Questionnaire de sensibilisation

responsabilité sociale des entreprises

Commission Européenne
Direction générale des entreprises

1. Introduction

Ce questionnaire vous aidera à réfléchir aux efforts de votre entreprise en matière d'entrepreneuriat responsable en soulevant des questions sur les moyens d'améliorer vos activités commerciales de manière rentable et sensible. Le questionnaire vous aidera également à identifier d'autres actions que vous pouvez prendre pour consolider votre entreprise, sa réputation et ses performances.

Il ne vous faudra guère plus de dix minutes pour compléter le questionnaire. Cochez les réponses les mieux appropriées pour vous et votre entreprise, puisqu'il est destiné à votre propre usage. Il n'y a pas de bonnes ni de mauvaises réponses - les questions sont plutôt destinées à vous faire prendre conscience des actions que vous pourriez entreprendre. Une fois complété, libre à vous de le conserver pour toute référence ultérieure. Il ne doit pas être remis aux organisateurs de l'événement.

2. Politiques sur le lieu de travail

1. Encouragez-vous vos salariés à développer de réelles compétences et une carrière à long terme (par ex., par le biais d'une procédure d'évaluation des performances, d'un plan de formation) ?
Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐
2. Existe-t-il une procédure permettant de garantir que les mesures adéquates sont prises contre toutes les formes de discrimination, que ce soit sur le lieu de travail ou au moment du recrutement (par ex., contre les femmes, des groupes ethniques, les personnes handicapées) ?
Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐
3. Consultez-vous les salariés à propos des questions importantes ?
Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐
4. Votre entreprise applique-t-elle des mesures appropriées en matière de santé, de sécurité et de bien-être qui assurent une protection suffisante à vos salariés ?
Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐
5. Votre entreprise offre-t-elle activement à ses salariés un bon équilibre entre la vie professionnelle et la vie privée, par exemple en envisageant le temps de travail flexible ou en autorisant les salariés à travailler à domicile ?
Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐

Dans quelle mesure les politiques relatives au lieu de travail contribuent-elles au succès de votre entreprise ?

Le succès à long terme de votre entreprise et vos capacités de performances en tant qu'entrepreneur dépendent souvent des connaissances, des compétences, du talent de la créativité innovatrice et - plus particulièrement - de la motivation de vos salariés. Au fur et à mesure que votre entreprise se développe, vous avez besoin de personnes sur qui compter et à qui vous pouvez déléguer des tâches de façon à consolider l'entreprise.

Si la conformité à la législation applicable en matière d'emploi, de lieu de travail, de santé et de sécurité peut garantir que vous couvrez les besoins de base de vos salariés, l'engagement visible envers l'amélioration de leur satisfaction à l'égard de leur travail, de la planification de leur carrière et de leur bien-être personnel démontre que vous les appréciez réellement en tant qu'individus - et que vous appréciez leur contribution à votre entreprise. L'implication de vos salariés vous permettra d'obtenir d'avantage de leur part en termes d'idées, d'engagement et de loyauté, ce qui renforcera votre efficacité d'entrepreneur.

Les salariés représentent les troupes de première ligne de la plupart des entreprises et sont de ce fait souvent en mesure de détecter - et de résoudre - les problèmes avant vous. En veillant à ce qu'ils comprennent les valeurs et le mode de fonctionnement de votre entreprise, et en leur permettant d'apporter leurs idées, ils vous aideront à mieux gérer le changement au fur et à mesure de l'évolution de votre entreprise.

Voici quelques conseils qui vous permettront d'instaurer des « partenariats internes » efficaces avec vos salariés :

- veillez à ce que la confiance règne entre les managers et les salariés ;
- consultez vos salariés sur les matières commerciales (si cela s'avère utile) et efforcez-vous d'obtenir leur coopération dans les matières importantes pour l'entreprise ;
- examinez la mesure dans laquelle le plan de carrière et la formation de vos salariés peuvent profiter à long terme à votre entreprise.

Des partenariats internes efficaces créent également des relations qui améliorent la flexibilité et la réactivité de votre entreprise ainsi que les échanges de savoir entre les salariés. Des salariés motivés forment souvent un personnel stable et satisfait - et contribue à bâtir la bonne réputation de l'entreprise.

3. Politiques sur l'environnement

6. Avez-vous essayé de réduire l'impact environnemental de votre entreprise en termes de ○ conservation de l'énergie ?
Oui □ Non □ En partie □ Je ne sais pas. □ Pas d'application □
○ réduction et recyclage des déchets ?
Oui □ Non □ En partie □ Je ne sais pas. □ Pas d'application □
○ prévention de la pollution (par ex., émissions dans l'atmosphère et l'eau, rejets d'effluents, bruit)
Oui □ Non □ En partie □ Je ne sais pas. □ Pas d'application □
○ protection de l'environnement naturel ?
Oui □ Non □ En partie □ Je ne sais pas. □ Pas d'application □
○ options de transport durable ?
Oui □ Non □ En partie □ Je ne sais pas. □ Pas d'application □
7. Votre entreprise peut-elle réaliser des économies en réduisant son impact environnemental (par ex., en recyclant les déchets, en réduisant la consommation d'énergie et en prévenant la pollution) ?
Oui □ Non □ En partie □ Je ne sais pas. □ Pas d'application □
8. Tenez-vous compte de l'impact environnemental potentiel lorsque vous développez de nouveaux produits et services (par ex., en évaluant la consommation d'énergie, la recyclabilité ou la pollution) ?
Oui □ Non □ En partie □ Je ne sais pas. □ Pas d'application □
9. Votre entreprise fournit-elle des informations environnementales claires et précises sur ses produits, ses services et ses activités aux clients, aux fournisseurs, à la communauté locale, etc. ?
Oui □ Non □ En partie □ Je ne sais pas. □ Pas d'application □

10. Pouvez-vous imaginer comment votre entreprise pourrait utiliser la durabilité de ses produits et services pour acquérir un avantage sur ses concurrents (par ex., recyclabilité des produits, efficacité énergétique) ?

Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐

Dans quelle mesure les politiques environnementales peuvent-elles contribuer au succès de votre entreprise ?

La dégradation de l'environnement représente un problème aussi bien mondial que local qui préoccupe de plus en plus la société - et donc vos clients aussi. De plus, de bonnes performances environnementales s'avèrent souvent financièrement payantes. L'efficacité énergétique, la prévention de la pollution, la réduction et le recyclage des déchets peuvent en effet induire une importante réduction des coûts pour l'entreprise, en plus d'autres avantages comme la conformité aux réglementations environnementales, l'amélioration de vos relations avec la communauté locale, la motivation de vos salariés et une fidélisation accrue de vos clients. Tous ces avantages contribuent clairement à la durabilité et au succès à long terme de votre entreprise.

Toutes les entreprises - peu importe leur taille ou leur secteur - peuvent exercer un impact positif ou négatif sur l'environnement. Les impacts négatifs découlent de la consommation directe ou indirecte d'énergie et des ressources, la génération de déchets et de matières polluantes et la destruction d'habitats naturels.

Bien que le potentiel de réduction d'impacts environnementaux négatifs soit limité dans les petites entreprises, chaque entreprise peut y contribuer en diminuant sa consommation d'énergie, en réduisant ses déchets et en recyclant les matériaux. Même les améliorations les plus modestes peuvent créer une différence importante lorsqu'elles sont cumulées aux efforts d'autres entreprises.

4. Politiques relatives au marché

11. Votre entreprise applique-t-elle une politique visant à assurer l'honnêteté et la qualité dans tous ses contrats, transactions et publicités (par ex., une politique d'achats équitable, des dispositions sur la protection des consommateurs) ?
Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐
12. Votre entreprise fournit-elle des informations et un étiquetage clairs et précis sur ses produits et services, y compris sur ses obligations de service après-vente ?
Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐
13. Votre entreprise paie-t-elle ponctuellement les factures de ses fournisseurs ?
Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐
14. Votre entreprise applique-t-elle une procédure permettant des réactions efficaces, une consultation ou un dialogue avec les clients, les fournisseurs et les autres personnes avec qui vous traitez ?
Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐
15. Votre entreprise consigne-t-elle et règle-t-elle les réclamations des clients, des fournisseurs et des partenaires commerciaux ?
Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐
16. Votre entreprise collabore-t-elle avec d'autres entreprises ou organisations pour aborder les problématiques liées à l'entrepreneuriat responsable ?
Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐

Dans quelle mesure les politiques relatives au marché peuvent-elles contribuer au succès de votre entreprise ?

Les entreprises sont essentiellement des organisations « humaines » qui reposent sur un tissu de relations internes et externes vitales à leur prospérité mutuelle. La gestion de ces relations est souvent déterminante du succès d'une entreprise. De bonnes relations avec les clients et les fournisseurs sont bénéfiques pour les uns comme pour les autres.

Un bon réseau constitue un facteur déterminant du succès d'une entreprise. Un moyen rapide d'améliorer les performances de votre entreprise consiste à partager ses expériences avec ses fournisseurs, ses clients, d'autres entreprises similaires ainsi que des associations professionnelles locales. Il existe de multiples exemples de bonnes pratiques qui peuvent vous aider à concrétiser les objectifs de votre entreprise. Vous pouvez également être en mesure d'aider d'autres entreprises en partageant votre savoir avec elles.

Pour préserver la réputation de votre entreprise, il est important « d'agir comme il faut » de manière conséquente dans toutes les facettes de vos relations professionnelles. Dans la pratique, vous pouvez bâtir une bonne réputation en assurant la satisfaction de vos clients, en réglant les factures ponctuellement et en persévérant dans votre engagement envers des pratiques commerciales intègres. Cette réputation est cruciale pour garantir le succès de votre entreprise sur le marché.

5. Politiques relatives à la communauté

17. Votre entreprise offre-t-elle des possibilités de formation aux personnes de la communauté locale (par ex., des postes d'apprentis, une expérience professionnelle aux jeunes ou aux groupes défavorisés) ?
Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐
18. Menez-vous un dialogue ouvert avec la communauté locale sur les questions problématiques, controversées ou sensibles qui impliquent votre entreprise (par ex., accumulation de déchets à l'extérieur des locaux, véhicules obstruant les rues et les trottoirs) ?
Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐
19. Votre entreprise s'efforce-t-elle d'effectuer ses achats localement ?
Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐
20. Vos salariés sont-ils encouragés à participer à des activités de la communauté locale (par ex., en fournissant du temps et l'expertise des salariés, ou toute autre aide pratique)
Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐
21. Votre entreprise fournit-elle régulièrement un soutien financier aux activités et aux projets de la communauté locale (par ex., dons de bienfaisance, sponsoring) ?
Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐

Dans quelle mesure les politiques relatives à la communauté locale peuvent-elles contribuer au succès de votre entreprise ?

Il y a un lien évident entre une entreprise saine et rentable et le bien-être de la communauté dans laquelle elle s'inscrit. La plupart des petites entreprises font partie intégrante de leur communauté et sont activement impliquées dans les aspirations et les activités locales. De telles entreprises bénéficient d'avantages tels que :

- un réseau et des liens utiles avec d'autres entreprises locales ;
- une reconnaissance et une estime accrues de la part des clients ;
- un renforcement de la réputation de l'entreprise ;
- une optimisation du recrutement et une réduction de la rotation du personnel.

Etre un bon voisin ne signifie pas simplement manifester du respect pour les autres personnes des environs immédiats. Le soutien à la communauté peut inclure tout ce dont peut bénéficier la communauté, comme le sponsoring ou la mise à disposition de temps et d'expertise. Cela peut englober la participation à des initiatives sportives, éducatives ou culturelles locales. S'engager dans des problématiques sociales comme participer à la lutte contre la criminalité ou le chômage de longue durée dans votre région peut également contribuer au succès financier à long terme de votre entreprise.

S'engager positivement dans votre communauté locale peut aussi vous aider à identifier de nouveaux marchés, de nouveaux clients ou de nouvelles opportunités commerciales, nouer des contacts avec les autorités et les dirigeants locaux, ou encore faciliter de nouveaux partenariats avec d'autres entreprises dans des projets communautaires.

Sélectionnez des activités alignées sur les objectifs commerciaux de votre entreprise (par ex., des activités qui intéressent des clients potentiels ou répondent aux besoins de formation et d'emploi de votre entreprise), qui correspondent aux besoins de votre communauté locale, qui engagent vos salariés et qui entrent dans le cadre de vos capacités.

6. Valeurs d'entreprise

22. Avez-vous clairement défini les valeurs et les règles de conduite de votre entreprise ?
Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐
23. Communiquez-vous les valeurs de votre entreprise à vos clients, partenaires commerciaux, fournisseurs et autres parties intéressées (par ex., lors de présentations commerciales, dans le matériel de marketing ou les communications informelles) ?
Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐
24. Vos clients ont-ils connaissance des valeurs et des règles de conduite de votre entreprise ?
Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐
25. Vos salariés ont-ils connaissance des valeurs et des règles de conduite de votre entreprise ?
Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐
26. Initiez-vous vos salariés à l'importance des valeurs et des règles de conduite de votre entreprise ?
Oui ☐ Non ☐ En partie ☐ Je ne sais pas. ☐ Pas d'application ☐

Dans quelle mesure de bonnes valeurs d'entreprise peuvent-elles contribuer au succès de votre entreprise ?

La plupart des petites entreprises agissent déjà « comme il faut » - ou appliquent tout au moins un certain nombre de bonnes mesures ! Les petites et moyennes entreprises reflètent souvent les valeurs et les principes du propriétaire/manager. Mais peu d'entreprises ont consigné leurs valeurs dans un code de conduite, une déclaration de bonnes pratiques commerciales ou même dans une simple énumération de règles générales précisant la vision, les valeurs, les responsabilités et les ambitions de l'entreprise.

Définir et communiquer vos valeurs vous aidera, vous et vos salariés, à rester fidèles à ce en quoi vous croyez et contribuera à la réputation de votre entreprise en fournissant un instrument et en faisant une déclaration d'intentions aux personnes et aux partenaires avec qui vous traitez. Les gens aiment travailler pour et avec des personnes qui partagent leurs propres valeurs. Agir de la sorte pourrait donc vous aider à attirer des salariés, des clients, des fournisseurs et des investisseurs qui approuvent vos principes.

Assurez-vous que les valeurs de votre entreprise reflètent réellement votre entreprise et le contexte dans lequel elle s'inscrit. Promouvez des normes strictes sur le lieu de travail et abordez de manière positive les intérêts et les préoccupations de vos salariés, de vos clients, de vos fournisseurs et de la communauté locale.

Une définition claire de vos valeurs constitue un point de départ. D'une manière générale, vos valeurs doivent fournir des conseils clairs et cohérents sur la manière de traiter des situations qui posent un dilemme ou entraînent un conflit d'intérêts. Vous obtiendrez les meilleurs résultats si vous convainquez les autres, par votre engagement, de la réalité des valeurs de votre entreprise en

- faisant personnellement office de modèle de rôle convaincant ;
- ouvrant le dialogue avec les autres ;
- communiquant vos valeurs à l'intérieur comme à l'extérieur de votre entreprise.

Les valeurs et principes intrinsèques d'une entreprise - et son engagement à les appliquer - sont inextricablement liés à sa réputation.