

RAPPORT SUR LA CARTOGRAPHIE DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES

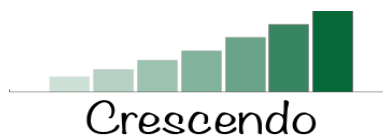
Réalisé pour le compte de la

CCIHC
Chambre de Commerce et d'Industrie Haitiano-Canadienne

Dans le cadre du partenariat avec :

Le PNUD
Le Programme des Nations Unies pour le Développement

Par :



Nathalie Pierre-Louis Laroche

Le 26 Mars 2020

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire exécutif	3
1- Le contexte	5
2- Les participants à l'enquête	6
3- Objectifs de la cartographie	6
4- Méthodologie et déroulement	7
4.1 Conception du formulaire de collecte de données et validation.....	7
4.2 Mobilisation des partenaires	9
4.3 Collecte des données	9
5- Leçons apprises	10
6- Analyse des résultats	12
6.1 Section des informations d'ordre générique sur l'entreprise	12
6.2 Section positionnant l'entreprise par rapport à la RSE et son appropriation.	13
6.3 Section déterminant le positionnement des entreprises quant aux 6 piliers RSE priorisés.	17
A- Pilier portant sur les Relations et Conditions de travail:.....	17
B- Pilier relatif aux Consommateurs:.....	20
C- Pilier portant sur la Loyauté des pratiques d'affaires:.....	22
D- Pilier portant sur la Gouvernance de l'organisation (Actionnaires):	24
E- Pilier portant sur l'Environnement:.....	28
F- Pilier portant sur les communautés et le développement local :	31
6.4 Section relative à l'implication éventuelle des entreprises au salon de la RSE.....	33
7- Conclusion	36
8- Annexes	38
9- Références:	39

Sommaire exécutif

Dans le cadre du partenariat PNUD-CCIIHC, plusieurs activités ont été réalisées. Après les activités de sensibilisation et de formation, la cartographie des pratiques RSE des entreprises a pour principal objectif, bien sûr d'inventorier les bonnes pratiques mais aussi de sensibiliser, à travers les questions posées, les entreprises à ce qu'elles font déjà ou pourrait faire en matière de RSE et d'avancement des ODD. Ce relevé effectué, permettra de plus de:

- Établir une base de connaissance en matière de RSE accessible aux divers acteurs;
- Poser les bases d'un réseau où les acteurs peuvent partager et s'enrichir de l'expérience mutuelle;
- Dégager des perspectives pour favoriser l'avancement de la RSE et des ODD.

Grace aux efforts conjoints de différentes associations, particulièrement l'Association des Industries d'Haïti, ADIH plus de 600 entreprises ont été contactées et 105 entreprises, employant près de 22,000 personnes, ont participé à la collecte d'information.

Le rapport détaillé ici-bas, analyse les résultats et les réponses obtenues afin de dégager les opportunités d'accompagnement des entreprises pour favoriser l'avancement des objectifs de développement durable, ODD et mobiliser ainsi, le secteur privé à apporter sa contribution.

Le constat est clair, les entreprises sont de plus en plus sensibilisées aux pratiques responsables dans la conduite de leurs affaires (80%). Elles sont principalement motivées par des facteurs de productivité, d'image d'entreprise et d'obligations légales ce qui oriente beaucoup la nature des activités réalisées.

Le pilier relié aux conditions de travail des employés, demeure l'axe le plus actif des entreprises. Néanmoins, il y a opportunité d'amélioration en ce qui a trait à certaines bases telles que la mise en place de règlement intérieur (23% des entreprises n'en n'ont pas), l'existence d'une grille salariale (25% n'en n'ont pas), l'accès à des services de base et/ou essentiels. L'accès à la formation, à la couverture santé et aux prêts sont les avantages sociaux les plus courants, faisant ressortir l'opportunité d'améliorer la qualité des emplois offerts par les entreprises.

La notion d'équité de genre est aussi à travailler puisque mal interprétée par les entreprises qui la confondent soit à la féminisation de certains emplois ou à une ouverture aux femmes, de postes traditionnellement masculins.

Les entreprises disent, dans le pilier relié aux consommateurs, être soucieuses de leurs clients, gage de leur pérennité en affaires. Se traduisant par le souci de leur sécurité et le partage d'informations. En ce qui a trait aux pratiques d'affaires loyales, des avenues d'opportunités se dégagent là pour intégrer dans les approvisionnements, des règles d'achats plus durables : qu'il s'agisse de consommation locale, de la prise en compte de critères sociaux/environnementaux ou même de partenariat avec les fournisseurs.

Le Pilier Gouvernance des organisations traduit, à tout le moins, le désir des entreprises à évoluer dans un environnement plus transparent, plutôt que la réalité d'une Haïti classée parmi les pays les plus corrompus de la région, après le Venezuela, en occupant la 168^{ème} position/180 pays dans le classement annuel de *Transparency International*¹.

Le pilier environnemental ainsi que le pilier communautaire laissent entrevoir une disposition des entreprises à comprendre certains enjeux et à adopter des comportements plus responsables, qui pourrait être davantage mise à contribution pour accroître les impacts. Encore une piste d'opportunité, qui reste à être exploitée.

Cette cartographie, une première pour les entreprises et le secteur privé aura eu l'avantage de faire ressortir les bonnes pratiques des entreprises et surtout de dégager les avenues de travail pour les différents acteurs œuvrant à faire avancer les Objectifs de Développement Durable. Des entreprises très impliquées ont même témoigné de leur volonté à assumer un leadership plus présent auprès du grand public pour inspirer et motiver leurs pairs.

La Chambre de Commerce et D'Industrie Haïtiano-Canadienne, CCIHC remercie sincèrement le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) d'avoir permis, par l'entremise de son support et de son accompagnement financier la réalisation de cette cartographie qui sera disponible aux acteurs, pour fin de consultation.

¹ <https://www.transparency.org/country/HTI#>

CARTOGRAPHIE

DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES

1- Le contexte

Dans le cadre du partenariat entre le PNUD et la Chambre de Commerce et d'Industrie Haitiano-Canadienne (CCIHC) visant à soutenir l'avancement des **Objectifs de Développement Durable (ODD)** à l'échelle pays plus particulièrement au sein du secteur privé et de la société civile, plusieurs activités devaient être réalisées.

Alors que le forum 1 visait à sensibiliser les acteurs de la société civile, les institutions et plus particulièrement les acteurs du secteur privé sur la nécessité d'adopter des approches plus responsables; Le forum 2 lui visait à enclencher un processus d'engagement volontaire des acteurs du secteur privé en élaborant les bases d'un code de conduite.

La quatrième composante du projet consistait à réaliser un inventaire des actions RSE des entreprises pour en établir une cartographie.

Intégrer à la stratégie d'entreprise ou de l'institution, la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) permet d'ancrer davantage les entreprises et institutions dans leur communauté tout en favorisant la croissance économique et l'apaisement du climat social, d'où l'intérêt de la CCIHC sur le sujet.

Les objectifs recherchés par cette cartographie sont globalement de sensibiliser les entreprises aux bonnes pratiques de la RSE notamment en les questionnant et en les amenant à s'autoévaluer et une fois les résultats compilés, partager et diffuser les bonnes pratiques.

2- Les participants à l'enquête

Afin d'être le plus inclusif possible et d'enrichir au mieux les informations collectées. La CCIHC a mobilisé divers partenaires en plus d'impliquer d'autres chambres de commerce et d'industries ainsi que des associations du secteur privé. Le partenaire clé de cette cartographie a été incontestablement l'Association des Industries d'Haïti (ADIH) qui est impliquée sur la thématique de la RSE depuis le Forum 2.

Ont participé les associations suivantes :

- La Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Ouest - CCIO
- La Chambre de Commerce et d'Industrie Franco-Haïtienne – CCIFH

Ont été invité et sollicité à participer mais n'ont pas donné suite :

- La Chambre de Commerce et d'Industrie Américaine en Haïti- AMCHAM
- La Chambre de Commerce et d'Industrie des Femmes- CCFEH
- Sa Se Biznis Pam – SSBP
- La Chambre de Commerce et d'Industrie du Nord – CCIN
- La Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Artibonite – CCIA
- La Chambre de Commerce et d'Industrie du Sud – CCIS

Sur près de 600 entreprises contactées et relancées tant par courriel que par les enquêteurs : 105 ont répondu à l'enquête représentant près de 22,000 emplois dans l'économie haïtienne.

3- Objectifs de la cartographie

Organisée par la CCIHC dans le cadre du projet avec le PNUD, et en partenariat avec l'Association des Industries d'Haïti (ADIH), la cartographie des entreprises et de leurs pratiques RSE a pour principal objectif bien sûr d'inventorier les bonnes pratiques mais aussi de sensibiliser, à travers les questions posées, les entreprises à ce qu'elles font déjà en matière de RSE ou encore à ce qu'elles pourraient faire. Les résultats obtenus de la cartographie pourront par la suite être partagés dans une perspective de renforcement des bonnes pratiques pouvant servir à inspirer d'autres entrepreneurs.

Plus spécifiquement le projet portant sur la cartographie visait à :

- 1) Réaliser une cartographie des entreprises qui font de la RSE
- 2) Sensibiliser les entreprises Haïtiennes sur leurs actions et leurs apports aux ODD
- 3) Établir une base de connaissance en matière de RSE accessible aux divers acteurs
- 4) Poser les bases d'un réseau où les acteurs peuvent partager et s'enrichir mutuellement
- 5) Partager les résultats et dégager des perspectives pour l'avancement de la RSE et des ODD

4- Méthodologie et déroulement

La réalisation de la cartographie a nécessité les étapes suivantes :

4.1 Conception du formulaire de collecte de données et validation

Le formulaire de collecte de données a été conçu en tenant compte des activités précédemment réalisés (Forum 1 et 2) afin d'améliorer la qualité de l'information. Le Formulaire de collecte a été divisé en 4 grandes sections réparties telles que suit:

- 1) Des questions visant à collecter des informations d'ordre générique sur l'entreprise
- 2) Des questions visant à positionner l'entreprise par rapport à la RSE et son appropriation.
- 3) Des questions visant à saisir le positionnement des entreprises quant aux 6 piliers prioritaires de la RSE, traduisant alors les Objectifs de Développement Durable dans un langage d'entreprise : simple, facilement accessible concret et proche de leur réalité. Le tableau ci-bas récapitule la structure des questions en liens avec les ODD.
- 4) Des questions portant sur leur implication éventuelle au salon de la RSE.

Le tableau récapitulatif des questions en liens avec les ODD.

Piliers couverts dans le formulaire de collecte de données	ODD prioritaires adressés	ODD secondaires adressés
a) Pilier portant sur les Relations et Conditions de travail	<p>ODD 8 : Portant sur le travail décent et la croissance économique</p> <p>ODD 5 : Parvenir à l'égalité des sexes</p>	<p>ODD 3 : Permettre à tous de vivre en santé.</p> <p>ODD4 : Assurer l'accès à l'éducation et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie (4.3 et 4.4)</p> <p>ODD 10 : Réduction des inégalités</p> <p>ODD 11 : Favoriser le développement de villes et de communautés durables</p>
b) Pilier relatif aux Consommateurs	<p>ODD 9 : Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation</p>	<p>ODD4 : Assurer l'accès à l'éducation et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie (4.3 et 4.4)</p> <p>ODD 10 : Réduction des inégalités</p>
c) Pilier portant sur la Loyauté des pratiques d'affaires	<p>ODD 9 : Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation.</p>	<p>ODD 12 : Promouvoir la consommation et la production responsables</p>
d) Pilier portant sur la Gouvernance de l'organisation	<p>ODD 16 : Promouvoir la paix, la justice et les institutions efficaces</p>	<p>ODD 17 développer des partenariats pour la réalisation des objectifs.</p>
e) Pilier portant sur l'Environnement	<p>ODD 11 : Favoriser le développement de villes et de communautés durables</p> <p>ODD 12 : Promouvoir la consommation et la production responsables</p> <p>ODD 14 : Préserver la vie aquatique et exploiter durablement les ressources.</p> <p>ODD 15 : Préserver les ressources terrestres.</p>	<p>ODD 6 : Garantir l'accès à l'eau relativement à la gestion durable de la ressource</p> <p>ODD 7 : Portant sur l'accès et l'utilisation des énergies propres et durables</p> <p>ODD 13 : Relativement à la lutte contre les changements climatiques</p>
e) Pilier portant sur les communautés et le développement local.	<p>ODD 10 : Réduction des inégalités</p> <p>ODD 1 Éliminer la pauvreté sous toutes formes</p> <p>ODD 8 : Portant sur le travail décent et la croissance économique</p> <p>ODD 9 : Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation</p>	<p>ODD 2 : Éliminer la faim</p> <p>ODD 3 : Permettre à tous de vivre en santé</p> <p>ODD 4 : Assurer l'accès à l'éducation</p> <p>ODD 6 : Garantir l'accès de l'eau à tous</p> <p>ODD 11 : Favoriser le développement de villes et de communautés durables</p>

4.2 Mobilisation des partenaires

Les mêmes partenaires du forum précédent ont été mobilisés cependant seul l'ADIH s'est montré intéressé à participer. Les partenaires ont été invités à valider la démarche et le mode de diffusion. Il a été convenu que les entreprises seraient contactées par courriel puis mobilisées et aidées des enquêteurs pour améliorer le nombre de réponses.

Une lettre d'accompagnement introduisait l'enquête :

La Chambre de Commerce et d'Industrie Haïtiano-Canadienne, CCIHC, vous présente ses salutations et est heureuse de vous inviter, dans le cadre de notre partenariat avec le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) et l'Association des Industries d'Haïti (ADIH) à prendre part à notre enquête qui permettra d'élaborer une cartographie des actions de Responsabilité Sociale de nos entreprises.

La Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) est l'engagement et la contribution des entreprises à l'avancement des 17 objectifs de développement durable (ODD) auxquels Haïti s'est engagé d'ici à 2030.

Cette enquête visant à répertorier ce que nos entreprises haïtiennes font actuellement en matière de RSE, permettra de :

- 1) Inventorier les bonnes pratiques de nos entreprises;*
- 2) Partager les expériences et inspirer d'autres entrepreneurs;*
- 3) Poursuivre avec des activités porteuses de sens et de valeurs pour nos entreprises;*
- 4) Cibler où sont les besoins spécifiques d'accompagnement et de renforcement pour accroître les impacts.*

Le processus prend en moyenne une vingtaine de minutes. Vous remerciant déjà de votre participation, soyez assuré que les informations recueillies demeureront confidentielles et seules les bonnes pratiques seront partagées pour fin de renforcement.

Notre équipe demeure à votre disposition pour toute question ou commentaire.

4.3 Collecte des données

La cartographie s'inscrivant dans une démarche de RSE, il était important pour la CCIHC que les impacts soient maximisés. Aussi, le profil des enquêteurs a été établi tel que suit.

- Finissant universitaire du niveau Baccalauréat ou Licence provenant des programmes de Sc. Économiques, Gestion et administration ou de statistiques;
- Connaissances des outils informatiques;
- Excellente approche client;
- S'exprimant parfaitement en français et en créole.

Les partenaires habituels en liens avec les jeunes, ont été sollicités pour référer des candidats soient : l'université Quisqueya, l'Inaguei et Haiti Efficace.

Neuf (9) jeunes finissants ont ainsi été retenus et recrutés pour une période de 1 mois afin de réaliser la collecte des données. Ils ont reçu une formation durant une après-midi notamment sur ce qu'est la RSE et le lien avec les ODD et la façon d'aborder les entreprises sur le terrain. Le plan de formation est joint en annexe.

Une liste initiale de 202 entreprises membres et « followers » de la CCIHC et de l'ADIIH a été établie, pour être contactée en priorité. Par la suite la CCIO et la CCIFH ont accepté de diffuser la communication à leurs entreprises membres. Nous évaluons qu'ainsi 150 entreprises supplémentaires ont été directement sollicitées à participer. Les enquêteurs ont pu élargir leurs sollicitations à d'autres entreprises formelles n'appartenant à aucune chambre de commerce.

Le lien permettant de participer à la cartographie a largement été diffusée à travers notre site web ainsi que nos réseaux sociaux. Plus de 600 entreprises ont ainsi été informées du processus en cours.

La collecte d'information a eu lieu sur une période de 1 mois allant du 13 février au 13 mars 2020.

5- Leçons apprises

Selon nos divers indicateurs : nombre d'entreprises sollicitées, nombre de répondants, les données et commentaires recueillies, nous pouvons dire que pour la première fois, une Cartographie de la RSE a été établie et les objectifs de départ ont été atteints :

- a) Réaliser une cartographie des entreprises qui font de la RSE
- b) Sensibiliser les entreprises Haïtiennes sur leurs actions RSE et leurs apports aux ODD
- c) Établir une base de connaissance en matière de RSE accessible aux divers acteurs
- d) Poser les bases d'un réseau où les acteurs peuvent partager et s'enrichir mutuellement
- e) Partager les résultats et dégager des perspectives pour l'avancement de la RSE et des ODD

Les leçons apprises suite à la réalisation de la Cartographie sont listées tel que suit:

- Comme pour les activités précédentes, une coordination logistique systématique de la CCIHC a permis que la cartographie soit réalisée.
- Le travail en partenariat sur la thématique de la RSE et des ODD est capital et d'autant plus difficile que :
 - o Les institutions haïtiennes sont faibles et celles du secteur privé ne sont pas épargnées.
 - o La crise socio-politique que connaît le pays depuis juillet 2018 a résulté en un lot de conséquences économiques dramatiques pour le secteur privé puisque plusieurs entreprises ont fermé leurs portes, ont appris les enquêteurs de terrain (évalué à 7% de fermeture d'entreprise en l'espace de seulement 3 mois). Cette situation économique préoccupante pour le pays, couplée à une volatilité de la situation Politico-sociale et la nécessité de gérer les urgences et priorités ont aussi, selon nous, influencés la propension des entrepreneurs à participer à la cartographie.
- La CCIHC dans une perspective de cohérence aux valeurs de la RSE, a utilisé principalement des finissants comme enquêteurs de terrain. En plus de les former sur la thématique RSE, sur l'approche client et sur la façon de remplir l'enquête, ces jeunes ont bénéficié d'une première expérience de travail enrichissante qui leur a permis de développer leur propre réseau de contacts. Deux des neuf jeunes employés pour la cartographie, se sont fait offrir des opportunités en entreprise.
- La RSE et les ODD sont des sujets qui doivent être intégrés au niveau stratégique de l'entreprise et traduits dans les opérations. Le contexte Haïtien fait que nos entreprises n'ont pas une stratégie systématiquement définie, encore moins quelqu'un en charge de ce dossier en entreprise. Ce qui fait que les grandes institutions ont rencontré des difficultés pour répondre à l'enquête, puisque l'information relève de plusieurs départements dans l'entreprise.

Cette intégration au niveau stratégique transparaît aussi dans les valeurs de l'entreprise et sera déterminant quant à l'engagement réel de l'entreprise dans une stratégie de RSE. Aussi simplement, si l'entrepreneur et les hauts cadres dirigeants ont des valeurs alignées

à la RSE et aux ODD, les stratégies opérationnelles vont le refléter et se mettre naturellement en place. Si les valeurs de la direction diffèrent, les stratégies opérationnelles conformes à la RSE et aux ODD seront plus difficilement adoptées à moins que le retour sur l'investissement soit immédiat et clairement démontré.

6- Analyse des résultats

Les résultats détaillés des répondants sont joints en annexe dans un fichier Excel ainsi qu'un fichier PDF.

La collecte d'informations a touché donc 105 répondants, des institutions formalisées, employant près de 21,800 personnes.

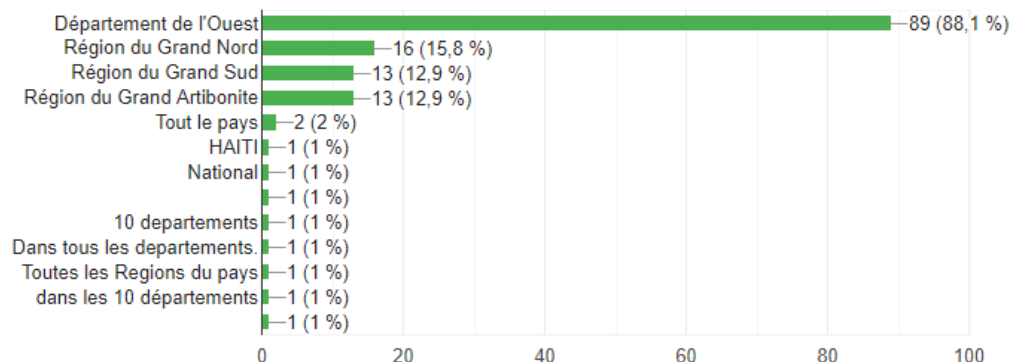
6.1 Section des informations d'ordre générique sur l'entreprise

Les répondants à l'enquête œuvrent principalement (89%) dans le département de l'ouest avec quelques-unes ayant des activités dans les provinces. Seuls 6 entreprises ont répondu œuvrant uniquement en région, soit 5 dans le Nord et 1 dans le Sud.

Les entreprises qui œuvrent au niveau national sont soit des grandes entreprises connues du public du genre des Institutions Financières, Digicel ou Comme Il Faut, ou encore des firmes Conseils qui mobilisent leurs ressources selon les besoins des projets.

1b- Zone géographique d'intervention

101 réponses



Le tableau suivant présente la répartition par secteur, des entreprises ayant pris part à la cartographie. Les entreprises œuvrant dans le secteur des services ont davantage participé avec 37 répondants. Serait-ce un indicateur que les entreprises de ce secteur auraient une meilleure disposition à intégrer des pratiques responsables dans leurs opérations?

De plus, la colonne relative à la moyenne d'employés par entreprise permet de voir les secteurs les plus générateurs d'emplois et sur lesquels il y aurait besoin d'agir pour accroître les impacts relatifs à l'amélioration des conditions de vie globale.

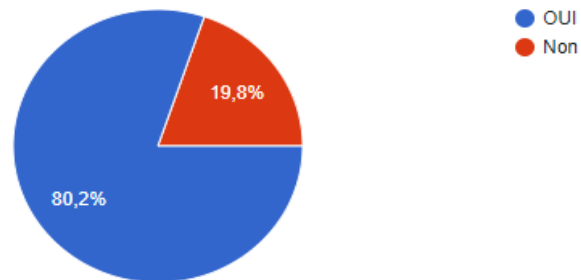
No	Secteurs	Entreprises	Employés	Nbre d'employés / Entreprise
1	Télécom	1	1,000	1,000
2	Manufacturier	14	9,497	678
3	Transport	1	360	360
4	Agro-industrie	14	3,019	216
5	Services	37	5,002	135
6	Commerce	21	2,627	125
7	Sanitation	2	59	30
8	Tourisme	8	233	29
9	Associations/coopératives	5	67	13
10	Energie	2	23	12
	Total	105	21,887	208

6.2 Section positionnant l'entreprise par rapport à la RSE et son appropriation.

La RSE a fait son chemin et plus de 80% des entreprises y sont sensibilisées, soit 2% de plus depuis le forum 1 de la mi-octobre dernier. À noter que la notion de Responsabilité Sociale des Entreprises date d'à peine 5 ans réellement en Haïti.

4- Etes-vous familier avec le concept de Responsabilité Sociale d'entreprise RSE?

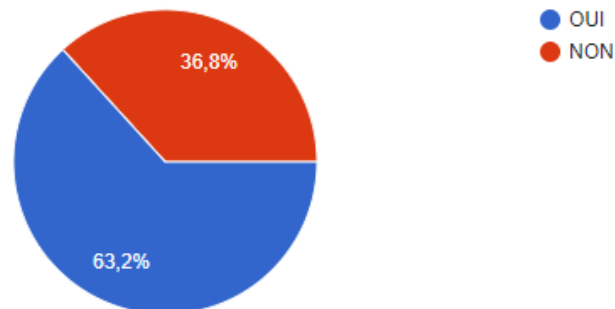
106 réponses



Cette même avancée des pratiques responsables en entreprise se confirment. En effet, bien que la plupart des entreprises désirent mettre en œuvre une démarche RSE (94%), seules 63.2% des entreprises disent l'avoir effectivement fait contre 52% lors du Forum 1.

5- Votre organisation est-elle engagée dans une démarche formelle de Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)?

106 réponses



71% Des entreprises utilisent des ressources internes pour la mise en place de la RSE, les autres ayant fait appel à des ONG et à des consultants externes.

Cependant, les entreprises tardent à y investir réellement, puisque seules 40% en ont dégagé un budget précis pour la RSE notamment via un pourcentage des revenus. On voit aussi émerger l'entreprise qui se définit « sociale » c'est-à-dire celle dont « l'objectif social ou sociétal d'intérêt commun est la raison d'être de l'entreprise ; ou encore celle dont soit les bénéficiaires sont

principalement réinvestis dans l'entreprise ou encore le mode d'organisation et de gestion intègrent des principes démocratiques, participatifs, ou de justice sociale"².

La notion de standards internationaux via des certifications restent très méconnues par les entreprises haïtiennes qui confondent ceux-ci avec les autorisations de fonctionnement des autorités étatiques. 9 entreprises disent détenir ou en cours d'obtention d'une certification. Les plus courantes sont dans le secteur manufacturier avec le WRAP et le FLA, suivi de ISO et HACCP dans le secteur agro-industrie. La certification Bio n'a été notée que pour une entreprise et une nouveauté le « *Hult Prize* » qui reconnaît l'entreprise sociale.

La question 8 du sondage portant principalement sur les éléments motivants la stratégie RSE des entreprises fait ressortir leurs préoccupations liées à la performance de l'entreprise. Les motivations liées à la productivité, à l'image de l'entreprise et aux obligations légales, sont les trois premiers déclencheurs de la stratégie RSE. Le partage des valeurs, comme quatrième déclencheur est un prolongement du partage d'une vision de l'entreprise transmise à sa communauté.

Cette information est précieuse par le fait qu'elle permet de cibler spécifiquement quels sont les éléments qui intéressent les entreprises et quel est le langage à tenir pour attirer leur attention. Tout autre aspect, de la RSE ou des ODD devrait être abordé selon ces trois aspects : Productivité, Image et Obligations légales pour réellement être entendu des entrepreneurs en attendant de pouvoir réellement faire évoluer leurs valeurs vers des notions plus durables prenant en compte le bien commun.

Un tableau synthèse résume les éléments motivants les entreprises à intégrer la RSE à leur stratégie et à travailler dans le sens des ODD :

² https://www.lemonde.fr/economie/article/2011/10/31/actions_1596288_3234.html

Motivation	Qté	%
Améliore la Productivité	43	20.87%
Image de l'entreprise	36	17.48%
Obligations légales	24	11.65%
Partage de valeurs	23	11.17%
Conditions de travail	13	6.31%
Climat de travail	13	6.31%
Résout des problèmes de la communauté et solidarité communautaire	12	5.83%
Fidéliser la clientèle	8	3.88%
Satisfaction client	8	3.88%
Préserver l'environnement	8	3.88%
Créer de la richesse et renforcer l'économie locale	8	3.88%
Durabilité	4	1.94%
Innovation	3	1.46%
Attire les investisseurs	2	0.97%
S'aligner aux ODD	1	0.49%
Total	206	100.00%

Aussi il n'est donc pas étonnant, comme le montre le tableau ci-bas présentant les champs d'intervention des stratégies RSE, que les stratégies de RSE mises en place soient principalement tournées vers a) Les employés et leurs familles b) Le partage et l'implication avec la communauté environnante. Les stratégies liées à l'environnement arrivent en troisième position des actions mises en œuvre par les entreprises. Ce résultat interpelle dans la mesure où on s'interroge est-ce la préoccupation de l'image de l'entreprise ou le partage d'une vision / valeur de l'entreprise se préoccupant réellement de l'environnement qui motivent ces actions liées à l'environnement.

L'analyse du tableau ci-bas démontre la diversité des champs d'intervention des entreprises, mais aussi les opportunités d'amélioration d'impacts notamment en ce qui a trait au :

- a) Renforcement des capacités clients pour améliorer la productivité des entreprises et accroître la sensibilité à la RSE et aux ODD, donc multiplier les impacts.
- b) La prise de conscience de la notion d'accessibilité aux services essentiels comme potentiels de développement et de croissance économique

c) L'intérêt d'encadrer les jeunes d'autant que près de 52% de la population est âgée de moins de 24 ans³.

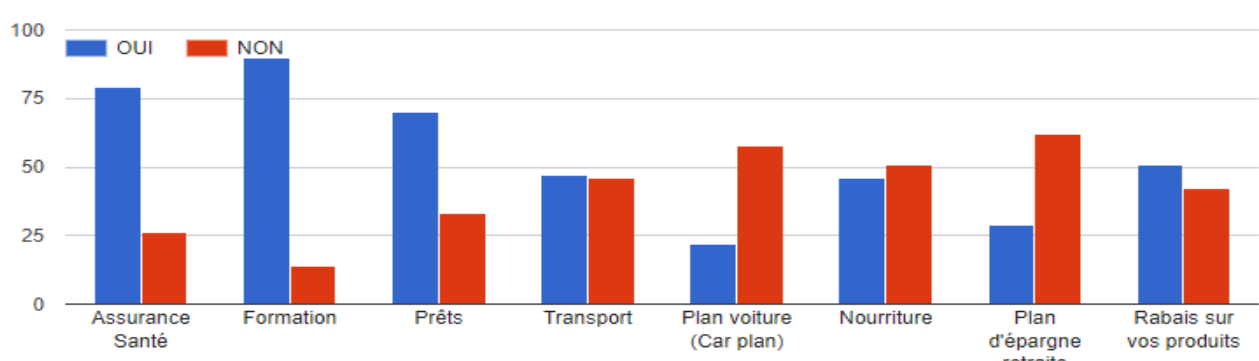
Stratégies RSE & domaines d'intervention (Q9)	Qté	%
Avantages pour leurs employés et leurs familles	24	22.64%
Partage et implication dans la communauté	13	12.26%
Environnement	12	11.32%
Renforcement des clients et partenaires	10	9.43%
Dons	8	7.55%
Développement et accompagnement des jeunes	8	7.55%
Renforcement du secteur d'activité	6	5.66%
Qualité du service	5	4.72%
Sport	4	3.77%
Education	4	3.77%
Facilite l'accès aux services essentiels	4	3.77%
Santé	2	1.89%
Création de richesse	2	1.89%
Respect des lois / gouvernance de l'organisation/ Ethique	2	1.89%
Implication à la vie associative	1	0.94%
Développement de partenariat	1	0.94%
Total	106	100.00%

6.3 Section déterminant le positionnement des entreprises quant aux 6 piliers RSE priorisés.

A- Pilier portant sur les Relations et Conditions de travail:

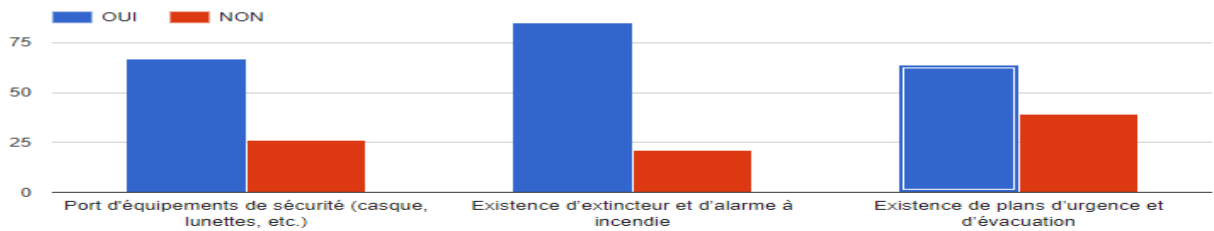
ODD prioritaires adressés	ODD secondaires adressés
ODD 8 : Portant sur le travail décent et la croissance économique ODD 5 : Parvenir à l'égalité des sexes	ODD 3 : Permettre à tous de vivre en santé. ODD4 : Assurer l'accès à l'éducation et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie (4.3 et 4.4) ODD 10 : Réduction des inégalités ODD 11 : Favoriser le dévelop. de villes et de communautés durables

³ <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ha.html>

	OUI	NON	PRÉCISER																											
10.1 Mise en place d'un règlement intérieur formel	77%	23% *	*Dont 3% > 100 employés Exigible selon le Code du Travail																											
10.2 Salaire basé sur une grille salariale formelle	75%	25%*	* Dont 2% > 100 employés																											
10.3 Les employés perçoivent au moins le salaire minimum légal	95%	5% *	*Le 5% relevant de TPE																											
10.4 Les avantages sociaux dont bénéficient les employés :																														
<p>10.4 Les employés bénéficient d'avantages sociaux :</p>  <table border="1"> <caption>10.4 Les employés bénéficient d'avantages sociaux :</caption> <thead> <tr> <th>Avantage</th> <th>OUI (%)</th> <th>NON (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Assurance Santé</td> <td>78</td> <td>22</td> </tr> <tr> <td>Formation</td> <td>90</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Prêts</td> <td>70</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>Transport</td> <td>48</td> <td>48</td> </tr> <tr> <td>Plan voiture (Car plan)</td> <td>22</td> <td>58</td> </tr> <tr> <td>Nourriture</td> <td>48</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>Plan d'épargne retraite</td> <td>30</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>Rabais sur vos produits</td> <td>50</td> <td>42</td> </tr> </tbody> </table>				Avantage	OUI (%)	NON (%)	Assurance Santé	78	22	Formation	90	10	Prêts	70	30	Transport	48	48	Plan voiture (Car plan)	22	58	Nourriture	48	50	Plan d'épargne retraite	30	60	Rabais sur vos produits	50	42
Avantage	OUI (%)	NON (%)																												
Assurance Santé	78	22																												
Formation	90	10																												
Prêts	70	30																												
Transport	48	48																												
Plan voiture (Car plan)	22	58																												
Nourriture	48	50																												
Plan d'épargne retraite	30	60																												
Rabais sur vos produits	50	42																												
10.5 Facilite l'accès des employés à d'autres services Ex : financiers, logement, bourse d'étude, etc.	52% *	48%	* - Prêts internes sans intérêt - Prêts à la consommation - Bourses d'études et support scolaire à la rentrée des classes Sont les formes courantes																											
10.6 Emploie autant d'hommes que de femmes / Pourcentage ?:	Voir note ci bas.																													
10.7 Établi un dialogue avec les employés via un outil de communication formel. Réponse: Dialogue supposant une communication bidirectionnelle. Nous avons exclu des réponses mentionnant les bulletins, tableau d'affichage, mémo, etc. qui sont unidirectionnels.	84%	18%	Après Whatsapp-13, Les faces à faces, politiques de portes ouvertes, RH demeurent les 2 ^{ème} mode de communication les plus utilisés. Puis viennent les courriels-5, l'Intranet 5, autres réseaux 6, Boites à suggestions 6, enquête 1.																											
10.8 Organise des activités pour les employés	72%	32%	Sont soulignés: journées récréatives, fêtes de fin d'année et anniversaires. Les activités de partage communautaire et de team building sont rares.																											

10.9 Évalue et prévient les risques pouvant affecter la santé et la sécurité

10.9 Évalue et prévient les risques pouvant affecter la santé et la sécurité



10.10 Facilite l'intégration sur le marché du travail de :

* Jeunes et de stagiaires

87%

13%

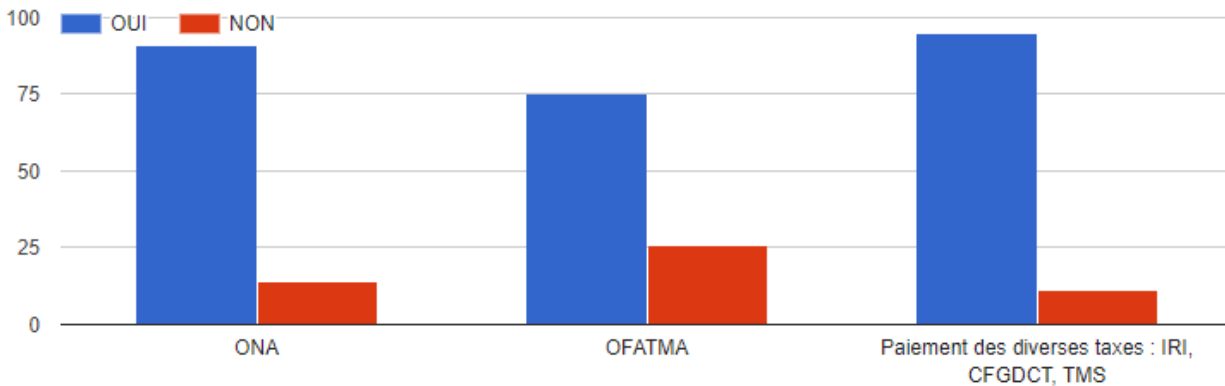
* Personnes en situation d'handicap

31%

69%

10.11 Respect des obligations légales :

10.11 Respect des obligations légales :



Les réponses relatives à la question de l'équité de genre méritent un peu plus d'attention. En effet alors qu'à priori 44% contre 45% des entreprises ont déclaré employé autant d'hommes que de femmes, l'analyse des commentaires nous révèlent une toute autre réalité. En effet, 60% des entreprises n'emploieraient pas autant de femmes que d'hommes, donc davantage en situation d'inéquité contre 40% d'entreprise qui seraient en situation d'équité de genre. Cet écart dans les pourcentages, s'explique principalement par le fait qu'il y ait dans la réalité, mécompréhension du concept d'équivalence d'emploi hommes/femmes ou de concept d'équité de genre en emploi. Cette mécompréhension est à deux niveaux :

- a) Une entreprise à 60% d'hommes vs. 40% de femmes se considère en situation d'équité de genre puisqu'elle considère avoir intégré beaucoup de femmes dans un environnement traditionnellement masculin.
- b) Des entreprises évoluant dans des secteurs où les emplois sont traditionnellement féminins (santé/Infirmières; secrétaires/réceptionnistes, ouvrières de factories), se considèrent aussi en équivalence puisqu'elles considèrent prioriser l'emploi de femmes.

Ceci fait donc ressortir pour le secteur privé, une opportunité de correction pour tous les acteurs œuvrant sur la thématique d'équité de genre.

Dans les autres initiatives mentionnées pour développer un environnement de travail sain, on retrouve :

- Une forte concentration autour des initiatives dites « productives », à la base de la pyramide des besoins de Maslow, telles que : a) les diverses formes de primes, de bonus ou de participation aux ventes ou aux profits b) La reconnaissance individuelle via les formes d'employés du mois ou de l'année c) des cadeaux divers et mêmes des tarifs privilégiés sur les produits et services de l'entreprise.
- Plusieurs initiatives de niveau intermédiaire favorisant le bien-être et le développement de l'employé telles que : a) l'aménagement d'espace de travail agréable b) l'organisation de retraites favorisant « les team building » c) la flexibilité des horaires de travail d) le développement de carrière d) L'espace de gym en milieu de travail
- Plus rarement des initiatives tournées vers le partage et la communauté notamment à travers des visites de sites culturels ou encore de journée de solidarité avec la communauté.

B- Pilier relatif aux Consommateurs:

ODD prioritaires adressés	ODD secondaires adressés
ODD 9 : Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation	ODD4 : Assurer l'accès à l'éducation et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie (4.3 et 4.4) ODD 10 : Réduction des inégalités

		OUI	NON	PRÉCISER
CLIENTS	10.14 Informe correctement sur les produits et services (contrats)	93.2%	6.8%	
	10.15 Les produits et services sont sécuritaires pour les clients	95 %	4.9%	
	10.16 Mesure systématiquement la satisfaction de ma clientèle	90% *	9%	*Le dialogue client est le moyen privilégié. 12 % font des enquêtes / sondages
	10.17 Gère les plaintes et offre un service après-vente	91%	9%	

La notion d'accessibilité aux services essentiels est très peu connue par les entreprises. Les grandes maisons de commerce et institutions financières semblent être les plus familières dans la mesure où leurs produits, notamment l'accès au crédit, offrent à leurs clients des perspectives de développement, de croissance et d'accès à des produits essentiels (énergie, moyen de production, etc.). Il y a donc là aussi, une opportunité pour les entreprises, d'innover et d'améliorer l'accessibilité des clients aux services essentiels, facteur qui pourrait avoir un impact considérable pour la croissance économique et la productivité des entreprises.

Une majorité d'entreprise affirment éduquer et sensibiliser leurs clients soit 82% contre 17% ceci, soit relativement à leurs produits et services mais de plus en plus sur des sujets externes notamment via des journées portes ouvertes, des visites de leurs installations, des conférences, des webinars, des activités de partage, etc. Ces statistiques laissent entrevoir des opportunités de renforcement de la clientèle et d'un marketing de contenu à plus grande valeur ajoutée.

Parmi les autres initiatives reliées à la clientèle mentionnées par les entreprises, citons :

- Des programmes de fidélisation et de primes;
- L'offre de garantie et le retour de produits à date d'expiration proche;
- L'organisation de jeux ou de concours;
- L'établissement de réseaux de communication systématiques à travers des leaders formels et informels

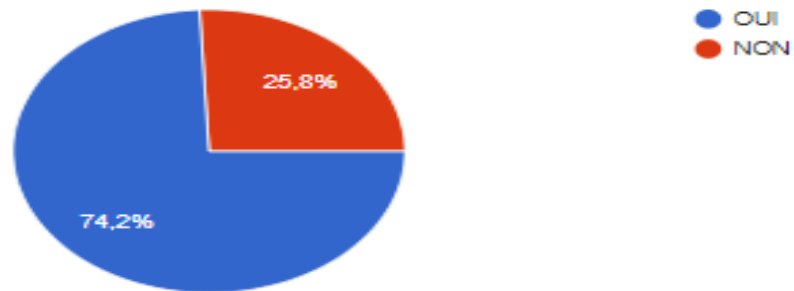
C- Pilier portant sur la Loyauté des pratiques d'affaires:

ODD prioritaires adressés	ODD secondaires adressés
ODD 9 : Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation.	ODD 12 : Promouvoir la consommation et la production responsables

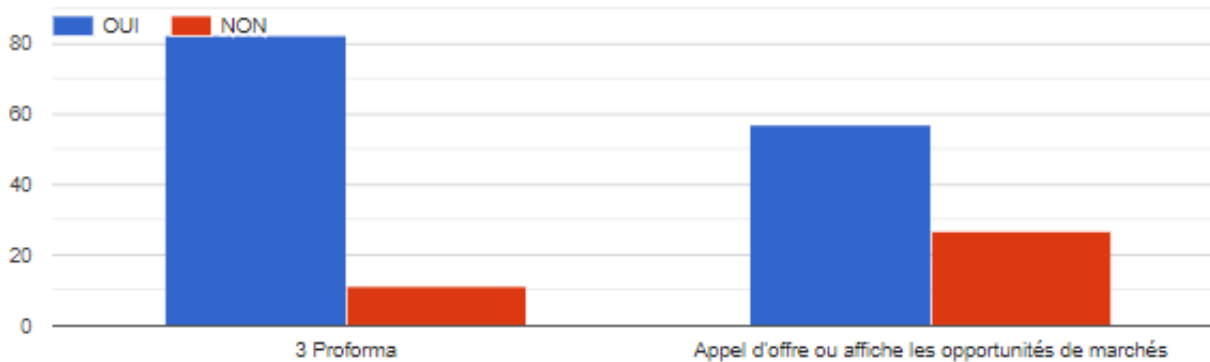
Soucieuses de maintenir leur compétitivité, les entreprises ont adopté certaines bonnes pratiques qui semblent devenir de plus en plus la norme :

10.22 Priorise les produits et fournisseurs locaux dans les approvisionnements

97 réponses



10.23 Favorise la concurrence loyale



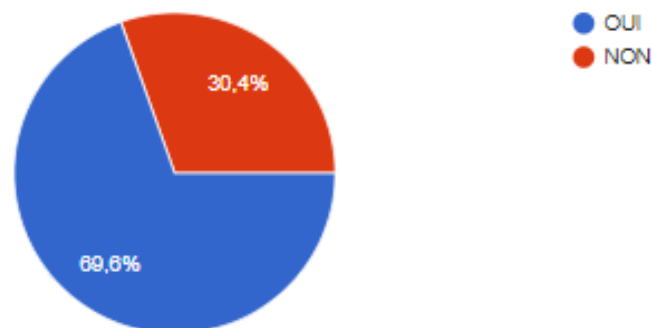
La notion de rapidité de paiements des fournisseurs semble par contre relative. En effet, bien que la plupart des entreprises disent payer rapidement, la norme semble être davantage autour de 30 jours plutôt que 1 à 2 semaines.

En ce qui a trait aux initiatives responsables impliquant les fournisseurs, beaucoup reste encore à faire. Bien que les entreprises priorisent le relationnel avec leurs fournisseurs ou les notions de respect et de dialogue priment, le partenariat n'est pas souvent mentionné. Cependant, il pourrait représenter de superbes opportunités de renforcement, de croissance et même d'innovation, tant pour les entreprises que pour leurs fournisseurs.

La propension des entreprises disant utiliser des critères sociaux dans leurs décisions d'approvisionnement laisserait entrevoir une propension à influencer rapidement les comportements des entreprises via des codes de conduite ou des normes spécifiques. Aussi les grands acheteurs, ayant la capacité d'influencer le marché, devrait systématiquement intégrer des critères sociaux dans leurs approvisionnements afin d'obliger leur chaîne de valeur à adopter des comportements plus responsables, ce qui permettrait d'accroître rapidement les impacts et d'améliorer le standard des entreprises.

10.26 Promeut les valeurs durables auprès des fournisseurs via un code de conduite

92 réponses



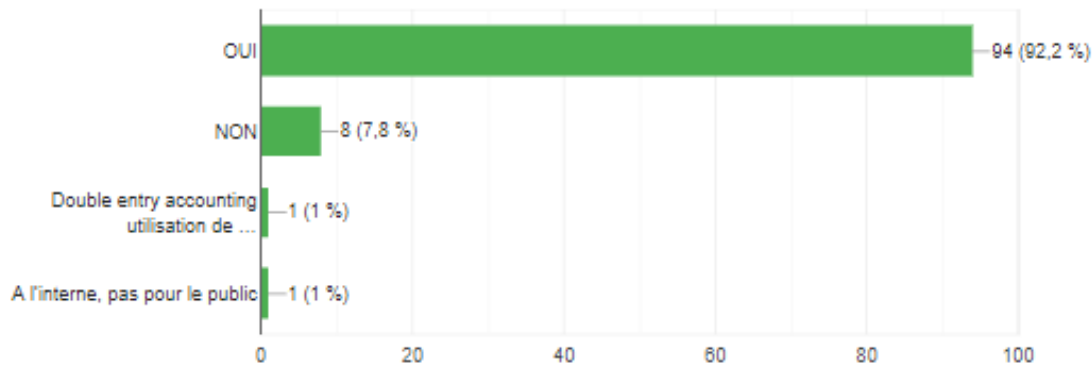
D- Pilier portant sur la Gouvernance de l'organisation (Actionnaires):

ODD prioritaires adressés	ODD secondaires adressés
ODD 16 : Promouvoir la paix, la justice et les institutions efficaces	ODD 17 développer des partenariats pour la réalisation des objectifs.

Engagement RSE - Pilier gouvernance de l'organisation

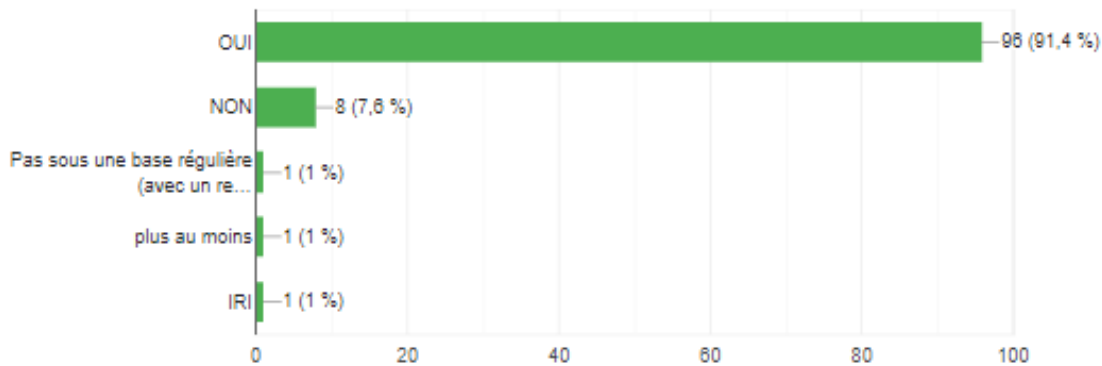
10.28 Tient une comptabilité transparente

102 réponses

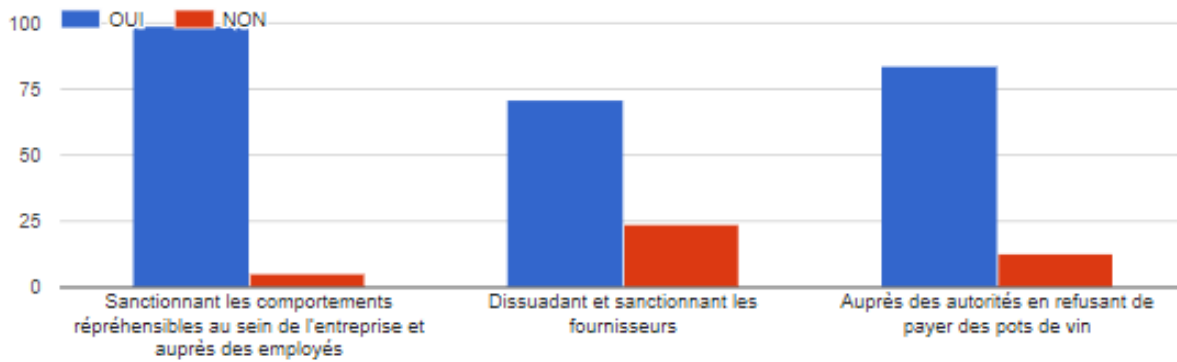


10.29 Paie ses taxes

105 réponses

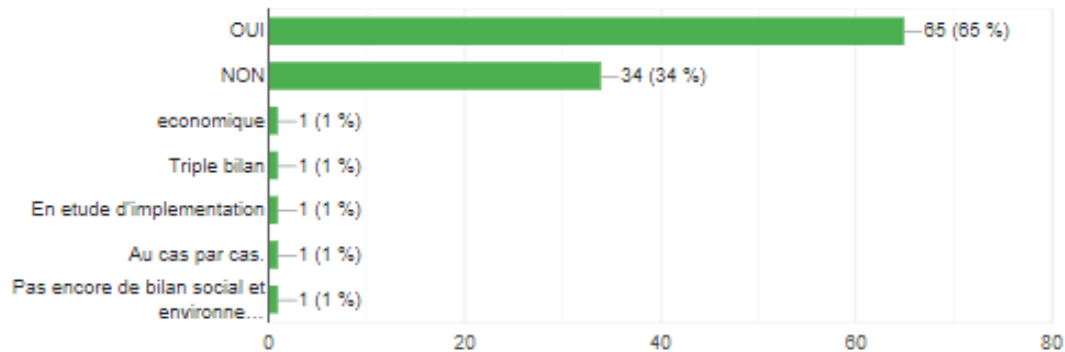


10.30 Lutte contre la corruption via une politique claire & des actions concrètes :



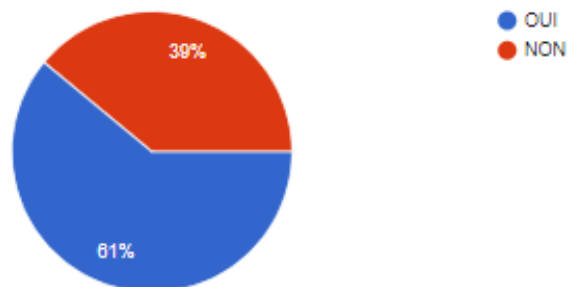
10.31 Monitore à travers des tableaux de bord le triple bilan de l'entreprise :

100 réponses



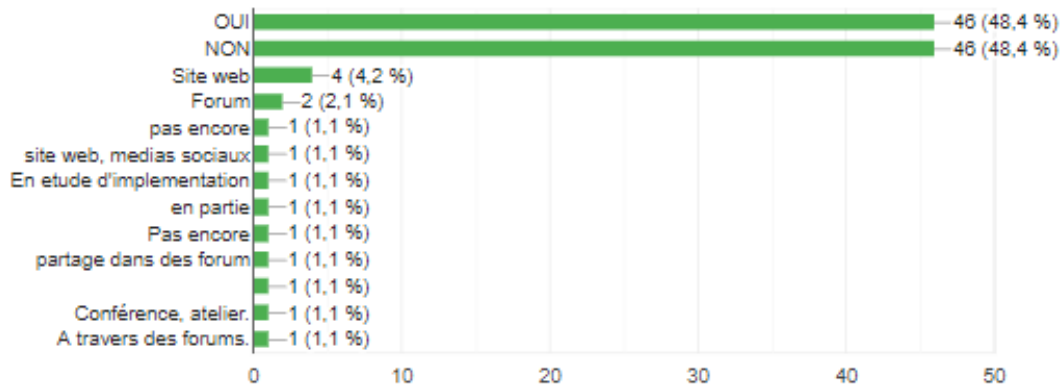
10.32 Mobilise les associations patronales pour l'adoption de pratiques responsables

100 réponses



10.33 Communiquer sur ses implications en RSE (reporting)

95 réponses



La section portant sur la gouvernance visait davantage à sensibiliser les entreprises en les interpellant sur leur positionnement actuel et les actions qu'elles entreprennent ou non, qu'à collecter des données réelles fiables. Car il était prévisible que peu d'entreprises allaient répondre qu'elles ont une comptabilité non-transparente d'autant que la tendance progresse maintenant vers les entreprises citoyennes et socialement responsables. En effet, à l'heure où de plus en plus la corruption est décriée, le simple fait de questionner les entreprises sur le sujet, les oblige à prendre conscience de leur part de responsabilité et de l'évolution des mœurs et des pratiques. Si certains comportements étaient relativement courants, tolérés et acceptés dans le passé, ils deviennent de plus en plus honteux, décriés et inacceptables de la part d'une entreprise qui a pignon sur rue.

Quatre autres faits intéressants de cette section, sont :

- a) 61% des répondants contre 39% mobilisent les associations patronales pour l'adoption de pratiques responsables. Ces statistiques identifient l'opportunité pour les associations patronales d'enrichir leurs rôles de lobby et de réseautage habituels d'un leadership sur les questions de RSE et d'ODD. Ceci est d'autant plus vrai qu'un leadership assumé au sein d'une association, permettrait d'adresser les préoccupations communes de productivité et d'image des entreprises.
- b) La grande proportion (65%) des entreprises affirment produire un Triple bilan de l'entreprise tenant compte tant des retombées financières que des retombées sociales et

environnementales. Bien que beaucoup d'entreprises ont développé l'habitude de parler d'emplois directs et indirects, notamment dans le secteur du textile, il ne nous avait pas semblé que le secteur privé avait intégré le Triple bilan comme nouvelle norme. Néanmoins, intégrer aux traditionnels bilans financiers des bilans sociaux et environnementaux serait un bel acquis pour le secteur privé. Comme dit précédemment à la section de la bonne gouvernance, à défaut que les réponses soient effectivement fidèles à la réalité, elles auront le mérite d'interpeller et de guider les entreprises vers l'évolution des façons de faire plus responsables et alignées aux normes du Global Compact des Nations Unies.

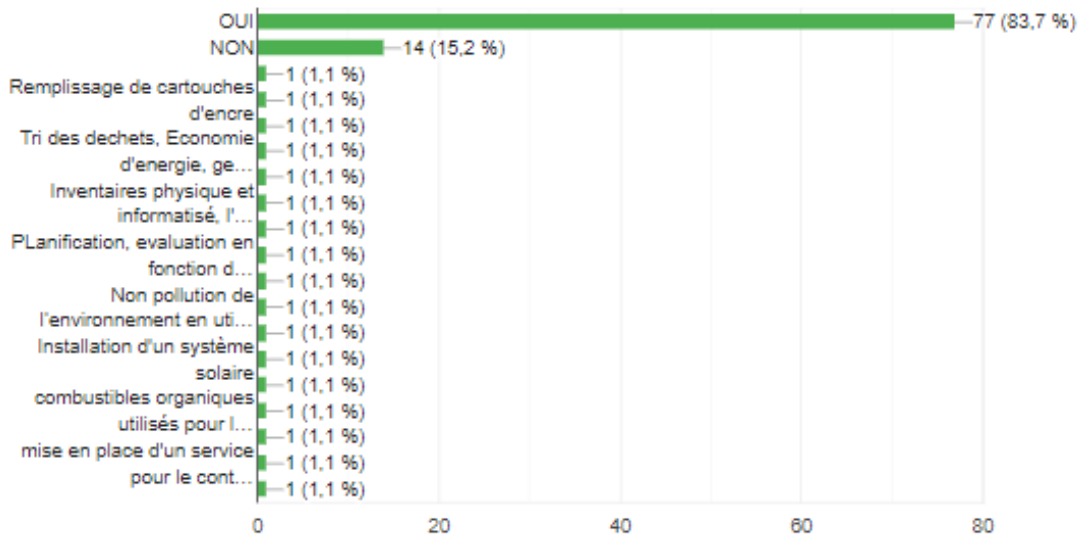
- c) L'opportunité, pour les entreprises, de communiquer autour de leur RSE vu que seules 48% des entreprises disent le faire. Or, toutes les retombées attendues en terme « d'image d'entreprise » ne peuvent réellement survenir que si les implications sociales sont réelles, avec des résultats concrets et diffusés. Cette communication des actions RSE est toute aussi importante pour ancrer les entreprises dans leur communauté et en faire de réels « acteurs de croissance et de développement de la société ».
- d) Parmi les pratiques que les entreprises adoptent pour garantir une bonne gouvernance on retrouve :
 - Un bon processus de planification;
 - La promotion de valeurs éthiques et responsables au sein de l'entreprise et même voire à l'adoption d'un code d'éthique;
 - La formation tant des collaborateurs que des partenaires;
 - Une gestion transparente et participative;
 - Bien sûr, les audits qui s'adaptent mieux aux entreprises d'une certaine taille et comportant plusieurs actionnaires;
 - Les certifications ISO qui garantissent le respect de procédures, de façons de faire et de validation de la qualité à travers le traitement des non-conformités;
 - Le dialogue avec les parties prenantes afin de dégager des partenariats productifs.

E- Pilier portant sur l'Environnement:

ODD prioritaires adressés	ODD secondaires adressés
<p>ODD 11 : Favoriser le développement de villes et de communautés durables</p> <p>ODD 12 : Promouvoir la consommation et la production responsables</p> <p>ODD 14 : Préserver la vie aquatique et exploiter durablement les ressources.</p> <p>ODD 15 : Préserver les ressources terrestres.</p>	<p>ODD 6 : Garantir l'accès à l'eau relativement à la gestion durable de la ressource</p> <p>ODD 7 : Portant sur l'accès et l'utilisation des énergies propres et durables</p> <p>ODD 13 : Relativement à la lutte contre les changements climatiques</p>

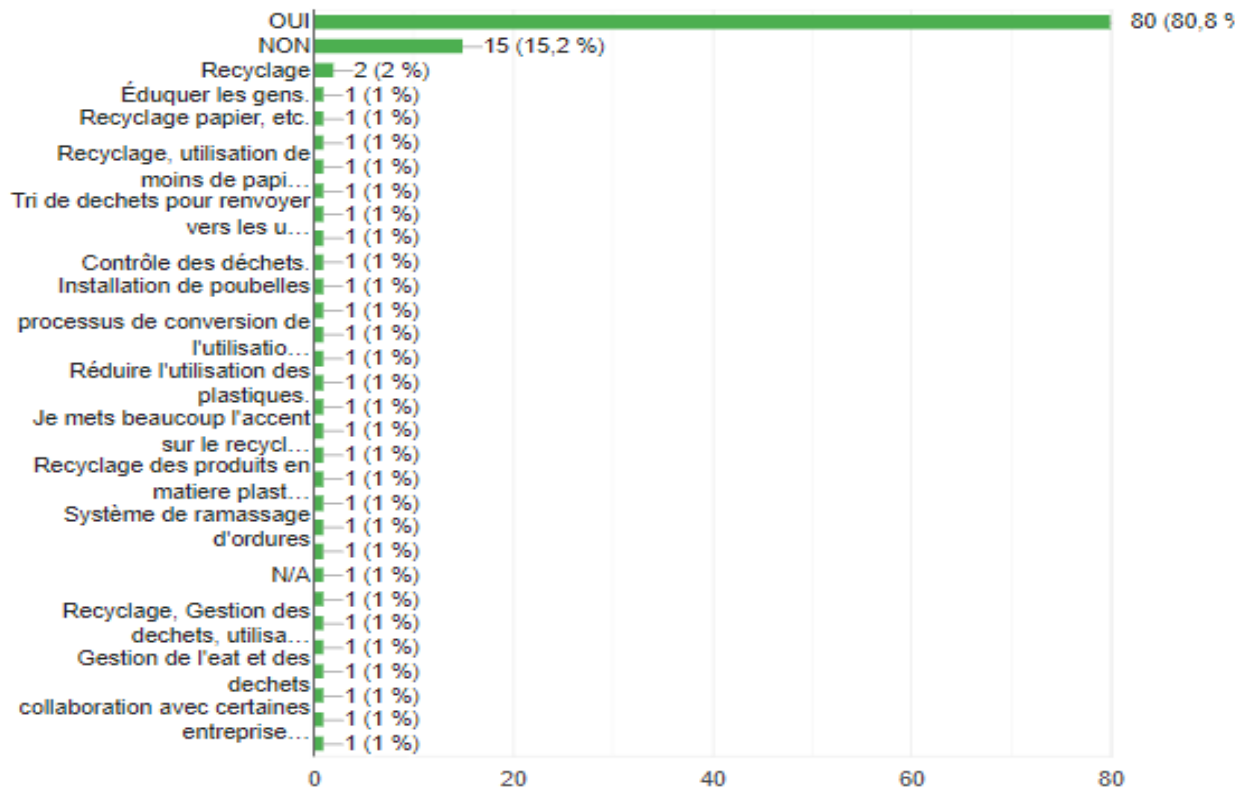
10.35 Mesures mises en place pour utiliser de façon responsable les ressources

92 réponses



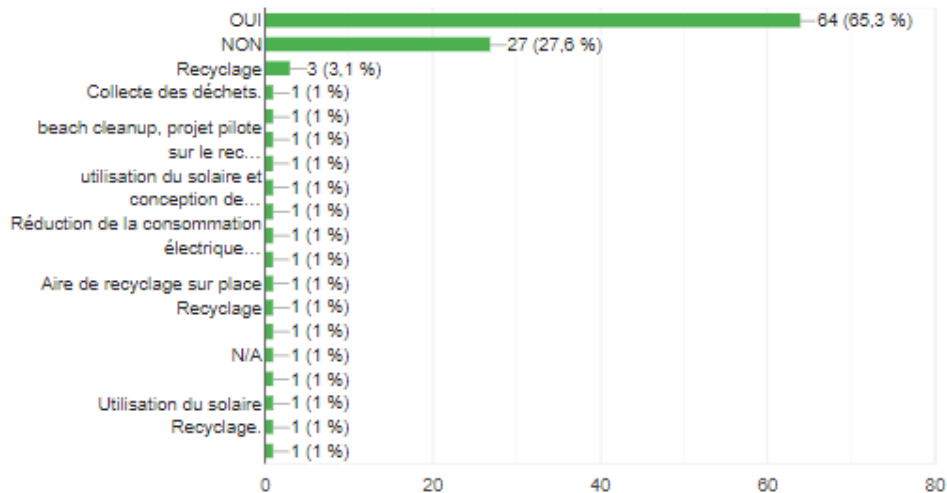
10.36 Mesures mises en place pour limiter la pollution et les impacts environnementaux :

99 réponses



10.37 Mesures Proactives pour protéger l'environnement et/ou assurer le renouvellement des ressources naturelles :

98 réponses



Les graphes ci-hauts nous montrent un intérêt et une sensibilité des entreprises aux questions environnementales, puisque 80% des entreprises disent avoir mis en place des mesures pour limiter leurs impacts environnementaux contre 15% qui n'ont aucune mesure dans ce sens.

77% des entreprises disent avoir mis en place des mesures pour l'utilisation responsable des ressources. Parmi les pratiques mises en œuvre visant à promouvoir la consommation durable des ressources et à protéger l'environnement, on retrouve :

- Le recyclage des déchets notamment du plastique, du carton, du papier, etc. Cet aspect est revenu fréquemment dans les réponses et représente une réelle opportunité pour les acteurs de ce secteur, ce en terme de partenariat que de possibilités de capitaliser sur un changement de comportements à grande échelle.
- L'utilisation de l'énergie solaire;
- La gestion de l'eau à travers des équipements adaptés pour éviter le gaspillage;
- Les systèmes d'évacuation des eaux usées;
- L'utilisation de biomasse pour la combustion;
- La réduction des impressions dans les espaces de bureau et le remplissage de cartouches d'encre;

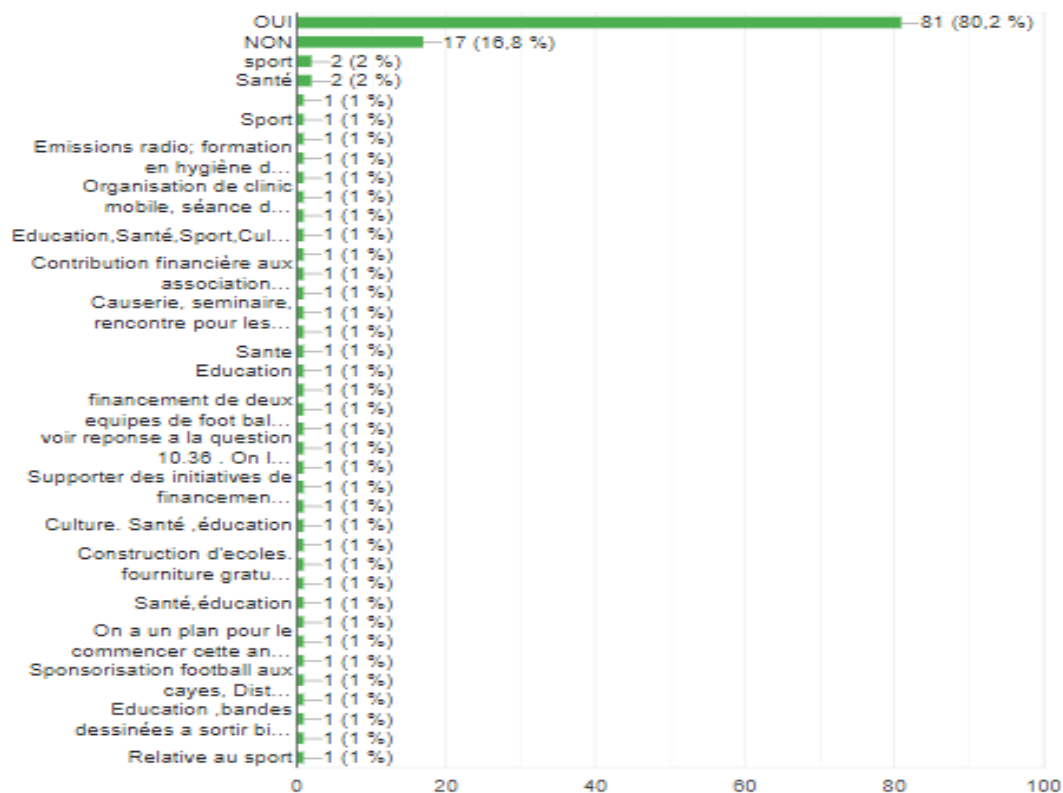
- La promotion du reboisement sous différentes formes : planter, des « cadeaux » sous forme de graines ou de plantules, support à des organismes directement impliqués.

F- Pilier portant sur les communautés et le développement local :

ODD prioritaires adressés	ODD secondaires adressés
<p>ODD 10 : Réduction des inégalités</p> <p>ODD 1 Éliminer la pauvreté sous toutes formes</p> <p>ODD 8 : Portant sur le travail décent et la croissance économique</p> <p>ODD 9 : Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation</p>	<p>ODD 2 : Éliminer la faim</p> <p>ODD 3 : Permettre à tous de vivre en santé</p> <p>ODD 4 : Assurer l'accès à l'éducation</p> <p>ODD 6 : Garantir l'accès de l'eau à tous</p> <p>ODD 11 : Favoriser le développement de villes et de communautés durables</p>

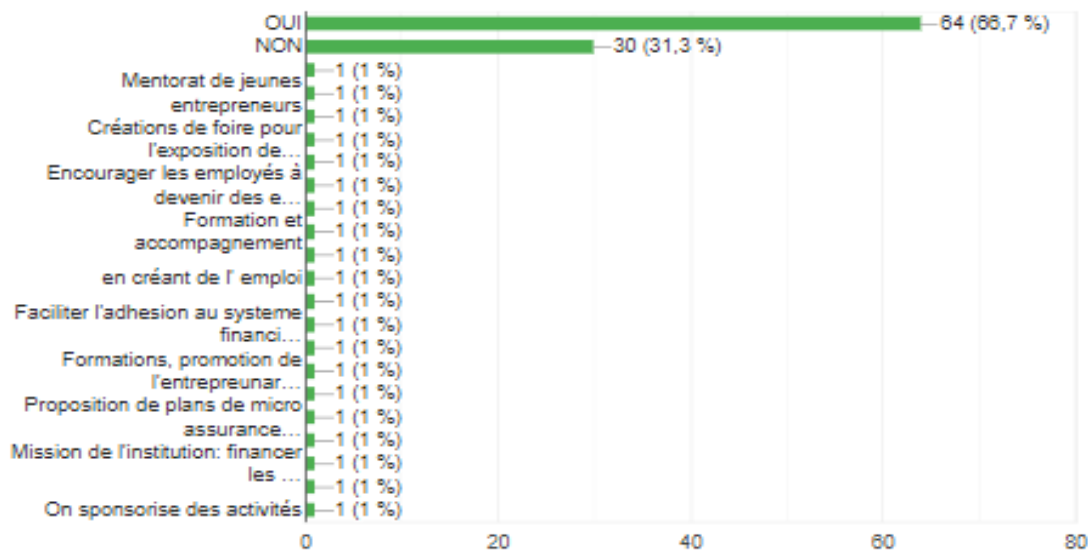
10.38 Initiatives et Implications au sein de la communauté

101 réponses



10.39 Initiatives et Implications visant à créer de la richesse au sein de la communauté

96 réponses



Les réponses obtenues dans la section communauté et développement local font ressortir les points suivants :

- 81% des entreprises interviennent dans des actions au sein de leur communauté contre 17% d'entreprises qui ne le font pas. Les secteurs prioritaires demeurent la santé, l'éducation et le sport. Cependant, les entreprises semblent financer/sponsoriser toute autre activité de la communauté.
- La notion de création de richesse, mis à part les activités mêmes de l'entreprise semble déjà moins naturelle pour les entreprises car le taux de participation tombe à 64%. Celles qui s'impliquent vont prioriser la promotion de l'entrepreneuriat sous différentes formes : financement, mentorat, l'accès au crédit, etc.
- Encourager les employés à s'impliquer dans la communauté est encore moins évident pour les entreprises puisque seules 52% le font contre 47% des entreprises qui n'encouragent pas nécessairement leurs employés. La notion d'implication communautaire, est souvent comprise par les entreprises, comme étant des activités de marketing et de représentation.

Or elle est différente et renvoie davantage à un partage avec la communauté. Quelques entreprises encouragent les employés à participer à des journées de mobilisation d'entreprise avec des thématiques autour du reboisement, de l'éducation, du partage d'expérience, de participation à des collectes de sang, etc. Cependant, les entreprises n'ont pas encore saisi le plein potentiel de ces journées communautaires pour renforcer les valeurs de l'entreprise, développer le travail d'équipe et promouvoir l'image corporative tout en contribuant à une cause.

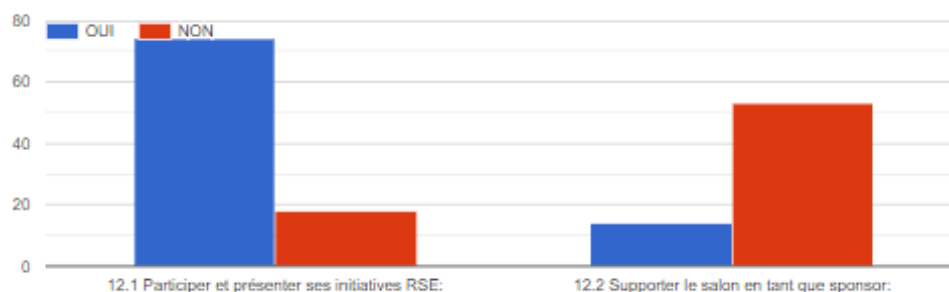
Alors qu'au début du questionnaire les entreprises s'engageaient principalement pour des motifs de productivité et d'image d'entreprise, les résultats qu'elles attendent de leurs actions sont plus inclusives. Bien sûr, les notions précitées demeurent mais elles sont souvent couplées à des notions plus inclusives et impactant la communauté, telles que: être une entreprise modèle pour la communauté, contribuer au développement économique, à la création de richesse, au développement durable, améliorer leur secteur, améliorer le climat social, aider et soutenir la communauté.

6.4 Section relative à l'implication éventuelle des entreprises au salon de la RSE

Dans cette section qui nous permettait de préparer au mieux la prochaine activité prévue soit le salon de la RSE, 4 questions avaient été posées :

- a) Identifier les entreprises intéressées à partager leur expérience

12- Dans la perspective où on organiserait un salon de la RSE visant à promouvoir les pratiques responsables des entreprises, votre entreprise serait intéressée à:

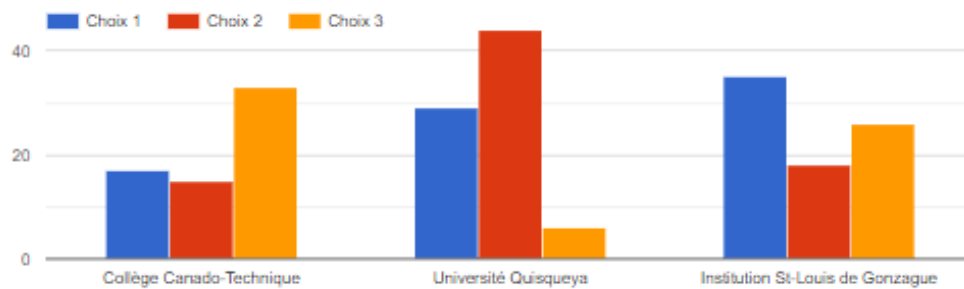


b) Identifier les entreprises intéressées à soutenir financièrement la réalisation du salon
14 entreprises ont manifesté leur intérêt à contribuer. Ceci est d'autant plus intéressant que ces entreprises ne sont pas toutes socialement engagées mais ont manifesté leur volonté à le faire.

c) Le lieu le mieux adapté à ce type d'activité.

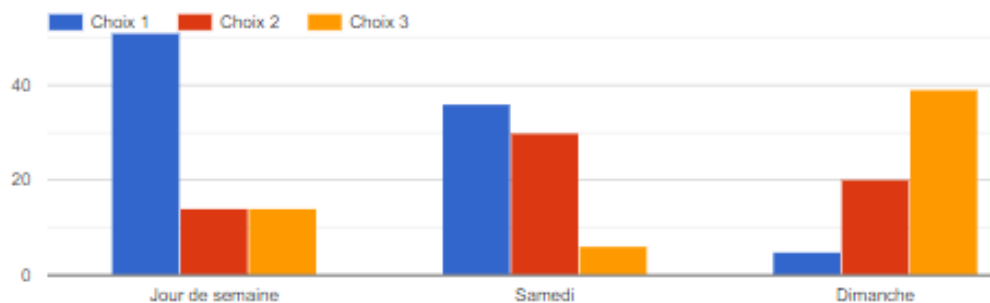
3 sites répondant aux caractéristiques logistiques recherchées avaient été proposés. Le choix des répondants s'est porté sur l'institution St-Louis de Gonzague.

12.3 Dans la perspective de la tenue de ce salon de la RSE, préciser votre ordre de préférence quant au lieu de l'événement :



d) Le moment qui serait le plus approprié pour le Salon

12.4 Dans la perspective de la tenue de ce salon de la RSE, préciser votre ordre de préférence le jour de l'événement :



Enfin, pour terminer la collecte d'information, les participants étaient invités à faire part de leurs commentaires et de leurs suggestions. 46 Répondants ont partagé leurs commentaires que nous résumons dans le tableau synthèse suivant.

Commentaires et suggestions	Qté	%
La nécessité de promouvoir la RSE pour continuer son expansion au sein des entreprises	12	21.05%
Poursuivre les activités de formation sur la RSE	6	10.53%
La difficulté de participer au salon car l'entreprise est en Province	6	10.53%
Salon de la RSE lieu et moment propice compte tenu des troubles sociaux, contraintes de sécurité et contexte économique	5	8.77%
Compliments	5	8.77%
Besoin de subvention pour intégrer la RSE	4	7.02%
Questionnaire long et pas spécifique à leur réalité	4	7.02%
Disposer à Participer à toute activité permettant l'avancement de la RSE	3	5.26%
Promouvoir l' éthique et la responsabilité fiscale au sein des entreprises	3	5.26%
Création d'un Réseau RSE pour le partage des bonnes pratiques	2	3.51%
Mesures d' accompagnement disponibles pour intégrer la RSE au sein de leur entreprise	2	3.51%
Importance d' inviter les jeunes/étudiants dans les activités portant sur la RSE	1	1.75%
Impliquer les acteurs gouvernementaux et communautaires	1	1.75%
Supporter le concept de zone d'intervention cible pour concrétiser les actions	1	1.75%
RSE, ligne de base et mesure d'impacts	1	1.75%
RSE, engagement à long terme de la société pour aller vers le développement	1	1.75%
Total	57	100.00%

7- Conclusion

C'est une grande première qu'une association patronale, grâce au partenariat avec le PNUD, Programme des Nations Unies pour le Développement, ait pu réaliser une cartographie des actions de Responsabilité Sociale des Entreprises haïtiennes. Cette cartographie n'a pas la prétention d'être exhaustive, elle a néanmoins le mérite d'avoir sensibilisé beaucoup d'entreprises à la RSE et mobilisé des entreprises à inventorier volontairement leurs pratiques responsables tout en les orientant vers les normes et standards que promeuvent les ODD et le Global Compact des Nations Unies. De plus, elle a permis de briser le mythe que la RSE était le privilège réservé aux grandes entreprises. En faisant ressortir la multiplicité des pratiques RSE, cette cartographie démontre que les bonnes pratiques sont accessibles à toutes les entreprises, indépendamment de leur taille et que les actions mises en œuvre varient selon les priorités, les contraintes et les moyens des entreprises.

Tout en inventoriant les bonnes pratiques des entreprises, cette cartographie a permis d'identifier des avenues ou les acteurs, notamment la CCIHC et le PNUD pourraient continuer le travail en vue de soutenir les efforts du secteur privé à l'atteinte des ODD :

- Le renforcement des entreprises notamment en ce qui a trait aux normes du travail et à l'amélioration des conditions de travail,
- L'équité en emploi;
- Le renforcement de capacités tant des clients que des fournisseurs dans une perspective de création de valeur ajoutée;
- L'amélioration des processus d'approvisionnement pour y intégrer des critères sociaux et environnementaux avec pour objectifs de multiplier les impacts de chaque dollar investi dans l'économie.
- L'accompagnement des acteurs dans l'adoption de comportements éthiques et fiscalement responsables.
- La communication et la diffusion des triples bilans des entreprises pour améliorer les performances et nous orienter enfin vers le développement durable.

Ce ne sont là que quelques pistes. L'avancement des ODD au sein des entreprises n'en est qu'au tout début, puisque le contexte difficile haïtien fait que nos entreprises demeurent très concernées par les préoccupations liées à leurs obligations légales, à leur productivité et à leur image. Cependant il n'en demeure pas moins qu'elles attendent, de leurs comportements plus responsables, non seulement de servir de modèle à d'autres entreprises mais aussi davantage d'apaisement social et de croissance économique qui seraient profitables à l'ensemble de la communauté. Ces attentes dans les résultats, laissent présager que les entreprises sont prêtes, dès que le contexte économique-politique reviendra à une relative stabilité, à s'engager dans des stratégies de RSE systématiques et des comportements plus responsables, alignés aux Objectifs de Développement Durable.

8- Annexes

Les documents suivants seront joints en annexe :

- Formulaire d'enquête
- Plan de formation des enquêteurs.
- Résultats détaillés de l'enquête. (Format papier seul)
- Base de données Excel

Ces annexes sont soumises sous forme de documents électroniques complémentaires.

9- Références:

https://www.lemonde.fr/economie/article/2011/10/31/actions_1596288_3234.html

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ha.html>

<https://sdg.humanrights.dk/fr/goals-and-targets>

<https://www.transparency.org/country/HTI#>

<https://lenouvelliste.com/article/211516/corruption-haiti-echoue-a-une-168e-place-mondiale-dans-le-classement-de-transparency-international>