

7

RECOMMANDATIONS
QUI FERONT RAYONNER
VOS ACTIONS

Voici les concepts essentiels desquels vous inspirer pour accroître la portée de vos actions en développement durable dans votre entreprise ou organisation et auprès de vos parties prenantes¹.

ÊTRE INSPIRANT

Pour adhérer aux changements, l'humain a besoin de comprendre ce qui les justifie alors il importe d'expliquer votre réflexion. Les communications internes et externes de votre entreprise ou organisation sont cruciales pour mobiliser vos ambassadeurs (parties prenantes) et obtenir leur appui.

ÊTRE CLAIR

Être en mesure de décrire clairement votre démarche en développement durable ainsi que les objectifs, les motivations et les principes qui guident les actions de l'entreprise. Vous approprier votre plan d'action et l'expliquer de façon complète, cohérente et transparente à l'ensemble des parties prenantes est gage de succès.

ÊTRE TRANSPARENT

Votre démarche de développement durable doit être accessible autant à l'interne qu'à l'externe. Soyez honnête quant aux actions réellement mises en place et à leurs impacts. Nous sommes à l'ère où l'information circule à la vitesse d'un clic donc tout peut se savoir et se vérifier rapidement.

ÊTRE CRÉDIBLE

Le programme d'accompagnement PROAction de la SADC de Nicolet-Bécancour est un excellent départ pour que votre démarche de développement durable soit crédible. Il est également recommandé d'envisager les certifications pertinentes à votre industrie (ex. LEED, Aliments du Québec, étiquettes FSC, etc.) afin d'asseoir votre crédibilité. Par ailleurs, pour rester crédible, veillez à énoncer uniquement des faits mesurables et vérifiables.

ÊTRE COHÉRENT

La cohérence est de mise afin que vos motivations et votre vision de développement durable soient bien comprises et perçues. La cohérence s'intègre dans toutes les sphères de votre entreprise ou organisation : vos pratiques de développement durable entre elles, vos départements entre eux, etc.

La cohérence doit être présente autant dans les aspects globaux (macro) que dans les plus petits détails (choix de fournisseurs locaux qui adhèrent aux mêmes valeurs que vous, judicieux choix d'emballage, choix des médias, modes de livraison...).

ÊTRE FIER

Le changement inspire le changement. Ne soyez pas timide d'intégrer fièrement votre démarche aux outils de communication de votre entreprise. Selon l'importance des mesures adoptées, une refonte des outils devrait être envisagée pour mieux refléter votre nouveau positionnement (site Web, brochure, outils de vente, vidéo corporative, marque employeur, etc.).

Repensez aussi vos outils de communication interne ; ceux-ci seront une source de fierté et auront un impact positif sur le sentiment d'appartenance de votre équipe (Intranet des employés, écrans dans les salles de pause, rencontres d'équipe, etc.).

ÊTRE À L'ÉCOUTE

La communication, c'est aussi (ou plutôt surtout) entendre les questions, idées, inquiétudes et suggestions venant de vos employés, clients et autres parties prenantes. L'ensemble de votre démarche, incluant votre plan d'action et son application, n'en sera que bonifiée.

¹. Les parties prenantes incluent notamment vos employés, vos clients, votre communauté, vos fournisseurs, vos partenaires, vos créanciers et vos actionnaires.

7 PISTES DE RÉFLEXION QUI FERONT RAYONNER VOS ACTIONS

▶ Avez-vous déjà clairement décrit vos actions en développement durable?

Le contenu est-il simple et compréhensible pour une personne externe à votre entreprise ou organisation?

▶ Sentez-vous que vous aurez l'appui de votre équipe pour déployer votre plan d'action en développement durable?

De quelle façon pouvez-vous mobiliser votre équipe?

▶ En tant que gestionnaire, que pourriez-vous mettre en place pour favoriser une culture d'ouverture et de collaboration au sein de votre entreprise ou organisation?

Devez-vous vous doter d'outils ou de plateformes pour optimiser les communications internes?

▶ Dans quelle mesure sentez-vous que vous pouvez être transparent envers votre équipe, vos fournisseurs et vos clients?

Avez-vous des réticences ou des inquiétudes à cet égard?

Comment croyez-vous que la transparence peut devenir une force pour votre entreprise ou organisation?

Le contenu est-il simple et compréhensible pour une personne externe à votre entreprise ou organisation?

▶ Connaissez-vous des certifications reconnues au sein de votre industrie ou secteur d'activité pour appuyer la crédibilité de vos efforts en développement durable?

Hormis les certifications, de quelle façon pourriez-vous être plus crédible auprès de votre public cible?

▶ Comment pouvez-vous faire rayonner les actions de votre entreprise?

Quels sont vos outils de communication actuels?

Quels éléments doivent être modifiés ou créés pour intégrer le développement durable dans toutes vos communications (internes, publicitaires, recrutement/marque employeur, etc.)?

Devez-vous vous doter d'outils ou de plateformes pour optimiser les communications internes?

▶ Quels éléments de votre entreprise pourraient sembler incohérents pour une personne externe?

Quels changements, recherches, ou réflexions pourriez-vous entamer?

Comment ces aspects pourraient être abordés dans le temps?

Devez-vous vous doter d'outils ou de plateformes pour optimiser les communications externes?

Pour information ou accompagnement en développement durable

CAROLYNE AUBIN *Conseillère en développement durable*
819 233-3315 #2225 | caraubin@sadcnicoletbecancour.ca