



Référentiel de Print Ethic, Label RSE sectoriel dans les Industries Graphiques

Mise à jour au 23 janvier 2023

Table des matières

LES DOUZE ENJEUX CLES A ADRESSER PAR LES ENTREPRISES.....	2
LE DISPOSITIF DE LABELLISATION.....	3
Le règlement d'usage du label	3
Le référentiel.....	12

LES DOUZE ENJEUX CLES A ADRESSER PAR LES ENTREPRISES

1. Définir la politique de responsabilité sociétale de l'entreprise, source de vigilance et d'innovation ; la piloter grâce à une organisation pérenne, structurée et professionnalisée, former les salariés aux enjeux RSE de l'entreprise et du secteur professionnel
2. Définir une stratégie de positionnement et de développement de l'entreprise à 3/5 ans, en fonction des mutations en cours, intégrant ses grands enjeux de responsabilité sociétale
3. Intégrer une culture de l'innovation, dans les produits, les services, l'organisation de l'entreprise, s'appuyant sur la créativité de ses équipes, afin de développer la différenciation, la performance et l'agilité
4. Identifier les parties prenantes prioritaires de l'entreprise et dialoguer avec elles de manière structurée, pour connaître leurs attentes, leurs intérêts et les stratégies gagnant-gagnant qui peuvent être développées
5. Favoriser le développement d'un dialogue social de qualité, constructif, facteur de fidélisation et de bien-être des collaborateurs, de performance et d'agilité de l'entreprise
6. Identifier les risques que l'activité de l'entreprise peut faire peser sur ses parties prenantes, notamment ses salariés, (en matière de sécurité, de santé) et d'atteintes à l'environnement et prendre des mesures de prévention efficaces
7. Investir dans les compétences des salariés, élément clé de compétitivité, afin de développer l'efficacité, acquérir les compétences nécessaires liées notamment aux nouveaux métiers et assurer la transmission des compétences rares, sécuriser les parcours professionnels, en recherchant la diversité des profils comme un facteur d'enrichissement du capital humain de l'entreprise
8. Améliorer la connaissance et l'attractivité du métier et de l'entreprise auprès des jeunes et former des professionnels qualifiés, notamment via l'accueil de stagiaires et d'apprentis
9. Réduire l'impact environnemental de la production à travers une analyse précise des impacts, une optimisation du volume et de la qualité des matières premières utilisées et une promotion de produits « écoconçus » auprès des clients.
10. Réduire les émissions de gaz à effet de serre et la consommation d'énergie pour participer à l'effort commun nécessaire pour réussir la transition énergétique.
11. Mettre en œuvre le Règlement Européen sur la protection des données, pour la protection des données internes (salariés) et externes (clients)
12. Promouvoir la RSE chez les fournisseurs et sous-traitants, en intégrant des critères sociaux et environnementaux dans les achats, et être particulièrement vigilant au respect des Droits de l'Homme chez les fournisseurs et sous-traitants étrangers.

LE DISPOSITIF DE LABELLISATION

Le règlement d'usage du label

OBJECTIFS

Le but de cette démarche de reconnaissance est de conduire le plus d'entreprises possible du secteur à mettre en place les actions prioritaires identifiées dans l'engagement RSE de branche (principe et choix des enjeux validés en commission paritaire le 25 janvier 2017, texte global en cours de discussion paritaire).

En s'appuyant sur un référentiel et la vérification périodique de sa bonne application, la profession souhaite répondre aux objectifs suivants :

Objectifs individuels

- Aider les entreprises à faire évoluer leur fonctionnement en cohérence avec les évolutions de l'environnement professionnel (révolution digitale, transition écologique)
- Permettre aux entreprises participantes de mesurer leur progression et d'adopter une démarche d'amélioration continue
- Donner les moyens aux entreprises de valoriser leur démarche auprès de leurs donneurs d'ordre et des consommateurs finaux afin d'en tirer un avantage concurrentiel.

Objectifs collectifs

- Définir un cadre facilitant la mise en place des actions RSE, notamment par les TPE/PME
- Développer l'attractivité et la visibilité globale du secteur
- Mesurer de façon quantitative et qualitative l'application de l'engagement paritaire.
- Utiliser cette démarche comme dispositif d'autocontrôle de la profession via la vérification de la bonne application de certaines prescriptions réglementaires parfois mal comprises ou mal appliquées.

LES MOYENS

Un label sectoriel associé à un **référentiel construit autour de 12 enjeux RSE, identifiés comme prioritaires par la branche des Industries Graphiques¹**, est défini.

Ce label est structuré en quatre niveaux de progression. Le niveau attribué à l'entreprise dépend du nombre d'enjeux traités : 1^{er} niveau pour 1 à 3 enjeux, 2^e niveau pour 4 à 6 enjeux, 3^e niveau pour 7 à 9 enjeux, 4^e niveau pour 10 à 12 enjeux. **Le référentiel prévoit un mécanisme d'amélioration continue, imposant un délai de trois ans maximum pour passer au niveau suivant** (des possibilités de dérogations existent, sur avis du Comité de labellisation, si une entreprise justifie avoir besoin de temps supplémentaire, cf. détail dans le § « Processus d'attribution » p.14).

Dans les trois ans entre deux niveaux, l'entreprise transmet annuellement un dossier de suivi. Le label et la vérification de la bonne application des exigences du référentiel devront rendre le système efficace, crédible et visible.

¹ La branche des Industries Graphiques recouvre la CCN de l'Imprimerie de Labeur ainsi que son annexe sur la RBD, ainsi que la CCN de la Sérigraphie et celle du Routage.

Le même référentiel sera appliqué aux entreprises, quelle qu'en soit la taille. Par conséquent, quelques exigences du référentiel sont déjà applicables pour certaines entreprises dans un cadre réglementaire. Dans ce cas, c'est la bonne application de l'obligation réglementaire en cohérence avec les principes de responsabilité sociétale qui sera recherchée dans le cadre du label. Toutefois, dans la plupart des cas, le secteur graphique étant essentiellement composé de TPE/PME (90% des entreprises ont moins de 20 salariés), ces exigences relèveront de pratiques supra légales.

Une boîte à outils permettant aux entreprises de répondre aux exigences du référentiel sera construite. Celle-ci sera composée notamment de programmes de formation, d'outils d'autodiagnostic, de micro-conférences à distance, d'un guide de présentation et d'utilisation des indicateurs de suivi, d'un site internet identifiant les bonnes pratiques, de modèles de documents, etc.. Un événement annuel réunissant les entreprises engagées pourra être organisé. Des financements mutualisés de branche, permettant de financer des formations et de l'accompagnement seront mobilisés. Le réseau de chargés de mission régionaux de l'organisme gestionnaire sera mis à contribution pour l'accompagnement des entreprises sur certaines thématiques (notamment l'enjeu 7 sur les compétences), mais aussi l'accompagnement plus global de l'entreprise pour progresser dans le dispositif.

LES ACTEURS

En plus des entreprises, principaux acteurs du dispositif, la démarche s'appuiera sur les acteurs suivants :

La Commission Paritaire Nationale de la branche

La Commission Paritaire Nationale, qui sera signataire de l'engagement de branche « pour une démarche de développement pérenne et responsable des Industries Graphiques », a pour mission de vérifier chaque année la bonne mise en œuvre de cet engagement. A partir des informations qualitatives et quantitatives transmises par le gestionnaire du label, elle vérifie tous les 4 ans la pertinence des enjeux définis en vue de les faire éventuellement évoluer. Instance politique du dispositif, elle en donne les grandes orientations. Elle valide aussi le bilan annuel de l'opération établi par le gestionnaire.

Le gestionnaire du label

Cette entité, l'IDEP², centre de ressources paritaire de la branche, anime l'ensemble de la démarche de labellisation. Il dépose le nom du label et ses éléments associés, au nom de la Commission Paritaire Nationale, auprès de l'INPI. Il est le représentant officiel du label et est chargé de sa promotion directe ou indirecte. Il présente chaque année un bilan à la Commission Paritaire Nationale.

² L'IDEP est le centre de ressources paritaire de branche au service des professionnels de la filière Communication graphique. <http://www.com-idep.fr>

Le gestionnaire du label assure les missions suivantes :

1. Il gère les relations avec les entreprises engagées dans la démarche de labellisation :
 - Information des entreprises intéressées sur les conditions d'entrée dans le dispositif et d'obtention du label (cf. § Conditions d'éligibilité)
 - Transmission du dossier de demande d'attribution à l'entreprise candidate
 - Si nécessaire, orientation vers des organismes pouvant proposer un accompagnement
 - Organisation du parcours de formation-action pour les référents RSE des entreprises visant à être labellisées (cf. référentiel enjeu 1).
 - Réception et instruction des dossiers de demande d'attribution de niveau, si besoin demande d'informations complémentaires
 - Soumission au Comité de labellisation des demandes d'attribution
 - Notification des décisions du Comité de labellisation aux entreprises candidates
 - Enregistrement et suivi de l'avancement des travaux des entreprises entre deux attributions de niveau ; et en cas de doute, soumission de ces éléments de suivi au comité de labellisation pour avis et retour à l'entreprise
 - En cas de manquement des entreprises, présentation au Comité de labellisation des demandes de retrait du label (cf. § Radiation).
2. Il visite les entreprises labellisées avant les demandes d'attribution des niveaux 2 et 3, vérifie la progression dans le référentiel et accompagne l'entreprise pour la préparation du dossier de demande d'attribution du niveau supérieur. Il rédige une note à l'intention du Comité de labellisation, pour synthétiser le dossier et donner sa vision de la dynamique de la démarche de l'entreprise.
3. Il assure la constitution du Comité de labellisation, gère les relations avec ses membres, en convoque et anime les réunions dont il réalise les compte-rendus.
4. Il construit et anime les actions d'accompagnement, notamment :
 - Identification de ressources utiles : ressources pédagogiques, partenaires, prestataires etc.
 - Animation du réseau de référents/de la communauté Print Ethic notamment webinaires, réunion présentielle etc
 - Définition des outils d'évaluation et de communication ainsi que d'échanges (site internet, forum) à destination des entreprises et des partenaires locaux
 - Identification et/ou élaboration, éventuellement en partenariat avec d'autres organisations, des actions de formation proposées dans le référentiel à destination des entreprises
 - Gestion des relations avec les organismes de certification chargés de veiller à la bonne application du dispositif.
 - Contrôle du respect des dates de péremption du label et de la communication des entreprises si certaines venaient à arrêter la démarche ou à perdre leur labellisation.
5. Il établit un compte-rendu annuel d'activité avec les principaux indicateurs.

Les référents RSE en entreprise

Le dispositif est basé sur l'identification, la formation et le suivi d'un référent RSE salarié de l'entreprise souhaitant obtenir le label.

Ce référent RSE sera en lien direct avec le gestionnaire du label. Il définira, en étroite relation avec sa direction, les actions réalisées chaque année et s'assurera de leur mise en œuvre. Il animera les groupes de travail internes et sera chargé de la collecte des informations nécessaires au suivi des indicateurs. Il participera aux formations et aux événements proposés par le gestionnaire du label.

Enfin, il sera chargé de la constitution du dossier de demande d'attribution du label et des dossiers annuels de suivi qu'il transmettra au gestionnaire du label.

En cas de départ du référent RSE l'entreprise notifie à l'organisme gestionnaire l'éventuelle vacance de la fonction. Elle s'engage à nommer le plus rapidement possible un nouveau référent RSE et à s'organiser pour maintenir la dynamique de l'entreprise. Les modalités de professionnalisation de ce nouveau référent sont communiquées à l'organisme gestionnaire et un rendez-vous de prise de contact est organisé.

Le comité d'Orientation du label

Le comité d'Orientation, organe de concertation avec les parties prenantes, prend connaissance de l'avancement du projet, des évaluations bi-annuelles du dispositif réalisées par un organisme de certification externe (cf. ci-dessous) et donne son avis sur les modifications de référentiel envisagées.

Il se réunit tous les ans. Il est composé d'organisations intéressées réparties dans 4 collèges, à l'instar du comité de labellisation, et fait des propositions de nominations au sein du comité de labellisation. Les échanges sont consignés dans un procès-verbal.

Le Comité de labellisation

Ce Comité de labellisation national délivrera, sur la base des dossiers transmis par le gestionnaire, le label, et son niveau correspondant, aux entreprises en faisant la demande. Il se réunira en fonction des besoins. La réunion du Comité pourra être physique ou virtuelle.

Il sera composé de quatre collèges : un collège organisations syndicales de salariés, un collège organisations d'employeurs, un collège parties prenantes externes (clients, pouvoirs publics, fournisseurs, organismes partenaires) et un collège experts (personne ayant une connaissance des problématiques RSE de la branche et impliquée directement ou indirectement dans cette démarche). Chaque collège sera composé de personnes identifiées (et non d'organisations) proposées par des organisations membres du comité d'Orientation. La constitution de chaque collège sera validée par la Commission Paritaire sur proposition du gestionnaire. En cas de démission d'un des membres, le gestionnaire fera une proposition à la Commission Paritaire afin de garantir la présence d'au moins 2 personnes par collège. Ce remplacement devra être validé par la Commission Paritaire. La nomination d'une personne dans un collège est validée pour une durée de 3 ans renouvelable.

La réunion du Comité de labellisation et donc la délivrance du label ne pourra être effective que dans la mesure où au moins trois collèges sont représentés. Les décisions sont prises et annoncées tel que prévu au chapitre « Décisions du Comité de labellisation et recours », sur la base d'une voix par collège. Le gestionnaire du label est membre de droit du comité d'attribution, son avis sera uniquement consultatif.

Un règlement intérieur régissant la constitution et le fonctionnement du Comité d'Attribution sera rédigé. Il prévoira notamment l'organisation d'une Présidence tournante entre les 4 collèges tous les deux ans, les modalités de prise de décision au sein des collèges et la détection et gestion d'éventuels conflits d'intérêt..

L'Organisme de certification- Dispositif

Afin de confirmer la bonne application du dispositif et notamment des conditions d'attribution du label, l'ensemble du système sera évalué, tous les deux ans par un organisme de certification extérieur. Cet organisme³, dont le choix sera validé par la Commission Paritaire sur proposition du gestionnaire, sera sélectionné sur la base de critères techniques, organisationnels et financiers. Cette évaluation du système donnera lieu à la rédaction d'un rapport qui sera transmis la Commission Paritaire et au comité d'attribution. Une version à destination du public sera aussi rédigée et validée par l'organisme de certification.

Les points vérifiés lors de l'évaluation concerneront particulièrement : le suivi des référents RSE, les conditions de constitution et d'examen des dossiers de demande d'attribution en particulier dans le cadre des visites d'entreprises effectuées par le gestionnaire avant les demandes d'attribution des niveaux 2 et 3, le processus d'enregistrement des candidatures et des titulaires et le suivi annuel assuré par le gestionnaire, le processus de constitution (et de renouvellement) du Comité de labellisation ainsi que son fonctionnement. En particulier, l'évaluateur procédera au contrôle de quelques dossiers acceptés ou refusés, échantillonnés par lui seul, pour vérifier la présence des documents factuels requis, s'assurer du bon respect du référentiel et ainsi évaluer la rigueur et l'impartialité des décisions d'attribution ou de refus. Il sera libre de demander la visite de quelques entreprises⁴ de son choix pour étayer ses observations, aux frais du gestionnaire.

Il pourra également faire des propositions d'évolution du référentiel ou donner un avis sur les évolutions proposées par le gestionnaire.

L'Organisme de certification- Entreprises

Le dernier (quatrième) niveau du label sera délivré par le Comité d'Attribution sur recommandation d'un organisme tiers indépendant (OTI). Cet organisme tiers sera un organisme de certification, sélectionné par la Commission Paritaire sur proposition du gestionnaire. Chaque entreprise souhaitant obtenir ou renouveler ce dernier niveau fera l'objet d'un audit sur site réalisé par l'OTI.

PROCESSUS D'ATTRIBUTION

Conditions d'éligibilité

Le contenu du label ayant été spécifiquement identifié pour sa pertinence pour le secteur des industries graphiques, du routage et de la sérigraphie, seules les entreprises relevant des conventions collectives industries graphiques/ routage/ sérigraphie et dont l'activité principale effective correspond à ce champ, peuvent prétendre à l'obtention du label.

³ L'AFNOR Certification a été sélectionné pour la première évaluation au premier trimestre 2021

⁴ Les règles d'échantillonnage pour le contrôle des dossiers et le nombre de visites seront à fixer en accord avec l'organisme de certification.

Les entreprises ne correspondant pas à ces critères et qui souhaitent néanmoins obtenir le label peuvent transmettre une demande au gestionnaire. La décision d'intégrer une entreprise ne relevant pas du champ des conventions collectives précitées se fait sur la base de la considération de l'activité principale de l'entreprise :

- activité de production et transformation (façonnage, routage...) de produits imprimés réalisée en interne représentant au moins 50% du CA)
- minimum de tonnage papier ou m2 imprimé/an (cf. pré-requis Imprim'vert)

La relation avec le secteur et des motivations exprimées pour intégrer la démarche sont également prises en compte. Pour tous les cas particuliers, le gestionnaire transmet la demande au Comité de labellisation qui est décisionnaire final

Tout changement touchant les conditions d'éligibilité doit être notifié par l'entreprise au gestionnaire du label au plus tard lors du point de suivi annuel suivant.

Le label est attribué par entreprise). Dans le cas d'une entreprise disposant de plusieurs sites de production, le label peut être attribué à l'ensemble des sites si tous les critères du niveau requis sont bien respectés sur tous les sites.

Si une entreprise dispose de plusieurs sites et qu'elle ne souhaite obtenir le label que pour l'un d'entre eux alors le label pourra être attribué sur le site sous réserve que toute la communication relative au label précise le nom du site concerné.

Toute évolution du périmètre de l'entreprise (notamment intégration de nouveaux sites) doit être notifié au gestionnaire du label, ainsi que le plan d'action pour la mise à niveau des nouveaux sites.

Première attribution (niveau 1)

Pour pouvoir prétendre à l'obtention du premier niveau du label, l'entreprise doit respecter les prescriptions suivantes :

- Relever du champ des conventions collectives industries graphiques/ routage/ sérigraphie ou avoir obtenu une dérogation de la part du Comité d'Attribution.
- S'engager, via la signature d'une charte qui sera établie par la branche, à respecter les valeurs, les principes et les exigences du label
- Être titulaire de la marque Imprim'Vert (ou label/certification jugé équivalent par le Comité d'Attribution)
- Disposer d'un Document Unique mis à jour depuis moins d'un an
- Répondre aux points 1 à 5 de l'enjeu n°1 (pilotage de la RSE, cf. référentiel)
- Présenter un plan d'action qui lui permettra de répondre dans un délai maximum de trois ans:
 - * aux points 6 et 7 de l'enjeu 1,
 - * aux exigences du référentiel pour l'enjeu 7 et pour un autre enjeu choisi par l'entreprise.

Attribution du niveau 2

Délai maximum : 3 ans après l'obtention du niveau 1

- L'entreprise peut rester au niveau 1 du label pendant 3 ans.
- Le maintien du niveau 1 pendant ces trois ans sera conditionné par :

- une transmission annuelle de l'entreprise au gestionnaire des informations relatives aux enjeux lui ayant permis d'atteindre ce niveau : indicateurs chiffrés, bilan des actions annuelles, plan d'action pour l'année à venir sur les enjeux en cours.
- la participation annuelle du référent à au moins 4 mini-conférences à distance proposées par le gestionnaire du label, et à une réunion du réseau des référents par an
- Le niveau 2 sera attribué par le Comité d'attribution sur la base d'un dossier comprenant :
 - Les documents prouvant la mise en œuvre de toutes les exigences du référentiel pour les trois premiers enjeux (1, 7 et le troisième choisi par l'entreprise)
 - L'identification des trois enjeux suivants, dont obligatoirement l'enjeu n°2 « Définir une stratégie de positionnement... », et un plan d'action détaillé pluri-annuel de mise en œuvre du référentiel sur ces trois enjeux.
- Si l'entreprise n'atteint pas au bout de trois ans les exigences relatives au niveau 2, elle soumet une demande de dérogation argumentée, visant au maintien du niveau 1 une année supplémentaire, qui sera présentée par le gestionnaire au Comité d'attribution. Une telle dérogation pourra être accordée si l'entreprise justifie d'un événement particulier advenu dans la vie de l'entreprise, qui a pour conséquence de retarder la mise en œuvre des plans d'action RSE, comme par exemple le départ du référent RSE, un regroupement avec une autre entreprise, des difficultés économiques, etc.

Attribution du niveau 3

Délai maximum : 3 ans après l'obtention du niveau 2

- Le maintien du niveau 2 pendant ces trois ans sera conditionné par :
 - une transmission annuelle de l'entreprise au gestionnaire des informations relatives aux enjeux lui ayant permis d'atteindre ce niveau : indicateurs chiffrés, bilan des actions annuelles, plan d'action pour l'année à venir sur les enjeux en cours.
 - la participation annuelle du référent à au moins 4 mini-conférences à distance proposées par le gestionnaire du label, et à une réunion du réseau des référents par an
- Le niveau 3 sera attribué par le Comité d'attribution sur la base d'un dossier comprenant :
 - Les documents prouvant la mise en œuvre de toutes les exigences du référentiel pour les six premiers enjeux
 - L'identification des trois enjeux suivants choisis par l'entreprise, et un plan d'action détaillé pluri-annuel de mise en œuvre du référentiel sur ces trois enjeux
- Si l'entreprise n'atteint pas au bout de trois ans les exigences relatives au niveau 3, elle soumet une demande de dérogation argumentée (pour les motifs de dérogation, cf. attribution du niveau 2), visant au maintien du niveau 2 une année supplémentaire (renouvelable une fois), qui sera présentée par le gestionnaire au Comité d'attribution.

Attribution du niveau 4

Délai maximum : 3 ans après l'obtention du niveau 3

- Le maintien du niveau 3 pendant ces trois ans sera conditionné par :

- une transmission annuelle de l'entreprise au gestionnaire des informations relatives aux enjeux lui ayant permis d'atteindre ce niveau : indicateurs chiffrés, bilan des actions annuelles, plan d'action pour l'année à venir sur les enjeux en cours.
- la participation annuelle du référent à au moins 4 mini-conférences à distance proposées par le gestionnaire du label, et à une réunion du réseau des référents par an
- Si l'entreprise n'atteint pas au bout de trois ans les exigences relatives au niveau 4, elle soumet une demande de dérogation argumentée (pour les motifs de dérogation, cf. attribution du niveau 2), visant au maintien du niveau 3 une année supplémentaire (renouvelable une fois), qui sera présentée par le gestionnaire au Comité d'attribution.
- Le niveau 4 sera attribué par le Comité d'attribution sur la base d'un dossier comprenant :
 - Un rapport d'audit réalisé sur site par l'organisme de certification tiers, pour vérification de la mise en œuvre des 9 premiers enjeux choisis par l'entreprise
 - Un plan d'action détaillé pluri-annuel de mise en œuvre du référentiel sur les trois derniers enjeux, et l'avis de l'organisme tiers sur ce plan d'action.

Une décision contraire aux recommandations de l'organisme de certification peut être prise à l'unanimité par le Comité de labellisation. La décision doit être argumentée dans une note écrite.

Renouvellement du niveau 4

Le renouvellement de ce dernier niveau sera assuré tous les trois ans sur la base d'un nouvel audit réalisé par l'organisme de certification (où l'année suivante si le Comité de labellisation a pris une décision contraire aux recommandations du même organisme). Il vérifiera le maintien des exigences du référentiel pour les douze enjeux et la mise en œuvre d'un nouveau plan d'action dans une démarche d'amélioration continue. L'entreprise devra également prendre en compte les éventuelles évolutions du référentiel décidées par la Commission Paritaire.

Décisions du Comité de labellisation et recours

Le comité décide de l'attribution ou non du label sur la base : du dossier documentaire fourni par l'entreprise, constitué selon les prescriptions du référentiel ; d'un échange avec l'entreprise d'environ 30 minutes, comportant une présentation par l'entreprise de sa démarche puis d'un temps de questions/réponses.

Le Comité peut attribuer immédiatement le label à l'unanimité des collègues (avec un minimum de trois collègues représentés) ou demander des informations complémentaires ; l'entreprise dispose alors d'un mois après réception de ces demandes pour y répondre.

Le comité peut également décider de labelliser avec un point de contrôle de l'avancement 6 mois plus tard, s'il estime que certains points du référentiel demandés pour le niveau 1 sont à consolider. Les points faisant l'objet de cette vigilance particulière sont mentionnés dans la notification à l'entreprise. Si leur mise en œuvre conforme au référentiel n'est pas avérée au point des 6 mois, le comité donne un mois à l'entreprise pour se mettre en conformité sous peine de retrait du label. Cette éventuelle décision de retrait est prise par le comité, après audition de l'entreprise.

En cas de refus de la demande de labellisation par le Comité de labellisation, le gestionnaire informe l'entreprise par écrit et lui transmet les raisons de ce refus. L'entreprise dispose alors d'un délai d'un mois pour éventuellement contester ce refus et transmettre les informations susceptibles de faire évoluer la décision du Comité. Le gestionnaire transmet alors ces arguments au Comité d'Attribution qui pourra alors confirmer ou infirmer ce refus. En cas de confirmation du refus, l'entreprise est informée et ne pourra présenter un nouveau dossier que lors de la tenue du Comité d'Attribution suivante.

Radiation

Le label pourra être retiré aux entreprises dans les cas suivants :

- Non-respect des critères de maintien et d'amélioration continue tels que décrits précédemment
- Non-respect des engagements pris dans le cadre de la signature de la charte
- Non-respect des règles de communication
- Changement d'activité de l'entreprise conduisant au non-respect des conditions d'éligibilité

L'entreprise sera informée par écrit par le gestionnaire du label du projet de retrait, un délai de deux mois lui sera accordé afin de corriger les éléments ayant conduit à cette demande de retrait. En cas d'absence de correction, le retrait sera effectif passé ce délai de deux mois.

L'entreprise ne pourra demander une réattribution du label qu'au niveau supérieur à celui qu'elle avait lors de la radiation.

En cas de manquement grave et avéré, le Comité d'Attribution pourra refuser la possibilité à l'entreprise de présenter une nouvelle demande pendant une durée maximale de 3 ans.

PROCESSUS DE REVISION DU REFERENTIEL

Tous les 4 ans, un bilan de l'efficacité du référentiel sera rédigé par le gestionnaire, assorti éventuellement de préconisations d'évolution (sur le contenu, les conditions d'attribution...). Ce bilan s'appuiera notamment sur les bonnes pratiques collectées lors des évaluations, le benchmark externe, les évolutions des attentes des parties prenantes, etc. et sera débattu avec le Comité d'Attribution du label. Il sera adressé à l'organisme de certification chargé de l'évaluation du dispositif, qui rendra un avis. Le bilan et l'avis seront présentés à la Commission Paritaire Nationale qui décidera des évolutions à mettre en œuvre.

Le référentiel

Quelques précisions méthodologiques :

1. Ce référentiel définit le minimum exigé pour bénéficier de l'attribution du label sectoriel. Une entreprise est naturellement libre d'aller plus loin que les exigences du référentiel, ou de progresser plus rapidement.
2. Dans le cadre de ce référentiel, « définir une politique », ou « définir un plan d'action » impliquent de fixer des objectifs de progrès chiffrés ou mesurables, un calendrier, et de mettre en œuvre la collecte des indicateurs chiffrés permettant de mesurer les résultats.
3. Tous les indicateurs chiffrés transmis doivent dans la mesure du possible présenter l'évolution sur les trois à cinq années précédentes (en fonction des données disponibles).
4. Certaines actions figurent volontairement à plusieurs reprises, dans différents enjeux ; cela permet de promouvoir ces actions particulièrement importantes, car pour mémoire chaque entreprise aborde les enjeux dans l'ordre de son choix.

1. Définir la politique de responsabilité sociétale de l'entreprise, source de vigilance et d'innovation ; la piloter grâce à une organisation pérenne, structurée et professionnalisée, former les salariés aux enjeux RSE de l'entreprise et du secteur professionnel

	Sous-critères	Actions	Documents à transmettre	Indicateurs annuels (évol sur trois ans)
1	Mise en place d'une organisation interne professionnalisée	<ul style="list-style-type: none"> • Désignation d'un référent RSE salarié de l'entreprise • Officialisation de sa fonction (animation de la démarche, veille RSE, etc.) : communication interne, inscription dans la fiche de poste/lettre de mission avec le temps imparti • Participation du référent RSE au programme de formation-action initial puis à des séminaires/webinaires/formations organisées par la branche (au moins 4 par an) • En cas d'entreprise multi-sites, présence d'un relais RSE par site et animation par le référent RSE groupe 	<ul style="list-style-type: none"> • Nom du référent RSE et des relais (multisite) • Organigramme • Fiche de poste/lettre de mission, éléments de comm interne • Date participation aux formations/webinaires/etc. proposés par la branche, et thématiques (à transmettre tous les ans) • Dates, ODJ et compte-rendu des réunions du réseau RSE 	<ul style="list-style-type: none"> • Estimation du % de temps de travail des personnes désignées (référents et relais) consacré aux actions en lien avec la politique RSE de l'entreprise ou du groupe • Nb heures formation (présentielle ou à distance) suivies par le référent RSE dans le cadre de l'offre proposée par la branche
2	Implication du dirigeant	<ul style="list-style-type: none"> • Participation du dirigeant à la journée de formation proposée par la branche pour l'entrée dans le dispositif • Concertations régulières planifiées avec le référent 	<ul style="list-style-type: none"> • Date journée de formation • Dates et ordre du jour des réunions dédiées à la RSE 	
3	Identification des attentes des PP internes/ des attentes perçues des PP externes	<ul style="list-style-type: none"> • Consultation directe des salariés sur les enjeux RSE et leurs attentes par rapport à la démarche • Analyse des enjeux supposés prioritaires pour les PP externes les plus importantes 	<ul style="list-style-type: none"> • Mode de collecte/identification des attentes ; • Document listant les enjeux par PP (à mettre à jour tous les 3 ans) 	
4	Diagnostic/ formulation, déploiement et évaluation de la politique RSE (objectifs, indicateurs)	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse des enjeux RSE de l'entreprise • Formulation d'une politique RSE de l'entreprise, intégrant au moins 3 enjeux identifiés par la branche dont les 1 et 7 (pour les trois premières années) puis trois nouveaux enjeux par période de trois ans • Définir pour chaque enjeu choisi un plan d'action, des objectifs, des indicateurs • Organiser le pilotage (désignation du pilote en charge de l'action, organisation de la veille, des réunions intermédiaires de pilotage, de l'évaluation annuelle et mise à jour de la démarche) • Organiser la collecte et le suivi d'indicateurs proposés dans le cadre du label. 	<ul style="list-style-type: none"> • Politique RSE, description de l'organisation et du pilotage • Plans d'action afférents • CR d'avancée des travaux • CR d'évaluation et mise à jour annuelle de la démarche 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'enjeux intégrés à la politique RSE • % de réalisation du plan d'action • % d'atteinte des objectifs • Evolution CA • Taux de fréquence et taux de gravité • % CDI • Taux d'emploi de travailleurs handicapés • Revenu médian homme/femme (ne tient pas compte temps de travail) • Conso énergétique/tonnage consommé • Taux de gâche

5	Sensibilisation interne portée par le dirigeant	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisation des équipes aux enjeux RSE en général Information collective (réunion) initiale des collaborateurs sur la stratégie RSE de l'entreprise, puis informations régulières (à minima annuelles) sur l'avancée du déploiement de la politique RSE • Prise de parole mobilisatrice du dirigeant (oral, écrit...) • Le cas échéant, présentation au CSE 	<ul style="list-style-type: none"> • Date réunions, ordre du jour, nom des participants • PV de présentation aux IRP (le cas échéant) ; En cas de carence, fournir les PV de carence et les preuves d'envoi d'invitation à négocier (RAR) • Date de prise de parole du dirigeant et/ou document de communication signé par lui 	<ul style="list-style-type: none"> • Nb d'actions de sensibilisation menées dans l'entreprise auxquelles a participé directement le dirigeant • % de salariés formés aux enjeux RSE du secteur et la démarche de l'entreprise
6	Formation des collaborateurs sur des enjeux transversaux	<ul style="list-style-type: none"> • Formations des collaborateurs sur les enjeux RSE et la démarche de l'entreprise. • Formation des collaborateurs des processus achats/vente aux thématiques d'écoconception, d'achats responsables et de notion de « coût global » • Bases sur le RGPD et sécurité des données : formation/webinaire à suivre dès la première année 	<ul style="list-style-type: none"> • Dates et programmes des formations/webinaires + participants + émargement ou bulletin d'inscription 	<ul style="list-style-type: none"> • % des heures de formation totales dédiées à la RSE dans le cadre du plan de formation de l'entreprise • % des collaborateurs des processus achats /ventes formés à écoconception, achats resp. coût global • Nb participants webinaire RGPD
7	Communication externe	<ul style="list-style-type: none"> • Communiquer sur l'engagement de l'entreprise dans les outils de communication externe • Rédaction d'un rapport RSE de synthèse 	<ul style="list-style-type: none"> • Support de communication, copie du site internet, rapport • Rapport RSE 	<ul style="list-style-type: none"> •

2. Définir une stratégie de positionnement et de développement de l'entreprise à 3/5 ans, en fonction des mutations en cours, intégrant ses grands enjeux de responsabilité sociétale

Sous-critères	Actions	Documents à transmettre	Indicateurs
Définition d'un plan stratégique à moyen terme	<ul style="list-style-type: none"> Réalisation d'une analyse forces/faiblesses (type SWOT, PESTEL ou autre) par l'équipe dirigeante Réunions de réflexion pour définir le plan stratégique associant a minima le comité de pilotage interne chargé de la stratégie (cf. veille et pilotage du plan stratégique) Formulation d'un plan de développement stratégique à moyen terme, identifiant le positionnement cible de l'entreprise à 3-5 ans et les moyens d'y parvenir Faire un diagnostic du management, de l'organisation, des compétences pour vérifier son adéquation avec la stratégie de l'entreprise et augmenter sa performance 	<ul style="list-style-type: none"> Résultat de l'analyse forces/faiblesses Date réunions + nom et qualité participants Plan de développement stratégique ou résumé (ce plan sera à la seule destination du gestionnaire ; un engagement de confidentialité sera transmis à l'entreprise). diagnostic des ressources humaines 	
Participation et information des salariés	<ul style="list-style-type: none"> Participation de salariés hors CODIR dans le cadre de la réflexion pour définir le plan stratégique Information a minima annuelle des salariés concernant le plan stratégique et l'avancement dans les différents chantiers Présentation du plan aux IRP (le cas échéant) 	<ul style="list-style-type: none"> Dates réunions générales sur le sujet Date présentation IRP + ODJ Tout document de communication interne sur le sujet 	<ul style="list-style-type: none"> Nb salariés hors CODIR associés à réflexion stratégique Nb de réunions générales annuelles (hors réunions IRP) avec une info sur le plan stratégique
Intégration des enjeux RSE dans le plan stratégique de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> Prise en compte des enjeux RSE identifiés pour l'entreprise en cohérence avec l'identification des attentes perçues des parties prenantes (cf. critère 1) dans la définition et la mise en œuvre de ce plan stratégique 	<ul style="list-style-type: none"> Plan de développement stratégique Exemples de produits ou services illustrant prise en compte des enjeux RSE 	
Traduction du plan stratégique dans la communication	<ul style="list-style-type: none"> Adapter les outils de communication de l'entreprise par rapport à la stratégie définie 	<ul style="list-style-type: none"> Copie des anciens et nouveaux supports de communication 	
Veille et pilotage du plan stratégique	<ul style="list-style-type: none"> Définir un référent pour la veille stratégique (au sens large), y affecter du temps Créer un comité de pilotage interne chargé de la stratégie (incluant a minima le CODIR, le référent veille stratégique et le référent RSE si les référents ne sont pas les mêmes), avec au minimum 2 réunions/an dont une consacrée à l'évaluation de l'avancement du plan. 	<ul style="list-style-type: none"> Nom référent veille+ temps affecté + lettre de mission Composition COPIL interne stratégie Dates et ODJ réunions COPIL interne Compte-rendu avancée des travaux Evaluation et suites données 	<ul style="list-style-type: none"> Nb d'heures hebdo consacrées à la veille stratégique Nb de réunions annuelles du COPIL interne stratégie

3. Intégrer une culture de l'innovation, dans les produits, les services, l'organisation de l'entreprise, s'appuyant sur la créativité de ses équipes, afin de développer la différenciation, la performance et l'agilité

Sous-critères	Actions	Documents à transmettre	Indicateurs (évol sur trois ans)
Formaliser et structurer une fonction innovation dans l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> • Nommer un référent innovation (même personne que référent veille stratégique, si enjeu 2. déjà traité) • Organiser une cellule innovation, animée par le référent innovation, associant le référent RSE et différents métiers de l'entreprise (commerciaux/techniques), chargée de faire des propositions de nouveaux produits/services • Former le dirigeant, le référent et la cellule innovation au concept d'innovation, aux méthodes d'intelligence collective, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nom référent innovation, fiche de poste ou lettre mission, temps imparti • Composition cellule innovation et règles fonctionnement (objectifs, nb réunion, etc.) • Dates et ODJ réunions cellule innovation • Date formations et programmes, participants, émargement 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de réunions de la cellule innovation • Nb nouveaux services/produits mis en œuvre dans l'année • Nb de reconnaissances/prix/trophées obtenus
Lancer une dynamique conduisant à une organisation et un management favorisant l'initiative du terrain et le partage des solutions pour la résolution des problèmes ou l'amélioration des pratiques	<ul style="list-style-type: none"> • Organiser un groupe de travail chargé de faire des propositions d'évolution de l'organisation, favorisant l'initiative et la proposition du terrain, intégrant si possible des représentants du personnel • Organiser régulièrement des réunions d'équipes à des fins de résolution collective de dysfonctionnements et d'identification de pistes d'amélioration • Associer systématiquement les opérateurs des futures machines que l'entreprise envisage d'acquérir aux choix d'investissement • Former le management à ce nouveau type d'organisation et à sa valeur ajoutée pour l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> • Dates réunions groupe de travail, émargement • En cas d'investissements matériels, description du processus de choix du matériel impliquant les opérateurs concernés • Date formation et programme, participants 	<ul style="list-style-type: none"> • Nb mensuel de réunions d'équipe portant sur la résolution de dysfonctionnements et propositions d'améliorations collectives
Inciter chaque salarié à proposer des idées innovantes	<ul style="list-style-type: none"> • Inciter les salariés à être force de proposition en termes d'innovation et organiser la collecte de leurs idées à travers différents canaux d'expression (ex : « boîte à idée », etc.) • Valoriser en interne les salariés à l'origine d'actions d'amélioration ou d'innovation dans l'entreprise au travers de la communication interne 	<ul style="list-style-type: none"> • Le cas échéant, support de communication interne valorisant des salariés à l'initiative d'améliorations/innovations 	<ul style="list-style-type: none"> • Nb d'idées proposées par les salariés effectivement mises en œuvre
Renforcer la détection des besoins clients et autres parties prenantes	<ul style="list-style-type: none"> • Former les commerciaux à la détection des besoins implicites du client. • Analyse par la cellule innovation des besoins supposés ou exprimés des PP en associant des collaborateurs qui sont en lien avec ces PP 	<ul style="list-style-type: none"> • Date formation, programme, émargement • CR de réunion de la cellule innovation • Exemples d'analyse des besoins des PP et actions envisagées 	

<p>Intégrer l'éco-socio-conception comme levier d'innovation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Former les responsables des achats, fabricants, commerciaux à l'éco-socio-conception, l'économie circulaire et la connaissance des barèmes CITEO • Proposer des solutions alternatives aux demandes clients basées sur une approche d'éco-socio-conception • Proposer un service / produit nouveau (ou reconçu) 	<ul style="list-style-type: none"> • Date formation, programme, participants • Critères choisis pour éco-socio-conception • Présenter au moins 3 dossiers d'études avec un deuxième devis éco-socio-conçu • Exemples d'appels d'offre ou cahier des charges faisant référence à des exigences en matière d'éco-socio-conception • Description du nouveau service/produit proposé 	<p>Nb de reconnaissances/prix/trophées obtenus pour des solutions éco-socio-conçues</p>
--	---	---	---

4. Identifier les parties prenantes prioritaires et dialoguer avec elles de manière structurée, pour connaître leurs attentes, leurs intérêts et les stratégies gagnant-gagnant qui peuvent être développées

Sous-critères	Actions	Documents à transmettre	Indicateurs (évol sur trois ans)
Professionnalisation de la gestion des relations avec les parties prenantes (PP)	<ul style="list-style-type: none"> • Former le référent RSE à l'analyse et au dialogue avec les parties prenantes 	<ul style="list-style-type: none"> • Date formation, programme 	
Cartographie fine des parties prenantes et du territoire	<ul style="list-style-type: none"> • Analyser les caractéristiques économiques, sociales, culturelles, géographiques, environnementales du territoire afin d'identifier les enjeux du territoire convergents avec ceux de l'entreprise • Etablir un recensement complet des PP de l'entreprise • Les analyser et hiérarchiser selon des critères à définir par l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse du territoire avec les dimensions économiques, sociales, culturelles, géographiques, environnementales • Cartographie des parties prenantes et critères de priorisation 	
Etablissement d'un dialogue régulier	<ul style="list-style-type: none"> • Définir un processus d'identification des attentes des différentes catégories de PP au travers de différents canaux d'échange • Pour les salariés, clients, fournisseurs, mettre en place de modes de discussion directs et réguliers (au moins annuels) : <ul style="list-style-type: none"> - Pour les salariés : enquête de satisfaction annuelle, organisation de réunions collectives permettant expression des salariés, entretiens individuels tous les deux ans - Pour les clients : enquête de satisfaction globale sur la prestation apportée, mise en place d'autres solutions de suivis (groupe d'échanges, entretiens annuels...) - Pour les fournisseurs : mise en place d'un suivi des fournisseurs permettant de mesurer leur satisfaction et d'identifier les sources d'amélioration (enquête, rencontre annuelle...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Descriptif du mode d'analyse des attentes des PP selon les catégories • Résultats des enquêtes client, salariés, fournisseurs • Descriptif des autres solutions de suivi clients et documents afférents • Descriptif des solutions de suivi des fournisseurs et documents afférents. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nb PP interrogés/catégorie • Taux de réponse aux questionnaires salariés et clients envoyés • % de salariés satisfaits de leur situation professionnelle • % de clients satisfaits de prestation apportée (qualité, RSE, etc.) • % de fournisseurs satisfaits
Prise en compte des attentes des parties prenantes prioritaires dans la stratégie, le fonctionnement de l'entreprise, la communication externe	<ul style="list-style-type: none"> • Identification des attentes/besoins des différentes catégories de PP et prise en compte dans les différents axes stratégiques de l'entreprise (plan stratégique, politique RSE, politique RH, commerciale, etc.) • Restitution des attentes des différentes catégories de PP en interne dans l'entreprise : a minima, au sein du comité de Direction et auprès des IRP si elles existent, ou auprès de l'ensemble du personnel • Réponse aux besoins d'information des PP dans la communication externe 	<ul style="list-style-type: none"> • Document d'analyse des attentes des catégories de PP, et décisions prises en conséquence • Date et participants à la réunion d'information sur les attentes des parties prenantes • Documents de communication externes répondant aux attentes des PP 	

5. Favoriser le développement d'un dialogue social de qualité, constructif, facteur de fidélisation et de bien-être des collaborateurs, de performance et d'adaptabilité de l'entreprise ⁵

Sous-critères	Actions	Documents à transmettre	Indicateurs (évol sur trois ans)
Mise en œuvre du dialogue social	<ul style="list-style-type: none"> • Pour les entreprises dont l'effectif se situe entre 11 et 49 salariés : <ul style="list-style-type: none"> - Etablir un bilan de l'existant en matière de dialogue social et de la réalité de sa mise en œuvre dans l'entreprise : instances représentatives du personnel, nombre de réunions, heures de délégation, moyens d'exercice de la fonction représentative, etc. - Engager un dialogue social et une démarche d'amélioration en faveur de la qualité de vie et conditions de travail (aménagement des horaires, télétravail, organisation des ateliers et des postes...) et l'égalité professionnelle, facteurs de valorisation des actifs immatériels et d'attractivité de l'entreprise • Pour les entreprises de 50 salariés et plus, au-delà des dispositions précédemment évoquées, un focus sera opéré sur la signature ou non d'accords portant la négociation annuelle obligatoire l'égalité professionnelle, la QVT, le handicap, les seniors, ou toute autre thématique présentant un lien avec la RSE 	<ul style="list-style-type: none"> • Protocole pré-électoral et PV des dernières élections professionnelles • PV des réunions IRP • Accords collectifs signés et mise en perspective des dispositions supra-légales ou supra-conventionnelles • Bilan des négociations engagées et des accords signés • Mode d'organisation de la réflexion collective sur QVT et égalité professionnelle dans les entreprises comptant de 11 à 49 salariés, et compte-rendu de réunion 	<ul style="list-style-type: none"> • Nb réunions annuelles IRP • Nb accords collectifs signés
Transparence de l'information	<ul style="list-style-type: none"> • Transmission aux IRP d'informations complètes et pertinentes sur les résultats et la stratégie de l'entreprise • En cas de difficultés de l'entreprise, transmission de l'information avec anticipation pour permettre la mise en place d'accompagnements adaptés (par exemple : formations pendant le chômage partiel, accompagnement de projets individuels, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Dates, ODJ et PV des réunions IRP • Documents fournis aux IRP • Date et ODJ des réunions générales portant sur cette thématique 	

⁵ Notons que dans les entreprises de 50 salariés et plus (5% de la branche), la mise en œuvre de l'enjeu 5 relève largement de la conformité réglementaire. Pour ces entreprises, le comité d'attribution s'attachera à vérifier non seulement le respect formel des règles, mais surtout la qualité de l'information fournie et le caractère constructif du dialogue social. Pour 95% des entreprises de la branche, qui ont moins de 50 salariés, et n'ont pas d'obligation de négocier, la mise en œuvre de l'enjeu 5 apportera une réelle valeur ajoutée.

	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation de réunions générales a minima annuelles permettant d'exposer les orientations stratégiques de l'entreprise 		
Expression des salariés sur le contenu et les conditions d'exercice et organisation de leur travail	<ul style="list-style-type: none"> • Organiser l'expression des salariés sur le contenu et conditions de travail : enquête annuelle a minima, et autres moyens (réunions collectives animées par le responsable du développement des RH ; adresse électronique ; etc.) • Organiser un débriefing annuel au niveau de la Direction des suggestions/observations/revendications 	<ul style="list-style-type: none"> • Descriptif des voies d'expression offertes aux salariés • Résultat de l'enquête annuelle • Résultats des éventuelles réunions • Réponses apportées par la Direction 	<ul style="list-style-type: none"> • Nb de salariés ayant exercé leur droit d'expression au travers d'une enquête ou tout autre moyen d'expression

6. Identifier les risques que l'activité de l'entreprises peut faire peser sur ses parties prenantes, notamment ses salariés, (en matière de sécurité, de santé, d'atteintes à l'environnement...) et prendre des mesures de prévention efficaces

Sous-critères	Actions	Documents à transmettre	Indicateurs (évol sur trois ans)
Organisation pérenne et professionnalisée du pilotage des risques	<ul style="list-style-type: none"> • Désignation d'un référent gestion des risques (resp. HSE, etc.) • Formation du référent à l'analyse et au pilotage des risques • Organisation de la veille réglementaire : réalisation, modes de mutualisation et de prise en compte des évolutions 	<ul style="list-style-type: none"> • Identité du référent risques, fiche de fonction ou lettre de mission • Date de formation + programme • Description de l'organisation du pilotage des risques 	
Prise en compte des parties prenantes	<ul style="list-style-type: none"> • Identifier les PP concernées par les différentes catégories de risques, dans la mesure du possible les consulter pour définir les actions de prévention • Identifier les partenaires/experts externes concernant QSE 	<ul style="list-style-type: none"> • Liste des partenaires externes mobilisables 	
Evaluation et prévention des risques	<p><u>Concernant la santé/sécurité :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Réaliser une mise à jour annuelle approfondie du Document Unique d'Exposition aux Risques Professionnels (prérequis à la labellisation) • Définir un plan de prévention sur les TMS • Sensibiliser les salariés à la nécessité de porter les EPI (risque pour leur propre santé mais aussi risque juridique et financier pour l'entreprise) • Imposer strictement le respect des obligations en matière de sécurité des personnes (EPI notamment) et y allouer les moyens financiers nécessaires • Identifier de tous les produits chimiques utilisés sur le site et référencement des phases de risques associées. Confirmer la présence exhaustive des fiches de données de sécurité (FDS) et des moyens de prévention et formation. • Rédiger des notices de postes (risques et moyens de prévention) à annexer aux contrats de travail <p><u>Sur les autres thématiques (financier, juridique, opérationnels, d'image, etc.) :) :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mise en place d'une identification et d'un classement des risques et définition de programmes de prévention • Communiquer et former à ce programme de prévention 	<ul style="list-style-type: none"> • Document Unique d'Exposition aux Risques Professionnels mis à jour et processus de mise à jour • Descriptif des sanctions en cas de non-respect des obligations de sécurité et modalités d'information des salariés • Descriptif et photos de la mise en place des moyens de prévention par l'employeur • Tableau de recensement des produits et phases de risques • Notices de poste • Diagnostic et plan de prévention des risques • Moyens de sensibilisation et communication 	<ul style="list-style-type: none"> • Taux de fréquence et taux gravité AT/MP • Nombre de maladies professionnelles • Nombre de produits utilisés comportant des phrases de risques CMR et évolution sur trois dernières années • Budget individuel EPI • Coûts directs de la santé au travail pour l'entreprise • Nb de secouristes du travail ou pompiers volontaires

7. Investir dans les compétences de l'équipe, élément clé de compétitivité, afin de développer l'efficacité, acquérir les compétences nécessaires liées notamment aux nouveaux métiers et assurer la transmission des compétences rares, sécuriser les parcours professionnels, en recherchant la diversité des profils comme un facteur d'enrichissement du capital humain de l'entreprise

Sous-critères	Actions	Documents à transmettre	Indicateurs (évol sur 3 ans)
Professionalisation de la gestion des RH	<ul style="list-style-type: none"> • Identifier le responsable du développement des RH • Assurer une veille juridique et sociale en matière de RH • Assurer une professionnalisation du resp RH sur les thématiques suivantes : Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences, entretiens professionnels, recrutement, à travers des formations ou la participation à des animations/colloques sur le sujet • Former l'encadrement de proximité à son rôle pour favoriser l'évolution professionnelle de ses collaborateurs, au rôle de l'organisation du travail pour le développement des compétences, le cas échéant à l'entretien professionnel 	<ul style="list-style-type: none"> • Nom du responsable et lettre de mission • Date et programme formations resp RH • Date formations encadrement, programme, participants • Veille juridique et sociale 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de managers de proximité formés
Gestion des RH en cohérence avec les principes de responsabilité sociétale	<ul style="list-style-type: none"> • Professionnaliser le responsable de la gestion du personnel sur les enjeux RSE en matière RH (notamment discrimination, diversité, égalité hommes/femmes, sécurisation parcours professionnel, etc.) • Faire un bilan de l'égalité professionnelle dans l'entreprise, notamment via le calcul total ou partiel de l'index Egapro et définir un plan d'action • Définir un plan en faveur de la diversité dans l'entreprise et/ou de l'emploi de personnes en situation de handicap. • Informer les salariés sur leurs droits en matière de protection des données personnelles 	<ul style="list-style-type: none"> • Date formation, programme • Index Egapro (ou seulement indicateurs calculables), diagnostic de situation comparée et plan d'action • Plan en faveur de la diversité et/ou de l'emploi des personnes en situation de handicap • Support d'information utilisé pour informer sur protection données personnelles 	<ul style="list-style-type: none"> • % femmes dans l'entreprise • % femmes parmi les cadres • % salariés disposant d'une reconnaissance en qualité de travailleurs en situation de handicap (selon règles légales de calcul) • % CA sous-traité aux ESAT
Développement des ressources humaines	<ul style="list-style-type: none"> • Réaliser les entretiens professionnels, informer les salariés de leurs droits à la formation, les inciter à se former • Etablir un plan de formation annuel (intégrant la sensibilisation à la RSE) • Vérifier l'accès à la formation de chaque salarié, identifier la date de la dernière formation pour chaque salarié 	<ul style="list-style-type: none"> • Date des derniers entretiens professionnels des salariés • Plan de formation prévisionnel, et bilan de l'année précédente (Liste salariés ayant suivi une formation année précédente (avec CSP et sexe, durée et thématique formation)) • Plan d'action pour salariés éloignés de la formation 	<ul style="list-style-type: none"> • Effectif salarié réparti par sexe et CPS • Nb de salariés n'ayant pas été formés depuis 3 ans • Nb salariés ayant suivi une formation en n-1 dont femmes, dont ouvriers

	<ul style="list-style-type: none"> • Définir des actions visant au développement des compétences de ceux n'ayant eu aucune formation ou évolution professionnelle depuis 3 ans • Définir une organisation favorisant l'échange de pratiques, le tutorat, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Descriptif des évolutions de l'organisation favorisant le partage des compétences en interne 	<ul style="list-style-type: none"> • Nb d'heures de formation obligatoires, heures à la demande de l'employeur, heures à la demande du salarié • Nb de mobilité professionnelle • Nombre de tuteurs reconnus dans l'entreprise, nombre de formateurs internes
Adéquation des compétences par rapport à la stratégie de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> • Réaliser une cartographie complète des RH : âge, sexe, ancienneté, niveau formation initiale et diplômes/certifications détenus, compétences clés • Identifier les départs à venir, les compétences rares et stratégiques à préserver ou acquérir • Définir un plan d'action à partir des éléments d'analyse précédents Etablir des fiches de poste ou les mettre à jour 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartographie des métiers et des compétences dans l'entreprise • Plan d'action • Fiches de poste 	<ul style="list-style-type: none"> • Nb départs à la retraite dans les deux ans /métier
Sécurisation des parcours professionnels	<ul style="list-style-type: none"> • Privilégier lorsque cela est possible les formations conduisant à une certification professionnelle reconnue • Promouvoir les démarches de VAE • Cartographier les métiers sensibles (contenu obsolète ou appelé à changer fondamentalement, effectif en baisse) et anticiper leur évolution 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartographie des métiers sensibles et plan d'actions pour anticiper l'exclusion • Information apportée aux salariés sur la VAE 	<ul style="list-style-type: none"> • Nb et % stagiaires ayant suivi une formation certifiante ou VAE • % salariés détenant une certification (diplôme, CQP...)

8. Améliorer la connaissance et l'attractivité du métier et de l'entreprise auprès des jeunes et former des professionnels qualifiés, notamment via l'accueil de stagiaires et d'apprentis

Sous-critères	Actions	Documents à transmettre	Indicateurs (évol sur trois ans)
Implication auprès des écoles, acteurs de l'emploi du territoire	<ul style="list-style-type: none"> Désignation d'un responsable des relations écoles/stagiaires et formalisation des objectifs recherchés en lien avec la stratégie de l'entreprise et attentes des acteurs locaux Identification des écoles du territoire et des spécialités pouvant intéresser l'entreprise, prise de contact Participation aux événements organisés par les établissements de la région : remises de diplômes, rencontres avec jeunes, etc. Si présence d'un établissement formant aux diplômes graphiques, prise de connaissance des référentiels de ces diplômes et rencontre annuelle du responsable pédagogique Industries Graphiques 	<ul style="list-style-type: none"> Nom du référent, fonction dans l'entreprise Nom établissement et resp. pédagogique, date de la rencontre Dates et noms des événements auxquels a participé l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> Nb rencontres annuelles avec les écoles formant aux métiers pertinents pour l'entreprise
Accueil de stagiaires de découverte des métiers, d'apprentis	<ul style="list-style-type: none"> Accueil de jeunes stagiaires (3^{ème} notamment) pour faire connaître les métiers graphiques Réflexion systématique sur la possibilité d'un recours à l'apprentissage/contrat de professionnalisation en cas de projet de recrutement 	<ul style="list-style-type: none"> Exemples de conventions de stage et contrats en alternance Bilan annuel de l'alternance Si recrutement, motif de non recours éventuel à l'apprentissage 	<ul style="list-style-type: none"> Nb stagiaires accueillis, durée stage Nb apprentis/contrats de pro dans l'entreprise % alternants
Professionnalisation de l'accueil/du suivi de stagiaires et de l'intégration de jeunes embauchés	<ul style="list-style-type: none"> Création d'un kit d'accueil et d'un programme de découverte de l'entreprise pour les stagiaires, nouveaux embauchés etc. Formation obligatoire du tuteur/maitre d'apprentissage au tutorat Définition d'un programme de travail cohérent avec le parcours de formation si embauche d'alternants Formation des encadrants au management multi-générationnel 	<ul style="list-style-type: none"> Kit et description du programme Attestation de formation du tuteur (ou date dernière formation au tutorat suivie) Date formation, programme, participants 	<ul style="list-style-type: none"> Nb salariés formés au tutorat
Contribution au développement de l'apprentissage dans la branche	<ul style="list-style-type: none"> Versement de la taxe d'apprentissage auprès du collecteur de branche En cas de pré-affectation de la taxe, le faire à des établissements formant aux IG ou autres compétences clé pour l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> Nom du collecteur taxe apprentissage Etablissements bénéficiaires de la taxe si pré-affectation 	
Participation aux efforts de communication sectoriels à l'égard des jeunes	<ul style="list-style-type: none"> Participation de l'entreprise à au moins un événement par an permettant un contact avec les jeunes : stands de la profession lors des Salons des métiers et de l'Emploi, actions organisées pour la semaine de l'Industrie (visite des ateliers, etc.) Mise en ligne d'une page de présentation du/des métiers graphiques sur le site de l'entreprise (dont nouveaux métiers) 	<ul style="list-style-type: none"> Copie de la page du site dédiée aux métiers Liste des événements que l'entreprise a organisé/auxquels elle a participé permettant un contact avec des jeunes 	<ul style="list-style-type: none"> Nb événements dans l'année que l'entreprise a organisé/auxquels elle a participé

9. Réduire l'impact environnemental de la production à travers une analyse précise des impacts, une optimisation du volume et de la qualité des matières premières utilisées et une promotion de produits « éco-conçus » auprès des clients.

Sous-critères	Actions	Documents à transmettre	Indicateurs (évol sur trois ans)
Organisation pérenne et professionnalisée du suivi des impacts environnementaux de la production	<ul style="list-style-type: none"> Désignation d'un référent en charge de l'environnement Formation aux problématiques environnementales de la branche Prérequis : être titulaire d'Imprim'Vert et assurer son renouvellement annuel (ou label jugé équivalent par le comité d'attribution) Pour les entreprises heatset garantir la conformité du Bilan Solvant à l'arrêté d'autorisation 	<ul style="list-style-type: none"> Nom référent, fonction dans l'entreprise et formations justifiant de sa compétence Date et programme formation 	
Mesure des consommations et gestion des matières premières	<p>Mesure a minima trimestrielle des consommations :</p> <ul style="list-style-type: none"> Consommation énergétique (électricité, gaz, fioul + carburant des véhicules possédés) Consommation d'eau Consommation papier, segmentée selon ses qualités environnementales (FSC, PEFC, Recyclé) Consommation autres supports d'impression (le cas échéant) Déchets papiers Si pertinents, % de déchets en centre d'enfouissement technique (CET) Consommation d'encre, solvants, plaques, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Tableaux de Relevés trimestriels des consommables Identification de l'origine du papier pour 90% du volume consommé 	<ul style="list-style-type: none"> Tonnage papier imprimé (ou autre support) Consommation annuelle de chaque matière en valeur absolue et rapportée au tonnage papier imprimé et évolution sur trois ans
Définition et mise en œuvre de plans d'action de réduction/substitution des consommations	<ul style="list-style-type: none"> En concertation avec les équipes, chaque année définir un plan d'action pour la réduction a minima d'une « matière première » (par rapport à l'activité mesurée en volume imprimé ou en CA) : <ul style="list-style-type: none"> ✓ consommations énergétiques ✓ papier/déchets papier/autres supports ✓ eau ✓ autres... Définir un plan d'action afin de diminuer la part d'achats de papier non recyclé et non certifié Former le personnel aux actions les concernant 	<ul style="list-style-type: none"> Dates réunions de réflexion concernant le plan d'action Plans d'action et objectifs Document/action de sensibilisation du personnel aux plans d'action les concernant 	<ul style="list-style-type: none"> Nb d'actions mises en œuvre par an et taux de réalisation du plan d'actions Volumes/quantités de matières économisées (par tonne de papier imprimée ou par rapport au CA) Evolution du % du recyclé/certifié dans les achats papier

Préservation de la biodiversité	<ul style="list-style-type: none"> • Etablir un diagnostic des atteintes à la biodiversité (site et appros) • Identifier et mettre en place des actions directes ou indirectes de préservation de la biodiversité (site et appros) • Adapter en conséquence la politique d'achats et sensibiliser les collaborateurs en charge des achats 	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnostic + descriptif des actions (+photos) • Politique d'achats 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'actions menées en faveur de la préservation de la biodiversité dans l'année
Promotion de produits à moindre impact environnemental auprès des clients	<p>En première année :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Former les équipes commerciales et de fabrication aux caractéristiques environnementales du papier, des autres matières premières, du site, et intégrer barème éco différencié CITEO • Les inciter à promouvoir les choix les moins impactants pour l'environnement • Créer une page du site donnant une information détaillée sur les caractéristiques environnementales des papiers et autres matières premières, et sur le site de production <p>En deuxième année :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Former les fabricants à l'écoconception des imprimés, et les commerciaux à les vendre • Développer une approche conseil auprès des clients pour proposer une option « éco-conçue » • Communiquer sur cette démarche conseil dans l'ensemble des outils de communication de l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> • Date, participants, programme formation, émargement • Copie du site internet • Autres outils de communication utilisés pour véhiculer la démarche de l'entreprise • Modalités/politique d'incitation à la promotion de solutions moins impactantes pour l'environnement • Envoi de deux versions d'un devis, l'un éco-conçue l'autre non 	<ul style="list-style-type: none"> • Part des devis où alternative éco-conçue proposée • Part des devis où alternative éco-conçue retenue par le client

10. Réduire les émissions de gaz à effet de serre et la consommation d'énergie pour participer à l'effort commun nécessaire pour réussir la transition énergétique.

Sous-critères	Actions	Documents à transmettre	Indicateurs (évol sur trois ans)
Diagnostic des émissions GES liées à l'activité de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> Désignation d'un référent dans l'entreprise Grâce à un accompagnement (Climate Calc ou Bilan Carbone) : <ul style="list-style-type: none"> Année 1 : Faire une estimation de ses émissions sur SCOPE 1 et 2 Année 2 : Faire une estimation de ses émissions sur SCOPE 1 et 2 Année 3 : Faire une estimation de ses émissions sur SCOPE 1, 2 et 3 Se former sur le « numérique responsable » et mettre en place un plan d'action pour l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> Nom référent, fiche de poste ou lettre de mission Descriptif et résultat du diagnostic 	<ul style="list-style-type: none"> Evolution de l'impact CO2 (émissions annuelles)
Définition et mise en œuvre des objectifs et actions de réduction	<p>Chaque année, à partir du diagnostic :</p> <ul style="list-style-type: none"> Mettre en place un groupe de travail (minimum deux personnes) ayant pour objectif la proposition d'objectifs de réduction et l'identification d'actions de réduction pertinentes Validation par l'équipe dirigeante des objectifs de réduction Définir les actions de réduction des émissions relatives aux périmètres 1 et 2 et en mesurer l'impact Réaliser une action de sensibilisation des salariés à la réduction des émissions de gaz à effet serre. Les informer/former sur les actions de réduction les concernant 	<ul style="list-style-type: none"> Participants au groupe de travail Objectifs fixés Liste des actions de réduction identifiées et des indicateurs choisis Dates de sensibilisation/formation de l'équipe 	<ul style="list-style-type: none"> % d'atteinte des objectifs de réduction A compléter selon le diagnostic et les actions de réduction choisies
Promotion d'options techniques moins émettrices de GES auprès des clients	<p>Une fois analyse SCOPE 1,2 et 3 réalisée</p> <ul style="list-style-type: none"> Proposer aux clients une estimation GES de leur commande, ainsi qu'une proposition alternative moins émettrice Communiquer sur cette démarche de conseil dans les outils de communication de l'entreprise Sensibiliser les clients sur l'impact carbone du numérique 	<ul style="list-style-type: none"> 3 exemples de devis + proposition alternative Outils de communication utilisés pour véhiculer la démarche de l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> % de devis où alternative moins émettrice proposée

11. Mettre en œuvre le Règlement Européen sur la protection des données, pour la protection des données internes (salariés) et externes (clients)

Sous-critères	Actions	Documents à transmettre	Indicateurs (évol sur trois ans)
Organisation pérenne et professionnalisée de la gestion des données dans l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> Désignation d'un délégué à la protection des données Formation du délégué aux exigences du RGPD Organisation de la veille réglementaire 	<ul style="list-style-type: none"> Nom du référent, lettre de mission, temps imparti Date et programme de formation 	<ul style="list-style-type: none">
Gestion des risques	<ul style="list-style-type: none"> Etat des lieux sur les données détenues dans l'entreprise, analyse des risques Définition de mesures de prévention et mise en œuvre Mise en place d'un audit de sécurité périodique Vérification des garanties de sécurité présentées par les prestataires et affirmation contractuelle des obligations en la matière 	<ul style="list-style-type: none"> Analyse d'impact relative à la transmission des données (description et finalité des traitements, évaluation de la nécessité et de la proportionnalité, appréciation des risques, mesures envisagées pour traiter ces risques et se conformer au règlement) Compte-rendu d'audit Politique de sécurité des systèmes d'information du prestataire Contrat définissant l'objet, la durée, la finalité du traitement et les obligations des parties 	
Sensibilisation et formation des équipes	<ul style="list-style-type: none"> Mise à jour et à disposition des procédures d'exploitation, dans un langage clair et adapté à chaque catégorie d'utilisateur Séances de sensibilisation Rappel ou mises à jour via messagerie électroniques Rédaction d'une charte informatique contraignante (rappel des règles de protection des données, champ d'application, règles de sécurité, responsabilités/sanctions, etc.) Signature d'une clause de confidentialité par les personnes manipulant des données personnelles 	<ul style="list-style-type: none"> Dates des sensibilisations internes proposées, programme, participants Procédures d'exploitation Mails envoyés Charte Engagement de confidentialité 	<ul style="list-style-type: none"> Nombre de personnes sensibilisées Nombre de mails envoyés

12. Promouvoir la RSE chez les fournisseurs et sous-traitants, en intégrant des critères sociaux et environnementaux dans les achats, et être particulièrement vigilants au respect des Droits de l'Homme chez les fournisseurs et sous-traitants étrangers.

Sous-critères	Actions	Documents à transmettre	Indicateurs (évol sur trois ans)
Professionnalisation de la fonction Achats	<ul style="list-style-type: none"> • Formation du/des responsable(s) des achats/sous-traitance aux enjeux RSE et aux achats responsables • Formation à la notion de coût global des resp. achats et sous-traitance, et responsable du contrôle de gestion • Fixation d'objectifs pour les acheteurs qui soient cohérents avec le développement d'achats responsables 	<ul style="list-style-type: none"> • Dates, participants, programme • Feuille de route donnée par le dirigeant aux acheteurs 	<ul style="list-style-type: none"> • % acheteurs formés aux achats responsables • % acheteurs formés au coût global • Durée formation
Définition d'une politique d'achats responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Liste des principales catégories d'achat, identification des risques/impacts sociaux et environnementaux • Pour les achats à l'étranger, analyse des risques spécifiques au pays • Pour chaque catégorie, selon les impacts identifiés, définition des critères sociaux et environnementaux à prendre en compte pour le choix des produits et pour le choix des fournisseurs • Définir une politique de développement de commandes au secteur adapté/insertion • Définir une politique visant à privilégier l'achat local, les circuits courts favorisant un développement économique du territoire • Faire un diagnostic de ses propres pratiques d'achat : contractualisation, délai de paiement, etc. et si nécessaire les faire évoluer en cohérence avec les attentes des fournisseurs • Envoyer annuellement un questionnaire de satisfaction aux fournisseurs • Mise en place d'une charte interne pour garantir l'intégrité des relations d'affaires 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartographie des fournisseurs, des produits, et des risques associés • Le cas échéant pays d'origine et analyse de risques pays • Politique d'achats : critères sociaux et environnementaux retenus • Politique de travail avec le secteur adapté • Questionnaire de satisfaction et analyse des retours des questionnaires • Charte interne relations d'affaires 	<ul style="list-style-type: none"> • % papier recyclé/certifié dans les achats de papier • % montant achats faisant l'objet d'exigences sociales et environnementales • % fournisseurs et sous-traitants faisant l'objet d'exigences sociales et environnementales • % du montant des achats auprès prestataires locaux • % d'achats auprès du secteur adapté et évolution • Durée moyenne de paiement des fournisseurs • Taux de satisfaction des fournisseurs
Promotion de la RSE dans la chaîne de valeur	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboration d'une charte Fournisseurs à annexer aux contrats de prestation, à signer par chaque fournisseur, rappelant les engagements RSE attendus • Intégrer la promotion de la RSE dans les CGV 	<ul style="list-style-type: none"> • Charte fournisseurs 	<ul style="list-style-type: none"> • % fournisseurs/sous-traitants ayant signé la charte