



Positive
Company®

Positive Company®

Rapport

d'Impact

2024





Sommaire



- 1. Introduction**
- 2. À propos de Positive Company®**
- 3. Périmètre**
- 4. Analyse de l'impact**
 - 4.1 Impact de la labellisation sur le CA et la rentabilité
 - 4.2 Avantage concurrentiel durable
 - 4.3 Bénéfice sur les appels d'offres
 - 4.4 Mécanismes de partage de la valeur
 - 4.5 Evolution des pratiques d'achat
- 5. Maturité RSE**
 - 5.1 Implémentation de politiques environnementales
 - 5.2 Bilan carbone
- 6. Ecosystème des labellisés**
 - 6.1 Participation aux événements
 - 6.2 Contenus en ligne
 - 6.3 Verbatims décrivant Positive Company®
 - 6.4 Leurs avis sur Positive Company®
 - 6.5 Pour ne citer qu'eux
- 7. Conclusion**



01. Introduction

L'objectif de ce rapport d'Impact est de **mesurer concrètement l'effet de notre activité sur la réalisation de notre mission** : "*Faciliter le dialogue parties prenantes pour coconstruire avec chaque organisation sa trajectoire durable et accélérer son implémentation.*" En tant qu'entreprise à mission, il est essentiel pour nous d'évaluer l'impact que nous générons, en particulier dans notre rôle de label RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises).

Ces indicateurs alimentent notamment notre rapport de mission en qualité de société à mission.

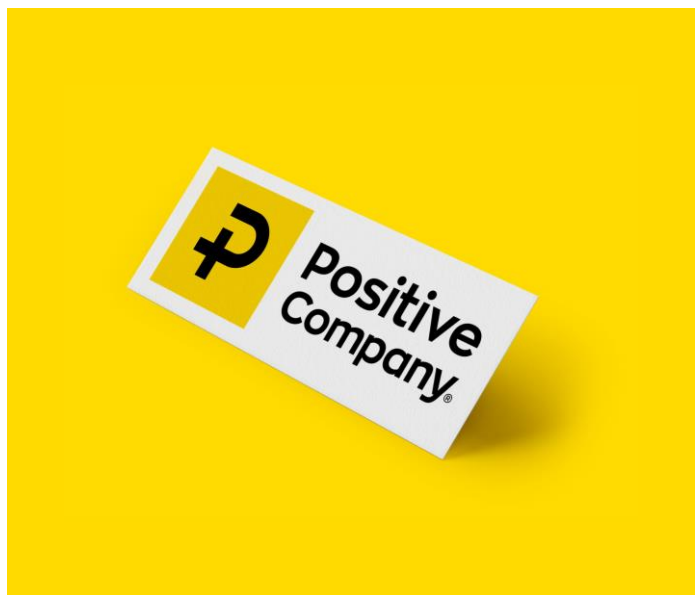
Pour mesurer cet impact, nous avons mené une enquête en juillet 2024 auprès des entreprises labellisées afin de comprendre dans **quelle mesure notre label RSE a influencé et renforcé leur stratégie RSE.**

Ce rapport présente les résultats de cette démarche, en soulignant comment notre label a contribué à l'amélioration des pratiques RSE de notre communauté, et bien au-delà !



02. Positive Company®

Depuis sa création en 2019, Positive Company® s'est imposée comme un acteur majeur dans le domaine de l'évaluation RSE avec plus de 200 entreprises certifiées Positive Company®, et plus de 5 000 évaluées par notre outil de scoring RSE de fournisseur.



Fondée sur la conviction profonde que les entreprises ont un rôle essentiel à jouer dans la construction d'un avenir durable, notre approche repose sur trois activités : **la labellisation RSE, l'évaluation RSE de fournisseurs et des prestations d'accompagnement.**

Dans le cadre de nos activités, nous avons développé des référentiels rigoureux évaluant la maturité RSE des organisations. Grâce à des critères stricts et des normes élevées, nos référentiels sont devenus une référence incontournable pour les entreprises désireuses d'améliorer leur stratégie RSE.

Au travers de ce rapport, nous sommes ravis de partager notre expertise, et les bonnes pratiques pour inspirer et guider les entreprises dans leur propre parcours vers la durabilité. En travaillant ensemble, nous pouvons bâtir un monde meilleur pour les générations futures. **Demain sera engagé, enthousiaste, ensemble !**

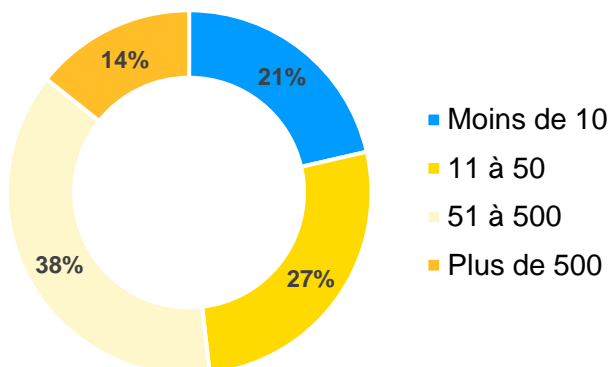
03. Périmètre

Dans le cadre de notre rapport d'Impact, il est essentiel de clarifier le périmètre des données et la méthodologie utilisée pour évaluer notre impact. Notre objectif est de fournir une analyse de l'impact de la labellisation Positive Company® sur la stratégie RSE des entreprises labellisées.

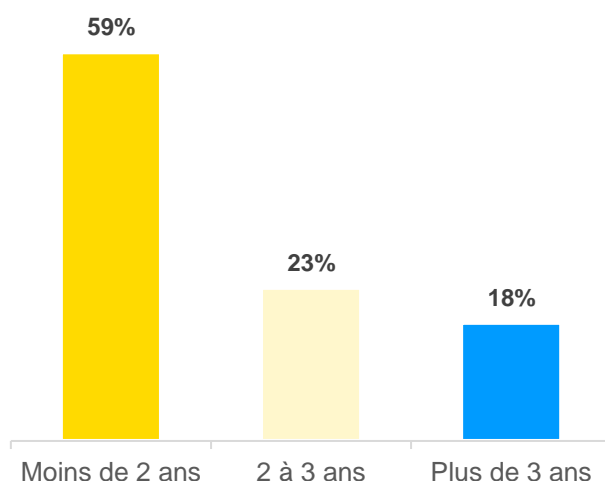
Les données présentées dans le rapport proviennent de notre enquête en ligne envoyée à plus de 200 entreprises labellisées. Les questions reposent sur les 5 thématiques de notre audit en ligne, première étape du processus de labellisation : activité, gouvernance, social, environnement et sociétal. **Cet audit repose sur un référentiel construit sur les normes internationales telles que l'ISO 26000, la CSRD, la GRI, les ODD, et d'autres référentiels européens et internationaux.**

Voici ci-dessous le profil des répondant.e.s :

Nombre de salarié.e.s



Période depuis laquelle l'entreprise est labellisée

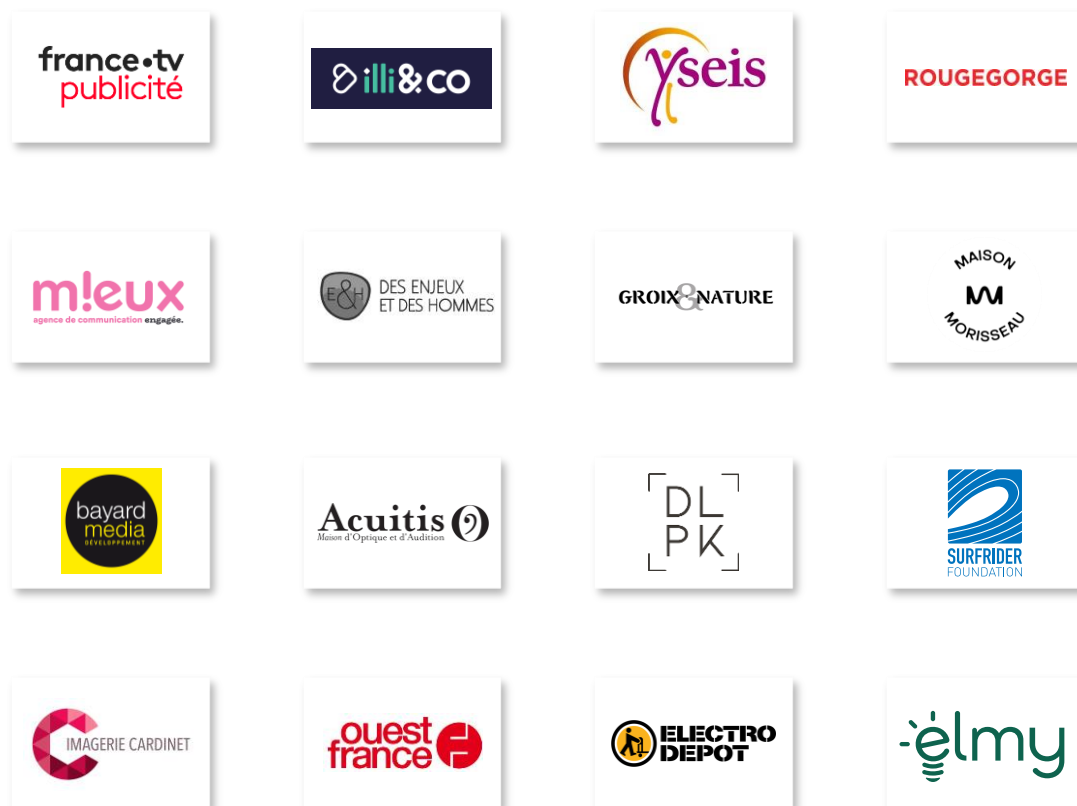




03. Périmètre

3.1 Exemples d'entreprises qui ont répondu à l'enquête

Pour cette étude, nous avons partagé notre enquête à l'ensemble des organisations labellisées Positive Company® principalement basées en **France, en Belgique, au Luxembourg et en Tunisie**. Au total 82 entreprises ont répondu à notre enquête.



IMPORTANT

L'ensemble des données collectées sont anonymisées. La **confidentialité des données** demeure une préoccupation majeure pour notre organisme.



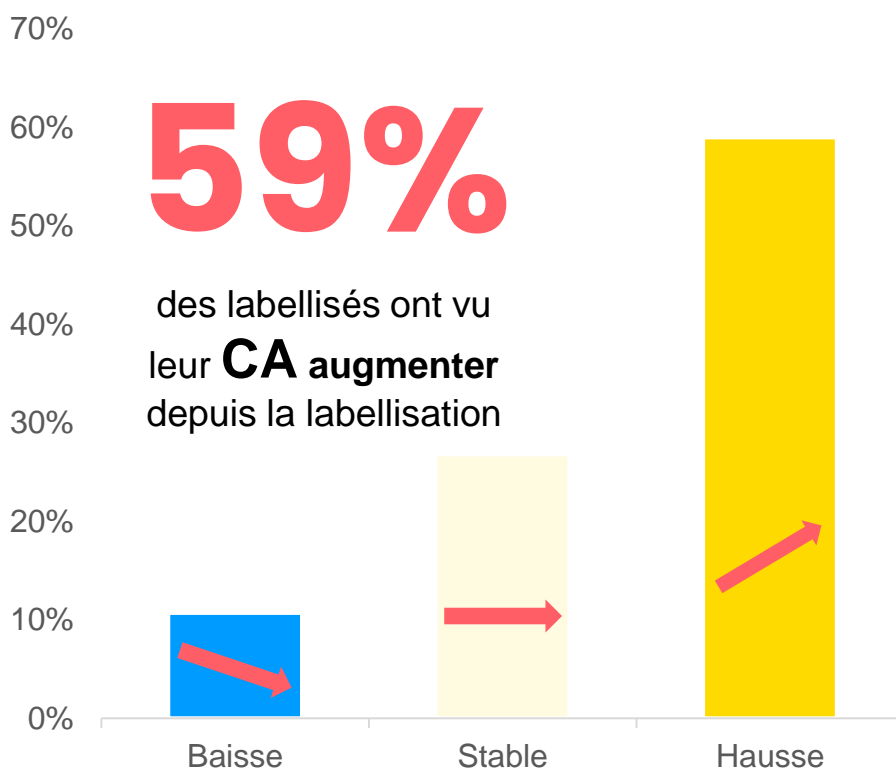
04. Analyse de l'impact

4.1 Impact de la labellisation sur le CA et la rentabilité

Evolution du chiffre d'affaires depuis la labellisation

La structuration de la **stratégie RSE** peut être un **levier** potentiel de **croissance** pour l'entreprise.

Sur l'ensemble des entreprises labellisées ayant répondu à l'enquête, **nous constatons que 72% d'entre elles ont vu leur chiffre d'affaires augmenter ou se stabiliser** depuis leur labellisation.





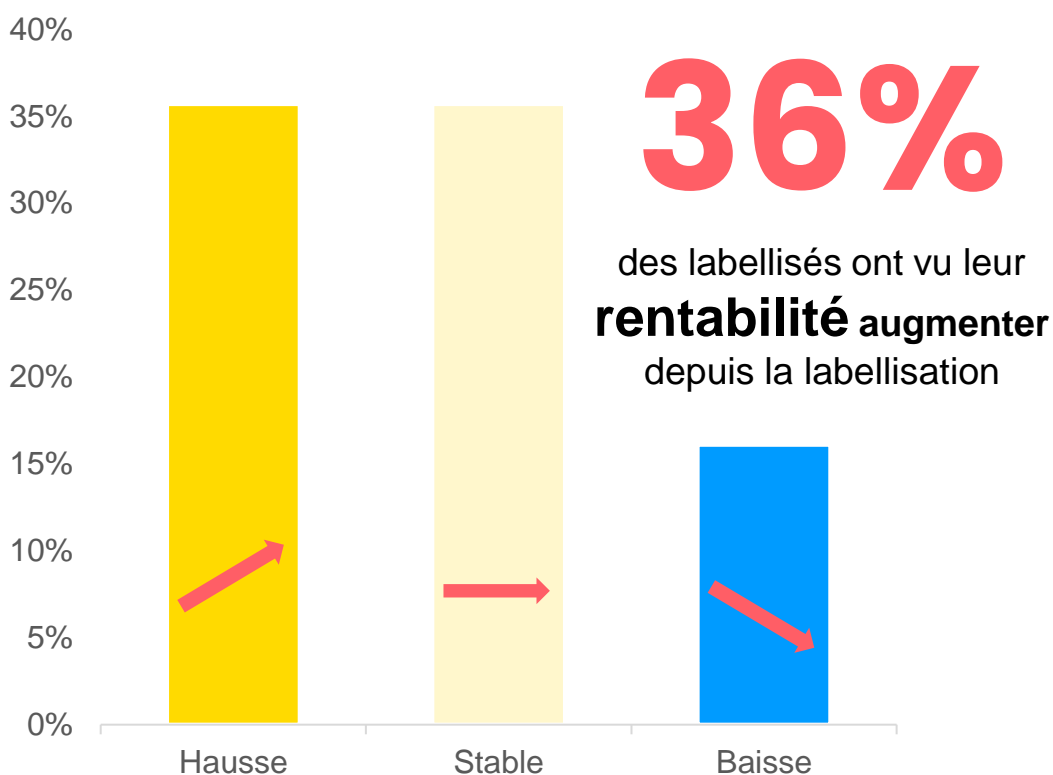
04. Analyse de l'impact

4.1 Impact de la labellisation sur le CA et la rentabilité

Evolution de la rentabilité depuis la labellisation

Sur l'ensemble des entreprises labellisées ayant répondu à l'enquête, nous constatons que **72%** d'entre elles ont vu leur rentabilité augmenter ou se stabiliser depuis leur labellisation.

Une **stratégie RSE** bien structurée peut **booster** la rentabilité de l'entreprise.





04. Analyse de l'impact

4.2 Avantage concurrentiel durable

64,3%

Des labellisés considèrent que la labellisation a permis d'avoir une **stratégie RSE différenciante**

Les entreprises labellisées estiment que la labellisation **leur a permis de développer une stratégie RSE distincte**. Cela indique que ces entreprises perçoivent le label comme un **outil renforçant leur identité et leur position sur le marché**. Se différencier grâce à des pratiques responsables peut se traduire **par un avantage compétitif**.

76,1%

Des labellisés considèrent que la labellisation a permis d'obtenir un **avantage concurrentiel et/ou de gagner de nouvelles parts de marchés ou types de clients**

Le label sert non seulement de gage de qualité et de responsabilité, mais aussi de vecteur d'innovation et de différenciation sur le marché. En se positionnant comme des acteurs responsables, **ces entreprises renforcent leur attractivité et leur pertinence auprès de leur clientèle**.



04. Analyse de l'impact

4.3 Bénéfice sur les appels d'offres

74,5%

estiment que la labélisation a
facilité la réponse aux
appels d'offre

Le label facilite grandement la réponse aux appels d'offres, un avantage stratégique qui améliore la **compétitivité des entreprises labellisées sur le marché**. Il offre de même une **reconnaissance accrue** de la part des donneurs d'ordres, renforçant ainsi leur crédibilité et leurs opportunités commerciales. Ces résultats montrent que la labellisation des entreprises leur confère des avantages significatifs en termes de **compétitivité, d'image de marque et d'efficacité administrative**, avec un impact plus marqué sur la participation aux appels d'offres.

Par ailleurs, le label est officiellement **reconnu comme label de confiance par ECOVADIS** depuis 2024, octroyant aux entreprises soumises à cette évaluation un nombre important de points supplémentaires à cet audit.

ecovadis

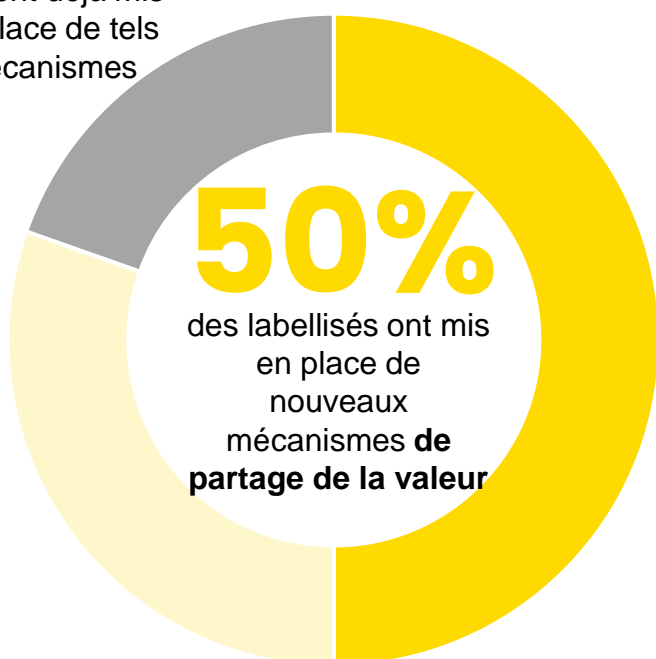


04. Analyse de l'impact

4.4 Mécanismes de partage de la valeur

19,6%

Avaient déjà mis
en place de tels
mécanismes



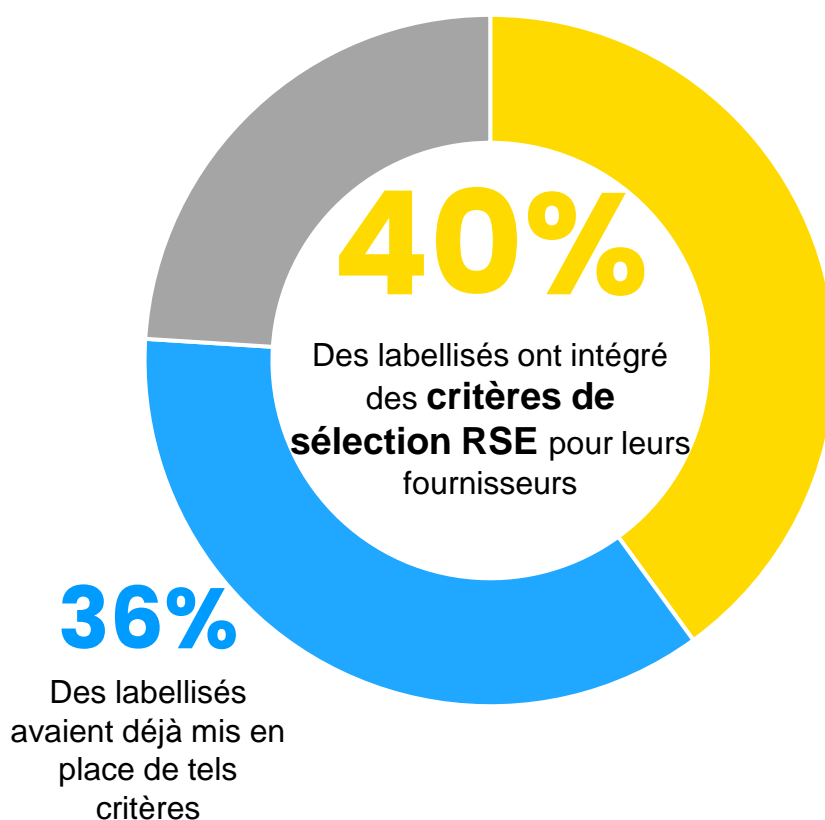
- ✓ **Intéressement et redistribution** des gains financiers en fonction des performances de l'entreprise.
- ✓ Versement d'une **partie des bénéfices** aux employé.e.s.
- ✓ Accès au capital de l'entreprise via des dispositifs tels que les **BSPCE, AGA et BSA**
- ✓ Incitations financières liées à la **performance sociale et environnementale de l'entreprise.**

Le label a favorisé l'instauration de **nouveaux mécanismes de partage de la valeur** au sein des entreprises labellisées. Ces mécanismes visent à renforcer l'engagement des parties prenantes et à assurer une répartition équitable des bénéfices. Ces initiatives soulignent **l'engagement des entreprises labellisées** sur les **enjeux RSE de gouvernance**.



04. Analyse de l'impact

4.5 Evolution des pratiques d'achat



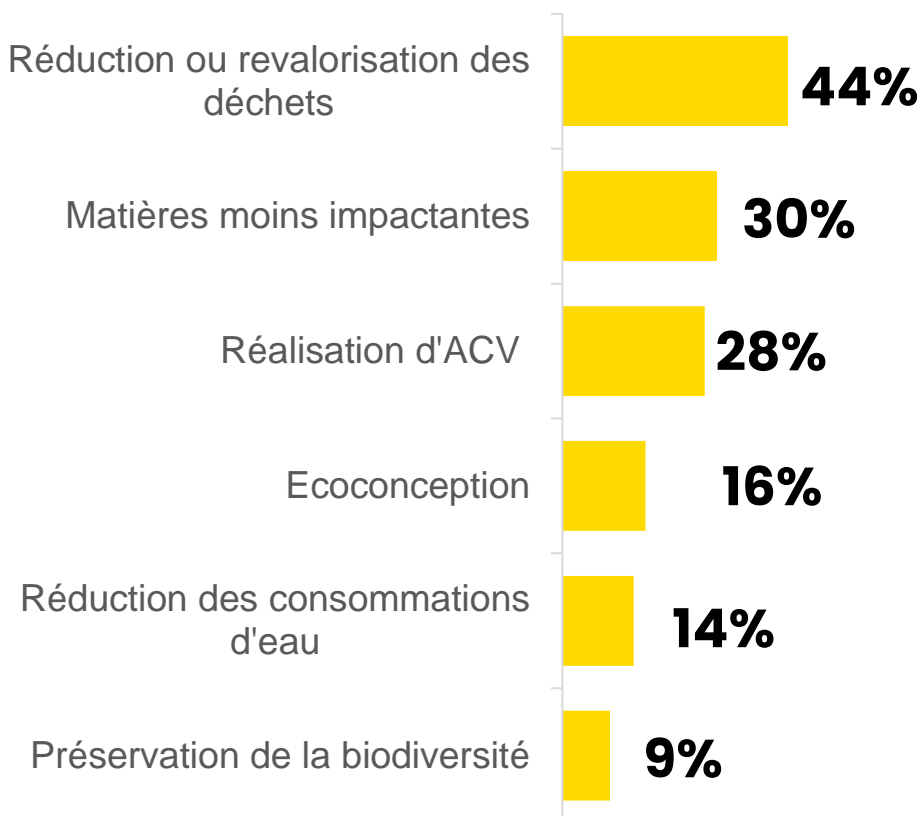
Parmi les actions concrètes, 30% des entreprises ont instauré **une charte ou des clauses RSE dans leurs contrats**, et 16% ont opté pour des **évaluations ou audits RSE de leurs fournisseurs**.

Ces initiatives renforcent l'alignement des pratiques responsables tout au long de la chaîne d'approvisionnement, en favorisant des **partenaires engagés** dans des démarches éthiques et durables.



05. Maturité RSE

5.1 Implémentation de politiques environnementales



Les entreprises labellisées s'engagent activement dans la transition vers des **pratiques plus respectueuses de l'environnement**, en mettant l'accent sur des actions concrètes pour minimiser leur impact écologique. Parmi ces actions, la **réduction ou revalorisation des déchets** est prioritaire, suivie par l'usage de **matières moins impactantes**. La réduction de la **consommation d'eau** et la **préservation de la biodiversité** reste moins prioritaire, mais essentielle pour la durabilité



05. Maturité RSE

5.2 Bilan carbone

89,3%

des labellisés ont réalisé
un bilan carbone

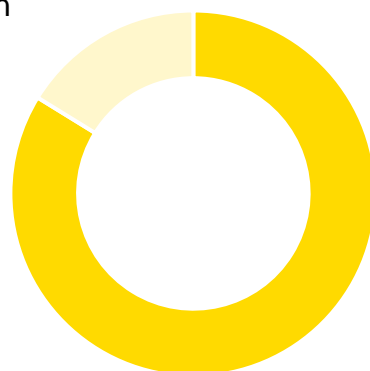


61%

Des labellisés ayant réalisé aux moins deux bilans carbonés ont constaté une baisse de leur empreinte carbone en intensité monétaire

84%

Des labellisés qui n'avaient pas de bilan carbone en ont réalisé un depuis leur labellisation

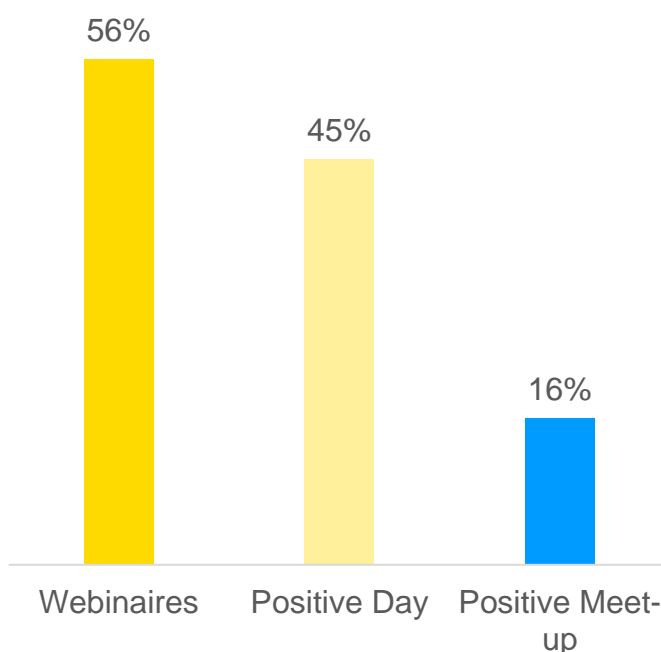


La forte adoption du **bilan carbone** reflète l'importance croissante que les entreprises labellisées accordent à la gestion de leur impact environnemental. Souvent, le bilan carbone amorce les politiques environnementales et permet de **structurer les stratégies RSE**. En l'intégrant comme condition d'obtention de la **2ème étoile**, ce dispositif a accéléré la mise en œuvre d'actions de décarbonation.



06. L'écosystème des labellisés

6.1 Participation aux événements



Les entreprises labellisées s'intègrent activement dans un **écosystème collaboratif**, notamment via des **canaux de communication dédiés** et une **série d'événements** organisés pour la communauté Positive pour favoriser les **échanges et le partage de bonnes pratiques**.

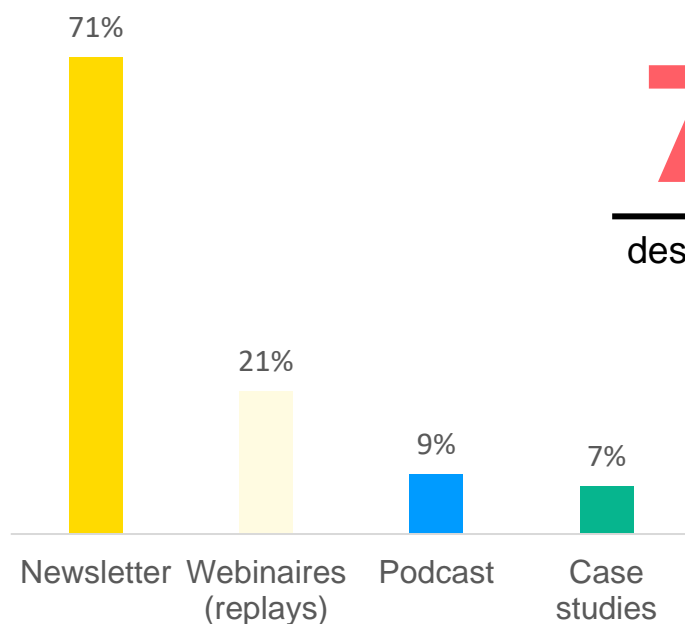
Le Positive Day est LE rendez-vous annuel de la communauté sur Paris, rassemblant plus de 150 personnes sur 2024.

Les Positive Meet-up sont nos événements en région (Lyon, Marseille, Lille, Reims...).



06. L'écosystème des labellisés

6.2 Contenus en ligne



71,4%

des labellisés consultent nos newsletters

Groupe WhatsApp

Objectif :

- Se tenir informer des actus RSE
- Participer à des groupes de travail thématiques
- Bonnes pratiques
- Partager ses besoins en recrutement

165

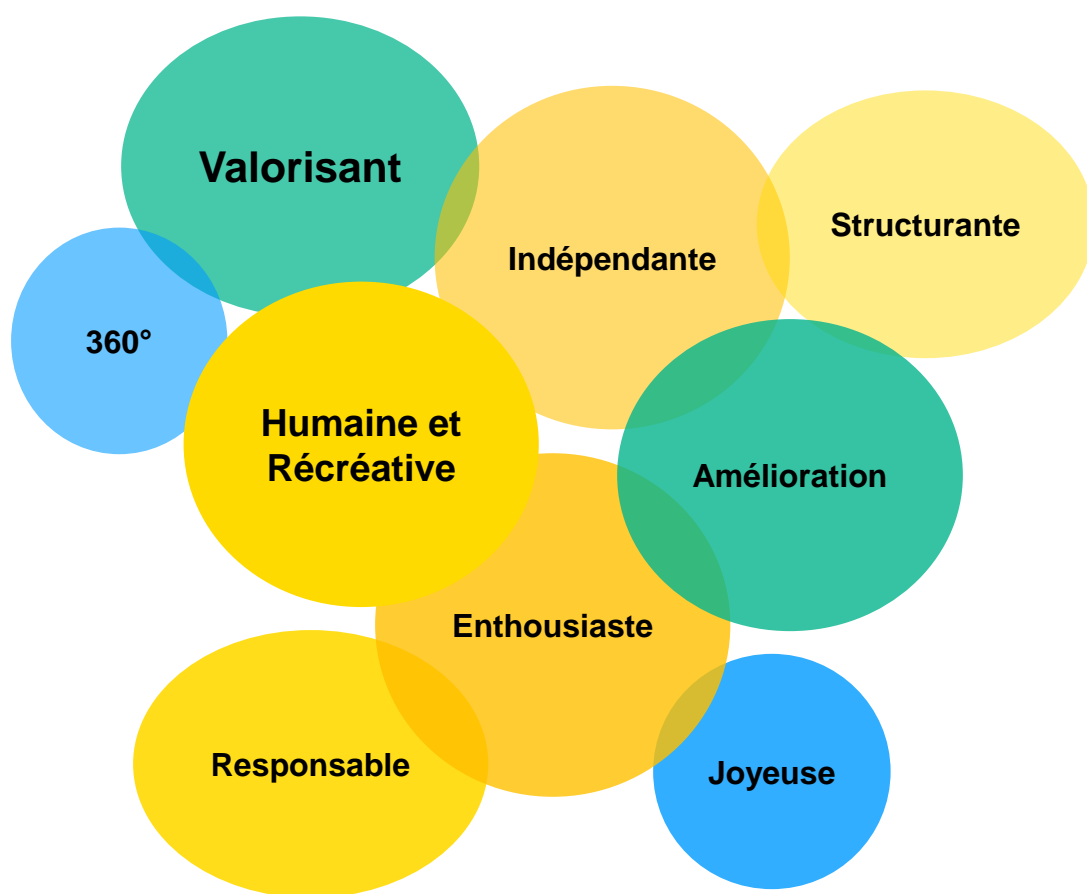
participants actifs sur le groupe dédié





06. L'écosystème des labellisés

6.3 Verbatims décrivant Positive Company®



TOP 5 des mots utilisés pour décrire Positive Company®

1	POSITIVE
2	Engagée
3	Dynamique
4	Impactante
5	Label



06. L'écosystème des labellisés

6.4 Leurs avis sur Positive Company®

100%

des labellisés
recommandent Positive
Company®

Dont **86%** fortement

93%

des labellisés seraient
prêts à se réengager
pour un nouveau cycle
de 3 ans



06. L'écosystème des labellisés

6.5 Pour ne citer qu'eux

« A mobilisé nos équipes sur un sujet qui nous tient à cœur. »

« Cela nous a permis de mettre en exergue des points clés au niveau social. »

« Nous constatons que Positive Company a réussi à trouver son ADN. Anciennement Positive Workplace, nous constatons l'accélération des propositions de services. C'est très sérieux, l'accompagnement est super. Le contenu disponible est également très qualitatif. Nous sommes très heureux qu'EcoVadis ait reconnu le label. Nous communiquons auprès de nos clients sur le label. »

« A permis de « structurer notre démarche et notre communication interne » »

« Facteur d'amélioration. »

« Plus qu'un label. »



07. Conclusion

Ce premier rapport d'Impact est une preuve concrète des avantages de la labellisation Positive Company[®]. Nous avons pu observer que cette démarche génère des bénéfices mesurables pour les organisations, principalement regroupés autour des axes suivants :

- L'attractivité de la marque, notamment employeur,
- Une meilleure compétitivité et accès aux marchés,
- Une augmentation du chiffre d'affaires et de la rentabilité,
- Le développement de nouvelles offres à impact positif.

Bien plus qu'un engagement éthique, le label constitue un levier stratégique de performance et de croissance durable.

En rejoignant la communauté Positive Company[®], les entreprises labellisées s'engagent auprès de leurs parties prenantes à progresser dans la durée sur leurs enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux.

En tant qu'organisme de labellisation RSE notre mission est simple : fédérer et engager un maximum d'acteurs de toute taille, localisation et activité pour transformer durablement les modèles économiques. Nous souhaitons inspirer une vague de changement, où responsabilité et rentabilité se renforcent mutuellement.

Cette enquête sera reconduite tous les deux ans, afin de permettre aux labellisés de mettre en place leurs actions et d'en mesurer les bénéfices.



**Positive
Company®**

Nous contacter

Positive Company

37 rue Ramey, 75 018 Paris

www.positive-company.eu

www.scoringbypsoitive.com

Isabelle Frey

Chargée de communication

+ 33 6 83 85 33 43

ifrey@positive-company.eu