

**UNIVERSITE PALACKÝ D'OLOMOUC
FACULTE DES LETTRES
DEPARTEMENT DES ETUDES ROMANES**



**PRESENTATION DE LA RESPONSABILITE SOCIALE DES
ENTREPRISES EN FRANCE ET EN REPUBLIQUE TCHEQUE
ET COMPARAISON AVEC CAS PRATIQUES DE GRANDES
ENTREPRISES**

Le Mémoire de licence

2010

Ondřej Nosek

**UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
FILOZOFICKÁ FAKULTA**



**PŘEDSTAVENÍ SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI
ORGANIZACÍ VE FRANCII A ČESKÉ REPUBLICE S
POROVNÁNÍM PRAKTICKÝCH PŘÍKLADŮ**

Bakalářská práce

Studijní program: Francouzština se zaměřením na aplikovanou ekonomii

Vedoucí práce: Ing. Michel Viland

Autor: Ondřej Nosek

OLOMOUC 2010

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

FILOZOFICKÁ FAKULTA

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem předloženou bakalářskou prací na téma „PŘEDSTAVENÍ SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI ORGANIZACÍ VE FRANCII A ČESKÉ REPUBLICE S POROVNÁNÍM PRAKTICKÝCH PŘÍKLADŮ“ vypracoval samostatně pod odborným dohledem vedoucího práce a uvedl jsem všechny použité podklady a literaturu.

Déclaration

Je déclare que le présent mémoire de licence au thème « PRESENTATION DE LA RESPONSABILITE SOCIALE DES ENTREPRISES EN FRANCE ET EN REPUBLIQUE TCHEQUE ET COMPARAISON AVEC CAS PRATIQUES DE GRANDES ENTREPTISES » est le résultat de mon propre travail et que toutes les sources bibliographiques utilisées sont citées.

V Olomouci dne 16. srpna 2010
A Olomouc le 16 août 2010

podpis
signature

REMERCIEMENT

Je tiens à exprimer toute ma reconnaissance à mon directeur de recherche, Monsieur Ing. Michel Viland. Ce mémoire de licence n'aurait pu être rédigé sans sa coopération, ses critiques, ses remarques, ses conseils ainsi que ses encouragements.

TABLE DE MATIÈRES

TABLE DE MATIÈRES.....	1
INTRODUCTION.....	3
1. LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES.....	5
1.1 EVOLUTION DE LA RSE.....	5
1.2 DEFINITIONS.....	9
1.3 PARTIES PRENANTES – « STAKEHOLDERS ».....	10
1.4 LA RSE.....	12
1.4.1 Notion de la RSE.....	12
1.4.2 Les avantages d'être une entreprise socialement responsable.....	15
1.4.2.1 Les avantages potentiels pour l'entreprise.....	15
1.4.2.2 Intérêt pour les autorités.....	16
1.5 LES NOTIONS LIEES A LA RSE.....	17
1.5.1 L'éthique des affaires.....	17
1.5.2 La dotation.....	18
1.5.3 Le sponsoring.....	19
1.5.4 La philanthropie.....	19
1.5.5 Le développement durable.....	20
1.5.6 La communication.....	22
1.5.6.1 La communication interne.....	22
1.5.6.2 La communication externe.....	23
1.5.7 Le greenwashing.....	24
1.6 LES NORMES.....	25
1.7 LES ORGANISATIONS.....	28
1.7.1 En France.....	28
1.7.1.1 Institut de mécénat de solidarité (IMS) - Entreprendre pour la Cité.....	28
1.7.1.2 ORSE - Observatoire sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises.....	29
1.7.2 En République tchèque.....	30
1.7.2.1 Business Leaders Forum (BLF).....	30
1.7.2.2 Forum dárců – le Forum des donateurs (FD).....	32
2. LA RSE EN REPUBLIQUE TCHEQUE.....	33
2.1 LE GROUPE « ČEZ » (CEZ).....	34

2.1.1	Personnel de CEZ.....	35
2.1.1.1	Développement du personnel et la croissance professionnelle.....	35
2.1.1.2	Conditions et des avantages pour les employés.....	36
2.1.2	Groupe CEZ et le public.....	37
2.1.2.1	Communication avec le public.....	37
2.1.2.2	Soutien à l'éducation et les étudiants.....	39
2.1.2.3	La Fondation CEZ – La dotation.....	39
2.1.2.4	La philanthropie - Coopération avec le Forum des donateurs (FD).....	41
2.1.3	CEZ et l'environnement.....	42
2.1.4	Système de gestion de la sécurité et la qualité.....	42
2.2	ŠKODA AUTO a.s.....	44
2.2.1	Les employés.....	45
2.2.1.1	Développement du personnel et la croissance professionnelle.....	45
2.2.1.2	Conditions et des avantages pour les employés.....	46
2.2.2	Skoda Auto et le public.....	48
2.2.3	Skoda Auto et l'environnement.....	49
2.2.4	Système de gestion de la sécurité et la qualité.....	50
3.	LA RSE EN FRANCE.....	52
3.1	EDF (ELECTRICITE DE FRANCE).....	52
3.1.1.1	Développement du personnel et la croissance professionnelle.....	53
3.1.1.2	Conditions et des avantages pour les employés.....	54
3.2	RENAULT.....	61
3.2.1.1	Développement du personnel et la croissance professionnelle.....	63
3.2.1.2	Conditions et des avantages pour les employés.....	64
4.	LA COMPARAISON.....	71
5.	CONCLUSION.....	74
	LISTE DES FIGURES.....	76
	LISTE DES SCHEMA.....	77
	LISTE DES TABLEAUX.....	78
	ANOTACE.....	79
	BIBLIOGRAPHIE.....	81
	LISTE DES ANNEXES.....	85

INTRODUCTION

Les changements socio-économiques, la mondialisation en générale et la transformation de l'économie ont amené une augmentation substantielle de la richesse économique et en conséquence le renforcement du rôle des entreprises comme des éléments centraux pour la création des revenus et de la richesse nationale. Bien que le système de marché (capitaliste) est considérée comme bénéfique, elle ouvre un débat concernant des aspects secondaires entraînés dans les différents domaines de la société et la façon dont on peut alléger si possible ces effets négatifs. Au niveau mondial on discute principalement des effets sur l'environnement, les sphères sociales et les droits humains.

Pour lutter contre ces effets négatifs au niveau des entreprises il existe une notion « *la responsabilité sociale des entreprises* » qui en théorie a commencé à se développer au milieu du 20e siècle. Depuis sa formation cette notion permet d'apporter plus de responsabilité aux entreprises pour toutes leurs activités mais pour la plupart que en théorie, car il n'existe aucune obligation pour les entreprises de suivre la responsabilité sociale. Ce caractère bénévole et la complexité de la responsabilité sociale des entreprises qui ont augmenté jusqu'à aujourd'hui étaient les raisons pour choisir la responsabilité sociale des entreprises comme sujet de mon mémoire.

Le but de mon mémoire est de présenter la responsabilité sociale des entreprises (dans le texte RSE) en France et en République Tchèque et compare les tendances par une analyse de cas pratiques de grandes entreprises. D'abord il est indispensable de mentionner le développement du phénomène de la RSE ; de noter les nombreuses règles et normes créées pour légiférer les aspects de la RSE parmi lesquelles nous pouvons citer les normes ISO 26000 ou l'OCDE; et de parler des trois piliers qui constituent la RSE: l'économique, le social et l'écologique. Enfin on présente plusieurs notions liées à la RSE comme le développement durable ou « *le camouflage* » ou bien la variante anglaise qui est plus fréquente, « *le greenwashing* ».

Par les exemples choisis et leur comparaison, je voudrais répondre aux questions suivantes : 1) Pourquoi les entreprises pratiquent-elles la RSE ? Est-ce-que c'est juste du côté philanthropique ou humaniste ? Ou bien l'intérêt est plutôt commercial pour donner une bonne image? 2) Quelles sont les tendances dans chaque pays - en France et en République tchèque ? Les projets de la RSE sont-ils réalisés dans les deux pays de façon semblable ? 3) Est-ce-que

les actions des grande entreprises qui pratiquent de la RSE influencent les autres entreprises ?
Ou est-ce-que c'est une tendance de l'économie liée avec les problèmes d'environnement et de développement durable ?

Ce mémoire de licence à ce sujet : « PRESENTATION DE LA RESPONSABILITE SOCIALE DES ENTREPRISES EN FRANCE ET EN REPUBLIQUE TCHEQUE ET COMPARAISON AVEC CAS PRATIQUES DE GRANDES ENTREPRISES » est divisé en quatre parties principales. La première s'occupe de l'explication de la notion de la responsabilité sociale des entreprises et des notions liées en générale. La deuxième partie étudie la situation en République tchèque par les cas pratiques des entreprises : Groupe ČEZ et ŠKODA AUTO a.s.. La troisième introduit des exemples d'entreprises socialement responsables en France : EDF et RENAULT. Enfin la quatrième partie est consacrée à une analyse et une comparaison plus profonde entre les deux pays concernés.

1. LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES

« La performance économique est essentielle, sans laquelle l'entreprise ne peut prendre aucune autre responsabilité. Ne peut pas être un bon employeur, bon citoyen, bon voisin. Mais la performance économique n'est pas la seule responsabilité de la société, ainsi que des activités d'enseignement n'est pas la seule responsabilité des écoles ou des soins de santé la seule responsabilité de l'hôpital. » P.F. Drucker¹ [18]

Qu'est-ce que la responsabilité d'entreprise? La responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) est un concept qui se répand de plus en plus au à travers le monde. La RSE est un concept qui chevauche fréquemment des approches similaires telles que la durabilité de l'entreprise, le développement durable de l'entreprise, la responsabilité sociale et la présence sociale de l'entreprise. Bien qu'il n'existe pas de définition universelle de la RSE, plusieurs la perçoivent comme une façon pour le secteur privé de s'occuper des impératifs économiques, sociaux et environnementaux des activités. À vrai dire, la RSE ressemble de près aux concepts de développement durable et de « *triple indice de rentabilité*² » auxquels adhèrent les entreprises. En plus de s'intégrer aux structures et aux processus de l'entreprise, la RSE comprend aussi fréquemment la création de solutions novatrices et pro-actives face aux défis sociétaux et environnementaux, de même qu'une collaboration avec les intervenants internes et externes pour améliorer la performance de la RSE. [1 ; 19]

1.1 EVOLUTION DE LA RSE

La RSA au niveau théorique a commencé à se développer au milieu du 20e siècle. L'année 1953, quand Howard Bowen³ a publié son livre « *Social Responsibilities of the Businessman* », est généralement reconnu comme le point de départ du concept contemporain de la RSE. L'objectif de Bowen était d'explorer le discours sur les responsabilités sociales de l'entreprise que tenaient un grand nombre de capitaines d'industrie américains dans l'euphorie de l'après-guerre, et de l'enrichir par les contributions des grands courants de critique sociale et morale de son temps. ou se trouve la première définit.

¹ Théoricien américain du management - Peter Ferdinand Drucker (1909-2005) est à l'origine de nombreux concepts utilisés dans le monde de l'entreprise.

² la performance sous les angles environnemental, social et économique

³ Économiste américaine – Howard Rothman Bowen (1908-1989) fut un pionnier dans plusieurs domaines, comme économiste (gouvernement, banque), comme professeur et auteur (plusieurs livres réputés) et comme administrateur universitaire (doyen de faculté, président d'université et conseiller national).

Dans les années 60, la lente institutionnalisation de la RSA aux États unis fait suite. Par exemple : En 1959 la Fondation Ford, dans un rapport historique, recommande d'introduire dans les Business Schools la prise en compte de l'environnement légal, social et politique de l'entreprise. Ensuite plusieurs cours pionniers seront créés sur ce thème, notamment aux universités Columbia et Berkeley. Ensuite en 1971, le Committee for Economic Development publie dans la controverse un document historique sur l'extension des responsabilités sociales de l'entreprise. La même année, l'Academy of Management, principale société savante américaine des professeurs de management, crée la section Social Issues in Management, ce qui accrédite définitivement le domaine au sein de la profession. [8, p 13-14]

Pendant les années 70, de nombreux travaux sur la RSE sont publiés par des associations d'affaires, des cabinets de consultants, ou de grandes entreprises (par exemple, les principes dits de Sullivan par General Motors pour guider son comportement dans l'Afrique du Sud). Sur la synthèse des savoirs connus jusqu'à 1979, A. Carroll⁴ a suggéré une nouvelle définition de la RSE, qui repose sur quatre piliers fondamentaux : la responsabilité économique, la responsabilité juridique, la responsabilisation de l'éthique et la responsabilité volontaire (philanthropique). [1, p. 30 ; 20]

Durant les années 80, la Society for Business Ethics est fondée, qui se consacre exclusivement à la partie éthique de la RSE. Davantage, la RSE était reliée avec un groupe appelée « *stakeholders* », ou bien en français - parties prenantes (plus en détail dans la partie 1.4). D'une grande importance dans ce contexte était l'introduction du concept des notions des parties prenantes de 1983 par R. Edward Freeman⁵. Ce concept de parties prenantes a contribué à décrire les réalités de l'entreprise et d'identifier les groupes les plus importants qui influent l'entreprise. Ça a notablement aidé les dirigeants des entreprises, qui étaient intéressés à appliquer la RSE dans la pratique, afin de déterminer où concentrer leur attention et de expliquer à l'égard de qui d'être responsables. [10]

Ensuite, En 1982 est lancée la revue empirique *Journal of Business Ethics*, suivie en 1991 par la revue plus théorique *Business Ethics Quarterly*. En 1991 également est créée une nouvelle société savante autonome, consacrée entièrement au thème des relations entre

⁴ Archie B. Carroll est directeur de « the Nonprofit Management and Community Service Program » et professeur émérite au Collège Terry of Business, Université de la Géorgie. Il a obtenu son doctorat en gestion de « The Florida State University ». Ses recherches portent sur la responsabilité sociale et éthique des affaires. Il est co-auteur principal de « Business and Society: Ethics and Stakeholder Management », 6e éd., 2006, et un ancien président de la « Society for Business Ethics ».

⁵ R. Edward Freeman (née le 18 Décembre, 1951) est un philosophe américain et professeur en administration des affaires à « the Darden School of the University of Virginia ».

entreprise et société, l'International Association for Business and Society (IABS), qui publiera à partir de 1993 la première revue scientifique exclusivement consacrée à la RSE. [1, p. 30]

Au tournant des années 1990, le concept de RSE fait une entrée sur la scène européenne, en partie à la suite d'une série d'initiatives de la Commission européenne. L'année de coupure dans le développement est de plus l'année 1996, lorsque Jacques Delors a lancé la création d'un centre des experts européen (CSR Europe), son but était « *d'aider les entreprises à atteindre la rentabilité, la croissance durable et développement du capital humain, par implantant la RSE dans leurs pratiques commerciales* ». [1, p. 31] Le tableau 1. à la fin de ce chapitre présente un résumé des moments importants dans le développement et l'adoption de sources d'énergie renouvelables en Europe. [1 ; 23]

Depuis 2000, l'Union européenne s'est engagée à développer un cadre européen pour la RSE, munis d'outils pour évaluer les normes concernant la RSE (partie 1.6). Des livres sont publiés (Livre vert, 2001), des forums sont organisés, des réseaux inter-universitaires de recherche sont créés. Trente ans après l'Amérique, l'Europe finit par prendre au sérieux le concept de RSE, mettant fin à un long scepticisme en la matière.

À cet égard, il convient de mentionner que dans les pays tchèques étaient déjà dans la période entre les deux guerres mondiales, de nombreuses entreprises, à la tête avec la firme Bata (plus tard suivre cet exemple la coopérative Slušovice), dont le concept de développement ne repose pas uniquement sur les haut-production, les clients ou l'expansion progressive du marché (qui est étroitement liée à la rentabilité), mais aussi le développement à long terme de l'entreprise, y compris, notamment, soins sur le développement des employés et leurs familles, des compétences, des soins de santé, des loisirs, des sports et de la vie sociale des employés. Toutes ces activités ont conduit bien au-delà des usines et ont contribué au développement sain des communautés, des villes et des régions, voire même la société entière. On peut donc logiquement conclure que, à cet égard, Bata avance sur son temps. [7]

Tableau 1 : Étapes principales de la RSE dans l'Union européenne [15 ; 16 ; 21]

1995	Le Président de la Commission européenne, Jacques Delors, et un groupe d'entreprises européennes lancent le Manifeste des entreprises contre l'exclusion sociale.
Mars 2000	Le sommet européen de Lisbonne fixe le nouvel objectif stratégique qui vise à faire de l'Europe l'économie la plus compétitive du monde basée sur la connaissance dynamique d'ici 2010. Pour la première fois, le Conseil européen adresse un appel spécial à la sensibilité des entreprises à la responsabilité sociale pour ce qui concerne les meilleures pratiques sur la formation continue, l'organisation du travail, l'égalité des chances, l'inclusion sociale et le développement durable.
Juin 2000	L'UE adopte l'agenda de la politique sociale, soulignant l'importance de la RSE en adaptant les conditions de travail à la nouvelle économie.
Mars 2001	Le Conseil européen de Stockholm félicite toute initiative favorisant la RSE et réclame un échange de vues autour du prochain Livret vert.
Juillet 2001	La Commission européenne publie son Livret vert sur la promotion d'un cadre européen pour la RSE.
Juillet 2001	Communication de la Commission européenne sur la promotion des normes de travail fondamentales
Octobre 2001	Le comité exécutif de la CES ⁶ adopte une politique étendue sur la RSE.
Juillet 2002	Communication de la Commission européenne sur la Responsabilité Sociale de l'Entreprise : une contribution au développement durable.
Octobre 2002	La Commission européenne crée un forum européen de toutes les parties concernées par la RSE (forum RSE) afin d'échanger les bonnes pratiques et évaluer les directives communes.
Juin 2004	Le Comité exécutif de la CES adopte une résolution établissant une série de priorités pour le développement de la RSE en Europe.
29 juin 2004	Le Forum RSE a présenté son rapport à la Commission européenne.
14 juin 2005	Conférence de la Commission européenne sur la RSE dans les PME ⁷
Fin 2005	Le rapport d'évaluation de la Commission européenne sur les progrès obtenus devrait être publié
22 mars 2006	Nouvelle communication de la CES : « <i>Mettre en œuvre le partenariat pour la croissance et l'emploi : faire de l'Europe un pôle d'excellence sur la RSE</i> ». La CES ainsi que certaines ONG critiquent la Commission pour avoir adopté une approche unilatérale, déséquilibrée, qui avantage le monde des affaires
Mars 2007	La CES a salué le rapport du Parlement européen, en estimant qu'il remet le débat sur la RSE en Europe sur la bonne voie, en récupérant des éléments tels que le multilatéralisme, la responsabilité et la transparence, qui semblaient être perdus dans les travaux récents du Forum multi-partie prenant

⁶ la CES - Confédération Européenne des Syndicats

⁷ les PME - Les petites et les moyennes entreprise

1.2 DEFINITIONS

La première définition de le RSA, formé par Howard Bowen allégué dans son livre précité « Social Responsibilities of the Businessman », dit: « *Il s'agit des engagements des entrepreneurs à poursuivre ces politiques, pour prendre ces décisions, ou de suivre ces lignes d'action qui sont souhaitables en termes d'objectifs et valeurs de notre société* ». [1, p. 32] Bien que cette définition suggère plutôt de la responsabilité des hommes d'affaires que de l'entreprise réelle ou de l'entité commerciale ou de l'organisation, nous pouvons conclure qu'il est généralement valable aujourd'hui (Les entreprises sont toujours formées par des personnes). Voici quelques exemples de définitions à partir de nos jours:

Selon le Livre vert de l'Union européenne, « *Le concept de responsabilité sociale des entreprises signifie essentiellement que celles-ci décident de leur propre initiative de contribuer à améliorer la société et rendre plus propre l'environnement* », [6, p. 5]. Plus loin, la Commission précise que « *la plupart des définitions de la responsabilité sociale des entreprises décrivent ce concept comme l'intégration volontaire des préoccupations sociales et écologiques des entreprises à leurs activités commerciales et leurs relations avec les parties prenantes* » [6, p. 8].

Vigeo, agence européenne de notation sociale, se réfère explicitement au cadre fourni par le Livre vert : « *L'entreprise socialement responsable, non seulement satisfait pleinement aux obligations légales et conventionnelles applicables, mais intègre aussi en tant qu'investissement stratégique, les dimensions sociales, environnementale et sociétale à ses politiques globales.* » [22]

Au réseau CSR Europe⁸, on avance que « *la responsabilité sociale des entreprises renvoie à la manière dont les dirigeants d'entreprises améliorent leur impact social et environnemental pour créer de la valeur à la fois pour les actionnaires et les autres parties prenantes en modifiant sa stratégie, son organisation et ses procédés* ». [23]

Enfin, le numéro spécial de la revue Structural Change and Economic Dynamics (2005) sur la RSE retient la définition suivante : « *Nous définissons la Responsabilité Sociale de l'Entreprise comme des actions permettant d'améliorer le bien-être social au-delà des intérêts de la firme et de ce qui est requis par la loi* ». [19]

Sur la base de ces définitions, plutôt convergentes, on peut faire trois remarques.

⁸ Ce réseau, créé en 1996 à l'initiative de la Commission européenne et de quelques entreprises pionnières, est destiné aux entreprises voulant se convertir à la responsabilité sociale des entreprises [23].

a) La RSE est considéré comme une démarche volontaire. Dans cet esprit, les dirigeants des entreprises doivent être les initiateurs de la RSE.

b) La RSE couvre un large champ puisqu'il s'agit de promouvoir tout à la fois les dimensions sociale et environnementale de l'activité des entreprises. La notion de RSE est liée à l'application aux entreprises du concept de développement durable qui repose sur trois piliers (économique, social et environnemental), mais elle n'a pas de limites strictes de leur compétence.

c) Enfin, le thème de la RSE n'est pas sans parenté avec le discours sur le gouvernement de l'entreprise puisqu'on y retrouve dans les deux cas les thématiques de la création de valeur (définition CSR Europe) et des parties prenantes (définition CSR Europe et CE 2002). [14]

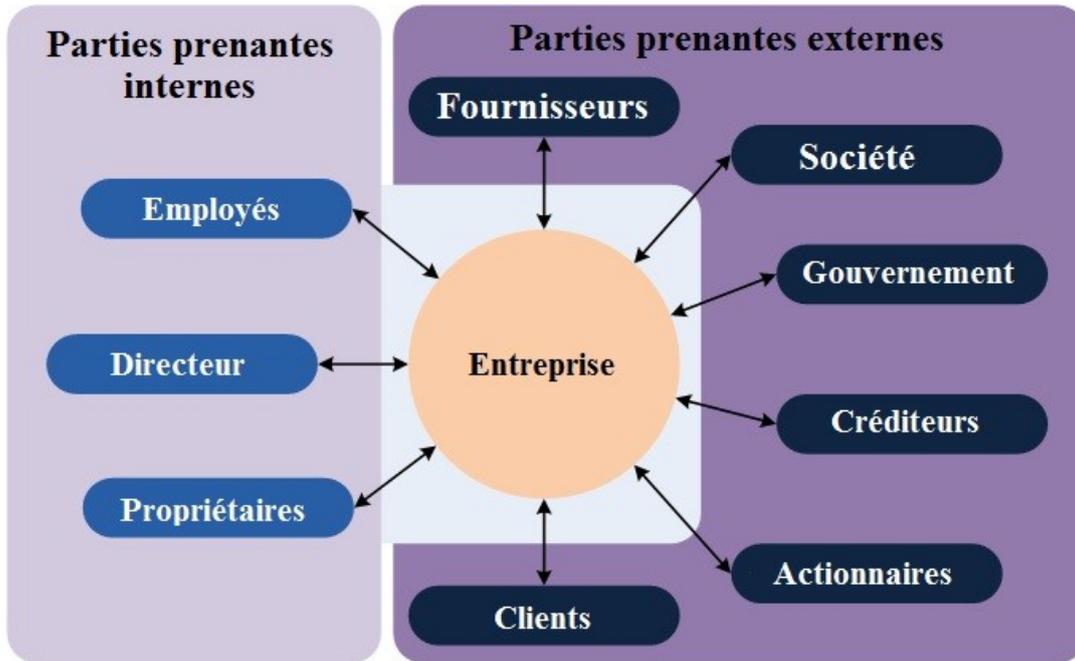
Ces quatre définitions, qui sont une représentation fidèle de la manière dont est appréhendée la RSE, mettent donc l'accent sur le caractère volontaire d'une démarche d'intégration par l'entreprise d'objectifs sociaux et environnementaux.

1.3 PARTIES PRENANTES – « STAKEHOLDERS »

Les parties prenantes sont l'ensemble des acteurs, internes ou externes et partenaires économiques et sociaux de l'entreprise. L'activité de l'entreprise a une conséquence directe ou indirecte sur ces acteurs. Une théorie de management utilise cette définition : « *Dans une corporation, les parties prenantes sont des individus et des groupements qui contribuent, volontairement ou non, à la capacité de créer de la valeur et de l'activité et qui en sont ses bénéficiaires potentiels et/ou en assument les risques* ». [9, p. 12] Cette définition varie de celle de Freeman qui inclut les concurrents comme « partie prenante » d'une société. [10, p. 9]

Le dialogue avec les parties prenantes, c'est-à-dire l'ensemble des groupes ou individus affectés directement ou indirectement par les activités d'une entreprise, et ces acteurs ont une influence plus ou moins importante sur l'entreprise. Il s'agit généralement du personnel, des actionnaires, des partenaires commerciaux (fournisseurs, sous-traitants), des autorités, de la clientèle, des communautés locales, des ONG et d'associations de consommateurs. Ce dialogue demande un investissement en temps plutôt qu'en ressources financières; il joue un rôle vital pour toute entreprise soucieuse de rester en phase avec les demandes et attentes de la société.

Schéma 1 : Parties prenantes



Un débat majeur traverse la littérature consacrée aux parties prenantes depuis l'origine pour déterminer si l'entreprise doit être gérée dans l'intérêt des « *parties prenantes* » ou seulement dans l'intérêt des actionnaires. La création de valeur est plus forte lorsque ses bénéficiaires sont multiples. Par exemple, selon cette ligne de pensée, un projet idéal qui satisfait les besoins des employés, des attentes des actionnaires et des désires de clients a une triple valeur car il cible en même temps, trois groupements légitimes de parties prenantes.

Tableau 2 : Responsabilité aux parties prenantes :

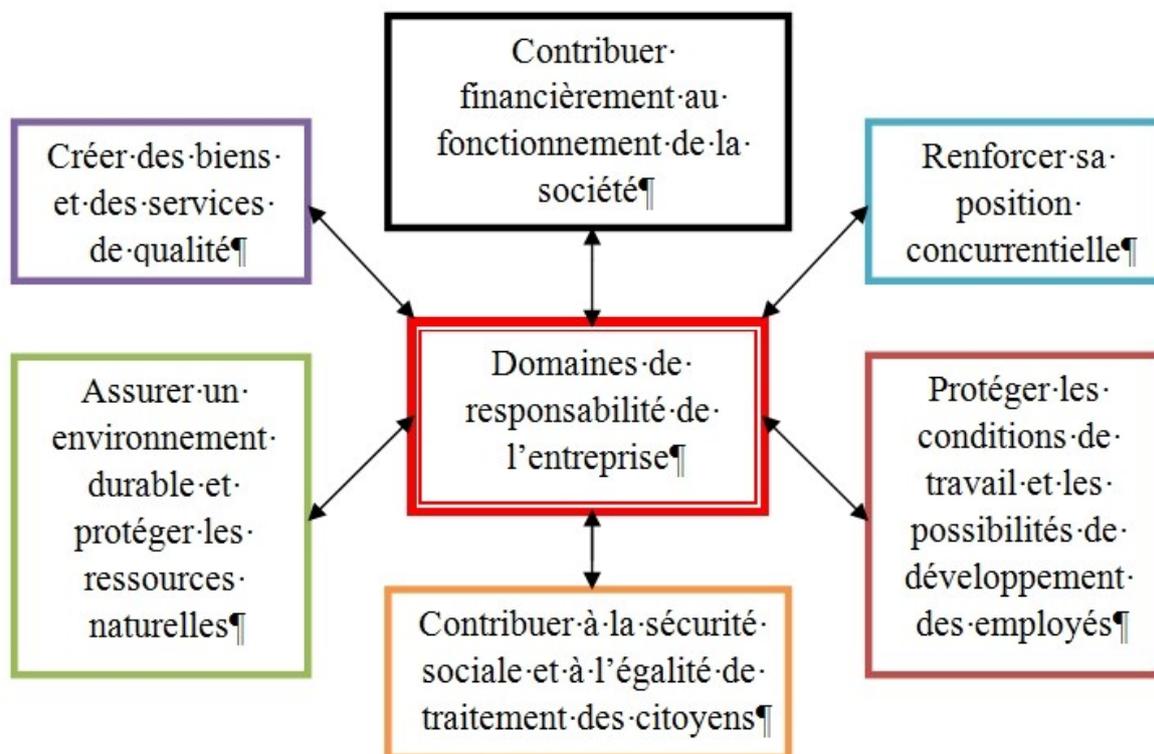
Partie prenante	Responsabilité d'entreprise aux parties prenantes - exemples
Propriétaires / actionnaires	Une rentabilité satisfaisante (profit)
Clients	la sécurité des produits, la valeur, l'honnêteté
Citoyens des communautés locales	environnementaux et sociaux (emplois), taxes et contributions financières, risque juridique
Employés	Rémunération, sécurité de l'emploi, intérêt du travail, conditions de travail, hygiène et sécurité au travail
Fournisseurs / sous-traitants	Prix et volume d'achat, continuité, retombées technologiques, partenariat
Investisseurs	Informations véridiques sur la solvabilité, la liquidité,

1.4 LA RSE

1.4.1 Notion de la RSE

La RSE s'étend à l'ensemble des activités des entreprises. D'après la Commission Européenne, l'entreprise a six domaines de responsabilité. Pour chaque grand domaine, il existe une grille de critères qu'on peut rassembler en 6 grandes familles : environnement, ressources humaines, gouvernement d'entreprise, pratiques commerciales, impact local et citoyenneté. Le diagramme 2. monte les six domaines par les responsabilités.

Schéma 2 : Six domaines de responsabilité de l'entreprise



Le concept de la RSE le plus utilisé se concentre sur trois grands domaines principaux, ce qui établit les trois piliers fondamentaux : l'efficacité économique, la participation sociale, ou plutôt la responsabilité vers la communauté dans laquelle l'entreprise influence, et la responsabilité environnementale.

L'économie correspond à un domaine interne à l'entreprise et implique donc en priorité, les salariés et les actionnaires, notamment à travers l'Investissement Socialement Responsable et l'épargne salariale. L'économie implique aussi les dirigeants, surtout dans leur façon d'élaborer les politiques économiques de l'entreprise. Une entreprise socialement

responsable fonctionne de manière transparente, applique des principes de bonne gouvernance, respecte des codes de bonne conduite et codes d'éthique et de crée des relations positives avec toutes les parties prenants: ses actionnaires, ses fournisseurs, ses clients, ses investisseurs, les médias, les fonctionnaires gouvernementaux, les consommateurs etc.

Le social est le champ privilégié par les syndicats et la Commission Européen. On peut le encore diviser sur les relations avec la communauté locale et des soins pour les employés. Entreprise socialement responsable investit dans le développement communautaire et des projets d'utilité publique, et consacre une partie de ses fonds à la charité et la philanthropie d'entreprise. Entreprise socialement responsable a soin de la santé et la sécurité de leurs employés, vise à développer le capital humain, respecte des normes du travail, assure la sécurité d'emploi et l'égalité des chances pour les femmes, les hommes, les minorités ethniques, personnes handicapées et âgées. N'abuse pas du travail des enfants (tout en refusant de coopérer avec des partenaires qui pratiquent cette maltraitance des enfants) et assure le développement et la professionnalisation de son personnel, ou de la reconversion les employés libérés pour un usage ultérieur.

L'environnement - Certaines confédérations soulèvent le fait que l'environnement commence dans l'entreprise à travers la santé et sécurité au travail. Entreprise socialement responsable exerce ses activités dans le respect des normes environnementales. On protège également les ressources naturelles, on soutient le développement et la diffusion des technologies respectueuses de l'environnement, et la société favorise la politique d'entreprise, qui a le moins d'impact sur l'environnement = on offre des produits recyclables; on utilise des produits écologiques, lorsque cela est possible ; on utilise l'énergie provenant de sources renouvelables ; on recycle les déchets (*décharges*), etc.

L'entreprise qui s'est engagée à honorer la RSE devrait prendre des mesures dans les trois régions simultanément. Les trois piliers du concept de la RSE conforment aux trois caractéristiques de la «triple-bottom-line" ou bien de la stratégie 3P (Profit, Peuple, Planète), ce qui signifie clairement que l'organisation met l'accent non seulement sur la croissance économique, mais aussi sur les aspects sociale et environnementale de ses activités. Enfin, le tableau suivante présente les objectives de la RSE divisé par les trois piliers.

[1 ; 2 ; 3 ; 15]

Tableau 3 : Trois piliers de la RSE et leur objectives [11, p. 6]

Le pilier économique	Le pilier social	Le pilier environnemental
le codex du comportement des entreprises	entreprise philanthropie	production écologique, produits et services
transparence	dialogue avec les parties prenantes	politique de l'entreprise écologique
gouvernance d'entreprise	la santé et la sécurité des employés	diminuer l'impact sur l'environnement
corruption	développement du capital humain	protection des ressources naturelles
parties prenantes dialogue	les normes du travail	conformité avec les normes nationales et internationales
comportement envers la clientèle	l'équilibre travail-vie de employés	matériaux, l'emballage, le transport
comportement à l'égard des fournisseurs	l'égalité des hommes et des femmes	management environnemental
comportement à l'égard des investisseurs	la diversité sur le lieu de travail	
protection de la propriété intellectuelle	reconversion des travailleurs licenciés	
	droits de l'homme	

1.4.2 Les avantages d'être une entreprise socialement responsable

L'engagement d'une entreprise dans une démarche de la RSE peut être motivé par différents facteurs:

a) les convictions et valeurs personnelles de certains dirigeants et dirigeantes d'entreprise conscients de l'importance économique des exigences sociales et environnementales

b) les pressions d'ordre social provenant d'organisations non gouvernementales ou d'associations de consommateurs

c) les pressions d'ordre commercial exercées par les investisseurs soucieux d'éviter tout risque financier lié à des comportements contraires à certains critères de responsabilité éthique, sociale et environnementale

d) la volonté d'anticiper la mise en place par les pouvoirs publics d'instruments juridiquement contraignants.

Comportement en conformité avec les principes de la RSE donne l'entreprise de nombreux avantages, et en particulier sous forme non-financier, dont l'importance de la réputation de l'entreprise, et l'exploitation durable des entreprises, cependant, n'est pas moins que les gains financiers. Tout aussi important pour l'entreprise des actifs tangibles, sous la forme de biens immobiliers, stockage, ou des actifs financiers, sont cruciales pour les entreprises les actifs incorporels, tels que le capital humain, le capital figurant dans les ressources naturelles, valeur de la marque, la réputation et des relations de confiance et de partenariat. Des entreprises socialement responsables sont caractérisées par leur politique de façon pro-active plutôt que seulement réactive. Leur gestion anticipe et crée activement de nouvelles tendances positives.

1.4.2.1 Les avantages potentiels pour l'entreprise

Les entreprises qui s'engagent dans la RSE constatent que le fait de la RSE:

- améliore la réputation et la capacités opérationnelles
- renforce la compétitivité
- diminue les risques juridiques et opérationnels ainsi que les risques liés à leur image
- améliore la capacité d'attirer des investisseurs

- apporte plus de possibilités pour innovations
- améliore la viabilité à long terme
- renforce la culture d'entreprise
- crée de nouveaux emplois en particulier pour les membres des communautés locales
- augmente des ventes et fidélité de la clientèle
- améliore la productivité, la loyauté et la motivation du personnel
- réduit le risque de boycotts et les grèves
- améliore la transparence de la société pour ses alentours
- réduit le coût de gestion des risques
- apporte le dialogue et l'établissement de relations de confiance avec l'environnement extérieur, et les autorités locales, ce qui entraîne dans la compréhension mutuelle, renforcer la base pour un fonctionnement à long terme de l'entreprise dans la région
- améliore réputation de l'entreprise, la possibilité de différenciation de la marque entreprise
- fournit des économies financières directes associées à des pratiques écologiques

1.4.2.2 Intérêt pour les autorités

Les états, les institutions intergouvernementales et les autorités locales ont un intérêt vital à soutenir et promouvoir la responsabilité sociale des entreprises. Cet intérêt s'est déjà traduit par des mesures législatives en Grande-Bretagne, en Suède, en Belgique et en Allemagne (déclaration publique de la politique de placement des fonds de pension). L'état encourage la RSE de la plupart de ces raisons :

- c Appliquée aux entreprises multinationales, la responsabilité sociale des entreprises est considérée comme un moyen de poser des garde-fous afin que la mondialisation favorise le plus grand nombre plutôt qu'une minorité.
- c Appliquée aux entreprises nationales, elle est un moyen pour les états de protéger l'image de leur pays, qui peut dépendre fortement de la réputation de ses entreprises.
- c Appliquée aux petites et moyennes entreprises, elle permet de préserver la prospérité d'une économie dépendant de son image de marque, de sa compétitivité et de son ouverture internationale.

- En générale, l'application de la RSE par les entreprises peut remplacer les activités des organes de l'état, compléter les activités des organes de l'état, et légitimer la politique de l'état.

[1 p. 33-36 ; 3 p.18-22 ; 5 p.6-7]

1.5 LES NOTIONS LIEES A LA RSE

Le phénomène de la RSE, comme on a déjà indiqué, n'a pas de frontières fixes. Cela veut dire que la RSE ne se limite pas aux zones définies par les trois grands piliers qui constituent la responsabilité sociale des entreprises: économique, sociale et écologique. Le concept de la RSE est lié à plusieurs notions comme l'éthique des affaires, le sponsoring, le développement durable, le greenwashing.

1.5.1 L'éthique des affaires

L'éthique des affaires est une tendance à appliquer des principes éthiques dans les affaires pour améliorer les pratiques d'affaires dans toutes les activités commerciales. L'entrepreneur qui respecte les règles d'éthique, refuse de déformer les réalités. L'éthique ne peut être réduite que dans le respect du droit. Le principal domaine de l'éthique des affaires peut comporter la liste suivante des facteurs qui peuvent devenir une source d'inspiration pour la définition des règles éthiques spécifiques. Elle dépendra toujours du secteur des entreprises et les personnes responsables, qu'ils deviennent une partie de la culture d'entreprise :

- l'éthique individuelle, personnelle
- les droits des travailleurs
- la protection des consommateurs
- la discrimination
- les codes du moral, les codes de la éthique
- la consommation d'énergie
- la non-utilisation des informations classifiées pour les négociations commerciales
- les prestations fournies par les organisations
- la mondialisation de l'économie
- la RSE
- les relations avec les syndicats

- la réponse des employés à un comportement contraire à l'éthique
- les données informatiques et protection des données personnelles
- la protection de l'environnement
- la protection des animaux et de la recherche
- l'espionnage industriel
- la corruption
- les récompenses pour les gestionnaires
- la famine et les pays du tiers monde

L'outil habituel pour l'institutionnalisation de principes éthiques dans l'environnement des entreprises sont des codes de conduite, des comités d'éthique, audits éthiques et les plus connus sont les codes de d'éthique. Les codes d'éthique, sont déclarées par les principes de bon accès à tous les parties prenantes et l'environnement que la société s'engage à exécuter. Ils sont généralement par écrit. Code de déontologie remplit plusieurs fonctions à la stratégie de l'entreprise, par exemple:

- définit les limites d'un comportement souhaitable pour le personnel et les organismes partenaires
- facilite la prise de décisions dans les cas de conflit des employés avec des offres ou des demandes inadmissible
- devient le critère selon lequel la société est évaluée
- augmente la loyauté et la fierté des employés
- contribue à créer un climat de travail positif
- encourage la communication ouverte
- renforce la crédibilité de l'organisation
- peut devenir un avantage concurrentiel

1.5.2 La dotation

La dotation est le plus connu et le plus souvent utilisé d'outils par les entreprises. Elle peut prendre différentes formes, à partir d'un appui financier jusqu'à matériel, des services ou des marchandises, que la société produit, attribution d'espace, de matériel, etc. Un don est un résumé des immobilisations corporelles et incorporelles - finances, produits, services, idées, le temps..., qui donne le donateur et le donataire reçoit. Faire un don est régi par acte de donation. le donneur ne nécessite pas le bénéficiaire de la contrepartie. La société a fourni des fonds - le don peut déduire la somme de son assiette fiscale (un avantage pour l'entreprise).

Ainsi, ils sont souvent pris en charge les activités sportives ou culturelles, sanitaires et sociales des projets de services.

1.5.3 Le sponsoring

Le sponsoring, ou bien le parrainage en français, est une option pour les entreprises de « vendre » partiellement leurs activités dans la domaine volontaire. Le parrainage est quelque chose comme « don avec contrepartie » et la contribution de parrainage est considéré comme le paiement de cette contrepartie (généralement pour les services de publicité). Le sponsor fournit un financement ou d'autres ressources financées par le budget des entreprises et en revanche il reçoit de contrepartie - action pour atteindre les objectifs marketing du sponsor. Relations entre promoteur et le bénéficiaire règle un contrat prévoit, en particulier contrat de la publicité. Les coûts alloués au parrainage, le parrain payé en entier. Quand le soutien financier est lié au sport ou la culture, un logo de l'organisation parraine est placé dans le cadre du marketing d'entreprise.

1.5.4 La philanthropie

Le volontariat d'entreprise ou la philanthropie, est une autre option pour soutenir les communautés locales. Les employés accomplissent un travail bénévole pour les institutions locales en temps du travail. Cela peut concerner particulièrement le travail manuel - nettoyage des parties communes, la reconstruction des installations municipales, aider à l'élimination des catastrophes naturelles, ou la gestion de club de sport pour les enfants, aide aux personnes handicapées. Ou on peut s'agir des versées d'expertise - conseils juridiques, conseils financiers, de l'administration du réseau informatique, aider à préparer les demandes de subvention, l'éducation publique, etc. Dans de nombreuses entreprises s'engageant a la RSE, règles différentes sont définies à accorder du temps pour le travail bénévole, comme une fois par an, un jour est désignée comme « volontaire » pour toute l'entreprise.

Dans le domaine de la philanthropie d'entreprise on comprend:

- fondation propre d'entreprise ou fonds de fondation
- collection parmi le personnel
- fonds de contrepartie (les employés donnent un certain montant, à l'entreprise multiplie la somme assemblée pendant une certaine période de ses ressources, et en investit dans des activités d'utilité publique)

- investissement des entreprises dans les collectivités locales - en particulier un soutien financier pour des projets locaux à long terme: - les maisons de retraite, les écoles, les crèches, les clubs sportifs, les ONG, les routes, pistes cyclables, sentiers pour la marche

1.5.5 Le développement durable

« *Le développement durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs.* »⁹ [24] Cette définition classique du développement durable (en anglais - sustainable development) détermine clairement la relation entre les besoins des générations présentes et futures. La notion de RSE est liée à l'application aux entreprises du concept de développement durable qui repose sur le même trois piliers (économique, social et environnemental).

L'objectif stratégique du développement durable est la coordination harmonieuse de la croissance économique, justice sociale et la responsabilité environnementale. Les aspects et impacts environnementaux, la politique et les objectifs sont, d'une part, une partie intégrante du système de l'environnement (le Système de gestion environnementale), d'autre part, on motive le contenu d'une série de documents techniques (règlements techniques, règles, normes – on en parlera plus dans la partie suivante).

Plusieurs institutions et organisations importantes dans le monde entier sont de plus en plus urgent de savoir que le développement durable est nécessaire et juste chose, qui fait partie du style moderne de l'entreprise et, enfin, c'est un investissement qui crée de la valeur et assure notre avenir. Il est également nécessaire de réaliser, qu'une partie de la nature ne sont pas seulement largement connues et isolement comprises ressources comme l'eau, le pétrole, les combustibles fossiles, les minéraux, les machines, mais aussi tous les systèmes vivants, qui se dégradent rapidement en raison des activités économiques. Y compris principalement les océans, les prairies, les savanes, les forêts tropicales, la toundra, etc.

Pour une conservation à long terme de l'existence humaine est précisément ce « service gratuit » le facteur plus important que les ressources épuisables. Par exemple, les forêts ne sont pas seulement un réservoir de bois, mais sert aussi de réservoir d'eau, les océans influencent grandement le climat général. Environnement naturel salubre (*!bien portant*), non seulement fournit automatiquement l'air pur, mais il traite aussi les déchets naturels et souvent

⁹ Une définition du développement durable selon la Commission mondiale sur l'environnement et le développement, mandatée par l'Assemblée générale des Nations Unies, en 1983. [24]

aussi les déchets municipaux et industriels, en contribuant au règlement des conditions météorologiques extrêmes, et enfin, il règle l'atmosphère elle-même. La biosphère de la planète nous offre un service sans laquelle l'humanité ne peut vivre, on n'a rien pour la remplacer et pour cela du point de vue économique ce service a une valeur marchande de l'infini.

Le développement durable au sein des organisations et donc aussi dans notre société doit devenir une des plus hautes priorités, et la responsabilité permanente de nos représentants de telle sorte que les différents outils, méthodes et objectifs accomplissent l'harmonie des besoins dans la mesure maximale quant du côté des individus et la société, comme les besoins environnementales.

Principes de base du développement durable :

- comme dans la RSE, on se concentre principalement sur **l'interconnexion des domaines fondamentaux de la vie** - économique, social et environnemental ; solutions, en tenant compte seulement un ou deux de ces zones n'est pas efficace à long terme
- **perspective à long terme** - chaque décision doit être considérée en termes d'effets à long terme ; la planification stratégique (systématique) est nécessaire
- **la capacité de l'environnement est limitée** - non seulement en tant que source de matières premières, substances, et les fonctions nécessaires à la vie, mais aussi comme un espace pour les déchets et la pollution de toutes sortes
- **précaution** - implications de certains de nos activités ne sont pas toujours connus, parce que notre connaissance des lois de fonctionnement dans l'environnement est encore au niveau assez faible, et donc il faut un degré élevé de prudence (et de patience)
- **prévention** - est plus efficace que la solution de l'impact postérieur ; quand on doit résoudre les problèmes, qui se posent déjà, on dépense un montant beaucoup plus grande de ressources (temps, financières et humaines)
- **qualité de vie** - a une dimension non seulement physique mais aussi social, éthique, esthétique, spirituel, culturel et autres, et il n'est pas possible d'oublier pour un instant que les gens ont le droit à la qualité de vie
- **la justice sociale** - opportunités et responsabilités doivent être réparties équitablement entre les pays, régions et entre les différents groupes sociaux. La

pauvreté est un facteur menaçant du développement durable, il est notre responsabilité d' en lutter contre ensemble

- **compte de la relation « Local – Global »** - activités au niveau local, affectant principalement les questions au niveau mondial – on peut créer ou aider à résoudre des problèmes (et vice versa)
- **responsabilité intra-générationnelle et intergénérationnelle** (Ou l'égalité des droits) - la assurance de l'égalité nationale, raciale et autres, le respect pour les droits de toutes les générations actuelles et futures au environnement sain et égalité sociale. On parle des obligations morales envers les générations futures – Es ce- que on les assure la possibilité de vivre dans un environnement sain? Si ils ne devraient pas résoudre les problèmes que nous créons aujourd'hui, et sur lesquelles on ferme les yeux?
- **processus démocratiques** - la participation du public dès la phase initiale de planification, nous aide à créer non seulement des plans plus objectif, mais aussi un soutien général pour leur réalisation ultérieure [1, p. 105-110]

1.5.6 La communication

La communication est un aspect important de la mise en œuvre du concept de responsabilité sociale. Elle permet le contrôle d'un comportement responsable des entreprises par le public intéressé et concerné (par les parties prenantes). La communication a deux directions principales - interne et externe.

1.5.6.1 La communication interne

La communications intra-organisationnelle sur la stratégie d'entreprise concernant les questions environnementaux et sociaux ainsi que les questions économiques est une prémisses des conditions nécessaires pour les mettre en pratique. Les employés de l'entreprise doivent être informés du contenu de la stratégie, et aussi de la philosophie de l'entreprise dont elle est construit. Également, on doit indiquer et expliquer les différents indicateurs de performance dans ce domaine aux employés. Une communication de qualité et claire est une condition préalable à la participation active du personnel dans le processus de surveillance de la conformité avec les stratégies d'entreprise, non seulement dans la RSE.

1.5.6.2 La communication externe

Politique, environnemental et social, d'entreprise, y compris son intégration par les mécanismes internes, devraient être pleinement et de manière transparente communiquée au public. En outre que la communication externe est une condition inévitable pour l'accomplissement et la vérification de la politique, on crée une pression sur la société et en particulier à ses employés pour l'embrasser.

Le principal outil pour informer le public représentent les rapports annuels, souvent appelé les rapports environnementaux ou les rapports sur la durabilité (sustainability reports). Le principal problème des rapports annuels est l'absence de normes. - Les rapports annuels des sociétés individuelles sont difficiles à comparer entre eux, qui a un impact négatif sur le concept de la RSE comme un moyen d'acquérir un avantage concurrentiel, et sont souvent incomplètes et/ou invérifiables. Trouver la solution à ce problème, a essayé le « Global Reporting Initiative » (GRI), initiative multi-parties prenantes, qui sont représentés par des organisations non gouvernementales et en association avec le programme d'environnement des Nations Unies (PNUE). Le GRI propose des principes de reporting contenant des instructions sur quoi et comment les entreprises doivent informer le public. GRI peut être considéré comme une norme qui devrait être respecté par sociétés.

Les règles suivantes peuvent être perçus comme les exigences de base pour informer le public:

- la complexité et la réalité de l'information
- le contexte de la durabilité
- la désignation des intervenants
- l'identification des partenaires commerciaux
- les informations vérifiables
- la compréhensibilité et la clarté de l'information
- la comparabilité
- l'exactitude de l'information
- la balance (deux aspects positifs et négatifs)
- la régularité de l'information et l'actualité des informations

[4, p. 26-29]

1.5.7 Le greenwashing

« *Greenwashing est le manque de crédibilité et/ou de l'utilité des informations publiées par l'entreprise. Le moyen typique de publication des informations sont les rapports annuels de l'entreprise, généralement aussi publiées sur la site web de la société. Greenwashing prend de nombreuses formes: les affirmations superficiels des améliorations sans données quantitatives ; des données qui mettent en valeur sélective améliorations dans un domaine (par exemple, réduction de la consommation d'eau) tout en ignorant d'autres domaines cruciaux (par exemple, l'efficacité énergétique, les conditions de travail) ; et peu profonde ou trompeuses vérification des tiers des données (/vérification superficielle ou trompeuse des tiers des données).* » - une définition de greenwashing par les auteurs de l'étude « Beyond Good Deeds », qui a été effectuée en vertu de « Californie Accountability Projet » en 2002. [13, p.15-16]

Le greenwashing, ou bien en français : l'écoblanchiment, blanchiment écologique ou camouflage est un procédé de marketing utilisé par une entreprise (ou gouvernement) dans le but de influencer l'opinion publique positivement ou de camoufler une activité négative d'entreprise, ou bien de cacher une catastrophe écologique causé par l'entreprise. L'acte de faire du greenwashing l'écoblanchiment est l'acte de transmettre au public des informations qui sont – dans le fond et dans leur expression – une présentation erratique des faits et de la vérité, dans le but d'apparaître socialement et/ou environnementalement responsable aux yeux d'un public ciblé. Ce terme fait donc référence au double langage des organisations qui parlent de « développement durable » et de « protection de l'environnement » en l'inscrivant même dans leurs objectifs, alors qu'en vérité, leurs activités consistent à augmenter les dommages causés à la nature et de la société.

Greenwashing est une activité qui donne l'impression que les entreprises agissent de manière responsable, même si ca n'est pas le cas. Par exemple, la philanthropie d'entreprise peut être considérée comme une forme de greenwashing (en termes d'amélioration de l'image publique); un changement du logo de l'entreprise, qui peut donner l'impression d'entreprise écologiquement responsable en utilisant la couleur vert; ou le comportement socialement responsable subordonnée à la consommation (*l'au comportement du consommateur*) - le type de campagne comme : « *10 cents du prix à payer pour ces biens iront à la charité* », et autres. Le principe de base reste le même, une entreprise n'est responsable tant qu'il cherche activement à agir de manière responsable dans toutes ses activités. [12, p. 27-30]

1.6 LES NORMES

Le concept de RSE n'est actuellement pas réglementée par lois, mais ce n'est pas l'objet ou le concept de RSE, qui, comme déjà mentionné, construite principalement sur une base volontaire des organisations elles-mêmes. Comme il n'existe pas règlement juridique universelle, la RSE est un engagement à respecter un ensemble de principes qui dépasse la simple application des dispositions légales. Ces principes sont le plus souvent basés sous l'impulsion notamment des ONG et des institutions internationaux universellement reconnus comme Le CSR Europe, les Nations Unis et l'Union Européenne. Au cours des trente dernières années, prennent naissance, avec le soutien de ces institutions, des dizaines de normes et standards, régissant l'application et l'évaluation des sources d'énergie renouvelables.

L'ensemble des normes qui se réfèrent à la RSE indique le résumé ci-après sous forme de tableau.

Tableau 4 : Normes et documents liées à la RSE [1, p. 114-123 ; 25 ; 26 ; 27 ; 28]

Domaine du management	Code / titre du document	Remarque
Gestion de la Qualité	ISO 9001 : 2002-2008 Systèmes de gestion de la qualité - Exigences	On identifie les exigences relatives à un système de gestion de la qualité quand il est nécessaire de démontrer que l'organisation est capable de répondre efficacement aux besoins du client et de la législation. L'accent est mis sur l'approche procédurale.
	ISO 9004 : 2002 Systèmes de gestion de la qualité - Lignes directives pour l'amélioration des performances	La directive contient un certain nombre d'aspects liés à la problématique de la RSE (ressources naturelles, infrastructures, information, communication, etc)
	Modèle EFQM	Modèle dans tous ses critères correspond à la RSE.
Audit du système de gestion	ISO 19011 : 2003 Directive pour l'audit du système de gestion de la qualité et/ou du système de gestion de l'environnement	Fournit des conseils sur la planification et la réalisation des audits de la gestion de la qualité et de l'environnement
Gestion de l'environnement	ISO 14001 : 2005 Systèmes de gestion de l'environnement - exigences avec mode d'emploi ISO 14004 : 2005 Systèmes de gestion de l'environ. - lignes directrices générales concernant les principes, les systèmes et les méthodes du soutien	La norme traite de la gestion de l'environnement. L'entreprise qui décide d'obtenir un certificat attestant la conformité aux exigences de cette norme doit établir, documenter, mettre en œuvre et maintenir un système de management environnemental et continuellement améliorer son efficacité.

<p>Gestion de la sécurité et de la protection</p>	<p>OHSAS 18001 : 2008 Système de la gestion de la sécurité et la santé au travail - Exigences et lignes directrices pour la mise en œuvre</p>	<p>La nouvelle norme fournit un moyen efficace de résoudre certains problèmes et des exigences plus strictes dans le système de la sécurité et la santé au travail (souvent liés aux aspects de la RSE)</p>
<p>Gestion de la sécurité et de la protection</p>	<p>ISO 27001 Sécurité et la protection de l'information</p>	<p>L'objectif de gestion de la sécurité des informations est la capacité d'assurer la continuité des activités et d'éliminer les dommages causés aux entreprises par la protection et minimalisation des impacts des incidents de sécurité. Sécurité des systèmes d'information fournissent des moyens d'identifier les biens essentiels que devraient être protégés, et ainsi fournir une garantie de sécurité pour les employés, les clients, les propriétaires, et globalement pour l'ensemble de l'entreprise.</p>
	<p>HACCP, ISO 22000</p>	<p>Système HACCP des points critiques, et la norme ISO 22000 sont une partie intégrante de la législation alimentaire de l'UE depuis longtemps. Leurs éléments sont directement contiguës à la mise en œuvre des prémisses de normes de la série des ISO 9000, mais principalement ils sont axés sur la sécurité des aliments.</p>
<p>Gestion des ressources humaines</p>	<p>ISO 10015 Gestion de la qualité - Lignes directrices pour la formation</p>	<p>La directive encourage l'éducation et la formation du personnel.</p>
	<p>Investors in People</p>	<p>Ce document n'est pas une norme, et a été publié par le PII (GB), disponible sur: www.investorsinpeople.co.uk. IIP combine tous les éléments de la RSE, de l'éducation, par le système de politique du personnel, jusqu'à la communication des objectifs stratégiques.</p>
<p>Responsabilité sociale des entreprises</p>	<p>SA 8000 : 2001 La responsabilité sociale</p>	<p>Cette norme est consacrée au travail des enfants, travail forcé, et à la santé et la sécurité au travail. Elle été créé en 1997 et en 2001 elle été révisé. Ce document n'a pas une forme d'une norme.</p>
	<p>ISO 26000 Guidance sur la responsabilité sociale</p>	<p>La norme ISO 26000 est une norme ISO en cours d'élaboration relative à la responsabilité sociétale des organisations, c'est-à-dire l'application des principes de développement durable aux organisations. Elle devrait être publiée en 2010.</p>
	<p>OCDE Lignes directrices pour des entreprises multinationales</p>	<p>L'organisation de coopération et de développement économiques (en anglais OECD) a publié, en 2000, la dernière version de ses lignes directrices contenant nombre de recommandations formulées par les gouvernements, en ce qui concerne la conduite (gestion) responsable des entreprises multinationales. Parmi les sujets recommandées sont: la politique de l'entreprise, la gestion des affaires, la transparence et l'ouverture, les relations avec les employés, l'environnement, la lutte contre la corruption, la lutte contre la corruption, les résultats des entreprises, la gestion des risques, le concours concurrentiel, et autres.</p>

Responsabilité sociale des entreprises	AA 1000 Responsabilité / Assurance - Standard	La norme AA 1000 est généralement appliqué pour tous les types d'organisations (privées et publiques), dont l'objectif est de vérifier l'intégrité et la qualité des rapports sur la RSE des organisations dans les domaines économique, responsabilité sociale et environnementale. Propriétaire de cette norme est une OBNL « Account Ability », basé en Angleterre, qui vise à promouvoir le commerce équitable.
	Global Compact	Le document comprend des aspects tels que: La protection des droits de l'homme Prévention des violations des droits humains Reconnaissance de la liberté d'association et droit de négociation collective Élimination de toutes les formes de travail forcé Élimination du travail des enfants Élimination de toutes les formes de discrimination Protection de l'environnement Approche responsable à l'environnement Le développement et la diffusion des technologies respectueuses de l'environnement Refus de la corruption, y compris l'extorsion et offres des pots-de-vin, etc.
	Global Reporting Initiative (GRI)	GRI est une organisation qui a créé un ensemble d'indicateurs appropriés pour la mise en œuvre et de mesure comparable et l'évaluation de la responsabilité sociale des organisations. GRI est une grande organisation internationale qui possède des experts dans de nombreux pays à travers le monde.
	SAN Ltd. Social Audit Network	Une OBNL d'Angleterre qui réalise des audits sociaux. Leur but est d'aider les organisations à recueillir des données sur l'impact de leurs activités aux parties prenantes ; de présenter des rapports en matière sociale, environnementale et économique ; et de fournir des informations pour la planification des activités futures de l'organisation et pour l'amélioration des processus.
	ETHIBEL	Une OBNL belge, qui également réalise des audits sociaux en vertu de laquelle on vérifie comment l'organisation répond aux attentes de ses parties prenantes. Elle attribue une label « ETHIBEL Quality label » (Label de qualité Ethibel). Une partie de l'évaluation est le comportement éthique des organisations dans la production et la prestation de services.

1.7 LES ORGANISATIONS

Au cours des vingt dernières années, ils sortent des organisations de niveau international et national, créés vise à promouvoir le développement de la RSE et sa application dans les entreprises. En Europe, au niveau international, la CSR Europe est devenue le réseau de l'entreprise leader pour la responsabilité sociale des entreprises avec environ 75 sociétés multinationales membres et 27 organisations nationales partenaires. Ci-après, nous allons présenter deux de ses organisations partenaires de la France, un de la République tchèque et une ONG opérant aussi en République tchèque.

1.7.1 En France

1.7.1.1 Institut de mécénat de solidarité (IMS) - Entreprendre pour la Cité

Profil - Fondée en 1986, et de contribuer plus de 20 années d'expérience, IMS est consacrée à la création d'une meilleure convergence entre les intérêts des entreprises et la société. Elle présente une volonté d'ouverture aux spécificités régionales, encouragé par le succès de sa première branche à Lyon. Le partenariat avec ses homologues européens (par exemple : CSR Europe et de son réseau sans but lucratif BITC¹⁰[30]) et les intervenants en matière de RSE apparait logique et nécessaire pour la contribution au développement et à accroître les connaissances, les pratiques et les solutions en matière de RSE.



Figure 1 : Le logo de IMS [28]

Mission - IMS travaille à soutenir et à promouvoir des pratiques commerciales de la société. Ils encouragent et aident les entreprises à mettre en œuvre les pratiques sociales qui créent de la valeur pour les communautés où elles opèrent et contribuent à l'équité sociale.

Un double objectif :

- Développer le dialogue et le partenariat entre les entreprises et leurs parties prenantes sur les questions d'actualité qui touchent la société dans son ensemble
- Aider les entreprises à définir et mettre en œuvre leurs politiques sociales

Activités de IMS sont composé d'équipes d'experts dans 4 domaines clés:

- La citoyenneté d'entreprise

¹⁰ BITC - Business in the Community, une organisation du Royaume-Uni la promotion de la responsabilité des entreprises [30]

- La diversité et l'inclusivité dans le milieu de travail
- Développement des zones urbaines défavorisées
- L'innovation sociétale

Dans ces domaines sont les suivantes:

Un réseau actif. En organisant des débats, séminaires, groupes de travail, et des programmes inter-sociétés, ils améliorent l'échange et l'apprentissage. En outre, ils réalisent des études thématiques sur des questions émergentes en matière de RSE, et ils publient les pratiques des entreprises et des méthodes, qui agit comme une interface avec les médias et les leaders d'opinion afin de communiquer sur l'évolution des pratiques des entreprises. En plus, ils collaborent avec un réseau de partenaires locaux, nationaux et européens en donnant aux entreprises la possibilité de partager leurs expériences et à adapter leurs pratiques au niveau local qu'international.

Un suivi personnalisé. Ils offrent à leurs membres divers outils pour la définition de leurs politiques de RSE, y compris l'inventaire des pratiques sociales, l'analyse SWOP, et l'analyse comparative des initiatives existantes. Ils fournissent également des membres des pratiques suivis par la mise en place des plans d'action, la sélection des partenaires et en élaborant des outils de reporting et d'évaluation. À la demande des entreprises, ils organisent aussi des sessions de formation sur les questions sociétales et les pratiques des entreprises.

180 Membres (par exemple : Air France, Banque de France, EDF, France Télévisions, Generali, L'Oréal, Michelin, Renault, Suez, etc.) [29]

1.7.1.2 ORSE - Observatoire sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises

Profil - ORSE est un réseau français visant à rechercher et promouvoir la RSE et l'investissement socialement responsable (ISR). Fondée en Juin 2000, l'ORSE est une organisation à but non lucratif travaillant avec une groupe diversifié de parties prenantes composé d'entreprises, syndicats, organisations professionnelles, des universitaires et des organisations non gouvernementales. ORSE est la seule organisation française constituant un groupe de réflexion réunissant tant de divers acteurs, tous engagés dans l'ISR et le développement de la RSE.



Figure 2 : Le logo de ORSE [29]

Mission :

- Initier et animer un réseau d'acteurs qui opèrent dans le domaine de la RSE.

- Élaborer des outils et instruments pour aider les membres de créer et de mettre en œuvre la politique de RSE.
- Favoriser l'échange d'expériences entre les membres et l'identification des "meilleures pratiques" qui existent en France et dans toute l'Europe.
- Encourager la réflexion, notamment par le biais des groupes de travail réunissant des représentants des entreprises, experts, universitaires, syndicalistes et ONG.
- Faciliter l'établissement de partenariats entre les acteurs concernés et des réseaux en France et en Europe.
- Diffuser les meilleures pratiques et d'autres informations aux membres.

Activités - ORSE offre un éventail de services qui comprennent les éléments suivants:

- Participation à des groupes de travail (recherche), conférences et autres événements mettant en vedette des experts nationaux et internationaux
- Une base de données aux membres seulement avec la RSE des informations connexes, y compris les documents de référence
- Procès des grands événements et séminaires
- Des bulletins mensuels
- Revue de presse
- Un site Internet bilingue public (www.orse.org)
- Trois clubs: l'un pour les gestionnaires de la RSE, l'un des membres du secteur des services financiers et l'autre pour l'achat

99 Membres – (quelques entreprises-membres de ORSE : Aéroports De Paris (Adp), Axa, DANONE, France Telecom, Lagardère, PSA Peugeot Citroen, Total, Veolia Environnement, etc.) [31]

1.7.2 En République tchèque

1.7.2.1 Business Leaders Forum (BLF)

Profil - Fondée en 1992, la BLF est un réseau d'entreprises représentant les grandes entreprises multinationales ainsi que les PME locales. Dans le début des années 90 l'accent principal de la BLF a menti dans la promotion de pratiques commerciales éthiques



Figure 3 : Le logo de BLF

et la conscience environnementale. Au cours des six dernières années, la BLF a mis au point dans l'organisation de premier plan dans le domaine de la RSE dans la République tchèque.

Mission - BLF vise à augmenter la conscience de la RSE et de ses principes parmi les entreprises et le grand public en République tchèque par le biais:

- Les activités de recherche et de sensibilisation
- Création d'outils et de récompenses afin de promouvoir et d'intégrer la RSE
- Consultance
- Réseautage (*/Networking*)
- L'expérience et le partage des meilleures pratiques
- Les actions conjointes avec d'autres partenaires des secteurs public, universitaire et le secteur à but non lucratif

Activités – Le BLF gère un large éventail d'activités qui profitent directement à ses membres ainsi que de contribuer à la sensibilisation générale dans le domaine de la RSE. Les principales activités de la BLF comprennent:

- Gestion des recherches locales dans le domaine de la RSE (à la fois en profondeur ainsi que des clichés à l'occasion)
- Les activités à augmenter la conscience: conférences sur la RSE, des ateliers, des publications thématiques et des matériaux d'infos
- Les activités conjointes d'action avec le but non lucratif, le secteur public et universitaire (par exemple Manager Shadowing Programme pour les étudiants de l'Université)
- conseils en matière de RSE en partenariat des projets soutenus par les fonds structurels de l'UE
- Prix annuel de la santé sécurité et environnement
- Création d'outils pour promouvoir la RSE dans les PME
- Favoriser l'expérience et le partage des meilleures pratiques entre nos compagnies membres (base de données en ligne RSE)

46 Membres (par exemple: ABB, American Express, Český Telecom, ČSOB, DHL, ING, Komerční banka, McDonald's, Metrostav, Plzeňský Prazdroj, Skanska, Unilever, Vodafone, entre autres) [32]

1.7.2.2 Forum dárců – le Forum des donateurs (FD)

Profil et Mission - Le Forum était fondé en 1997. L'association patronne les donateurs en République tchèque (les fondations, les fonds de donation, les donateurs d'entreprise) et cherche à soutenir, promouvoir et à rendre plus visibles la philanthropie d'entreprise en République tchèque à tous les niveaux institutionnels - individuel, national ou entrepreneurial.



Figure 4 : Le logo de FD [31]

Activités - Chaque année, le Forum dárců organise le palmarès TOP Filantrop qui suit les donateurs d'entreprise selon le volume des moyens distribués. Le palmarès est établi et annoncé par FD et l'organisation Czech TOP 100 en but de connaître les plus « généreux » donateurs d'entreprise et d'apprécier ceux qui considèrent la RSE et la donation comme un élément clef de leur activité. La participation au palmarès est gratuite et observe les contributions financières et non-financières. FD offre des services de consultation et de conseil dans le domaine de la philanthropie d'entreprise, des questions de la législation vu la philanthropie. Son intérêt est ainsi de former des conditions favorables pour la philanthropie en tant que partie indispensable de la RSE

Parmi ses membres se comptent des fondations et des fonds renommés. (quelques membres de FD : Nadace Divoke husy, Nadace Charty 77, Vybor dobre vule - Nadace Olgy Havlove)

[33]

2. LA RSE EN REPUBLIQUE TCHEQUE

Pour démontrer la pratique de la RSE en République tchèque j'ai choisi deux entreprises, le groupe ČEZ et ŠKODA AUTO a.s. Comme ressources j'ai utilisé guide de bonnes pratiques, les sites des entreprises et des rapports annuels.

Ce sont des entreprises qui atteignent des standards élevés dans tous les domaines clés de la RSE - économiques, sociaux et environnementaux. L'objectif stratégique commun de ces entreprises est d'être un employeur actif et attentif, ce qui crée les meilleures conditions pour l'emploi à long terme des populations locales. Aujourd'hui dans la concurrence élevée au marché du travail, il ne suffit pas seulement d'offrir des salaires concurrentiels, mais il est nécessaire d'assurer des perspectives de croissance personnelle, des avantages sociaux intéressants, le logement, les soins de santé, les activités de travail, un environnement de travail agréable, la protection de l'environnement et d'autres.

2.1 LE GROUPE « ČEZ » (CEZ)

Société anonyme CEZ a été créé en 1992 par le Fonds national de la propriété. L'actionnaire principal est la République tchèque pour laquelle il est chargé de sa gestion le Ministère des Finances de la République tchèque. En 2003, Groupe CEZ est née par une fusion de CEZ et les sociétés de distribution (de l'Énergie, de l'Énergie en Moravie du Nord, DE l'Énergie de la Bohême centrale, de l'Énergie de l'est et de l'Énergie d'ouest), qui est devenu le plus important des groupes d'énergie en Europe centrale et orientale. Le Groupe CEZ est une de dix plus grands conglomérats de l'énergie de l'Europe. En République tchèque, CEZ est le plus grand producteur d'électricité et de chaleur, la plupart de l'opérateur du réseau et l'entité la plus puissante du marché de l'électricité en gros et au détail.



Figure 5 : Le logo de CEZ [34]

La plupart de la capacité de production est concentrée dans la société mère CEZ. Groupe CEZ oriente ses efforts à sa vision de devenir le leader dans le marché de l'électricité en Europe centrale et du Sud-Est. CEZ consacre également l'attention sur le fait que étant une des plus grandes entreprises tchèques elle contribue de manière significative au développement de la société dans tous les domaines, non seulement dans le secteur de l'énergie. L'entreprise est consciente d'une condition importante pour la bonne marche - le respect des responsabilités plus larges en vue de l'environnement d'entreprise. Afin d'établir et de défendre la réputation de l'entreprise, Groupe CEZ s'est engagé à honorer les principes d'ouverture, de probité et de responsabilité, tant dans le domaine de la gouvernance d'entreprise, comme dans tous les autres domaines de son champ d'application large.[34 ; 35]

« La responsabilité sociale fait partie intégrante de nos activités. Nous respectons systématiquement l'essence de l'éthique des affaires et nous avons développé une culture d'entreprise dans l'esprit de ces principes¹¹, qui est appliqué au sein du Groupe CEZ. Nous y prenons la responsabilité envers l'environnement, les clients, les employés et toutes les autres personnes situés au champ d'activité du Groupe CEZ. » Martin Roman, président et chef de la direction [37, p. 14]

¹¹ La culture d'entreprise au sein du groupe CEZ s'oriente vers la performance. CEZ a donc défini sept principes représentant les valeurs de base pour tous les employés: 1) On forme la valeur en toute sécurité ; 2) Nous sommes tous responsables pour les résultats ; 3) Nous sommes une équipe ; 4) On travaille sur soi-même ; 5) Nous poussons à la frontière - la création d'une organisation internationale ; 6) Nous recherchons de nouvelles solutions ; 7) La négociation équitable [36 ; Annexe n° 1]

2.1.1 Personnel de CEZ

CEZ est une société qui crée continuellement les conditions pour un développement et la motivation de ses employés. Politique sociale, système de formation et d'autres formations, la communication interne et la maintenance continue de la réconciliation sociale cherchent à intéresser les personnes de CEZ par leur travail, et à motiver ses employés à produire de la valeur pour la prospérité de l'entreprise. Groupe CEZ emploie environ 30 768 employés (dont 6177 employés de la société mère CEZ a.s.)¹². [4, p. 17-18 ; 35]

2.1.1.1 Développement du personnel et la croissance professionnelle

CEZ Groupe accorde une grande attention à l'apprentissage continu des employés. En plus d'offrir une formation continue et la vérification du savoir des travailleurs dans les domaines nécessaires pour accomplir leur travail, on soutient l'éducation et le développement de ses employés grâce à diverses activités de développement:

- • La formation linguistique
- • Participation aux séminaires / cours professionnels et aux conférences
- • Cours de formation sur les « *Soft Skills* » (*/compétences non techniques*)
- • Développement des compétences de gestion (*/management*)
- • Coaching
- • Accroître et d'approfondir les compétences par études à l'école secondaire, à l'université, études MBA, etc.

Exemple: En 2006, les représentants du groupe CEZ ont assisté à une réunion régulière « *Groupe de travail technique - la formation et la qualification* » (« *Technical working Group - Training and Qualification* ») au siège de l'Agence internationale de l'énergie atomique. Ensuite, une mission « *WANO Peer Review* » a se tenu à la Centrale nucléaire Temelín, et en 2007, la mission a eu lieu à la Centrale nucléaire Dukovany. Domaine de la formation et la formation du personnel font partie intégrante de ces missions. Conformément à la stratégie de développement des ressources humaines du Groupe CEZ, le commencement d'un programme de gestion des connaissances a été expérimenté dans la Centrale nucléaire Temelín comme une condition de base pour le stockage et la manipulation avec la connaissance unique de l'entreprise. Ce programme sera mis en œuvre même dans la centrale nucléaire Dukovany. [1, p. 169-170]

¹² des données valides à Décembre 31, 2009 [35]

2.1.1.2 Conditions et des avantages pour les employés

Groupe CEZ offre à ses employés une gamme de prestations et de services. Chaque employé de CEZ peut bénéficier chaque année une valeur de plusieurs dizaines de milliers de couronnes. Groupe CEZ figure parmi les employeurs les plus attractifs qui prennent soin de leurs employés de ci-haut standard.

Rémunération

CEZ offre à ses employés un salaire proportionné à l'importance du Groupe CEZ et sa position dans le marché. Le montant final des salaires, bien sûr, dépend de la performance et les résultats du travail de chaque employé¹³. De salaires les employés peuvent obtenir des récompenses et des primes diverses, qui dépend des résultats dans l'exercice des fonctions du poste et les avantages (résultats) de leur travail, et ils peuvent obtenir des suppléments qui à leur tour reflètent les conditions de travail difficiles, modes de travail (travail en deux équipes) , etc. Pour les meilleurs employés sont également vus accorder les prix spéciales chaque année. Exemple: Prix du chef de la direction - CEO Award - pour les meilleurs individus et des équipes qui ont contribué à accroître l'efficacité dans le Groupe CEZ.

Temps de travail et les jours fériés

Toutes les entreprises au sein du groupe CEZ offrent à ses employés une semaine de vacances de plus que la longueur de base de congé prévu par le Code du travail. Les employés du Groupe CEZ disposent d'un total de cinq semaines de vacances. La durée hebdomadaire de travail prévues par la convention collective est inférieure à la limite maximale déterminé par le Code du travail et est généralement 37,5 heures.

Soins de santé

CEZ a un système complet de soins préventifs, qui va au-delà de ses obligations légales. Le Groupe CEZ couvre les frais des examens médical initial, périodique et à la sortie de leurs employés. L'entreprise fournit des soins de santé de qualité supérieure ou de certains vaccins pour certains groupes de salariés.

Avantages

Groupe CEZ offre à ses employés un large éventail de prestations. Il s'agit notamment de:

- indemnité de vacances ou autres activités de loisirs

¹³ Le salaire moyen pour 2009 a été 11 763 CZK par mois (calculé à partir des données dans le rapport annuel). [35]

- allocation pour les repas
- d'assurance-vie et retraite
- allocations de naissance
- allocation pour les 3 premiers jours de maladie
- et d'autres

Pour la satisfaction de leurs employés, CEZ Groupe a investi par le fait d'organiser pour eux des diverses activités culturelles, sportives ou socialement bénéfique, les événements de bienfaisance.

CEZ Potentials

Ce programme de développement est conçu pour les diplômés qui ont une expérience de travail dans les deux ans après l'obtention du diplôme et parlent couramment l'anglais. Les participants qui réussissent dans le programme après l'achèvement à succès du processus de sélection sont plantés aux postes spécifiques au sein du groupe CEZ. Dans les 12 mois, ils reconnaissent parfaitement la société et son fonctionnement. Ils sont activement impliqués dans le travail sur les projets clés et les tâches critiques individuelles sous la direction de cadres expérimentés. Une partie intégrante de ce programme est un travail intensif sur le développement des compétences professionnelles et la croissance personnelle.

[1 ; 4 ; 35 ; 36]

2.1.2 Groupe CEZ et le public

Groupe CEZ est dédié à la communication avec tous les parties prenantes que elle désigne collectivement sous le nom de "*public*". Activités dans le domaine des dons d'entreprise sont basée sur la philosophie d'entreprise « *Nous aidons là où nous exerçons nos activités.* ». CEZ soutient le développement des régions par le biais de la Fondation CEZ, qui est un partenaire dans la philanthropie pour la société, ainsi que par une assistance directe. L'aide est destinée principalement dans trois domaines - le domaine des enfants et des jeunes, des personnes handicapées et au développement des régions de la République tchèque. [37]

2.1.2.1 Communication avec le public

Source d'information non seulement pour le public est une grande quantité de documents imprimés - brochures, dépliants sur le groupe CEZ et de ses diverses entités et les domaines liés à leurs activités. Un point central pour la communication avec le grand public est la site web < www.cez.cz > régulièrement mis à jour où on peut trouver beaucoup

d'informations sur l'ensemble du groupe CEZ et les contacts. Visiteurs sur le site de CEZ obtiendront:

- - Des informations structurées sur les produits et services avec des réponses aux questions fréquemment posées, il est possible de télécharger les documents nécessaires (formulaires, listes de prix, etc)
- - Information sur les actualités de la société, la structure de propriété, la gestion, l'économie
- - Information sur les usines d'électricité et la politique environnementale du Groupe CEZ
- - Offres d'emploi actuelles
- - Offres des programmes d'éducation du Groupe CEZ
- - Une section dédiée à la communication avec les fournisseurs (appels d'offres pour les fournitures) accessible par mot de passe (base de données de fournisseurs inscrits)

Site également fourni des informations répondant aux obligations de l'émetteur, les informations actuelles sur les centrales nucléaires et les informations requises en vertu de la loi sur l'énergie (la part des ressources utilisées pour la production d'électricité, impact de la production d'électricité sur l'environnement, et des informations sur le mélange global des fournisseurs de carburant). Le nombre total de visites de sites < www.cez.cz > pour 2007 a dépassé de 1 589 000 personnes.

Centres d'information

La communication avec le réseau public sert aussi de centres d'information, deux centrales nucléaires et cinq centrales hydroélectriques du groupe CEZ. En 2007, il est venu les voir plus de 105 mille visiteurs. L'admission à ces centres d'information est gratuite au public ou pour un prix symbolique. Les centres d'information des centrales nucléaires Temelin et Dukovany a été vu une ensemble de 55 693 visiteurs en 2007, ce qui est la plus haute fréquentation annuelle depuis 2001. La même année, centres d'information sur l'énergie hydroélectrique ont attiré 50 108 personnes. En mai 2008, un nouvel Centre d'information de CEZ (le huitième) sur énergies renouvelables a été ouverte. Ce dernière et le plus avancée Centre d'information - Énergies renouvelables utilisant de modèles interactifs fonctionne dans une petite centrale hydroélectrique à Hradec Kralove dans le cœur de cette ville de l'est.

[35 ; 37]

2.1.2.2 Soutien à l'éducation et les étudiants

Programme éducatif de CEZ intitulé « *L'énergie pour tous* » (« *Energie pro každého* ») a déjà été mis en place en 1992. Depuis 2006, il porte un nouveau nom: « *Le Monde de l'énergie* » (« *Svět energie* »). Le programme vise à permettre aux élèves, étudiants et enseignants d'explorer activement des sujets éducatifs de tous les aspects et les contextes de sorte que la mémorisation des connaissances mécaniques ancien a été remplacé par la pensée créatrice.

Le Groupe CEZ favorise des compétitions des projets scientifiques et techniques des élèves secondaire et des étudiants - surtout la finale, qui se déroule sous les auspices de l'Académie des sciences de la République tchèque. On cherche aussi à promouvoir la participation des meilleurs élèves sur la compétition internationale mondiale de ces projets.

CEZ se consacre à la recherche de talents - les employés potentiels CEZ. Avec cet objectif, on organise en collaboration avec l'association Amavet et le projet ASTRA, concours (*/compétition*) de projets scientifiques des élèves secondaires, compétition des projets scientifiques des étudiants universitaires, compétition des diplômés et des thèses de doctorat appelé « Prix du CEZ » (« *Cena CEZ* »), et on soutient une école de la physique d'été pour les étudiants talentueux organisé par la Faculté des sciences nucléaires et physiques de ČVUT et Faculté des Mathématiques et Physique de l'Université Charles de Prague.

Exemple : CEZ a été, en 2006-2008, le principal partenaire de la compétition internationale pour les étudiants et les gestionnaires dans le domaine de la gestion stratégique - Global Management Challenge - L a compétition est organisé dans 33 pays dans le monde entier. Il s'agit d'une simulation de la société de gestion, où le critère décisif pour l'avancement pour le tour suivant est atteint de la valeur des actions la plus haute. L'équipe gagnante reçoit un certain nombre de prix intéressants tels que le libre MBA. [1, p. 170-174 ; 37]

2.1.2.3 La Fondation CEZ – La dotation

La Fondation CEZ

Dans le domaine de la philanthropie est le plus important partenaire de CEZ la Fondation CEZ. Grâce à cette fondation a été divisé 126 685 281 CZK en République tchèque en 2008. Depuis sa création en 2002, la Fondation soutient des projets de CEZ dans différents domaines contribuant à la promotion du mode de vie sain et actif pour les enfants et les jeunes,

l'amélioration de la qualité de vie des groupes défavorisés et le développement global des activités de la société civile. Durant les six années de la Fondation CEZ ses diverses activités ont progressivement émergé dans trois domaines fondamentaux: Terrain orange, Vélo orange, et le soutien communautaire.



Figure 6 : Le logo de la Fondation CEZ [37]

Le projet « *Terrain orange* » aide les collectivités à construire des terrains de jeux pour les enfants et terrains de sport. En 2008, la contribution financière à l'appui de la construction de terrains dans 30 endroits en République tchèque a été 32,7 million CZK. Depuis le début du projet a été soutenu la construction de 116 terrains de jeux/sport par 177,6 million CZK.

Le projet « *Salle de classe orange* », est destiné à promouvoir l'éducation. Son objectif est d'améliorer la qualité de matériel scolaire ce qui augmente la motivation des élèves pour le complément d'étude et mieux se préparer à leur futur emploi. Le projet appuie l'émergence de nouveaux ou modernisation des salles spécialisées et de laboratoires.

Le projet « *Escalier orange* » est conçu pour éliminer les obstacles dans le vrai sens. La contribution de la Fondation servira écoles à supprimer des barrières architecturales, techniques et autres auxquels sont confrontés les élèves et les étudiants à mobilité réduite.

Le projet vélo orange offre la possibilité d'aider activement les personnes dans le besoin et le grand public. En 2008, les bicyclettes oranges ont arrêté à 9 événements culturels, sportifs et sociaux à travers la République tchèque. Chaque cycliste prendra une minute sur un vélo d'exercice spécialement préparé, cette minute de son voyage a été convertie en une somme d'argent versée à l'un des deux organisations à but non lucratif. En 2008, il a été répartie entre 21 OBNL un total de 1 949 961 CZK. Depuis 2004, on a fait le tour sur vélo orange pour 96 organisations, dont ils ont divisé le montant de 10 855 695 CZK.

La Fondation CEZ contribue aux projets de « *Soutien aux régions* » orientés au développement régional depuis sa création. Les fonds sont dirigés vers les différents domaines, par exemple en matière de santé, services sociaux, éducation, culture, sports, environnement, développement des loisirs des enfants, etc. En 2008, la Fondation CEZ a distribué sous la promotion des langues régionales 92 035 320 CZK. En ligne avec la devise « *Nous aidons là où nous exerçons nos activités* » a la Fondation CEZ contribué en 2007 le montant total de 123,6 millions de CZK. Exemple de projets régionaux en 2007 :

Région Bohême de l'Est - ZOO Dvur Kralove – « Village africain – exposition des rhinocéros » (donation: 500 000 CZK)

Le ZOO se spécialise dans l'élevage d'espèces menacées d'animaux d'Afrique. La contribution financière obtenue a été utilisée pour construire une route nouvelle tournée, le village africain pour initier les visiteurs aux animaux rares d'Afrique en environnement plus naturel et plus élégant. On a reconstitué le parc pour les rhinocéros blancs du Nord rares et on a construit les abris de repos pour le public inspiré par l'Afrique à partir de quels les visiteurs peuvent observer tranquillement rhinocéros et autres animaux exotiques. [37]

2.1.2.4 La philanthropie - Coopération avec le Forum des donateurs (FD)

CEZ, comme l'une des plus grandes et des plus importantes entreprises tchèques, est un membre actif du « Club donateur » de dons d'entreprise, un groupe prestigieux d'entreprises sous les auspices du Forum des donateurs (p. 30 chapitre 1.7.2.2). Le principal objectif du club est de promouvoir le développement de la philanthropie d'entreprise et la philanthropie responsable en République tchèque. Dans ce contexte, en 2006, le groupe CEZ a largement contribué à la tenue de la quatrième Conférence internationale sur le mécénat d'entreprise organisées par le Forum des donateurs. Entre 2005 et 2006, conjointement avec le Forum des donateurs ils ont soutenu l'introduction de la méthodologie internationalement acceptées pour mesurer la philanthropie d'entreprise « Standard - Entreprise Responsable » (« Standard Odpovědná firma ») en République tchèque. Dans les années 2006-2009, le Groupe CEZ a publié en vertu de cette méthode les rapport sur leurs activités philanthropiques, et a réussi à défendre la sixième victoire dans le philanthrope d'entreprise dans la catégorie du total des fonds alloués. En 2008, la coopération a été enrichi par la participation des employés aux activités de bénévolat d'entreprise. [33 ; 37]

Tableau 5 : Philanthropie et résultats économiques de CEZ [33 ; 37]

année	montant total des dons en CZK	chiffre d'affaire en mil. CZK	profit net en mil. CZK
2004	34 000 000	102 670	13 213
2005	199 992 864	125 083	21 438
2006	209 167 355,50	149 134	27 697
2007	241 870 386	174 563	41 555
2008	241 571 961	181 638	46 510
2009	261 274 376	196 352	51 855

2.1.3 CEZ et l'environnement

CEZ Groupe a mis en place des diverses mesures pour soutenir la minimisation de l'impact négatif de la production d'énergie sur l'environnement, entreprises dans la même séquence d'activités qui se dérouleront en termes réels dans la production d'électricité - de l'extraction, la préparation et du transport des ressources (*carburant/combustible*) par la production d'énergie électrique jusqu'à la distribution à l'endroit des besoins.

La société mère du Groupe CEZ a investi dans son développement et les mesures environnementales plus de 200 milliards de CZK. L'investissement le plus grange dans l'environnement a été la mise en œuvre d'un vaste programme d'installations de désulfuration des centrales électriques au charbon en 1992-1998, dans laquelle la Société a directement investi environ 46 milliards CZK. En investissant dans l'écologie, depuis la fin de 1998 toutes les centrales au charbon sont exploitées conformément aux lois et règlements applicables à protéger la qualité de l'air dans la République tchèque en en satisfaisant également aux normes les plus strictes de la législation de l'Union européenne.

En plus des mesures techniques (par exemple, d'assainissement, de remise en état */recultivation*) utilise des mesures non-techniques CEZ et responsable de la protection de l'environnement. Ceci est un exemple d'application du système de gestion progressive de l'environnement (SGE), qui devient une partie intégrante de la société de gestion. Mise en œuvre de SGE a été achevée en 2002 par la délivrance d'un certificat international confirmant la conformité pour tous les centrale électrique l'accord de système de gestion avec les exigences de la norme ISO 14001. [4, p. 17 ; 37]

2.1.4 Système de gestion de la sécurité et la qualité

Une partie intégrante de la gestion du Groupe CEZ forme la gestion de sécurité et de qualité. En 2006, la Commission de CEZ a annoncé et publié la politique de la sécurité et protection de l'environnement et la politique de qualité. Avec cette étape, le conseil d'administration a accepté sans réserve la responsabilité afin d'assurer:

- La sécurité des ressources naturelles
- Protection des personnes physiques, de l'entreprise et de public
- Protection de l'environnement
- Qualité

Pour s'acquitter de cette responsabilité ils sont établies et développées les conditions appropriées, des ressources humaines et financières ainsi que la structure de gestion et des mécanismes efficaces de contrôle. Un élément important du système de gestion de la santé et la sécurité au travail, la participation au programme, une entreprise de sécurité que le contenu et la structure répond aux exigences des normes OHSAS 18001. [34 ; 37]

Groupe CEZ prend un très bon soin de ses employés et il soutien généreusement l'éducation - tant de ses employés et de leurs employés potentiels (CEZ favorise l'éducation dans le secteur de l'énergie depuis 1992). Grace à sa fondation, CEZ soutient des projets locaux, ce qui assure une bonne réputation parmi les gens qui prennent de l'électricité dans la plupart des cas de lui. Dans le domaine de l'environnement, CEZ ne parle pas beaucoup des déchets radioactifs et de l'utilisation continue de centrales au charbon brun. Ces sujets sont obscurcit quelque peu par les rapports sur leurs activités dans le domaine de la RSE qui met en évidence l'utilisation des ressources renouvelables. L'Etat est aussi responsable du comportement du groupe CEZ parce qu'il possède la plupart de ses actions, et a donc la possibilité d'intervenir directement dans la politique du CEZ dans ce domaine.

2.2 ŠKODA AUTO a.s.

Skoda Auto est une des principales forces économiques de la République tchèque. La société mère Skoda Auto est une société tchèque avec une tradition de faire des voitures plus d'un siècle. La marque Skoda appartient aussi aux plus anciennes marques de voitures dans le monde. L'objet de l'activité consiste à la mise au point, la fabrication et la vente d'automobiles, de composants, pièces d'origine, accessoires de la marque Skoda et l'entretien. L'unique actionnaire de la société mère Skoda Auto est à partir du 18 Juillet 2007 Volkswagen International Finance SA, basée à Amsterdam, Pays-Bas.

SIMPLY CLEVER



Figure 7 : Le logo de SKODA AUTO [38]

Škoda Auto exerce ses activités sur plus de 100 marchés à travers le monde, où elle a fourni aux clients 684 226 voitures en 2009. Son chiffre d'affaires est l'un des plus grands de groupements économiques dans les États nouvellement constituée de l'Union européenne, en 2009, les recettes totales ont atteint 188 milliards CZK. Skoda est un employeur important, en 2009, on employait un total de 26 153 personnes, dont 1 336 ont été employés dans ses filiales. En République tchèque, pendant ces dernières années Skoda Auto était en tête des sondages de Top 100 entreprises tchèques dans les catégories de « *L'entreprise la plus importante* » et « *La société la plus admirée* ». Skoda Auto est le premier exportateur de la République tchèque avec une part d'environ 7% de ses exportations. Skoda Auto est une entreprise socialement responsable, en 2007, Škoda Auto attachement aux principes du Code tchèque de gouvernance d'entreprise, à la vie sociale prend en charge une gamme de projets communautaires à long terme dans le domaine de l'environnement de façon permanente d'assurer le maximum de sensibilité à l'environnement. [38 ; 42]

« Pour soutenir la croissance dans le futur, nous établissons des lignes directrices claires indigènes et objectifs concrètes. Nous nous concentrerons en particulier sur les nouveaux produits, nouveaux marchés et d'atteindre une efficacité maximale et l'efficacité dans tous les processus. Grâce à la motivation personnelle et le dévouement de nos employés, nous avons l'intention de continuer à augmenter la qualité de nos produits et services, et de continuer à bâtir la réputation de la marque Škoda. » Reinhard Jung, président. [42]

Skoda Auto est pleinement conscient de sa responsabilité non seulement envers ses clients, employés, actionnaires, partenaires commerciaux, mais aussi vers la société civile en général. Skoda considère le comportement responsable envers ces groupes en tant que partie

intégrante de leur stratégie d'entreprise. A long terme, on consacre des efforts extraordinaires également de réduire les impacts négatifs de leurs activités sur l'environnement. Cela concerne non seulement sa propre production et les activités de vente, mais aussi la préférence de fournisseur de collaboration remplissant des exigences des normes environnementales ISO 14000. De nouveaux produits sont développés pour limiter les émissions de CO2. En utilisant des sources d'énergie alternatives (par exemple, la combustion de biomasse), Škoda Auto contribue à réduire les impacts environnementaux négatifs.

Škoda Auto annonce l'utilisation des recommandations pertinentes et les règles du Code de gouvernance d'entreprise fondé sur les principes de l'OCDE, par qui on a déclaré son ouverture à l'environnement extérieur et la transparence des processus internes et les relations avec l'actionnaire majoritaire. En 2006, également Skoda a adopté un code – « Code de conduite à Skoda Auto » (« *Kodex chování ve Škoda Auto* ») - qui se compose d'un ensemble de règles spécifiques découlant des valeurs et des principes et définit des normes de conduite professionnelle pour tous les employés. Le Code met l'accent sur la façon dont les relations entre les employés et la direction, mais aussi l'attitude envers les clients et les fournisseurs et les liens avec la communauté au niveau local, régional, national et transnational. [38]

2.2.1 Les employés

Škoda Auto dévoue beaucoup d'attention à leurs employés, tant en matière de sécurité et de santé, ainsi que dans les questions de développement et la qualification de leurs besoins hors du travail. Les activités visent aussi à promouvoir l'égalité des chances, des problèmes de vieillissement de la population et la composition ethnique du personnel. Skoda Auto exerce également un emploi protégé permanente ou temporaire, que on utilise pour les personnes à capacité de travail réduite. Skoda dépasse les normes en matière d'éducation à long terme, en particulier l'exploitation de leur propre école de formation professionnelle et de école supérieur d'entreprise unique en République tchèque. Skoda Auto pense à ses employés d'un large éventail de prestations.

2.2.1.1 Développement du personnel et la croissance professionnelle

Skoda Auto offre à son personnel formation en particulier en formes de :

- Cours de langue
- La formation professionnelle

- Centre propre de formation à Karmel (le siège du département d'éducation de développement des ressources humaines et l'école supérieur de Skoda Auto)
- Bibliothèque Services techniques (emprunt de la littérature et l'Internet)
- E-learning

Exemple: À l'heure actuelle, tous les employés de la société ont un choix de 60 cours en ligne qui peuvent être étudiées dans le lieu de travail et de la maison. En 2009, un total de 16 299 employés ont étudié cours e-learning. Par défaut, ont reçu une formation et des programmes de développement visant à soutenir les groupes clés: les spécialistes du développement, de marketing, de contrôle, informatique et ressources humaines, et d'autres maîtres. Pour soutenir la croissance et le développement des employés en 2009, la Société a investi 150 millions CZK. Au total des 4 301 mesures pour le développement de la formation ont participé 31 913 employés.

Écoles de Skoda

En 2009, dans son école d'apprentissage propre, qui porte principalement sur le mécanique et l'électrique, la préparation d'un total de 928 employés potentiels dont 241 étudiants ont terminé avec succès la formation. Dans la première année d'études à temps plein a été enregistré un total de 294 élèves. Les étudiants du Collège se aussi engagent activement dans le projet « *Enersol* » - compétition national d'études secondaires dans le domaine des projets environnementaux.

Dans l'année 2008/2009, à l'école supérieur de Škoda Auto a été enregistré un total de 860 étudiants dans le premier cycle (licence) et un programme de maîtrise, dont plus de 100 étudiants sont les employés de Škoda sous la forme combinée de l'étude. En cette année, ils ont obtenu son diplôme 34 diplômé de maître et 84 diplômés du baccalauréat. Comme les années précédentes, le collège a accueilli de nombreux séminaires pour les entreprises et les universités.

2.2.1.2 Conditions et des avantages pour les employés

Soins de santé

La prévention primaire et le soutien de la santé de personnel est mettre en œuvre par la création de conditions de travail appropriées, un contrôle continu de l'état de santé des employés et offre des programmes pour améliorer leur santé. Médecine du travail comprend

aussi une salle de premiers secours, où 5 infirmières assurent le fonctionnement en continu pour le personnel.

Exemples : En 2009, 13 717 employés ont été offrir des examens préventifs dans les cabinets de médecine du travail dans le cadre du plan de la santé personnelle (« *Skoda Check-up* »). L'objectif de la *Skoda Check-up* est d'encourager les employés à la gestion active de leur propre santé et les aider à maintenir une bonne santé tout au long de leur emploi. L'offre a été accepté par un total de 13 694 employés (99,8%).

4 803 employés ont été vaccinés gratuitement contre la grippe, et tous les employés de la Société ont été donné de la vitamine C pendant 4 mois en 2009. Les employés ont également été invités à participer à la remise en état des séjours préventives et thérapeutiques dans des installations de spa dans la CR et à l'étranger.

Avantages

De tout un éventail de bénéfices en fonction à long terme et des programmes sociaux de la société Skoda, on peut nommés: un soutien pour le logement, les déplacements, un système d'allocation de subventions à manger, des crèches, des loisirs et du personnel. Résumé des avantages et des programmes sociaux pour les employés, que la société présente dans un ensemble sous le slogan « *Nous pensons de vous* », est donné dans l'annexe n° 2. Ici sont présentés que des exemples principales:

Un des piliers dans le champ sociale est la stabilisation du personnel dans les régions de plantes. En 2009, dans ce projet était prévu emprunts remboursables sans intérêt jusqu'à 350 mille. CZK pour l'achat et la construction de maison ou appartement, et jusqu'à 125 mille. CZK pour leur modernisation. De cette façon, ont été soutenu 612 employés qui ont été versées un montant total de 131 millions CZK en 2009 (En 2008, 676 employés soutenu par un montant de 129,9 millions CZK.).

Le deuxième pilier important est la mobilité des employés, en vertu de laquelle les travailleurs peuvent poursuivre une réduction lors de l'achat de nouvelles voitures Skoda, ils sont prioritaires de la vente de voitures d'occasion et ils peuvent également profiter de crédit-bail pour les employés.

La société confirme sa RSE par les prestations à la pension et elle également motive les employés à la sécurité en âgé senior. En 2009, la Société a contribué à ses employés sur la pension des salariés par un montant de 125 millions CZK (122,8 millions CZK en 2008). [38 ; 39]

2.2.2 Skoda Auto et le public

Communication

Skoda Auto communique activement avec son environnement, que ce soit les médias, publics ou partenaires d'affaires. Afin que elle régule sa réputation et s'installe dans les marchés nouveaux. En dehors de communication des produits et des sujets d'entreprise, Skoda Auto s'efforce de apparaître comme une entreprise socialement responsable.

Communication de Skoda Auto est divisé en trois niveaux sur le produit, l'entreprise et la communication interne. Les outils les plus importants de communication de produits sont des exhibitions et salles d'exposition de voiture. La communications d'entreprise présente en coopération avec le département de marketing non seulement les modèles existants et les innovations, mais aussi l'étude de l'évolution technologique.

Parmi les manifestations régulières comprennent la conférence de presse annuelle, la publication du rapport annuel (y compris le domaine économique, environnemental et social – sponsoring et la RSE), ou des messages sur le développement durable.

La communication interne est mis en œuvre en coopération avec le personnel et les ressources humaines. Il s'agit notamment de l'adoption d'un journal interne Škoda Mobil, un magazine en ligne et d'autres publications périodiques.

Sponsoring

Leurs activités de parrainage sont mis en œuvre au niveau local et régional. En coopération avec de grandes fondations et des organismes de bienfaisance, soutient un éventail de projets sociaux, culturels et humanitaires. Parmi ses activités dans la promotion du sport ne méconnaît pas les handicapés. Exemples :

Sport

Soutenir les grandes manifestations sportives internationales est une activité fondamentale de sponsoring de la marque Skoda. Parmi ses axes stratégiques incluent le support pour vélo et hockey. Skoda Auto prend en charge le Championnat de hockey du Monde de façon continue depuis 1992, le contrat a été étendu en 2007 pour la période 2008 - 2011¹⁴. En dehors du Championnat du Monde, Skoda soutient la division de hockey tchèque, de qui elle est un partenaire officiel. Depuis 1992, Škoda Auto est un partenaire général de

¹⁴ Le fait, qu'aucun partenaire commercial a jamais soutenu n'importe quel sport depuis si longtemps, comme Skoda Auto est le sponsor principal du Championnat de hockey du Monde, a conduit à l'enregistrement de Skoda Auto dans le Livre Guinness des records. [40]

l'équipe olympique tchèque. Depuis 2004, Škoda Auto est le principal partenaire de la légendaire Tour de France.

Arts et culture

Dans ce domaine, soutenues par Škoda Auto sont des grandes réalisations artistiques ce qui représentent la culture tchèque. Parmi ses partenaires traditionnels on trouve notamment l'Orchestre philharmonique tchèque, Théâtre National, le Musée Technique National et le Musée national. Skoda Auto prend également en charge le festival international de musique « *Smetana Litomyšl* ». En 2009, Skoda a également continué comme principal partenaire et fournisseur officiel de véhicules du « *Festival international du film pour l'enfance et la jeunesse* » à Zlín, où la coopération traditionnelle et les succès remonte depuis 2002. Dans le même temps, Škoda Auto est devenue le septième fois partenaire général du « *Festival du Film Européen de rires* » à Mladá Boleslav.

La participation communautaire

En plus de la commandite du sport et la promotion de la culture, Škoda Auto est également très actif dans la politique sociale, elle a longtemps soutenu diverses institutions et organisations importantes, notamment: « *Clown de santé* » - une association civique visite des enfants hospitalisés dans les hôpitaux, ou la société « *Car Club* » qui offre un programme complet de services pour les gens de mobilité réduite, y compris « *Handy car* » - un service de transport pour les citoyens handicapés et les personnes âgées.

En améliorant la sécurité routière, Skoda Auto continue à soutenir les terrains du trafic de jeux pour enfants dans les régions où ils se trouvent leurs usines.

[38 ; 40]

2.2.3 Skoda Auto et l'environnement

Skoda Auto minimise les impacts de ses activités sur l'environnement de longue durée et par son programme. Toujours en 2009, Skoda Auto a rempli toutes ses obligations légales dans la protection de l'environnement et se conformer à ses obligations, qui sont formulés dans la politique de Skoda Auto. Elle contribue à la mise en œuvre des principes du développement durable et montre une approche conviviale de la vie et la nature. La preuve de ça est certificat de système de management environnemental conformément aux normes mondialement reconnues ISO 14001:2004 que Auto Skoda a défendu par la vérification de l'inspection dans la seconde moitié de 2009.

Bien que de 1991 à 2009 sa production de voitures a augmenté plus de trois fois, il n'y a pas eu une augmentation dans le niveau absolu de la charge sur l'environnement, par exemple, les émissions dans l'air ou la consommation d'eau ont diminué. En 2009, on a dépensé un total de 92 millions CZK sur les mesures préventives de l'environnement dans la construction et la modernisation. Depuis 1991, le montant total des investissements pour la protection de l'environnement de Skoda arriver à 10 milliards CZK en 2009.

« Pour chaque voiture vendue en République tchèque on plante un arbre »

Il s'agit d'un projet très intéressant et unique de la société Skoda. Depuis 2006, toute personne qui achète l'un des modèles de Skoda en République tchèque contribue également à la plantation d'un arbre. Škoda Auto a choisi de planter des arbres comme un symbole de concentration de l'entreprise sur les valeurs environnementales. Et exprime son intérêt à contribuer à la protection de l'environnement et à la réduction des émissions de CO2. Le projet «Pour chaque voiture vendue en RT un arbre planté" a remporté le prix « *un Projet exceptionnel* » dans le cadre d'une compétition « *TOP entreprise philanthrope 2008* » organisé par Forum des donateurs. Le projet est volontaire pour le personnel et ce qui prennent part, assistent dans la sélection des sites et à la plantation. Nombre d'arbres plantés depuis 2007 montre le tableau suivant, les régions où les plantations ont eu lieu sont détaillées dans l'annexe n 3. [38 ; 41]

Tableau 6 : « Pour chaque voiture vendue en RT on plante un arbre » par année. [41]

Année	Le nombre des arbres plantés
2007	65 171
2008	66 806
2009	58 908

2.2.4 Système de gestion de la sécurité et la qualité

La sécurité au travail

Soins continus d'un niveau élevé de sécurité et la santé des travailleurs est à la pointe d'intérêt de Skoda Auto. La stratégie est appuyée par un document valable pour toutes les usines Volkswagen – « *Politique de sécurité au travail de Volkswagen* ».

L'élévation du niveau de la sécurité et la santé au travail est un processus qui exige la coopération active de tous les employés. Par conséquent, Škoda Auto verse également une grande attention à la construction d'un sens de la responsabilité des travailleurs eux-mêmes de

protéger leur santé. La motivation est également soutenue financièrement par la concurrence pour les meilleurs résultats dans la réduction des accidents du travail.

L'entreprise est depuis longtemps l'un des taux les plus bas d'accident entre les constructeurs automobiles de l'Europe et les du monde. Le haut niveau de sécurité documente la faible valeur du index de la lésion, qui a atteint une valeur de 1,6 (le nombre d'accidents par million d'heures travaillées) en 2009. Pendant les années dernières, le nombre de blessures mineures, ce qui ne cause pas l'incapacité de travail, est également plus baisse de 50%.

Qualité et efficacité

La qualité est une clé essentielle à la réalisation de satisfaction de la clientèle, la confiance et la loyauté qui en résultent pour la marque. Et elle a une influence déterminante sur l'image de marque globale et influence fortement les clients lorsqu'ils décident d'acheter la voiture. Dans une industrie très complexe de l'automobile est le concept de la qualité - un vaste système de procédés et de méthodes qui s'étend à tous les secteurs de la société, du développement technique et les activités d'approvisionnement, à travers la propre fabrication, jusqu'aux services. Škoda Auto est pleinement conscient de l'importance fondamentale de la notion de la qualité et les exigences sur la qualité des produits et la bonne gestion. Les principaux domaines de gestion de la qualité dans l'entreprise Skoda sont: la qualité du développement de la voiture ; la qualité des procédés de fabrication ; la qualité des produits (voitures) ; la qualité des services.

Skoda Auto a son propre système de gestion de la qualité certifié depuis 1994. En Septembre 2009, la société a subi la II. vérification du contrôle du système de gestion de la qualité ISO 9001:2008 et la société de la certification l'a émis de nouveaux certificats. [38]

Skoda Auto est peut-être le meilleur exemple d'une entreprise socialement responsable en République tchèque. La société s'efforce à une production efficace, s'occupe avec soin de la santé et de bien-être de ses employés et ne pas oublier l'impact de leurs activités sur l'environnement. Pour le projet unique, « Pour chaque voiture vendue en République tchèque on plante un arbre », on donnerait probablement une critique que on ne compte que les voitures qui sont vendues dans la RT, et les plantations sont juste dans les régions des usines automobiles de Skoda. Cependant, la production monte de près de dix fois plus de véhicules Skoda dans notre pays et ceux qui ne vont pas à l'étranger certainement ne roulent que à proximité du site de leurs production.

3. LA RSE EN FRANCE

Pour montrer les cas pratiques en France, j'ai choisi deux entreprises de même secteurs comme les entreprises tchèques dans le chapitre précédent pour le domaine de l'énergie - EDF et pour l'industrie automobile - Renault. J'ai utilisé les sites des entreprises et des rapports annuels.

3.1 EDF (ELECTRICITE DE FRANCE)

Le groupe EDF est un leader de l'énergie et premier producteur nucléaire mondial, bien implanté dans les grands pays d'Europe. EDF intègre tous les métiers de l'électricité, de la production jusqu'aux réseaux et aux négoce, et de plus en plus actif sur la chaîne du gaz naturel. L'actionnaire majoritaire de EDF est État français avec 84,9 % des actions. En 2009, le chiffre d'affaires pour EDF en France a atteint 34 Md€ (pour l'ensemble du Groupe EDF le chiffre d'affaires était 66,3 Md€). Son modèle d'activité équilibre activités régulées et concurrentielles. EDF est l'acteur principal des marché français de l'électricité et par ses offres d'efficacité énergétique, il apporte des solutions compétitives pour concilier durablement développement économique et protection du climat.



Figure 8 : Le logo de EDF [43]

Le groupe EDF investit pour une croissance industrielle durable, en portant ses priorités sur trois axes :

- être un acteur majeur du renouveau du nucléaire dans le monde
- promouvoir l'efficacité énergétique, les énergies renouvelables et les technologies performantes sur le plan environnemental
- conforter son leadership européen et ses atouts compétitifs sur le long terme

[43 ; 47]

3.1.1 Personnel de EDF

Le groupe EDF, pour motiver ses salariés et pour attirer des nouveaux employés, développe et accorde une attention soutenue aux actions en faveur de la santé, sécurité et de la qualité de vie au travail et de la reconnaissance des salariés du Groupe. EDF emploie 105 129 des employés en France¹⁵.

¹⁵ à partir des données dans le rapport annuel 2009 [47]

Pour la gestion des relations avec et entre les employés, un code d'alerte éthique a été mis en place en 2004, il permet d'interpeller le délégué éthique sur toute question et il ne s'agit pas seulement du code de conduite pour les employés. La démarche éthique d'EDF s'appuie sur une charte éthique, centrée sur 5 valeurs :

- Le respect de la personne
- La responsabilité environnementale
- La recherche de la performance
- L'engagement de solidarité
- L'exigence d'intégrité.

En 2009, la gestion de ses ressources humaines est devenue cruciale plus que jamais pour EDF, face à un départ en retraite d'une part notable de salariés très qualifiés. Prévoyant ce développement, le Groupe a accru son effort de recrutement et de formation et a poursuivi ses actions pour renforcer l'attractivité du Groupe auprès des jeunes¹⁶. L'actions de l'entreprise dans le domaine des ressources humaines s'articulent autour de ces thèmes :

- la mixité de l'emploi et des recrutements
- l'égalité dans les parcours professionnels
- l'égalité des chances dans l'accès à la formation professionnelle
- des conditions de travail et de l'équilibre vie professionnelle / vie privée

3.1.1.1 Développement du personnel et la croissance professionnelle

La politique d'EDF soutient la formation et offre à des jeunes la possibilité d'entrer dans la vie active avec un diplôme et une expérience professionnelle. Plus de quatre salariés sur cinq suivent une formation par an dans le Groupe et le nombre de contrats d'éducation pour EDF a doublé en trois ans – EDF utilise 280 centres de formation d'apprentis partenaires externes. Exemple: En 2007, près de 85 000 salariés ont suivi une formation. Plus de 4 millions d'heures de formation ont été dispensées, que ce soit dans le cadre du développement des compétences, de l'évolution de l'emploi ou de l'adaptation au poste de travail.

L'Université Groupe EDF

Les premières actions de l'Université Groupe EDF ont démarré en 2003. L'ambition de cette université est de créer une communauté homogène de dirigeants actuels et futurs, tant

¹⁶ Plus de 3 400 jeunes travaillent dans le cadre de contrats en alternance (apprentissage et contrat de professionnalisation) pour EDF. Ils représentent 3 % des effectifs de l'entreprise. [44]

par le partage de méthodes et de pratiques managériales que par une approche commune du changement. En France, les sessions et séminaires de l'Université Groupe EDF ont lieu à Chatou. L'Université Groupe EDF a conclu des partenariats avec 3 business schools :

- l'ESCP à Paris
- la Cranfield Business School à Londres
- l'INSEAD à Fontainebleau

La Fondation européenne pour les énergies de demain

La Fondation européenne pour les énergies de demain, créée par EDF, est placée sous l'égide de l'Institut de France. Elle a pour but d'accompagner et de valoriser l'enseignement supérieur, en France et à l'étranger. Avec un objectif de préparer les talents de demain à répondre aux enjeux de production d'énergie sans CO₂.

3.1.1.2 Conditions et des avantages pour les employés

EDF mène un dialogue continue avec les organisations syndicales des salarié et en accord avec eux, on développe des négociations le cadre d'agendas sociaux prévoyant. Parmi des conditions en question du dialogue sont par exemple: parcours professionnels des salariés, qualité de vie au travail,rémunération globale et protection des salariés, etc.

Politique rémunération

Pour attirer, motiver et fidéliser les compétences, EDF développe une politique de rémunération globale qui tient compte des bonnes pratiques observées dans les secteurs comparables. Cette politique de rémunération globale porte sur :

- La reconnaissance des responsabilités des résultats obtenus : politique salarial
- La reconnaissance de la performance collective à travers l'intéressement aux résultats
- L'offre d'épargne salariale et la politique d'abondement
- L'actionnariat salarié (au 30/01/09, les salariés du Groupe EDF détenaient 2,27 % du capital social)
- Les avantages sociaux

Santé et sécurité

La santé et la sécurité des salariés et des prestataires de EDF ont un enjeu prioritaire dans un secteur à haute technologie et à risques. Par exemple, la mise en œuvre de la politique

santé-sécurité d'EDF en France est contrôlée par un Comité national d'orientation et de suivi (monitoring).

Dans cet esprit, EDF intensifie les actions de prévention et de formation sur la sécurité, notamment à l'intention de tous les prestataires. - Résultat : le taux de fréquence d'accidents du travail place EDF parmi les meilleurs électriciens en Europe.

En 2008, un accord social a institué un Conseil national de santé au travail, composé de représentants des métiers et des syndicats, des médecins du travail et des Comités d'Hygiène de Sécurité et des Conditions de Travail.

La qualité de la vie au travail

En France, les grandes directions opérationnelles Commerce et Production-Ingénierie se sont engagées, avec leurs partenaires sociaux, dans des démarches d'amélioration de la qualité de la vie au travail et dans la prévention des risques psychosociaux. EDF a retenu cinq axes pour mieux cerner les évolutions concrètes du travail :

- la santé au travail et les risques professionnels
- l'organisation et le cadre de vie
- le management
- les relations et la communication
- les relations entre les générations et l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée

Egalité hommes-femmes

Un cadre sur cinq au sein du groupe EDF est une femme. L'accord RSE de EDF comporte un article sur l'égalité professionnelle visant l'égalité salariale, l'équité dans les parcours professionnels et dans l'accès aux postes à responsabilité. EDF a obtenu en 2006 le label « *Égalité professionnelle* », ce certificat était confirmé grâce à une différence salariale inférieure à 1 % en 2008.

Personnes handicapées

EDF accompagne les personnes en situation de handicap tout au long de leur parcours professionnel. Une centaine de personnes handicapées bénéficient de la formation et de l'aide à l'emploi EDF dans le cadre d'un contrat d'alternance depuis 2006. Enfin, EDF mène une action volontaire visant à accueillir chaque année plusieurs dizaines de jeunes en situation de handicap dans le cadre de contrats d'apprentissage ou de professionnalisation. Exemple : En France, EDF s'est engagé à recruter 4 % de personnes en situation d'handicap dans le cadre de

l'accord d'entreprise 2006 - 2008 dans tous les métiers : ingénierie, commercial, informatique, etc. 107 travailleurs handicapés ont été embauchés au sein d'EDF en 2009.

Exemples des avancées sociales à EDF en 2009

- Plan épargne retraite
- Système de prévoyance avec garantie décès et invalidité pour tous les salariés.
- Régime de retraite supplémentaire, depuis le 1er janvier 2009.
- Chèques emploi service universel Petite enfance pour les salariés jeunes parents (moyenne d'aide par salarié : 1 100 € annuels).
- Actions gratuites pour tous les salariés (19,2 en moyenne par personne avec un plafond de 50), dans le cadre du plan ACT 2007. Presque tous les salariés sont désormais actionnaires.

[44 ; 47]

3.1.2 EDF et le public

Relations avec le clients

EDF accompagne ses clients dans tous leurs projets énergétiques via des diagnostics, des conseils et une mise en relation avec des partenaires pour réaliser leurs travaux. Cet accompagnement les aide à maîtriser leur consommation d'énergie et à installer des matériels performants.

Proche de ses 27,7 millions de clients, EDF diversifie les modes de contact, en développant notamment le canal internet, en ouvrant de nouvelles boutiques « *Bleu Ciel d'EDF* » et en renforçant la performance de ses plateformes téléphoniques. Un nouveau système d'information offrira bientôt davantage de compréhension pour mieux prendre en compte les demandes de tous les clients.

Exemple : Pour aider ses clients particuliers dans la crise économique, EDF a renforcé ses dispositifs de solidarité : l'entreprise a participé à la création d'un Observatoire national de la précarité énergétique et a porté de 20 à 22 M€ sa contribution aux « *Fonds de solidarité logement* », qui ont aidé 211 000 foyers à acquitter leur facture. EDF a déployé un service d'accompagnement personnalisé à la maîtrise de l'énergie pour tous les clients en difficulté, leur a proposé gratuitement le maintien de l'énergie à la puissance souscrite et a renforcé ses partenariats autour de la médiation sociale. [45 ; 47]

La Fondation EDF Diversiterre

Depuis sa création en fondation d'entreprise, en 2007, la Fondation EDF Diversiterre a soutenu de nombreux projets au service de l'intérêt général, dans trois domaines spécifiques : nature et paysages,



Figure 9 : Le logo de la Fondation EDF Diversiterre [46]

solidarité et santé, culture et patrimoine. La Fondation EDF Diversiterre mène avec ses partenaires et de nombreux salariés d'EDF des actions concrètes en faveur de la diversité des personnes, des cultures, des générations et des milieux naturels. Partager la nature et le cadre de vie, développer le lien social, notamment par des actions en faveur du handicap, et protéger et mettre en valeur la bio-diversité participent d'un même esprit de solidarité qui est au cœur du mécénat d'EDF. Partenaire des associations, des collectivités et des institutions, la Fondation s'appuie également sur les compétences et les expertises du groupe EDF, en particulier de la direction Recherche et Développement. Parmi ses partenaires figurent notamment : la Fondation Nicolas Hulot, les Réserves naturelles de France, le Conservatoire du littoral, les Restos du cœur, l'Association française contre les myopathies (AFM), le Téléthon.

Exemples :

- culture - histoire - patrimoine : Depuis 1992, la Fondation EDF soutient la Cinémathèque française en participant à l'enrichissement de ses collections.
- nature – biodiversité : l'Étang Saint Ladre à Boves en Picardie – le mise en place du chemin accessible aux personnes à mobilité réduite
- santé – solidarité : Depuis 2004, la Fondation EDF Diversiterre est partenaire de l'association Paris Tout P'tits qui vient en aide aux familles en situation de grande précarité. [46]

Sponsoring sportif

EDF est engagé dans le sport depuis de nombreuses années. Le Groupe a choisi de s'investir dans des sports en lien direct avec son métier d'énergéticien et les valeurs portées par l'ensemble de ses salariés : le respect de la personne, la responsabilité environnementale, la recherche de la performance, l'engagement de la solidarité et l'exigence d'intégrité. Exemple : EDF est sponsor officiel et partenaire développement durable des jeux Olympiques et Paralympiques de Londres 2012. Le Groupe alimentera les Jeux en gaz et en électricité,

notamment par de l'énergie renouvelable. Pour la flamme olympique, EDF fournira un combustible à faible émission de carbone.

[43 ; 45 ; 47]

3.1.3 EDF et le développement durable

« Répondre à la demande croissante d'énergie tout en parant aux risques climatiques et à la raréfaction des ressources : c'est le défi lancé aux énergéticiens. C'est pourquoi le développement durable est au cœur de notre stratégie. Notre politique traduit la volonté du Groupe de « changer l'énergie ensemble » en apportant des solutions réalistes. » EDF sur le développement durable [46]

EDF est conscients de son impact sur l'environnement et on a le souci d'une croissance responsable. Selon la Gestion de EDF, ils ont le devoir de se mobiliser pour préserver la planète et relever le défi du changement climatique, tout en conciliant la sécurité de leur approvisionnement énergétique, la sûreté de leurs installations et des offres d'énergie accessibles et compétitives. Ils sont convaincus qu'il existe un lien fort entre énergie et environnement et que l'électricité faiblement carbonée peut contribuer à résoudre la crise climatique. Groupe EDF, qui dispose déjà d'un parc important d'installations de production faiblement carbonées (hydroélectricité, nucléaire, éolien, nouvelles énergies renouvelables), s'engage à rester le moins émetteur de CO₂ des grands énergéticiens européens. Les différentes sociétés qui le composent, développent un lien étroit avec les territoires dans lesquels elles opèrent, et agissent pour:

- combiner croissance durable et gestion responsable de l'entreprise, en s'appuyant sur le partage de valeurs communes
- réduire les émissions de gaz à effet de serre dans la durée et développer les énergies renouvelables, grâce à des technologies rentables et des investissements soutenus
- promouvoir l'éco-efficacité énergétique par une gamme toujours plus large de produits et de services destinés aux entreprises et aux particuliers

Gestion de EDF se est fixé 9 engagements pour répondre à 3 enjeux prioritaires:

Un enjeu environnemental

La lutte contre le changement climatique et la préservation de la biodiversité :

1. rester, en tant que Groupe, le moins émetteur de CO₂ des grands énergéticiens européens

2. adapter notre parc de production et nos offres au changement climatique
3. réduire notre impact environnemental, notamment sur la biodiversité

Un enjeu sociétal

Faciliter l'accès à l'énergie et développer des liens de proximité avec les territoires :

4. favoriser l'accès à l'énergie et l'éco-efficacité énergétique
5. développer dans la durée la proximité avec les territoires où nous opérons
6. contribuer à l'effort éducatif sur les questions liées à l'énergie

Un enjeu de gouvernance

Contribuer au débat sur le développement durable par le dialogue, l'information et la communication :

7. poursuivre le développement des politiques et le partage des valeurs au sein du Groupe, en relation avec les parties prenantes
8. communiquer et rendre compte des activités et résultats du Groupe en matière de développement durable
9. participer au débat sur le développement durable au niveau national et international

Créé en 2008, le Comité développement durable Groupe pilote et coordonne le déploiement de cette politique. Coopératif, son fonctionnement concilie efficacité et subsidiarité. Il pilote le Système de management environnemental (SME) et le reporting extra-financier. En 2009, le Comité a créé cinq groupes de travail : stratégie d'adaptation au changement climatique, intégration du carbone dans la décision, biodiversité, action sociétale, éthique. Animé par EnBW, le groupe Biodiversité a, par exemple, élaboré des méthodologies pour établir le profil biodiversité de chaque société du Groupe, partager les bonnes pratiques et mesurer la prise en compte de la protection de la biodiversité, via le SME du Groupe.

Les chercheurs de EDF travaillent en priorité sur la maîtrise de la demande d'énergie, sur la qualité de l'eau et sur la protection de la biodiversité. Les chercheurs travaillent à prévenir l'entraînement des organismes aquatiques par les prises d'eau des centrales thermiques et nucléaires. Ils développent la radio-écologie et les moyens de protéger la biodiversité et de maîtriser l'impact environnemental des rejets chimiques des centrales.

Energies renouvelables

Les énergies renouvelables ont également des impacts sur l'environnement. EDF développe tous ses projets en intégrant le développement durable dès l'amont : choix des sites, emprise au sol, études d'impacts sonores et visuels, concertation avec les élus et les

populations. Éoliennes de EDF , par exemple, sont installées à l'écart des voies de passage des oiseaux migrateurs. Et la Gestion de EDF peut être conduite parfois à modifier ses choix initiaux de sites pour protéger une zone naturelle d'intérêt écologique.

Exemple - Collaboration sur l'utilisation des énergies renouvelables :

EDF et Toyota expérimentent une centaine de véhicules hybrides rechargeables équipés de batteries lithium-ion et associés à une infrastructure de charge innovante. Par ailleurs, Renault-Nissan et EDF renforcent leur collaboration sur les véhicules électriques zéro émission. EDF et Renault ont conclu un contrat portant sur un système de charge assurant un échange de données sécurisé entre la borne de recharge et le véhicule électrique prévu pour 2011. EDF continue par ailleurs sa coopération avec PSA Peugeot-Citroën et avec Toyota sur les véhicules hybrides rechargeables.

Coopérer via le mécénat et le partenariat

En France, la Fondation EDF Diversiterre soutient des projets au service de l'intérêt général dans trois domaines : nature et paysages, solidarité et santé, culture et patrimoine. Elle est engagée aux côtés des Réserves naturelles de France, de la Fondation Nicolas Hulot pour la nature et l'homme, du Conservatoire du littoral, de la Ligue pour la protection des oiseaux et de l'Union internationale pour la conservation de la nature. En 2009, elle est devenue partenaire de l'expédition océanographique Tara Océans, mission scientifique sur les écosystèmes marins. Pour encourager les associations locales œuvrant en faveur des jeunes, elle a lancé en 2009 les Trophées des associations, qui a récompensé 30 lauréats à hauteur de 300 000 €. [46 ; 47]

Le groupe EDF, comme un leader de l'énergie et premier producteur nucléaire mondial, est une entreprise très responsable depuis sa création et son comportement peut-être un exemple pour beaucoup de petites entreprises. Transparence dans les rapports de mesure des émissions de CO2 et leur réduction, la recherche de solutions pour l'utilisation ou le stockage de déchets radioactifs, ou l'utilisation des ressources renouvelables et l'effort sur leur utilisation dans les voitures ne sont que quelques exemples de la conduite de l'entreprise, qui s'efforce de développement durable.

3.2 RENAULT

Le Groupe Renault fondé en 1898, est un constructeur automobile français, le Groupe Renault conçoit, fabrique et commercialise des véhicules sous trois marques : Renault, Dacia et Renault Samsung Motors. Ce Groupe possède des usines et filiales à travers le monde entier. Il utilise la course automobile pour assurer la promotion de ses produits et se diversifie dans de nombreux secteurs. Présent dans 118 pays, le Groupe propose une gamme de véhicules capables de répondre aux besoins de mobilité d'aujourd'hui et adaptés aux spécificités de ses différents marchés.



Figure 10 : Le logo de Renault [48]

L'alliance Renault-Nissan conclue en 1999 permet de développer des synergies en partageant les investissements et les projets. Renault et Nissan ont vendu au total de 6 085 058 véhicules en 2009, en conséquence l'Alliance Renault Nissan est devenue le quatrième constructeur mondial. Chiffre d'affaires de Renault en 2009 était 33 712 M€.

Pour faire partie des acteurs majeurs de l'industrie automobile de demain, le Groupe mise sur la mobilisation des compétences de tout ses équipes dans le monde et sur sa capacité à innover depuis plus d'un siècle.

Les ambitions du Groupe Renault :

- développer des solutions de mobilité durable accessibles au plus grand nombre, sur tous les continents, en innovant et en poursuivant ses efforts de Recherche et Développement (R&D)
- préparer le futur de l'automobile en renforçant son écoute de la société et en imaginant de nouveaux services qui améliorent la qualité de vie de chacun au quotidien - jouer un rôle pionnier en matière de commercialisation de masse de voitures électriques et continuer d'améliorer l'efficacité des moteurs thermiques
- répondre aux enjeux environnementaux en veillant à la préservation des ressources naturelles et à la protection de l'environnement
- renforcer sa politique sociale fondée sur la responsabilité, la diversité et l'équité
- cultiver ses relations avec les parties prenantes à travers une informatique régulière et transparente
- construire au sein de l'Alliance les fondations d'une croissance durable et rentable

Renault a conscience depuis longtemps de sa responsabilité sociale, vis-à-vis de ses salariés, de ses clients et de la planète, et agit en ce sens depuis de nombreuses années. La création de la Direction de la responsabilité sociale de Renault (DRSE) en mai 2009 s'inscrit dans cette lignée. La DRSE a pour but de définir la stratégie RSE de l'entreprise et de la déployer, ainsi que de structurer et d'organiser toutes les actions et initiatives qui relèvent de l'engagement citoyen.

Quatre enjeux majeurs de progrès sont visés : éducation, sécurité, mobilité durable et diversité. Objectif in fine : minimiser les impacts négatifs des activités du Groupe et renforcer ses contributions positives au monde qui l'entoure. La DRSE est également chargée de dialoguer avec les parties prenantes et de faire savoir ce que Renault fait dans ce domaine.

Carlos Ghosn, Président-Directeur général de Renault, sur la RSE :

« Aucune grande entreprise ne peut se focaliser exclusivement sur sa performance économique sans se préoccuper de ce qui se passe autour d'elle. Il est de notre responsabilité de nous impliquer dans la vie sociale et sociétale des pays où nous sommes implantés. Notre responsabilité sociale se lit à travers la variété des actions menées, des projets soutenus en faveur de la société, de l'éducation, de la diversité et de l'environnement. » [50]

Vision, mission et stratégie de Renault sont conformes à cette déclaration. Vecteur de progrès pour la société et de performance pour l'entreprise, la RSE est moteur et garante de l'engagement de Renault pour une mobilité responsable. La mission principale du Groupe est d'intégrer les préoccupations sociétales dans les actions partout dans l'entreprise. Sa stratégie s'articule autour de 5 axes:

- agir pour l'égalité des chances et l'accès à la mobilité durable pour tous
- favoriser l'implication responsable et solidaire des salariés
- accompagner dans la durée le développement responsable des bassins d'implantation de Renault
- sensibiliser, informer et partager avec les parties prenantes
- développer l'expertise du métier de RSE

L'objectif fixé par Renault en 2009 était de faire face à une crise économique sans précédent en mobilisant toute l'entreprise autour d'une seule priorité, un « *free cash flow* » positif. Cet objectif était rempli grâce à la réalisation du plan d'action qui avait été construit en trois volets : l'optimisation des revenus, la réduction des coûts (y compris d'investissements) et la gestion très stricte du besoin en fonds de roulement. [48 ; 52]

3.2.1 Les employés

A travers sa déclaration des droits sociaux fondamentaux, Renault s'engage à respecter et à faire progresser partout dans le monde ses collaborateurs. Le groupe valorise l'esprit de liberté, assure la transparence de l'information et l'équité. Il se fixe un code de déontologie qui engage toute l'entreprise à adopter une conduite responsable. La politique ressources humaines est centrée sur l'implication et le développement des compétences des collaborateurs, principales richesses au service de la performance de Renault. Le groupe emploie 55 035 salariés en France (121 422 salariés dans le monde dont 17,7% sont des femmes)¹⁷.

3.2.1.1 Développement du personnel et la croissance professionnelle

Le groupe Renault conduit une politique de gestion des carrières qui permet aux salariés d'enrichir leur parcours professionnel. Avant d'envisager des recrutements externes, Renault privilégie les possibilités de mobilité interne, en encourageant les mobilités internationales et « *inter-métiers* ».

Ce sont les compétences des hommes et des femmes de Renault qui font les performances du Groupe. Dans un monde aux évolutions rapides et complexes, la formation continue est gage d'adaptabilité. L'engagement de Renault : permettre à chacun – où qu'il travaille, quels que soient son âge et sa fonction – d'accéder tout au long de sa carrière aux formations nécessaires à son métier et à la construction de son parcours professionnel. En moyenne, 4 collaborateurs sur 5 suivent chaque année une formation. Exemples :

E-learning

L'offre e-learning de Renault regroupe des contenus corporate (management, efficacité personnelle et managériale, maths, français, anglais, bureautique, etc.) et s'enrichit régulièrement de contenus métiers (finance, gestion, ingénierie, achats, fabrication, qualité, pièces et accessoires, marketing, systèmes d'information, etc.). Cette offre est aujourd'hui un moyen incontournable pour répondre efficacement aux besoins grandissants de développement des compétences dans les différentes entités du Groupe.

Le e-learning, formation à distance, est désormais une pratique répandue avec 225 456 heures réalisées sur l'année 2009. Intégrée dans le cadre de parcours mixtes (e-learning + présentiel), ou dispensée en espace de formation individualisée sous la forme de parcours e-

¹⁷ à partir des données dans le rapport annuel 2009 [52]

learning tutorés, cette modalité pédagogique permet au collaborateur de se former à son rythme et selon ses besoins sur les savoirs théoriques et les fondamentaux.

Les formations management « corporate »

En 2007, l'architecture et les contenus des dispositifs de formation management du groupe Renault ont été optimisés pour prendre en compte les enseignements de l'enquête « *Engagement* ». Il s'agit de formations à vocation générale du groupe Renault, destinées principalement aux managers et dont la finalité est de favoriser la transversalité et d'assurer une culture commune à l'ensemble des salariés. Plus de 1 200 stagiaires ont suivi un cursus Renault Management en 2007.

Le « coaching »

Pour accompagner le management dans l'amélioration de ses pratiques, des dispositifs de « *coaching* » individuels ou collectifs ont été développés auprès des comités de directions soucieux de faire progresser leur qualité managériale. Le travail sur le développement des relations de coopération, ou de gestion des situations complexes, est réalisé au travers d'ateliers du management.

3.2.1.2 Conditions et des avantages pour les employés

La santé et les conditions de travail du personnel sont un levier prioritaire pour accroître la qualité de vie des salariés et, par conséquent, la performance globale de l'entreprise. Fondée sur des valeurs applicables dans tout le groupe, cette politique qui s'inscrit dans le cadre de la déclaration des droits sociaux fondamentaux accompagne l'internationalisation de Renault et son évolution, tant d'un point de vue social qu'industriel.

Afin de mesurer le déploiement de la politique conditions de travail, des évaluations sont réalisées dans les différentes entités du Groupe par des experts internes et par un organisme extérieur, afin d'attribuer aux sites répondants aux attentes le label « *Système de Management Renault Sécurité et Conditions de Travail* » pour une période renouvelable de 3 ans.

Soins de santé

Renault développe une politique de prévention pour ses employés. Des contrôles de l'état de santé sont régulièrement effectués auprès du personnel. En parallèle, Renault organise des campagnes d'information et de formation sur plusieurs thèmes tels que l'ergonomie, le tabac, l'alcool, les drogues, l'hygiène alimentaire, le sur-poids, les dangers du soleil, etc. Exemple :

Renault s'est doté de l' « *Observatoire médical de l'anxiété, dépression et stress* » depuis 1998. Sur la base du volontariat, plus de 64 000 tests à fin 2007 ont déjà été effectués et ont donné lieu à des actions individuelles ou collectives telles que le déploiement de forums de sensibilisation au stress ou des sessions de professionnalisation de la fonction des ressources humaines sur la détection des personnes en difficulté.

Intégration - « *IstSteps@RenaultGroup* »

Pour les nouveaux embauchés, Renault a créé un programme d'intégration personnalisé, sur une durée de 12 mois (maximum), il doit permettre à chaque nouvel embauché de rapidement trouver ses marques et sa place. « *IstSteps@RenaultGroup* » s'appuie sur un accompagnement managérial soutenu et sur un dispositif de formation combinant des séminaires et des modules de e-Learning.

Diversité

Renault a décidé de promouvoir la diversité et assurer l' des chances pour ses collaborateurs. Depuis plus de 10 ans, Renault agit en faveur de l'insertion et du maintien dans l'emploi des personnes handicapées et poursuit une politique d'accompagnement du personnel handicapé. C'est aussi le reflet d'une entreprise proche et socialement responsable. Son programme diversité prend également en charge l'éducation et motivation des jeunes travailleurs et l'égalité des femmes.

Initiatives des employés

La volonté d'associer l'ensemble des collaborateurs à des démarches « *d'Innovation Participative* » est ancrée depuis plus de vingt années dans la culture d'entreprise de Renault. Cette démarche permet à tout salarié de déposer ses idées d'amélioration, aussi bien pratiques qu'organisationnelles. Les auteurs des meilleures idées, qui génèrent une compétitivité accrue ou des économies substantielles pour le Groupe, sont récompensés.

[48 ; 49 ; 52]

3.2.2 Renault et le public

Conscient depuis longtemps de sa responsabilité sociale, Renault s'est fixé quatre priorités : l'éducation, la diversité, la sécurité/santé et la mobilité durable. Pour renforcer la cohérence de ses initiatives dans ces domaines, Renault a créé en 2009 la Direction de la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise : elle est chargée de garantir l'intégration des préoccupations sociétales dans toutes les actions conduites par l'entreprise. Les exemples des actions d'engagement monte le tableau dans l'annexe°n° 5.

La Fondation Renault

Créée en 2001, la Fondation d'entreprise Renault soutient des jeunes talents de tous pays et les aide à évoluer dans un monde multiculturel. Elle coordonne et finance des programmes d'enseignement et de recherche de haut niveau. Avec une double ambition : favoriser le partage entre les cultures et développer les échanges entre la France, l'Europe et les autres pays où le Groupe est implanté. Les Fondations Renault Espagne et Renault Argentine s'engagent au niveau local. Dans un monde de plus en plus globalisé, le management de demain sera nécessairement multiculturel. Forte de cette conviction, la Fondation Renault organise et finance intégralement 3 programmes de formation :

- Le MBA Dauphine Sorbonne Renault, établi en partenariat avec les universités de Paris Dauphine et l'IAE (Institut d'Administration des Entreprises) de l'université Paris I Panthéon Sorbonne.
- Le Master ParisTech Fondation Renault « *Transports et Développement durable* », dispensé par Ponts ParisTech, Mines ParisTech et l'Ecole Polytechnique.

Ces 2 programmes, dispensés en français, s'adressent à des étudiants étrangers diplômés de l'enseignement supérieur dans leur pays.

- La Chaire Renault Polytechnique HEC « *Management multiculturel et performances de l'entreprise* » permet aux étudiants en dernière année d'HEC et 2ème année de Polytechnique de se former à des pratiques managériales multiculturelles. Cette formation est fondée sur un ensemble d'enseignements et de projets de recherche effectués en France, en Inde ou au Japon

À ce jour, 430 étudiants originaires de plus de 10 pays (Japon, Corée du Sud, Brésil, Iran, Roumanie, Russie, Inde, Maroc, Liban) ont déjà bénéficié de ces programmes. [50]

Fournisseurs

Renault intègre ses fournisseurs comme contributeurs essentiels de sa politique de développement durable. Que ce soit sur la conception du produit, le processus de fabrication, le site de production - tout est mis en œuvre pour faire progresser Renault et ses prestataires en matière de développement durable. A la clé : une conformité sociale et environnementale du produit et de sa fabrication. Exemple : Le 12 mai 2010, les directeurs des Achats de Renault et de Nissan ont signé une charte de Responsabilité Sociale de l'Entreprise à l'attention des fournisseurs de l'Alliance. Cette charte définit l'approche de l'Alliance en matière de sécurité et de qualité, droits de l'homme, environnement, confidentialité et éthique, ainsi que les attentes vis-à-vis des fournisseurs sur ces différents sujets. L'objectif est à la fois

d'être transparent sur les politiques de l'Alliance dans ces domaines et d'encourager les fournisseurs à s'engager dans une démarche socialement responsable dans l'exercice de leur activité et dans leurs relations avec leurs propres fournisseurs.

Parties prenantes

Renault soutient des institutions et associations à but non lucratif, en France et dans le reste du monde. Il en va de la responsabilité de l'entreprise vis-à-vis de la société, de son environnement et de ses parties prenantes. Exemples des OBNL soutenues par Renault :

- **Global Compact**¹⁸ depuis 2001
- **Institut de mécénat de solidarité (IMS)**¹⁹ – Entreprendre pour la Cité
- **Entreprises pour l'Environnement (EpE)** : créée en 1992, l'EpE est une association française regroupant une cinquantaine d'entreprises (énergie, bâtiment, automobile, banque) autour des thèmes de l'environnement, du climat et de la santé. Membre fondateur d'EpE, Renault fait partie de son Comité de direction et s'implique activement dans des groupes de travail sur le changement climatique et la santé.

Clients

L'engagement du Groupe Renault ver ses clients est centré sur un concept « *Notre qualité, votre sérénité* » ses 4 buts sont:

- Ecouter : faire des besoins de la clientèle une réalité, apporter des solutions aux réclamations
- Garantir : aller vers le zéro défaut, proposer des véhicules à la fiabilité irréprochable
- Durer : qu'un véhicule ne présente pas de pannes et vieillisse bien
- Servir : respecter les engagements, appliquer les standards internes

[50 ; 52 ; 53]

3.2.3 Renault et l'environnement - le développement durable

Entreprise responsable, Renault compte la sécurité et l'environnement parmi ses préoccupations majeures. Le Groupe s'engage donc activement dans les domaines d'équilibre écologique, cycle de vie des véhicules, innovations vers la suppression des émission de CO2, etc. La politique environnementale de Renault s'articule autours de 5 axes d'action complémentaires:

¹⁸ Les 10 principes du Global Compact sont mentionné dans le chapitre 1.6 sur les normes de la RSE.

¹⁹ Plus de détail dans le chapitre 1.7.1. sur les organisations liés à la RSE.

- **Préserver la valeur du patrimoine** : les impacts produits par les activités industrielles de Renault peuvent nuire à l'environnement. Le Groupe répond par le management environnemental et une gestion des risques de chaque site de production.
- **Supprimer ou réduire les impacts sur l'environnement** : à chaque stade du cycle de vie, Renault s'efforce de limiter les nuisances tout en privilégiant la sécurité, le confort et la qualité.
- **Concilier les offres de produits et de services avec la protection de l'environnement** : avec la gamme « *Renault eco²* », Renault propose à ses clients une gamme complète de véhicules économiques et écologiques
- **Appliquer le management de l'environnement à toute l'entreprise**, sur l'ensemble du cycle de vie du véhicule : une priorité partagée par tous les collaborateurs du Groupe.
- **Favoriser la communication environnementale** : clients, fournisseurs, investisseurs doivent être informés et sensibilisés à la démarche de progrès mise en place par Renault. Objectif - concilier les efforts de chacun pour accroître l'efficacité de la politique environnementale du Groupe.

Exemples :

Management du cycle de vie - Renault affirme son leadership dans la maîtrise du cycle de vie des véhicules et dans la conception de véhicules plus écologiques et économiques. Dès la phase de conception, toutes les variables sont pondérées (matériaux, taille du véhicule, motorisation, etc.) pour développer des véhicules plus écologiques. Par exemple, remplacer une aile en acier par une aile en plastique allège le véhicule et sa consommation mais engendre une production de déchets plus importante. Un dosage est donc opéré pour définir les solutions les plus respectueuses de l'environnement. La gamme « *Renault eco²* » est exemplaire en la matière:

- 100 % des usines Renault sont ISO 14001 et visent à réduire de manière compétitive l'impact de leur activité sur l'environnement lors de la fabrication du véhicule ou du moteur en s'appuyant sur la démarche des 4R (Réduire, Réutiliser, Recycler, Récupérer de l'énergie).
- Renault développe les énergies alternatives pour réduire les pollutions en phase d'utilisation des véhicules. Des programmes de sensibilisation des conducteurs sont également développés.

- En fin de vie, Renault met tout en œuvre pour permettre le recyclage des voitures et le traitement déchets. L'objectif, à terme, est de concevoir des véhicules recyclables à 95 %.

La signature Renault eco2 nous permet d'identifier les véhicules les plus respectueux de l'environnement, tout au long de leur cycle de vie. Ces véhicules sont aussi économiques car ils bénéficient d'une fiscalité et d'une consommation de carburant avantageuses.

Le véhicule électrique, pour tous - Ainsi, si d'autres constructeurs développent des modèles électriques, Renault est à ce jour pionnier de son lancement à grande échelle. Le Groupe s'appuie sur un modèle économique innovant, des capacités de production de véhicules et de batteries partout dans le monde et le développement de stations « *Quickdrop* » pour les recharger. Performantes et 100 % électriques, ces voitures ne génèrent aucune émission de CO2 et de polluants et réduisent les nuisances sonores. Un moyen de transport idéal qui répondra à une grande partie des besoins de la population. Le lancement est prévu en 2011.

[48 ; 50 ; 51 ; 52 ; 53]

3.2.3.1 Système de gestion de la qualité

Renault est très engagé dans la recherche de technologies innovantes permettant de réduire l'impact écologique de ses véhicules - réduction de la consommation et des émissions de gaz à effet de serre, énergies alternatives. Renault développe des technologies permettant au conducteur d'anticiper les risques et de se concentrer sur sa conduite. En même temps un grand accent est mis sur l'amélioration de la qualité. Pour Renault, une innovation n'est un progrès que si elle bénéficie au plus grand nombre. C'est pourquoi les recherches du Groupe en faveur de la mobilité durable sont guidées par un impératif d'accessibilité. C'est le sens des véhicules « *Renault eco²* », lancés en 2007, qui concilient écologie et économie.

L'objectif est aujourd'hui de poursuivre les efforts en proposant des nouveaux véhicules toujours mieux positionnés en qualité et fiabilité que les précédents, avec comme but qu'ils soient reconnus systématiquement comme étant dans le Top 3 de leur segment sur des marchés de référence. Pour y parvenir, Renault a engagé une démarche de progrès continu avec le Plan Excellence Renault (PER), construit autour de 6 axes :

- concevoir robuste
- fabriquer conforme
- renforcer la fiabilité pour tous les usages, et satisfaire tous les clients de Renault

- garantir la qualité de vente et d'après-vente
- ancrer la culture qualité au sein de l'entreprise
- s'assurer de la qualité des pièces fabriquées par les fournisseurs pour l'approvisionnement international

Inspiré du Système de Production Renault et lancée en janvier 2006, le Plan d'Excellence Renault 4 (PER4) avait pour objectif d'atteindre 80 % de clients « *tout à fait satisfaits* » à fin décembre 2009. Objectif atteint avec 80,4% suite à une enquête réalisée auprès de 1 240 000 clients particuliers, dans 26 pays. Ce bon résultat représente une progression de la qualité de service Renault de 8,6 points entre janvier 2006 et août 2009.

[51 ; 52 ; 53]

Renault s'appuie sur le développement de nouvelles technologies, dont elle assure une croissance continue depuis plus de 100 ans. Innovations et recherche chez Renault visent dans toutes les directions, et un concept très intéressant, par exemple, le recyclage à 100% des véhicules, qui est déjà inclus dans leur développement et la planification de leur production. En même temps, Renault est une étape d'avance dans la RSE, en plus de production efficaces, des soins de l'employé, la responsabilité environnementale de ses activités et soutenance du développement communautaire, Renault favorise également un comportement socialement responsable auprès de leurs fournisseurs, en particulier la mise en œuvre de normes de qualité, la sécurité et la performance environnementale.

4. LA COMPARAISON

La France et la République tchèque sont deux pays très différents, que ce soit en taille, en population, en culture, en mentalité, et elles sont aussi marquées sur le niveau de l'entreprise par leur développement historique différent. Les caractéristiques communes lorsque on compare les deux pays peuvent être par exemple la politique sociale et la protection des droits de l'homme et, enfin, un niveau élevé de bureaucratie.

Depuis que les deux pays font partie de l'Union européenne le concept de RSE, qui a été introduit en Europe grâce à l'engagement de président de la Commission européenne Jacques Delors dans les années 1990, est arrivé dans les entreprises françaises et tchèques par l'intermédiaire d'une même origine – par l'Union européenne et ses institutions (y compris la CSR Europe). Le « Livre vert » est devenu le document de référence comme pour les États membres de l'Union (la France), comme pour les adhérents (la République tchèque). Les exemples des entreprises de la France montrent que certains aspects du concept de la RSE ont été présents il y a 20 ans et, simultanément, on peut regarder l'émergence des éléments de la RSE dans les entreprises en République tchèque déjà depuis 1992 quand la République tchèque a commencé les négociations d'adhésion à l'Union européenne.

Après avoir analysé les exemples pratiques dans la deuxième et troisième parties de ce mémoire on peut noter des différences fondamentales d'approche de la RSE entre la France et la République tchèque. Nous pouvons d'abord introduire qu'en France les entreprises se concentrent davantage sur l'environnement et le développement durable, plutôt que sur le soin de ses employés et la réputation de l'entreprise édifié grâce à la philanthropie d'entreprise, comme c'est le cas avec les entreprises de la République tchèque.²⁰ Cette divergence est soumise par le caractère contrastant de clients français et tchèques. Les Français s'intéressent plus à l'ensemble des activités du producteur qu'au prix de ses produits et le parrainage que l'entreprise effectue. Les Tchèques orientent l'achat majoritairement selon le prix et les médias jouent un grand rôle qui se méfient de la publicité cachée, de l'accusation du comportement corruptif et ne renseignent pas sur les entreprises responsables.

Enfin, l'approche des pouvoirs publics est différente, c'est un autre indice significative. L'approche active, du gouvernement français qui s'investit beaucoup dans la problématique et qui a même instauré une législation aux vues des rapports, est à l'opposition des pouvoirs publics en République tchèque qui traitent la RSE comme si elle n'existait pas, et presque tout

²⁰ Réponses à la question d'introduction n°2)

ce qui se passe autour de la RSE vient des initiatives des organisations non-gouvernementales ou des organisations à but non lucratif. Le tableau suivante monte un résumé de la comparaison transparente.

Tableau 7 : La comparaison

Présent	France	République tchèque
- Loi	En France, on reconnaît la RSE au plan législatif depuis 2001, avec notamment la loi sur les nouvelles régulations économiques (NRE, 2001) et	En République tchèque, la RSE reste inaperçue par la législation.
- Economique	Dans ce domaine, des entreprises dans les deux pays tendent vers une production plus efficace et à fournir des informations transparentes sur leurs activités. Dans les deux pays on lutte contre la corruption.	
- Social	Les entreprises s'engagent dans la promotion de la culture de la protection du patrimoine, la promotion du sport et à promouvoir l'éducation de leurs employés. La préoccupation pour les employés est donné aux entreprises en France par le Code du Travail.	Les entreprises se concentrent sur le parrainage et la philanthropie, à acquérir une bonne réputation auprès des clients. Leurs employés, les entreprises offrent une formation approfondie et des programmes de soutien et des avantages pour les garder et en attirent de nouveaux.
- Environmental	Le développement durable est l'une des priorités des entreprises qui donc cherchent à développer des technologies de production respectueuses de l'environnement ainsi que le recyclage d'environ 100% de leurs produits.	Les entreprises sont forcées à un comportement respectueux de l'environnement par des communautés et des ONG, dans le voisinage où elles développent leurs activités, car il n'y existe pas de lois qui imposent un tel comportement constamment.
Tendances	Depuis 2009, un projet de stratégie nationale de développement durable 2009-2012 est mis en place et on y propose d'organiser les stratégies, politiques et actions des acteurs publics et privés autour de neuf défis clés : le changement climatique et l'énergie propre - la conservation et la gestion des ressources naturelles - la santé publique, la prévention et la gestion des risques - la pauvreté dans le monde et les défis internationaux en matière de développement durable	La République tchèque peut s'attendre à des changements avec l'arrivée d'un nouveau gouvernement et son ouverture possible sur les activités de Business Leaders Forum (BLF) et de Forum des donateurs (FD), qui visent à promouvoir la reconnaissance de la RSE par la loi. Dans le maintien de leur compétitivité, on peut observer les efforts des entreprises tchèques pour faire face aux normes dans le domaine de la RSE des entreprises

	- l'éducation et la formation - la recherche et le développement - l'intégration sociale, la démographie et l'immigration - la gouvernance- la production et la consommation durables - les transports et la mobilité durables.	étrangères et il est prévu que cette tendance se poursuivra et ne sera plus limitée aux soins pour les employés et à la réputation croissante de la société.
--	---	--

Les entreprises qui s'engagent dans la RSE en France et même en République tchèque constatent le fait que la RSE améliore leur réputation et les capacités opérationnelles, améliore leur capacité d'attirer des investisseurs, leur apporte plus de possibilités pour les innovations, renforce leur culture d'entreprise, crée de nouveaux emplois en particulier pour les membres des communautés locales, améliore la productivité, la loyauté et la motivation de leur personnel (et réduit le risque de boycotts et les grèves) , améliore la transparence de la société pour ses alentours, etc.²¹ Avec cette liste des avantages produits par le fait de la RSE il est hors de question que les entreprises en pratiquent de plusieurs raisons d'intérêt en apportant des améliorations des rapports et conditions aux parties prenantes diverses, mais en fin de compte ils en bénéficient le plus eux- même.²²

Une entreprise qui choisit de s'engager dans une démarche de responsabilité sociale est consciente de la contribution qu'elle peut apporter, par le biais de ses biens et services, à la prospérité économique et au développement de la communauté dans laquelle elle opère. Elle cherche à la fois à réduire l'impact négatif de ses activités sur l'environnement et l'exclusion sociale et à s'engager activement dans sa sphère d'influence pour améliorer ces paramètres.

Une bonne pratique de la RSE par une entreprise peut améliorer sa réputation et donc augmenter ses ventes et la fidélité de sa clientèle. Conséquemment, pour compenser cette avantage de compétitivité sur le marché des produits/services et sur le marché du travail, les autres entreprises vont au moins partiellement employer le concept de la RSE. La RSE est encore plus importante dans le contexte de crise économique. Elle peut aider à construire (et reconstruire) la confiance dans l'entreprise, qui est vitale pour la santé de l'économie sociale de marché européenne. Elle peut également indiquer de nouvelles formes de valeur de création basées sur le traitement des défis sociétaux, ce qui peut représenter une issue à la crise.²³

²¹ La liste complet des avantages que la RSE potre aux entreprises peut etre consulter dans le chapitre 1.4.2 de ce mémoire.

²² Réponses à la question d'introduction n°1)

²³ Réponses à la question d'introduction n°3)

5. CONCLUSION

La présentation de la Responsabilité sociale des entreprises et la problématique de la RSE en France et en République tchèque était les sujets principaux de ce travail. Ils sont abordés au niveau théorique et analytique.

Au cours de la partie théorique, cette étude présente successivement le développement du concept de la RSE, ses définitions, les parties prenantes, les notions principales et les notions en liaison avec la RSE, comme, la philanthropie, le développement durable, la communication ou le greenwashing. Comme il n'existe pas de règlement juridique universelle, on présente l'ensemble des normes qui se réfèrent à la RSE. On met en évidence les organisations non-gouvernementales et des organisations à but non lucratif spécifiques qui s'investissent dans la promotion et la conscience de la RSE en France et en République tchèque.

Dans la partie pratique de ce mémoire, on introduit les bonnes pratiques de la RSE par les grandes entreprises de la République tchèque et de la France. Suivie par la comparaison des tendances et de la situation en France et en République tchèque selon les cas pratiques des entreprises présentés. La conclusion de cette comparaison nous montre que, en France les tendances de la RSE visent plus à mettre en œuvre le développement durable, plutôt que la réputation de l'entreprise soutenue par la philanthropie d'entreprise, comme c'est le cas avec les entreprises de la République tchèque. La raison principale sont les consommateurs et leurs comportements divergents en ce qui concerne la prise de décision d'achat. Pour les entreprises françaises, la réputation est un produit dérivé de la bonne pratique de la RSE. Les entreprises tchèques visent l'inverse en créant initialement la réputation pour attirer les clients et plus tard elles exercent l'ensemble de la RSE.

Dans tous les cas, la responsabilité sociale des entreprises devient un outil de la façon d'attirer des employés qualifiés qui par leur connaissance, expérience et bonne position de marché ne s'intéressent pas à un gain à court terme, mais ils cherchent un développement à long terme et sa dimension sociale et éthique. L'accomplissement de la RSE est la création d'une entreprise stable, de longue durée et de bon fonctionnement, une entreprise, qui s'appuiera sur les travailleurs qualifiés qui créent de bonnes conditions de travail.

Nous pouvons dire, que le concept de RSE apparaît comme un lien logique entre les grands principes humanistes du rapport et les pratiques quotidiennes des entreprises. Il permet de passer du domaine de l'utopie efficace à celui des stratégies d'action. Partout dans le monde, même dans les pays moins développés, le concept de RSE prend aujourd'hui

lentement racine, même si ce n'est bien souvent qu'au niveau du discours. Toutefois de plus en plus d'industriels se rendent compte que l'irresponsabilité sociale n'a qu'un temps en affaires, car vient un jour où les négligences passées finissent toujours par se payer très cher.

Dans cette perspective, nous pouvons dire que l'application continue de la RSE et le développement durable par des entreprises de plus en plus petites peut leur et la société (les gens) apporter que des prestations et prospérité. C'est peut-être l'introduction de concepts tels que la RSE au niveau mondial, qui jouera un rôle clé Pour la réussite du développement de l'humanité dans l'avenir.

LISTE DES FIGURES

<i>Figure 1 : Le logo de IMS [28]</i>	28
<i>Figure 2 : Le logo de ORSE [29]</i>	29
<i>Figure 3 : Le logo de BLF [30]</i>	30
<i>Figure 4 : Le logo de FD [31]</i>	32
<i>Figure 5 : Le logo de CEZ [34]</i>	34
<i>Figure 6 : Le logo de la Fondation CEZ [37]</i>	40
<i>Figure 7 : Le logo de SKODA AUTO [38]</i>	44
<i>Figure 8 : Le logo de EDF [43]</i>	52
<i>Figure 9 : Le logo de la Fondation EDF Diversiterre [46]</i>	57
<i>Figure 10 : Le logo de Renault [48]</i>	61

LISTE DES SCHEMA

<i>Schéma 1 : Parties prenantes.....</i>	<i>11</i>
<i>Schéma 2 : Six domaines de responsabilité de l'entreprise.....</i>	<i>12</i>

LISTE DES TABLEAUX

<i>Tableau 1 : Étapes principales de la RSE dans l'Union européenne [15 ; 16 ; 21]</i>	<i>8</i>
<i>Tableau 2 : Responsabilité aux parties prenantes :</i>	<i>11</i>
<i>Tableau 3 : Trois piliers de la RSE et leur objectives [11, p. 6].....</i>	<i>14</i>
<i>Tableau 4 : Normes et documents liées à la RSE [1, p. 114-123 ; 25 ; 26 ; 27 ; 28]</i>	<i>25</i>
<i>Tableau 5 : Philanthropie et résultats économiques de CEZ [33 ; 37]</i>	<i>41</i>
<i>Tableau 6 : « Pour chaque voiture vendue en RT on plante un arbre » par année. [41].....</i>	<i>50</i>
<i>Tableau 7 : La comparaison</i>	<i>72</i>

ANOTACE

Jméno a příjmení autora :	Ondřej Nosek
Název katedry a fakulty :	Katedra romanistiky, Filozofická fakulta
Název práce :	Představení společenské odpovědnosti organizací ve Francii a České republice s porovnáním praktických příkladů
Název práce v angličtině :	Overview of Corporate Social Responsibility (CRS) in France and the Czech Republic and comparison with practical cases
Vedoucí práce :	Ing. Michel Viland
Rok obhajoby :	2010

Rozsah práce :	85 stran + 6 stran příloh ; cca 135 173 znaků
Přílohy vázané v práci :	5
Počet titulů použité literatury :	53
Anotace :	<p>Bakalářská práce se zabývá teorií a praxí konceptu společenské odpovědnosti firem. Snaží se o zodpovězení základních otázek, souvisejících s tímto fenoménem, který se v posledních letech stal zajímavou a stále častěji využívanou součástí způsobu podnikání firem. Popisuje vývoj konceptu a definic společenské odpovědnosti firem a vymezuje jejich současné pojetí. Zmiňuje i klíčové pojmy, které s nimi přímo souvisejí, především tři pilíře, ze kterých se společenská odpovědnost skládá, dále firemní filantropii, stakeholders či trvale udržitelný rozvoj. Práce se snaží popsat tendence společenské odpovědnosti firem v České republice a ve Francii a specifika integrace společenské odpovědnosti velkými podniky. Problematiku společenské odpovědnosti firem práce aplikuje na konkrétní příklady podniků a organizací v České republice a ve Francii. Závěr práce odpovídá na otázky položené v úvodu.</p>
Klíčová slova :	společenská odpovědnost firem, stakeholders, trvale udržitelný rozvoj, firemní filantropie, dárcovství, normy

<p>Anotace v angličtině :</p>	<p>This Bachelor's thesis deals with the theory and practice of the concept of corporate social responsibility (CSR). It seeks to answer fundamental questions associated with this phenomenon, which in recent years has become an interesting and increasingly used way of doing business. The thesis describes the development of concepts and definitions of CSR and defines their current approach. It mentions key notions directly related to CSR especially the three pillars of CSR and terms such as the corporate philanthropy, stakeholders and sustainable development. This Bachelor's thesis tries to describe the tendency of corporate social responsibility in the Czech Republic and France, and the specifics of the integration of social responsibility by large companies. The issues of corporate social responsibility in this thesis work are applied to specific examples of companies and organizations in the Czech Republic and France. Conclusion of the thesis responds to the questions raised in the introduction.</p>
<p>Klíčová slova v angličtině :</p>	<p>corporate social responsibility, stakeholders, sustainable development, corporate philanthropy, donations, standards</p>
<p>Jazyk práce :</p>	<p>Francouzština</p>

BIBLIOGRAPHIE

Monographies

- [1] PETŘÍKOVÁ, R., HOFBRCKEROVÁ, Z., LEŠINGROVÁ, R., HERCÍK, P. : Společenská odpovědnost organizací, 1. vyd. : DTO CZ, s.r.o., 2008. 184 s. ISBN 978-80-02-02099-8
- [2] DYTRT, Zdeněk. : Dobré jméno firmy, 1. vyd., Praha. Alfa Publishing, s.r.o., 2006. 138 s. ISBN 80-86851-45-1
- [3] BARTOŠOVÁ, Zuzana. : Měření a benchmarking jako součást strategie CSR, 1. vyd., Praha. Fórum dárců, o.s., 2006. 46 s. ISBN 80-902965-6-4
- [4] CSR – Společensky odpovědné chování místních firem (sborník příkladů dobré praxe), 1. vyd., Ústí nad Labem. Vita, občanské sdružení, 2008. 48 s. ISBN 978-80-87175-02-6
- [5] PRŮŠA, Přemysl. : How Can Corporate Social Responsibility Be Assessed?, 1. vyd., Praha. Vysoká škola ekonomická v Praze, Nakladatelství Oeconomica, 2007. 20 s. ISSN 802-659
- [6] COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES. : Livre vert: Bruxelles, 2001. Document PDF. Disponible sur:
< http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/fr/com/2001/com2001_0366fr01.pdf >
- [7] LESINGROVA, Romana. : Baťova soustava řízení, 2. vyd. Uherské Hradiště. Romana Lešingrová, 2008. 253 s. ISBN 978-80-903808-9-9
- [8] – PASQUERO, Jean : La Responsabilité Sociale De L'entreprise Comme Objet Des Sciences De Gestion Tiré de : « *Responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise* » Presses de l'Université du Québec, 2005. ISBN 2-7605-1375-0
- [9] POST, James E., PRESTON, Lee E., et SACHS, Sybille : Redefining the Corporation Stakeholder Management and Organizational Wealth. Stanford University Press, 2002, 376 p. ISBN-10: 080474310X, ISBN-13: 978-0804743105
- [10] FREEMAN R.E. : Strategic Management: A Stakeholder Approach, éd. Pitman. 1983. 276 p. ISBN 0273019139
- [11] PRŮŠA, Přemysl. : How Can Corporate Social Responsibility Be Assessed?, 1. vyd., Praha. Vysoká škola ekonomická v Praze, Nakladatelství Oeconomica, 2007. 20 s. ISSN 802-659
- [12] GREGOR, F., GARDE - Globální odpovědnost. : Společenská odpovědnost firem a ochrana životního prostředí : jak hodnotit odpovědnost korporací?, 1. vyd., Praha. Zelený kruh, 2007. 32 s. ISBN 978-80-254-0204-7

Document HTML

[13] LEIGHTON, Michelle, ROHT-ARRIAZA, Naomi, et ZARSKY, Lyuba. : Beyond Good Deeds: Case Studies and a New Policy Agenda for Corporate Accountability, California Global Corporate Accountability Project. July 2002 – Disponible sur < http://www.business-humanrights.org/Links/Repository/2984/link_page_view >

[14] RUBINSTEIN Marianne. : Le développement de la responsabilité sociale de l'entreprise: Une analyse en termes d'isomorphisme institutionnel – Disponible sur:

< <http://rei.revues.org/index295.html> >

[15] BEAUJOLIN. François (Confédération Européenne des Syndicats). : Les syndicats européens et la Responsabilité Sociale de l'Entreprise - Rapport final de la CES. - Disponible sur : < <http://www.etuc.org/a/1501> >

[16] OECD Principles of Corporate Governance. - Disponible sur : < www.oecd.org/daf/corporateaffairs/principles/text >

[17] SAINT-LEGER, Guy. : Quelle responsabilité sociale des entreprises dans la mise en oeuvre et l'utilisation des ERP?. - Disponible sur: < http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/19/75/79/PDF/ADERSE_05_DELATTRE_SAINTE_LEGER_Version_finale.pdf >

Publications périodiques

[18] Drucker, Peter F. : « The New Society of Organizations ». Harvard Business Review, 1992, September-October. - Disponible sur: < http://www.ii.metu.edu.tr/~is526/course_material/papers/The%20New%20Society%20of%20Organizations-Drucker-1992.doc >

[19] « The special issue on The Economics of Corporate Social Responsibility ». : édité par : PATON, D. et SIEGEL, D.S. Structural Change and Economic Dynamics. Volume 16, Issue 3, Pages 309-436 (September 2005).

[20] CARROLL, Archie, B. : A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance. Academy of Management Review, 1979. Vol. 4, No. 4., p. 497-505

Sitographies

[21] COMMISSION EUROPEENNE : *Entreprises et industrie – CSR*. (online), 2001-2010, [cit. 16.07.2010] – Disponible sur : < http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index_fr.htm >

[22] RSE définition par Vigeo, inspirée du Livre vert de l'Union européenne. (online), juin 2001, [cit. 16.07.2010] – Disponible sur : < www.aresa-sa.com >

- [23] CSR Europe - *The European business network for CSR*. (online), 2010, [cit. 16.07.2010] – Disponible sur : < <http://www.csreurope.org/> >
- [24] The United Nations - *The Division for Sustainable Development (DSD)*. (online), 2010, [cit. 16.07.2010] – Disponible sur : < http://www.un.org/esa/dsd/index.shtml?utm_source=OldRedirect&utm_medium=redirect&utm_content=dsd&utm_campaign=OldRedirect >
- [25] Csr-online.cz: *Normy a iniciativy*. (online), 2008, [cit. 16.07.2010]. - Disponible sur: < <http://www.csr-online.cz/Page.aspx?normy> >
- [26] Csr/online.cz : *ISO 26000*. (online), 2008, [cit. 16.07.2010]. - Disponible sur: < <http://www.csr-online.cz/Page.aspx?iso26000> >
- [27] Csr-online.cz: *SA 8000*. (online), 2008, [cit. 16.07.2010]. - Disponible sur: < <http://www.csr-online.cz/Page.aspx?SA8000> >
- [28] The United Nations Global Compact - *Global Compact Governance Framework*. (online), 2005, [cit. 16.07.2010]. - Disponible sur: < <http://www.unglobalcompact.org/> >
- [29] Institut de mécénat de solidarité (IMS) - *Entreprendre pour la Cité*. (online), 2003, [cit. 16.07.2010]. - Disponible sur: < <http://www.imsentreprendre.com/> >
- [30] Business in the Community. (online), 2010, [cit. 16.07.2010] – Disponible sur : < <http://www.bitc.org.uk/> >
- [31] ORSE - Observatoire sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises. (online), 2010, [cit. 16.07.2010]. - Disponible sur: < <http://www.orse.org/> >
- [32] Business Leaders Forum Blf.cz - *O nás*. (online), [cit. 16.07.2010]. - Disponible sur : < <http://www.blf.cz/about.htm> >
- [33] FÓRUM DÁRCŮ, Donorsforum.cz. (online), [cit. 16.07.2010]. - Disponible sur: < <http://www.donorsforum.cz/> >
- [34] ČEZ – *O společnosti*. (online), [cit. 18.07.2010]. Disponible sur : < http://www.cez.cz/cs/o-spolecnosti/cez/profil-spolecnosti.html#zakladni_udaje >
- [35] ČEZ – *Výroční zprávy ČEZ*. (online), [cit. 18.07.2010]. Disponible sur : < <http://www.cez.cz/cs/pro-investory/hospodarske-vysledky/vyrocnizpravy.html> >
- [36] ČEZ – *Výhody práce v ČEZ*. (online), [cit. 18.07.2010]. Disponible sur : < <http://www.kdejinde.cz/cs/jak-se-pracuje-v-cez/vyhody-prace-v-cez.html> >
- [37] ČEZ – *Zpráva o CSR skupiny ČEZ*. (online), [cit. 18.07.2010]. Disponible sur : < <http://www.cez.cz/cs/odpovedna-firma/zprava-o-spolecenske-odpovednosti-skupiny-cez.html> >

- [38] ŠKODA AUTO a.s. - *Výroční zpráva*. (online), [cit. 20.07.2010]. Disponible sur :
< <http://www.skoda-auto.cz/company/cze/profil/forinvestors/reports/annual/Pages/annual.aspx> >
- [39] ŠKODA AUTO a.s. - *Zaměstnanecké benefity*. (online), [cit. 20.07.2010]. Disponible sur :
< <http://new.skoda-auto.com/company/cze/career/jobs/whytoskoda/pages/benefits.aspx> >
- [40] ŠKODA AUTO a.s. - *Sponsoring*. (online), [cit. 20.07.2010]. Disponible sur :
< <http://www.skoda-auto.cz/company/CZE/sponsoring/sport/hockey/iihf/Pages/IIHF.aspx> >
- [41] ŠKODA AUTO a.s. - *Udržitelný rozvoj*. (online), [cit. 20.07.2010]. Disponible sur :
< http://www.skoda-auto.cz/company/cze/sustainable_development/pages/hp_tabstrips.aspx >
- [42] – ŠKODA AUTO a.s. - *Pro investory*. (online), [cit. 20.07.2010] Disponible sur :
< <http://www.skoda-auto.cz/company/cze/profil/forinvestors/home/Pages/home.aspx> >
- [43] EDF – *Presentation*. (online), [cit. 22.07.2010] Disponible sur :
< <http://presentation.edf.com/presentation-18.html> >
- [44] EDF – *Politique ressources humaines*. (online), [cit. 22.07.2010] Disponible sur :
< <http://carrieres.edf.com/carrieres-4.html&tab=40629> >
- [45] EDF - *La Fondation EDF Diversiterre*. (online), [cit. 22.07.2010] Disponible sur :
< <http://fondation.edf.com/edf-fr-accueil/edf-fondation/la-fondation-151012.html> >
- [46] EDF – *Développement durable*. (online), [cit. 22.07.2010] Disponible sur :
< <http://presentation.edf.com/presentation-18.html> >
- [47] EDF – *Rapport annuel 2009*. (online), [cit. 22.07.2010] Disponible sur :
< <http://www.edf.com/html/RA2009/index.html> >
- [48] Renault – *Decouvrez Renault*. (online), [cit. 24.07.2010] Disponible sur :
< <http://www.renault.fr/decouvrez-renault/groupe/> >
- [49] Renault - *Carrieres*. (online), [cit. 24.07.2010] Disponible sur :
< <http://www.renault.com/fr/carrieres/Pages/recrutement.aspx> >
- [50] Renault – *La Fondation Renault*. (online), [cit. 24.07.2010] Disponible sur :
< <http://fondation.renault.com/fondation/Index/tabid/54/language/fr-FR/Default.aspx> >
- [51] Renault – *Securité et environnement*. (online), [cit. 24.07.2010] Disponible sur :
< <http://www.renault.fr/renault-entreprises/securite-et-environnement/> >
- [52] Renault – *Developpement durable*. (online), [cit. 24.07.2010] Disponible sur :
< <http://www.renault.com/fr/groupe/developpement-durable/pages/developpement-durable.aspx> >
- [53] Renault - *Rapport annuel 2009*. (online), [cit. 24.07.2010] Disponible sur :
< <http://www.renault.com/fr/groupe/Pages/groupe.aspx> >

LISTE DES ANNEXES

<i>Annexe 1 : Les Pricipes de La culture d'entreprise et de l'atmosphère de travail de CEZ.....</i>	<i>86</i>
<i>Annexe 2 : Liste des avantages proposés aux employés de Skoda Auto a.s.....</i>	<i>87</i>
<i>Annexe 3 : Tableau de la plantation d'arbres par Skoda Auto a.s. par les RÉGIONS.....</i>	<i>89</i>
<i>Annexe 4 : Tableau de la performance sociale et environnementale de EDF.....</i>	<i>90</i>
<i>Annexe 5 : L'engagement et actions de responsabilité sociétale de Renault.....</i>	<i>91</i>

ANNEXE 1

Annexe 1 : Les Principes de La culture d'entreprise et de l'atmosphère de travail de CEZ.

	BEZPEČNĚ TVOŘÍME HODNOTY	Naši nejvyšší prioritou je vytváření hodnoty, a to vždy při zachování bezpečnosti.
	ZODPOVÍDÁME ZA VÝSLEDKY	Všichni osobně zodpovídáme za dosažení výsledků.
	JSME JEDEN TÝM	Jednání každého z nás musí vést k prospěchu Skupiny.
	PRACUJEME NA SOBĚ	Neustále pracujeme na svém odborném i osobnostním rozvoji.
	ROSTEME ZA HRANICE	Vytváříme mezinárodní společnost.
	HLEDÁME NOVÁ ŘEŠENÍ	Jsmo otevřeni změnám a přijímáme lepší řešení.
	JEDNÁME FÉR	Jsmo poctiví a loajální k našim principům a společnosti.

La culture d'entreprise au sein du groupe CEZ s'oriente vers la performance. CEZ a donc défini sept principes représentant les valeurs de base pour tous les employés:

- 1) On forme la valeur en toute sécurité - Notre priorité est de créer de la valeur et toujours en maintenant la sécurité.
- 2) Nous sommes tous responsables pour les résultats - Tous sont responsables personnellement pour obtenir des résultats.
- 3) Nous sommes une équipe - De chacun de nous doit conduire à la prestation du groupe.
- 4) On travaille sur soi-même - Nous travaillons constamment sur notre développement professionnel et personnel.
- 5) Nous poussons à la frontière - la création d'une organisation internationale
- 6) Nous recherchons de nouvelles solutions - Nous sommes ouverts au changement et à accepter une meilleure solution.
- 7) La négociation équitable - Nous sommes honnêtes et fidèles à nos principes et notre société.

[< <http://www.kdejinde.cz/cs/jak-se-pracuje-v-cez/vyhody-prace-v-cez.html> >]

ANNEXE 2

Annexe 2 : Liste des avantages proposés aux employés de Skoda Auto a.s.

Logement

- prêts pour la construction ou la modernisation et la reconstruction de logements
- l'hébergement entreprise subventionnée

Mobilité

- le bénéficiaire du leasing financier et opérationnel sur les voitures neuves
- rabais pour les employés sur les voitures neuves et d'occasion
- rabais pour les employés sur Genuine Parts & Accessories de Škoda
- les travaux de montage d'accessoires d'origine et des pièces de rechange
- les services exceptionnels régulière des zones désignées et les régions où il n'y a aucune possibilité d'utiliser les transports en commun sur le temps de la production principale
- le transport au sein de l'usine suivant les lignes de transports en commun

Restauration alimentation

- réseau de kiosques et restaurants tout au long de la course
- sélection à partir de 6 repas par jour (Quickies, salades)
- repas subventionnés

Santé

- fourniture de vêtements de travail et des chaussures de travail
- L'assurance-accidents
- service et la pratique clinique privée spécialistes de Skoda
- de réadaptation, de remise en forme et d'autres programmes de santé préventive
- programmes pour cesser de fumer
- vaccin contre la grippe
- services consultatifs de santé et de consultation

Avenir

- cotisation mensuelle à la pension

Loisir

- plus d'une semaine de vacances
- contribution à la récréation

- possibilité d'utiliser des installations de loisirs d'entreprise pour les vacances d'été et d'hiver
- la promotion régionale de la culture et du sport pour les employés et leurs familles
- vente d'articles promotionnels à prix réduits employé

Communication

- contrat du tarif avantageux pour les employés et leurs familles de T-Mobile
- des rabais spéciaux sur les achats de matériel informatique

Changement et avancement

- priorité d'offre davantage d'emplois pour les employés actuels
- soutenir les groupes cibles à travers les programmes de développement - l'éducation
- de travail du projet
- possibilité de travailler à l'étranger

Solidarité

- salaire à la retraite
- contribution à la crèche
- programme pour les aînés
- aider la famille à la mort d'un employé
- Travail hors avec compensation de salaire (l'accouchement, pour les personnes qui s'occupent d'un enfant de moins de 12 ans, les personnes âgées, lors du déplacement, le mariage et assister à la cérémonie, la mort, et assister à l'enterrement, les femmes de travailler la nuit)
- vente de voitures d'occasion pour les personnes âgées et les employés à la retraite

Moments heureux dans la vie

- contribution accouchement

Fidélité

- récompenses pour les anniversaires de travail

[36 ; 37]

ANNEXE 3

Annexe 3 : Tableau de la plantation d'arbres par Skoda Auto a.s. par les RÉGIONS.

REGION - Středočeský kraj		
Localité	Année	Le nombre des arbres plantés
Bakov nad Jizerou	2008	6 200
	2009	105
Charvátce	2008	400
Chudíř	2009	500
Klášter Hradiště nad Jizerou	2008	1 500
Luštěnice	2008	2 500
Mladá Boleslav - Chrást	2009	5 200
Pěčice	2008	1 000
Úherce	-	1 500
Zdětín u Benátek nad Jizerou	2008	2 000

REGION - Královéhradecký kraj		
Localité	Année	Le nombre des arbres plantés
Bílí Újezd	2009	2 000
Bystré	2008	300
Krkonošský národní park	2008-2009	25 669
Kvasiny	-	1 400
Lánov	-	100
Pohoří	2008	500
Solnice	2008	2 367

REGION - Liberecký kraj		
Localité	Année	Le nombre des arbres plantés
Podještědí	-	15 733

REGION - Ústecký kraj		
Localité	Année	Le nombre des arbres plantés
Národní park České Švýcarsko	2007	65 171
	2008-2009	43 970

[40]

ANNEXE 4

Annexe 4 : Tableau de la performance sociale et environnementale de EDF évalué par l'agence Vigeo.

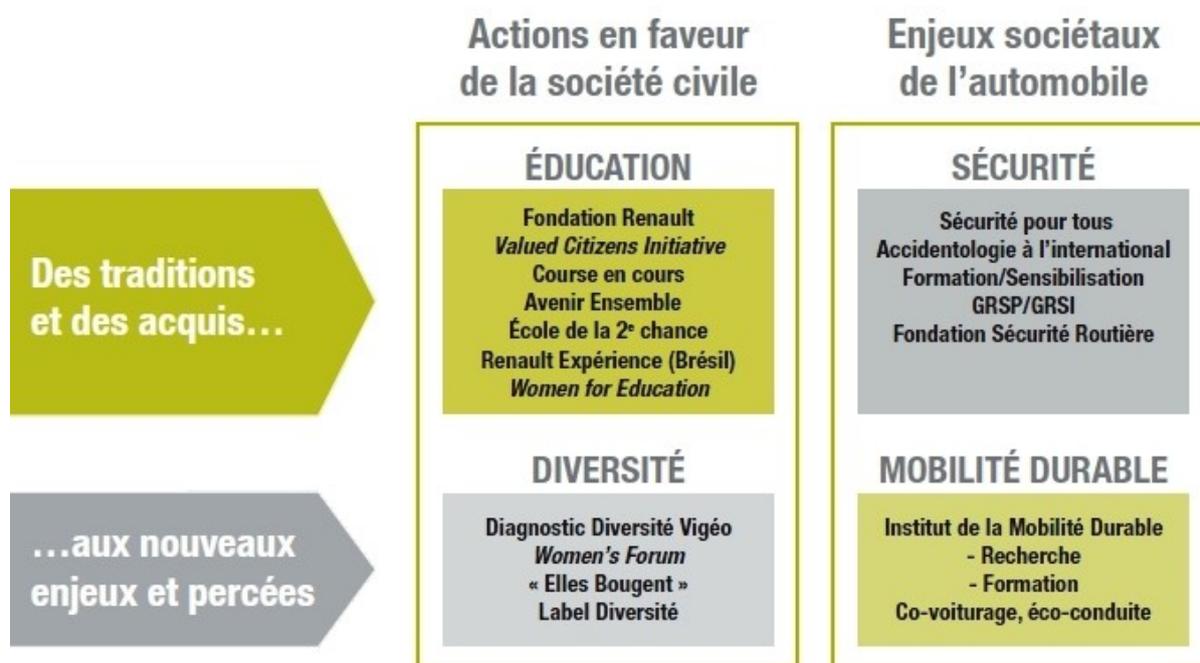
Domaines	Rating 2008	Rating 06/2009
Droits humains	++	++
Environnement	=	+
Ressources humaines	+	+
Comportements sur les marchés	+	=
Gouvernement d'entreprise	=	=
Engagement sociétal	++	++

- ++ L'entreprise est classée parmi les entreprises les plus engagées de son secteur.
- + L'entreprise est classée parmi les entreprises actives de son secteur.
- = L'entreprise est classée dans la moyenne des entreprises de son secteur.
- L'entreprise est classée parmi les entreprises en dessous de la moyenne de son secteur.
- L'entreprise est classée parmi les entreprises les moins avancées de son secteur.

[45]

ANNEXE 5

Annexe 5 : L'engagement et actions à travers quatre priorités de responsabilité sociétale de Renault



[52]