

Procès-verbal synthétique de la CoSF «CSR et développement régional»

1e séance, 16 janvier 2016, Bollwerk, Berne

Participants

Baerlocher	Bianca	<i>Berner Fachhochschule</i>
Bezençon	Nicolas	<i>AGRIDEA</i>
Brunner	Roger	<i>Planteam S AG</i>
Bürcher	Sandra	<i>Center for Regional Economic Development, Universität Bern</i>
Casutt	Gabriel	<i>Raiffeisenbank Surselva</i>
Cavelti	Guido	<i>BHP - Brugger und Partner AG</i>
Conrad	Barbara	<i>Ufficio per lo sviluppo economico, Reppublica e Cantone Ticino</i>
Cotting	Alexandre	<i>Institut Informatique de gestion, HES-SO Valais Wallis</i>
Dabbene	Matias	<i>Amt für Jugend und Berufsberatung, Kanton Zürich</i>
Dénéreaz	Yvan	<i>Ressort Regional- und Raumordnungspolitik, SECO</i>
Gattlen	Andreas	<i>geelhaarconsulting gmbh</i>
Grèzes	Vincent	<i>Institut Entrepreneurship & Management, HES-SO Valais Wallis</i>
Klemm	Tess	<i>Reformierte Kirchen Bern-Jura-Solothurn</i>
Kopp	Margrit	<i>REV Nidwalden & Engelberg</i>
Küchler	Willy	<i>Luzern Design</i>
Kurtz	Lorenz	<i>PLANVAL AG</i>
Lehmann Friedli	Therese	<i>Forschungsstelle Tourismus (CRED-T), Universität Bern</i>
Marthaler	Ralph	<i>Reformierte Kirchen Bern-Jura-Solothurn</i>
Munz	Gustav	<i>Bundesamt für Landwirtschaft (BLW)</i>
Peter	Karin	<i>Volkswirtschaft Berner Oberland</i>
Plüss	Lydia	<i>Förderverein Region Gantrisch, Naturpark Gantrisch</i>
Reutz	Birgit	<i>Institut für Umwelt und natürliche Ressourcen, ZHAW</i>
Roux	Michel	<i>MRiX Projektmanagement und Moderation GmbH</i>
Siegenthaler	Alexander	<i>Region Luzern West</i>
von Cranach	Rebecca	<i>Qualifutura GmbH</i>
Widmer	Sara	<i>AGRIDEA</i>
Heeb	Johannes	<i>regiosuisse/seecon gmbh (Animation)</i>
Maissen	Carmelia	<i>regiosuisse/Sofies–Emac (Animation)</i>
Salamí	Jacqueline	<i>regiosuisse/PLANVAL AG (Animation)</i>

Buts

- ✓ Les participantes et les participants se familiarisent avec la thématique «CSR et développement régional» et partagent leurs expériences en la matière.
- ✓ Les participantes et les participants identifient de possibles champs d'action pour des «initiatives CSR» dans la NPR / le développement régional.
- ✓ Les participantes et les participants identifient des potentiels/modèles de partenariats entre les entreprises et la NPR / le développement régional.
- ✓ Les participantes et les participants définissent des thèmes s'approfondissement pour les séances ultérieures.

Programme

9h45 – 10h15	Accueil des participantes et des participants, café
10h15	Début de la manifestation
10h15 – 10h30	Introduction et présentation du travail de la CoSF (Johannes Heeb, regiosuisse)
10h30 – 11h00	Présentation des participantes et des participants
10h30 – 12h30	Présentations et discussions
12h30 – 13h40	Repas de midi
13h40 – 14h40	World Café consacré aux questions-clé (animation: Carmelia Maissen, Jacqueline Salamí et Johannes Heeb, regiosuisse, 2 tables rondes)
14h40 – 15h10	Pause café
15h10 – 16h10	World Café consacré aux questions-clé (2 tables rondes)
16h10 – 16h30	Atelier pratique: les expériences des participants en matière de CSR
16h30 – 16h45	Conclusions et suite de la procédure
16h45	Fin de la manifestation

Présentations

- «CSR – Genèse et explication du concept» (Johannes Heeb, regiosuisse)
- «Intérêt de la CSR du point de vue de la NPR» (Yvan Dénéreaz, SECO)
- Résultats de l'étude «Potenzialanalyse Synergien NRP+CSR: Analyse von 13 Schweizer Unternehmen» (Guido Cavelti, BHP - Brugger und Partner AG)
- «Wie die Raiffeisenbank Surselva CSR lebt» (Gabriel Casutt, président de la direction de la banque Raiffeisen de Surselva)

Résultats du World Café

Table 1 – Expériences

Questions-clé

- Quelles expériences les participantes et les participants ont-ils fait avec des «initiatives CSR» dans la NPR / le développement régional (concernant la forme, les acteurs, les bénéficiaires, les problèmes, etc.)?
- Quelle importance ces dernières ont-elles pour le développement du potentiel de partenariat NPR / développement régional?

a) Les formes d'initiatives CSR dans la NPR et/ou le développement régional

Les entreprises s'engagent dans le cadre de la promotion de la relève en faveur de l'intégration des jeunes dans le monde du travail régional ainsi que pour le positionnement touristique et régional de leur région.

- Le projet NPR «Brünig-Dialog» organise des séances d'informations sur des thèmes régionaux spécifiques afin de promouvoir la formation des jeunes dans des professions spécifiques, qui sont importantes pour les entreprises.
- Dans le canton de Schwyz, des entreprises organisent des salons pour la promotion de la relève.
- La société Kraftwerke Oberhasli s'engage en faveur du positionnement touristique de la région via le «Grimselwelt».
- Le parc naturel du Gantrisch attribue à des entreprises innovantes ou à des personnes privées le prix de l'innovation pour de nouveaux produits régionaux, des prestations ou des projets qui fournissent une contribution au développement durable de la région.

b) Les acteurs d'initiatives CSR dans la NPR et/ou le développement régional

- Les jeunes représentent un groupe cible (promotion de la relève) et un groupe d'acteurs (start-up) importants dans le développement régional.
- Les Eglises, jusqu'ici considérées comme un groupe d'acteurs de la société civile plutôt marginal, peuvent fournir une contribution importante en soulignant l'importance éthique de l'engagement CSR dans la NPR/le développement régional.

c) Utilité des initiatives CSR dans la NPR et/ou le développement régional

- Les bénéficiaires de l'engagement CSR dans la NPR/le développement régional résident dans le potentiel d'innovation, l'implication de nouveaux acteurs ainsi la plus-value qui est générée pour tous les acteurs.
- La plus-value est d'autant plus élevée lorsque plusieurs entreprises d'une région allient leurs efforts et développent des initiatives communes pour la région (engagement stratégique sur le plan régional).

d) Importance des initiatives CSR pour la NPR et/ou le développement régional

- Plus l'entreprise dépend de la main-d'œuvre locale, de ressources locales, et plus sa responsabilité en matière d'engagement CSR augmente.
- Nombre de PME s'engagent d'ores et déjà en faveur de la région sans présenter pour autant leurs activités comme relevant d'un engagement CSR, pour la simple raison qu'elles sont ancrées dans la région (il s'agit souvent d'entreprises familiales) et qu'il s'agit d'une évidence pour elles.

- Les projets phares ont une importance toute particulière pour le rayonnement régional et le potentiel de diffusion dans d'autres régions (p. ex. la Maison des tropiques à Wolhusen).

e) Les défis des initiatives CSR dans la NPR/le développement régional

- La motivation pour des projets NPR ou des initiatives CSR est bien réelle, mais l'étincelle de départ ou un développement et un accompagnement professionnels de projet font toutefois défaut. Il manque des systèmes d'incitation et/ou des possibilités de financement pour la réalisation d'études préliminaires, l'élaboration de concepts et d'idées de projets.
- Les interfaces entre les priorités NPR et les priorités CSR sont encore trop peu connues. Pour que le potentiel de synergie entre des initiatives NPR et des initiatives CSR puisse être mieux exploité, il faudrait lier l'octroi de fonds NPR à l'intégration des initiatives CSR.
- Les efforts des entreprises pour se positionner et donc la concurrence entre ces dernières sont souvent plus forts que la volonté de s'engager ensemble pour la région. Comment peut-on contrer cette tendance?

Table 2 – Champs d'action

Questions-clé

- Quels rapports les «initiatives CSR» entretiennent-elles avec les priorités thématiques et les contenus de la promotion de la NPR? Comment ceux-ci peuvent-ils être développés et renforcés?
- Dans quels champs d'action concrets peut-on envisager un partenariat entre la NPR/le développement régional et la CSR?
- Quelle est la plus-value correspondante pour les acteurs? Comment peut-elle être communiquée de manière plus efficace?

a) Développer une conception commune

- Les origines, les contenus, les buts et les logiques d'impact de la NPR et de la CSR sont très différents. Le lancement de projets communs requiert de la part des acteurs impliqués qu'ils développent une compréhension commune (un langage commun) de la NPR et de la CSR.
- Le thème central «plus-value de la collaboration» doit y être lié. Il faudra le cas échéant développer une systématique et/ou une méthode spécifique pour déterminer la plus-value. La plus-value devrait être davantage mise en lien avec l'activité clé de l'entreprise.

b) Collaboration NPR et CSR

- Des projets de collaboration concrets ne peuvent pratiquement plus être lancés. Outre les contenus des projets, il faudrait également et surtout que les modèles de financement décident s'il s'agit d'un projet NPR, CSR ou NPR-CSR.
- Sur le plan thématique, ce sont surtout les domaines de la formation et de la qualification, de l'attractivité des employeurs et de la couverture sanitaire qui présentent des potentiels de collaboration. Cette liste ne doit toutefois pas être considérée comme exhaustive. D'autres potentiels peuvent être induits des programmes de mise en œuvre de la NPR ainsi que des stratégies de développement régional.
- La collaboration permet aux deux parties d'acquérir d'autres partenaires et des ressources supplémentaires. Les effets de synergies qui en découlent pourraient être renforcés par une harmonisation des activités NPR et CSR au niveau régional.

- Il faudrait également clarifier la question de savoir dans quelle mesure une collaboration entre la NPR et la CSR ouvre, du point de vue de la NPR, de nouveaux accès à l'économie.

c) Soutenir et faciliter la collaboration

- La collaboration entre la NPR et la CSR ne se fait pas «comme ça». Les managements régionaux ainsi que les parcs peuvent assumer ici une fonction de mise en réseau et d'animation.
- L'économie devrait être impliquée le plus en amont possible lorsque des projets de coopération sont lancés.
- Les représentants de l'économie craignent que le développement de projets n'entraîne des dépenses administratives élevées. Les concepts de collaboration doivent tenir compte de cet aspect. L'accès des acteurs CSR à la NPR doit être autant que faire se peut facilité.

d) Voir c'est croire

- Il faut des exemples d'actions ou de projets concrets, qui montrent les potentiels de coopération entre la NPR et la CSR, même si ceux-ci sont a priori d'abord basés sur la NPR ou la CSR.
- Les exemples de projets devraient également montrer ici comment la NPR ou la CSR, resp. l'économie et la région peuvent se renforcer mutuellement.
- On pourrait envisager la création d'une «plateforme de bonnes pratiques».

e) Soutien régional de projets CSR

- Les activités CSR sont également souvent considérées avec scepticisme. Ces activités ne seraient par exemple destinées «qu'à soigner son image». L'intégration des activités CSR dans des stratégies de développement régional (la région, voire des parcs comme «centres d'échange») pourrait permettre de surmonter ce scepticisme.
- Des activités CSR coordonnées sur le plan régional permettraient également de passer de la CSR à la CRR (corporate regional responsibility).

Table 3 – Modèles de partenariat

Questions-clé

- Les possibilités et la disposition des entreprises à développer des projets CSR avec des projets NPR liés au développement régional existent indubitablement, mais sont encore trop peu marquées. Comment pourrait-on changer cela?
- Comment des modèles de partenariats entre la NPR/le développement régional et la CSR pourraient-ils être organisés et développés?

a) Sensibilisation/Communication/Motivation

- La CSR doit devenir visible, compréhensible et reconnue, à savoir être perçue et vécue comme une activité entrepreneuriale qui s'inscrit dans la stratégie de l'entreprise, et non pas comme une distribution aléatoire de contributions de sponsoring (question de la définition et de la terminologie). Les associations économiques, les organisations ou encore les manifestations de réseaux peuvent servir ici pour la sensibilisation et la transmission.

b) Approches pour encourager des partenariats et un ancrage régional plus fort

- Encourager des partenariats via de nouvelles interfaces: les réseaux d'entreprises traditionnels présentent parfois une trop grande inertie pour aborder des thèmes, qui ne sont pas tout à fait

évidents du point de vue entrepreneurial. La fusion et la création de nouvelles constellations d'acteurs peuvent promouvoir l'émergence de nouveaux partenariats pour des initiatives CSR.

- De *corporate* à *cooperative*: une approche qui permettrait d'allier le *corporate* au *cooperative* consisterait à connecter l'activité intrinsèquement entrepreneuriale avec les besoins régionaux, les lacunes et les défis, et de la développer en collaboration avec d'autres entreprises et la région – dans le sens d'une stratégie CSR régionale qui viendrait se greffer sur une stratégie de développement économique classique.
- Région CSR: afin de ne pas devoir inventer une nouvelle méthode, la logique du label Cité de l'énergie/Région-Energie pourrait être reprise pour la thématique de la CSR (certification, processus de gestion, ensemble d'instruments et de mesures, plateforme d'idées spécifiques à une région pour des mesures CSR, etc.)
- CSR 2.0: élaborer une stratégie CSR dans une entreprise en appliquant la méthode participative, c'est-à-dire en impliquant les collaborateurs et en ancrant davantage la CSR dans la région via ces derniers.

c) Les défis des modèles de partenariat

- Les partenariats présupposent une grande confiance.
- Certains acteurs globaux peuvent freiner des initiatives individuelles.
- La propriété, l'esprit de concurrence et l'incitation à transférer l'image liée à l'entreprise empêchent la coopération.

Table 4 – Thèmes d'approfondissement

Questions-clé

- Quels thèmes faudrait-il étudier plus en profondeur dans le cadre des prochaines séances de la CoSF (formulation de questions concrètes)?

Beaucoup doivent encore être convaincus que se focaliser sur la CSR permettra de convaincre les entreprises des régions NPR à intervenir comme partenaires du développement régional.

Les questions-clé qui se posent dans ce contexte sont les suivantes:

- Comment des entreprises peuvent-elles être incitées à devenir partenaires du développement régional?
- Pourquoi mettre l'accent sur la CSR, est-ce une bonne approche pour pouvoir convaincre des entreprises à s'engager pour la région?
- A quels autres bénéfices supplémentaires les entreprises qui ont adopté la CSR peuvent-elles s'attendre?

a) Destinataires

La question des bons destinataires devrait être étudiée encore plus à fond:

- Quels destinataires faudrait-il sensibiliser à la CSR? Des entreprises, des associations professionnelles, des organisations.
- Que voulons-nous obtenir avec ces destinataires?

b) Notion

- La CSR est-elle une notion adéquate pour nos objectifs?

- Quels destinataires seraient-ils susceptibles d'être intéressés par la CSR? Lesquels seraient-ils en revanche plutôt réticents?
- La notion de *corporate regional responsibility* (CRR) ne serait-elle pas plus précise?
- Comment pourrait-on traduire cette notion en français: un engagement en faveur de la région?

c) Relever la situation initiale dans les régions NPR

- Comment les régions NPR peuvent-elles mettre sur pied un monitoring concernant la CSR?
- L'étude BHP peut-elle ici faire office de modèle, resp. met-elle à disposition une méthode adéquate pour ce faire?
- Barbara Conrad a présenté une étude CSR réalisée il y a peu au Tessin. Quelle image cette étude donne-t-elle de la CSR? Et serait-il judicieux d'en reprendre la méthode pour réaliser des études dans d'autres régions?

d) Promouvoir la CSR dans les régions NPR

- Il existe déjà des sociétés de conseil bien établies, qui promeuvent la CSR dans les entreprises selon la norme ISO 26000. Quelles expériences ces sociétés de conseil font-elles? Sont-elles transférables aux destinataires des régions NPR?
- Le développement d'une stratégie CSR régionale peut-il être encouragé via des moyens NPR? A quelles conditions? Qui devrait le proposer?
- Le Valais propose une approche intéressante: le label «Valais Excellence» est attribué aux entreprises qui sont gérées selon le principe du développement durable. Ce label signifie-t-il un engagement dans le sens de la CSR?