

Responsabilité sociale d'entreprise



**LA SITUATION DANS L'INDUSTRIE
DE LA CONSTRUCTION**

Définition de la RSE

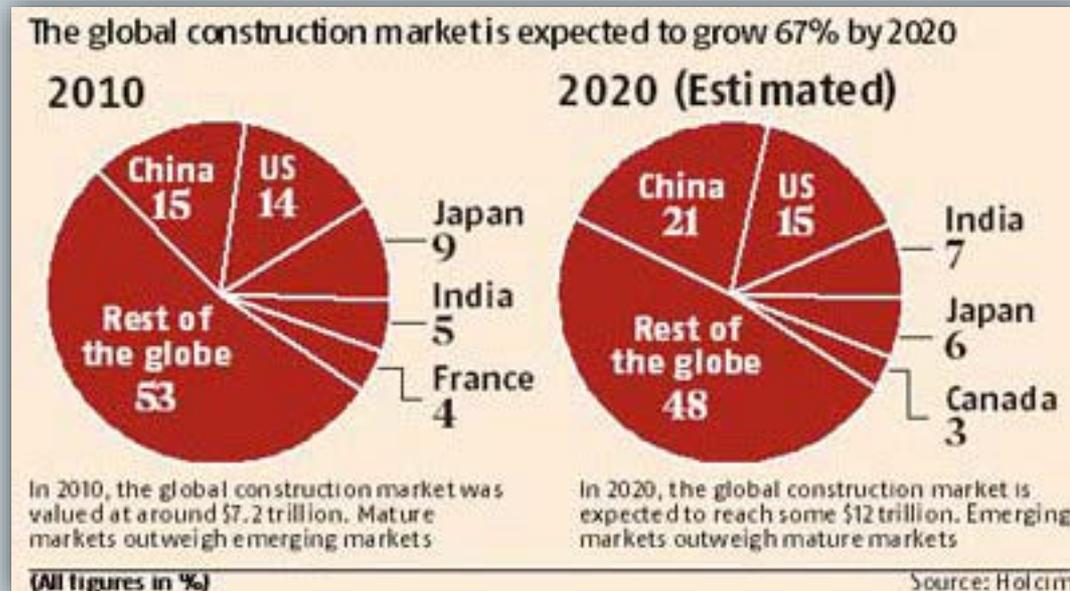


- La responsabilité sociale d'entreprise (RSE) englobe non seulement ce que les entreprises font avec leurs bénéficiaires, mais aussi la façon dont ils les réalisent.
- La RSE va au-delà de la philanthropie et de la conformité et tient compte de la façon dont les entreprises gèrent leur impact sur les plans économique, social et environnemental, ainsi que leurs relations dans toutes les sphères d'influence clés, à savoir :
 - le milieu de travail
 - le marché
 - la chaîne d'approvisionnement
 - la collectivité
 - la dimension de la politique publique

Ce que nous faisons importe grandement



- La construction au Canada est une industrie de 171 milliards de dollars qui emploie 1,24 million de travailleurs et qui consomme 40 % de l'énergie du pays et 50 % de ses ressources primaires.
- Le marché mondial de la construction devrait croître de plus de 70 % d'ici 2025.



Cela est-il vrai au Canada?



- « L'industrie de la construction du Royaume-Uni ne peut plus être caractérisée par des projets exécutés en retard, des dépassements de coûts, des frictions commerciales, des paiements tardifs, des accidents, des milieux de travail défavorables, une main-d'œuvre non représentative de la société ni comme une industrie lente à accepter le changement. »
- **Quelle est l'opinion du public et des intervenants à l'égard de l'industrie canadienne de la construction aujourd'hui?**
- **Les mesures de RSE adoptées par tous les secteurs de l'industrie contribuent à relever la barre des entreprises pour les chefs de file et ont un effet d'entraînement sur les autres.**

Faire de bonnes actions est bon pour les affaires



- Une performance et une rentabilité financières plus solides grâce à des gains d'efficacité opérationnelle
- Des relations améliorées avec le milieu des investisseurs et un meilleur accès aux capitaux
- Des relations améliorées avec les employés, ce qui donne de meilleurs résultats sur les plans du recrutement, de la motivation, du maintien en poste, de l'apprentissage, de l'innovation et de la productivité
- Des relations plus solides avec les collectivités et une acceptabilité sociale accrue (permis social)
- Une réputation et une image de marque rehaussées



RSE = rendement positif des investissements

Les entreprises ayant un niveau élevé d'engagement des employés avaient :

19 %

une augmentation de 19 % de leur bénéfice d'exploitation et une croissance de presque 28 % de leur bénéfice par action.

Les entreprises ayant de faibles niveaux d'engagement ont vu leur bénéfice d'exploitation baisser de plus de :

32 %

et leur bénéfice par action baisser de plus de 11 %.

72 %

des Américains employés ayant à décider entre deux emplois offrant la même description de travail, le même salaire et les mêmes avantages dans un même endroit ont choisi de travailler pour l'entreprise qui appuyait également des œuvres de bienfaisance.

Les employés qui participent activement aux causes/programmes de leur entreprise sont :

28 %

plus susceptibles d'être fiers des valeurs de leur entreprise ET

36 %

plus susceptibles de ressentir un profond sentiment de loyauté que ceux qui ne participent pas.

75 %

des dirigeants indiquent qu'ils ont l'intention de maintenir ou d'accroître leurs investissements dans le travail social, les blogues, les wikis et autres technologies qui encouragent la collaboration entre pairs.

56 %

des membres de la génération Y qui participent souvent aux activités bénévoles de leur entreprise évaluent de manière positive la culture de leur entreprise.

79 %

des entreprises ont indiqué que les dons ont augmenté avec un plus grand choix de programmes de dons en milieu de travail.

90 %

des consommateurs veulent que les entreprises leur dévoilent les façons dont elles appuient des causes.

75 %

indiquent que les marques et les entreprises ne divulguent pas assez d'information au sujet de leur causes et programmes locaux de bienfaisance.

41 %

des Américains indiquent avoir acheté un produit parce qu'il était associé à une cause ou un enjeu au cours de la dernière année – soit le double par rapport à 1993.

Le coût de l'inaction



- La perte de la confiance et de l'intérêt public peut réellement entraîner la défaite de projets
- Une boussole morale peu développée et mal conçue sera un enjeu et un fardeau de plus en plus importants pour les entreprises.



Plusieurs marques d'intégrité dans le secteur de la construction

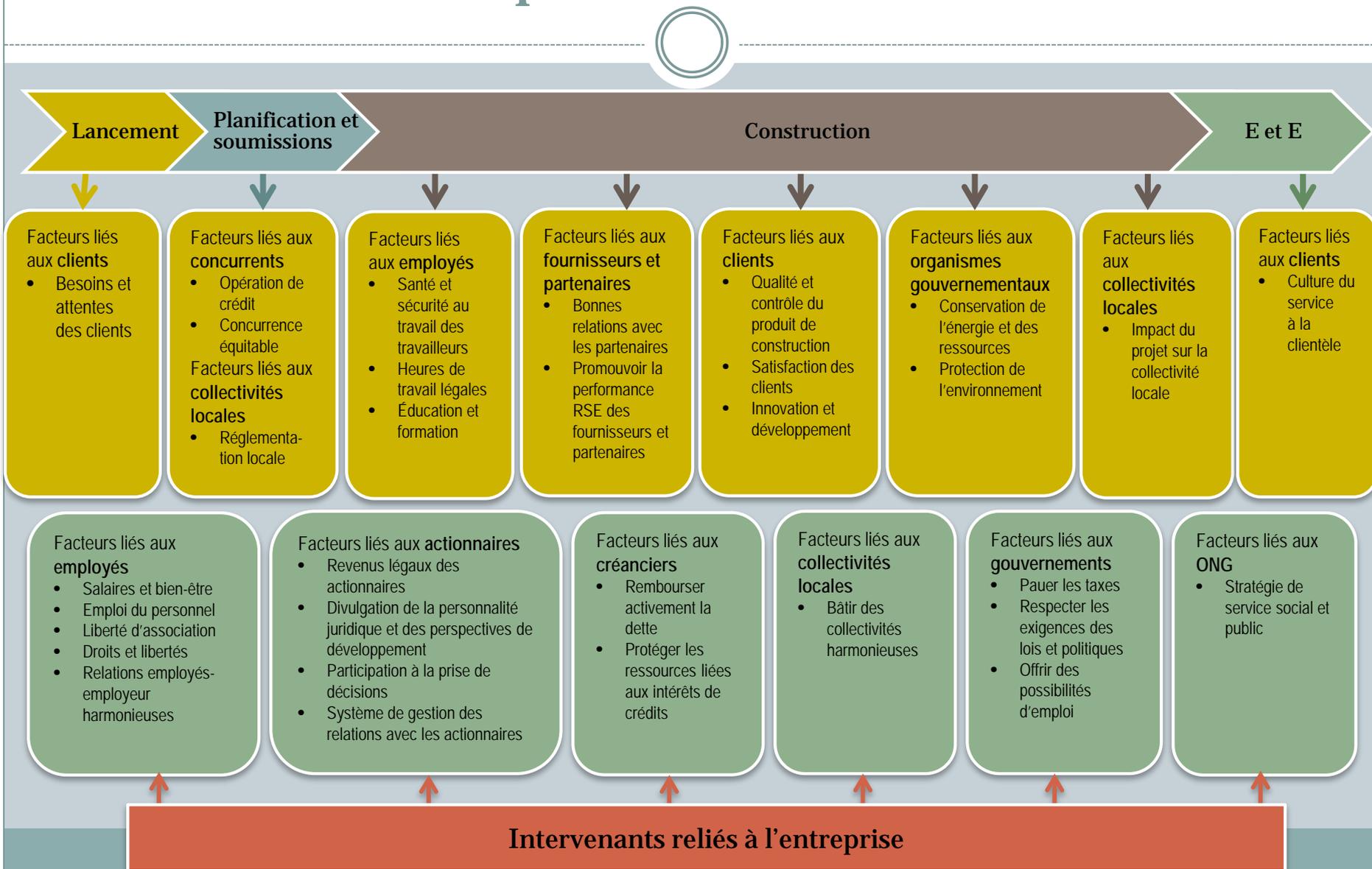


- Selon le classement de Deloitte et de CIBC de 2013 des sociétés les mieux gérées au Canada, 30 % d'entre elles œuvrent dans les secteurs de l'immobilier, de la conception/génie ou de la construction (16 des 47 lauréats) :

1. Vista Projects
2. AMEC Black & McDonald
3. CCI Inc.
4. Landmark Group of Builders
5. Deslaurier Custom Cabinets Inc.
6. Island West Coast Developments Ltd.
7. Scandinavian Building Services
8. Modu-Loc Fence Rentals
9. J.L. Richards
10. Lemay
11. Sealweld Corporation
12. Skyline International Development
13. Deep Foundations Contractors
14. J.W. Lindsay Enterprises Limited
15. Upside Engineering Ltd.
16. Westcorp Inc.



Facteurs de la RSE pertinents pour les entreprises de construction



Systemes d'évaluation de la RSE



Compact et initiative	Systemes normalisés	Responsabilité et directives	Indices d'évaluation
Global Reporting Initiative (GRI)	ISO9001:2000	SA8000	Dow Jones Sustainability Index (DJSI)
The United Nations Global Compact (2000)	ISO14001:1996	Série de normes AA1000	Environmental Performance Index (EPI)
	ISO26000		Ethibel Sustainability Index
	OHSAS18001:1999		FTSE KLD 400 Social Index
	OHSAS18002:2000		

Le RSE est à la base de l'évolution de la marque : Où se situe la « marque » de l'industrie de la construction aujourd'hui?



La marque comme symbole de pouvoir

« J'envisage la marque comme un leader pour me guider. »

- P&G
- Marlboro



La marque comme symbole de contrôle

« J'envisage la marque comme un leader pour me définir. »

- BMW
- Rolex
- HushPoppies



La marque comme symbole de partenariat

« La marque a un effet de synergie avec moi. C'est un outil d'expression personnelle. »

- Nike
- Saturn
- Apple



La marque comme symbole de valeurs

« La marque correspond à mes valeurs. Elle exprime qui je suis et j'exprime ce qu'elle est. Une relation symbiotique. »

- Whole Foods
- Lululemon

Années
1950-1960

Années
1970-1980

Années
1990

21^e siècle

La RSE en tant que changement de culture



- La RSE est un concept bien plus vaste qu'une simple forme d'investissements qui distingue une entreprise ainsi que ses biens et services
- Il faut davantage y penser en termes de gestion de changement, c.-à-d. réexaminer et repenser la façon dont l'entreprise devrait fonctionner à partir de la base jusqu'au sommet.
- Quoiqu'il en soit, le leadership en matière de RSE commence au sommet.



Tendances – la confiance du public sera essentielle, ce sera la clé du succès



- Le permis social (acceptation sociale) est spécifique au projet et non spécifique à l'entreprise. Il faut gagner la confiance et l'acceptation et constamment veiller à les maintenir.
- La connectivité sociale signifie que les erreurs commises par les entreprises sont connues instantanément par tous et partout et, bien qu'elles puissent être pardonnées, elles feront l'objet de débats et de discussions inépuisables et ne seront jamais oubliées.
- La cote de confiance d'une entreprise sera plus importante que sa cote de crédit (il suffit de constater l'émergence de « regroupements de confiance » tels que TrustRank, TrustCloud, etc.)
- Les tendances démographiques laissent entendre que la concurrence pour recruter des travailleurs qualifiés augmentera la pression pour des emplois de construction à l'étranger avec l'adoption de « méthodes de construction modernes » (prémontage, préfabrication, etc.)

Rôle des associations de l'industrie



- Se tenir au courant des tendances / enjeux et tenir les membres informés
 - Encourager les membres à adopter des programmes de durabilité
 - Continuer à perfectionner l'analyse de rentabilisation en matière de durabilité/ Aider à obtenir l'adhésion et l'appui de la haute direction
 - Promouvoir la responsabilité de l'industrie auprès de la population
 - Faciliter la participation des parties prenantes
 - Créer une plateforme commune pour tirer parti des intérêts partagés / traiter avec les parties prenantes
 - Établir des objectifs pour favoriser l'avancement de l'industrie
 - Fixer des balises pour évaluer la performance des membres
 - Échanger et diffuser des exemples de pratiques exemplaires
- Mettre au point des guides et des outils pratiques
 - Travailler en partenariat avec d'autres (gouvernement, ONG) pour donner de la formation et des ateliers
 - Encourager l'apprentissage entre pairs
 - Organiser des discussions de l'industrie sur des questions de durabilité
 - Représenter l'industrie dans une initiative d'établissement de normes, élaborer des codes de pratiques
 - Se pencher sur des enjeux particuliers qui concernent la durabilité, au besoin (p. ex. la RSE dans la chaîne d'approvisionnement, le consumérisme éthique, les questions liées à l'air, l'eau et la terre, la valorisation de la marque de durabilité)
 - Encourager les gouvernements à reconnaître la performance en matière de durabilité de l'association et de ses entreprises membres

Préparé pour la BC Construction Association



**HELEN GOODLAND RIBA MBA
BRANTWOOD CONSULTING**

www.brantwoodreci.com