

Session du matin – 8h30-10h : Table-ronde avec 3 intervenants

Animation : Dimbi RAMONJY

La responsabilité sociétale d'une association du secteur médico-social suivant la norme ISO 26000

Marc MARHADOUR est D.G. de l'Adapei 44 et membre du bureau du Groupement National des Directeurs généraux d'Associations du secteur éducatif, social et médico-social

L'Adapei 44 (www.adapei44.fr), est une association du secteur médico-social qui accompagne les personnes handicapées mentales et leurs familles. A ce jour, elle propose plus de 3 000 solutions d'accompagnement pour près de 2 700 personnes handicapées, de la petite enfance à l'âge adulte, et emploie près de 1 700 professionnels. L'association a intégré la RSE comme l'une des 6 grandes orientations de son projet associatif en 2012 et a mené cette démarche RSE suivant la norme ISO 26000. M. Marhadour est par ailleurs membre du bureau du Groupement National des Directeurs généraux d'Associations du secteur éducatif, social et médico-social (www.gnda.org) qui a engagé une réflexion sur la responsabilité sociétale de leurs associations.

Comment la démarche RSO devient incontournable pour les structures territoriales de l'ESS ?

Thibault CUENOUD est Président de la plateforme locale de crowdfunding <http://jadopteunprojet.com/>, Délégué régional de Finansol et Enseignant-chercheur en Economie à l'ESCEM Tours-Poitiers-Orléans

A l'initiative d'un collectif d'acteurs aquitains, limousins et picto-charentais de la finance solidaire, <http://jadopteunprojet.com> est une plateforme locale de crowdfunding qui offre aux citoyens la possibilité de soutenir les projets d'entreprises, d'associations et d'entrepreneurs-coopérateurs régionaux en création, développement et reprise. La plate-forme a pour ambition de fédérer les parties-prenantes locales pour œuvrer ensemble dans un projet socio-économique de territoire. Thibault CUENOUD va nous parler de l'intérêt d'une démarche de RSO pour les acteurs de l'ESS, notamment dans la valorisation et le suivi (démarche-qualité) de leurs actions sociétales auprès de leurs partenaires publics, privés et citoyens.

Du modèle ESS au modèle d'économie socialement responsable ou l'application du principe de création de valeur partagée

Eric PERSAIS est Vice-Président Communauté d'Agglomération du Niortais en charge notamment de l'ESS et Enseignant-chercheur à l'université de Poitiers - CEREGE (EA 1722)

Depuis les premiers écrits de Bowen publiés sur le sujet en 1953, la Responsabilité Sociétale d'Entreprise (RSE) constitue encore à ce jour, un thème de recherche majeur.

Nombre de colloques en font aujourd'hui leur thématique-phare (ex. : le RIODD) et la plupart des congrès généralistes y consacrent une, voire plusieurs sessions (le cas échéant sur des thématiques connexes comme celle de l'éthique des affaires). Pourtant, le concept de RSE est aujourd'hui, sinon remis en cause, au moins réinterrogé à la suite de la publication, dans la Harvard Business Review, d'un article de Porter et Kramer (2011) basé sur une notion nouvelle, celle de Création de Valeur Partagée (CSV, Creating Shared Value). Les auteurs soutiennent qu'une entreprise ne peut se développer que dans la mesure où la société dans son ensemble bénéficie des effets positifs de ses activités. Porter et Kramer appellent ainsi les entreprises à repenser leur rôle et à créer de la valeur partagée.

Bien qu'intéressante, l'approche de Porter et Kramer souffre de nombreuses limites mises en évidence par Crane et al. (2014.). Elle présuppose notamment une convergence d'intérêts entre l'entreprise et la société dans son ensemble. De surcroît, elle ignore l'existence des multiples parties prenantes qui interviennent dans le processus de création de valeur et qui sont donc susceptibles de contrarier cette (présupposée) convergence d'intérêt.

A partir du cadre de la Stakeholder Theory, Eric PERSAIS se propose de montrer (1) que le partage de la valeur concerne non seulement les actionnaires et la société, mais aussi l'ensemble des parties prenantes (clients, fournisseurs, salariés...), (2) que la valeur ainsi créée dépasse largement la sphère économique pour englober d'autres dimensions (environnementale, sociale, sociétales). Puis, (3) il expose les mécanismes permettant à l'entreprise de créer simultanément de la valeur (au sens large) pour les actionnaires et pour les parties prenantes. L'auteur utilise le cas d'une entreprise réactivée en 2009 : camif.fr. La réussite de cette entreprise (spécialisée dans la vente en ligne de meubles et de produits pour la maison), dont le dirigeant a fait de la création de valeur partagée l'un de ses principaux leitmotiv, tendrait à prouver l'utilité de ce concept pour les gestionnaires.