adopter des réflexes responsables.

DEVENIR UNE ENTREPRISE À MISSION

Devenir une **entreprise à mission** représente une alternative intéressante aux labels RSE : cela ancre des engagements sociaux et environnementaux directement dans les **statuts de l'entreprise**, donnant à ces objectifs une dimension plus **officielle** et **contraignante**.

Introduit en France par la loi Pacte de 2019, le statut d'entreprise à mission permet aux entreprises de **définir une raison d'être** et des **objectifs** sociaux ou environnementaux spécifiques, en complément de leur activité économique. Parce que cela implique une **profonde révision des pratiques internes** de l'entreprise, de ses **objectifs** à long terme et de ses **rapports avec les parties prenantes**, le statut d'entreprise à mission va au-delà d'une simple démarche de labellisation.

Faire le choix stratégique de devenir une entreprise à mission renforce la **transparence** et la **confiance** envers les consommateurs, les collaborateurs et les investisseurs, tout en engageant l'entreprise dans un **processus continu d'amélioration** de ses pratiques RSE.

POUR ALLER PLUS LOIN : QUELLE SERA L'ENTREPRISE RSE DE DEMAIN ?

2024 a été une année clé pour la RSE, et cela semble se poursuivre plus que jamais en 2025. Si le volet environnemental est arrivé à un certain stade de maturité, cela doit désormais **aller plus loin** pour s'inscrire dans la durée.

Trois grandes tendances émergent :

- Une **réduction de l'empreinte environnementale**, au-delà du carbone ;
- L'intégration du **changement climatique au cœur des opérations**, et non plus seulement dans la gestion des risques ;
- La **charge de la preuve des services RSE**, pour nourrir davantage le travail.

Vous l'aurez compris, que cela passe par un processus de labellisation, ou par une collaboration avec une ESUS comme Keenat, l'entreprise du futur intégrera les principes de la **RSE au cœur de son modèle économique**, ou ne sera pas. Alors, prêt à relever le défi ?

ZOOM SUR KEENAT : PARTENAIRE RSE DE VOTRE ENTREPRISE

Depuis sa création en 2019, Keenat s'impose comme un partenaire RSE clé. Toutes nos actions poursuivent un objectif unique : la préservation de nos écosystèmes et la création d'emplois locaux. Et notre raison d'être le confirme " **Innover, agir, inspirer et développer ensemble des solutions durables à impact social et environnemental**".

Elle-même engagée dans une **démarche RSE forte**, notre entreprise à mission est titulaire de **l'agrément ESUS** (Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale) délivré par la DREETS (Direction Régionale de l'Économie, de l'Emploi, du Travail et des Solidarités), et signataire de la **Charte de la Diversité**.

Recyclage des mégots, des masques ou des chewing-gums : avec nos **trois solutions clés en main**, mettez aisément en place des **actions concrètes et mesurables**, tout en renforçant votre **engagement sociétal** ! Ces dernières s'articulent autour d'une même mécanique :

- La **sensibilisation** aux conséquences des déchets ;
- La **collecte des déchets** par des structures de l'insertion ;
- Le **recyclage** et la **valorisation** ;
- La remise d'un **rapport d'impact**, rappelant les litres d'eau sauvés, le nombre de déchets collectés et les heures d'insertion générées.

S'engager dans une démarche RSE avec Keenat, c'est faire le choix de **protéger nos environnements** et de **construire des communautés durables**. À vos côtés, nous œuvrons ensemble à la réduction de votre empreinte environnementale et à la préservation des ressources, pour répondre à l'urgence sociale et environnementale tout en développant votre politique RSE.

Vous souhaitez mettre en place la solution écomégot ?

Contactez un conseiller



**MERCI POUR
VOTRE ATTENTION !**

VOUS AVEZ DES QUESTIONS ? CONTACTEZ-NOUS !

www.keenat.com

contact@keenat.com