



La **communication** dans le cadre d'une **démarche RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises)** revêt une grande importance car elle permet :

- d'informer, sensibiliser et impliquer les salariés de l'entreprise et autres parties prenantes internes de l'entreprise,
- de valoriser l'engagement RSE de l'entreprise auprès de ses parties prenantes externes,
- d'inciter les parties prenantes externes à s'engager également dans une **démarche RSE**.

MODE D'EMPLOI

1

Définissez votre stratégie de communication

Avant de communiquer, assurez-vous d'avoir une vision claire de vos objectifs et des messages clés que vous souhaitez transmettre. Identifiez les **canaux de communication** les plus pertinents pour atteindre votre public cible. Cela peut inclure des rapports annuels de RSE, des sites web dédiés, des réseaux sociaux, des événements internes et externes, des partenariats avec des organisations, etc.

2

Adaptation aux publics cibles

La **communication** doit être adaptée aux différents publics cibles, tels que les employés, les clients, les investisseurs, les fournisseurs, les communautés locales, etc. Chaque groupe peut avoir des attentes spécifiques et des intérêts particuliers en matière de RSE, il convient donc d'**adapter les messages et les supports de communication** utilisés en conséquence.

3

Mettez en avant vos réalisations

Partagez des cas concrets et des histoires inspirantes que vous avez entreprises dans le cadre de votre **démarche RSE**. Mettez l'accent sur les résultats obtenus, tels que la réduction de l'empreinte carbone, l'adoption de pratiques éthiques ou l'implication dans des initiatives sociales. Votre **communication** doit en effet mettre en valeur les résultats et les impacts positifs de la **démarche RSE**. Cela peut inclure des témoignages de bénéficiaires, des réussites individuelles ou des projets communautaires. C'est également l'occasion de valoriser vos salariés par des retours d'expériences. Il est essentiel de montrer comment les actions de l'entreprise contribuent au développement durable, à la protection de l'environnement, à l'amélioration des conditions de travail, etc.

4

Utilisez des supports variés

Utilisez **différents supports de communication** pour toucher un large public. Cela peut inclure des rapports annuels RSE, des flyers, des plaquettes, des mails d'information, des communiqués de presse, des articles de blog, des vidéos, des réunions de présentation, des infographies ou des réseaux sociaux.

5

Clarté

La **communication** doit être claire et compréhensible par tous les publics. Il est important d'éviter le jargon technique et d'utiliser un langage accessible pour présenter les objectifs, les actions et les résultats de la **démarche RSE** avec des éléments comparatifs permettant d'illustrer les chiffres.

6

Cohérence

La communication doit être adaptée aux différents publics cibles, tels que les employés, les clients, les investisseurs, les fournisseurs, les communautés locales, etc. Chaque groupe peut avoir des attentes spécifiques et des intérêts particuliers en matière de RSE, il convient donc d'**adapter les messages et les supports de communication** utilisés en conséquence.

7

Soyez transparent et honnête

La transparence est essentielle pour établir la confiance avec vos parties prenantes. Les entreprises doivent fournir des informations précises et objectives sur leurs actions et leurs performances en matière de **RSE**. Communiquez de manière honnête sur vos progrès, mais n'hésitez pas à mentionner les défis auxquels vous êtes confrontés et les actions que vous prévoyez de prendre pour les surmonter.

8

Évaluez et communiquez vos progrès

Mettez régulièrement à jour vos parties prenantes sur les progrès réalisés par rapport à vos objectifs RSE. Cela montre votre engagement continu et votre responsabilité envers vos engagements.

EXEMPLES D'INDICATEURS



- Taux de salariés informés de l'existence d'une **démarche RSE** dans l'entreprise
- Taux de salariés pouvant citer 3 actions faisant partie de la **démarche RSE** de l'entreprise
- Nombre de **communications interne/externe** en lien avec la **politique RSE**

BONNES PRATIQUES

- **Impliquez vos employés** : Vos employés jouent un rôle crucial dans la mise en œuvre de votre **démarche RSE** : ils sont le reflet de votre entreprise et de ses engagements et doivent donc **incarner votre démarche RSE**. Informez-les régulièrement de vos initiatives et encouragez-les à y contribuer. Leur implication renforcera l'authenticité de votre communication.
- **Collaborez avec d'autres acteurs** : Mettez en valeur vos collaborations avec d'autres entreprises, organisations ou parties prenantes pour renforcer l'impact de votre **démarche RSE**. Cela démontre votre volonté de travailler ensemble pour des objectifs communs.

PIÈGES À ÉVITER

- Restez connecté avec la réalité : utilisez des termes compréhensibles par tous et s'appuyez sur des actions réelles
- Ne pas négliger la **communication interne** pour sensibiliser et maintenir la motivation des équipes dans le temps
- Valorisez des actions simples qui changent le quotidien des collaborateurs et d'éventuelles autres parties prenantes
- **Ne pas se contenter d'une communication unilatérale**, mais favoriser le dialogue et l'engagement en favorisant les échanges ascendants et transverses avec les parties prenantes.

EN SAVOIR +



Boîte à outils

- CCI France : [La norme 26000 en 7 questions](#)
- AFNOR : [les principes de la norme 26000](#)