



ATELIER PARTIES PRENANTES ET RSE Animé par BIOPARTENAIRE Mardi 12 mai 2015

Le sentiment des participants est d'être très observés et très sollicités par leurs parties prenantes. Une certaine « pression extérieure » est ressentie par les chefs d'entreprise.

La majorité des témoignages montrent que leurs communications sont à sens unique vers les médias (Communiqué des Presse), vers les politiques (lobby collectif), vers les clients (Facebook). Ils sont majoritairement « émetteurs » dans une communication à sens unique et souhaitent sensibiliser, éduquer et informer.

Les animateurs mettent en avant ce constat qui va un peu à l'encontre du dialogue RSE, censé faire émerger les besoins et attentes des parties prenantes et non de leur imposer des solutions.

De nouvelles réactions et des propositions illustrées s'en suivent :

- **Il faudrait discuter pour montrer la maîtrise de son activité et ainsi gagner et alimenter la confiance avec les parties prenantes.**
- **On peut être acteur de la simplification (réglementaire par ex.) : fixer des grandes lignes rouges à ne pas franchir et faire vérifier en externe la qualité des dialogues réalisés.**
- **On peut privilégier les visites, des portes ouvertes, les forums.**
- **On peut créer des lieux et des espaces d'échanges et de réflexion. Ceci en prenant des temps non productifs au sens comptable classique.**

Ex : Biocoop organise pendant les heures de déjeuner, de manière volontaire, des comités de bassins de salariés et de gérants de magasins pour faire remonter leurs attentes sur les thèmes choisis.

- **On peut créer des structures intégrant, de par leur statut, les parties prenantes (ex : dans le cadre d'une SCIC).**
- **Il faudrait miser sur un cercle vertueux autour de l'entreprise (comme une spirale en développement) pour accroître sa notoriété et la confiance réciproque avec les parties prenantes.**