**OLIVIER DÉNOUE**
Secrétaire général exécutif, LPO France

# “ La RSE devrait faire partie de l’ADN des associations ”

**Le statut** et l’objet social des associations, quel que soit le secteur d’activité, les obligent à se préoccuper des enjeux de responsabilité sociale et environnementale. Toutefois, si le monde associatif se préoccupe de ces questions pour les autres en accompagnant souvent les organisations à améliorer leurs pratiques, sont-elles réellement exemplaires s’agissant de leur propre fonctionnement ?

La Ligue pour la protection des oiseaux (LPO), principale association française de défense de la biodiversité, est aussi concernée par ce questionnement. En tant qu’acteur majeur de la protection de l’environnement, comment notre association veille-t-elle à limiter son empreinte négative sur celui-ci ? En tant que structure de grande ampleur avec plus de 650 salariés, la LPO se préoccupe-t-elle concrètement des questions sociales qui la traversent ?

Si la réponse nous semble être évidemment affirmative, la formalisation d’une démarche RSE structurée en 2015 et fondée sur des pratiques déjà bien ancrées au sein de l’association a montré que nous avions aussi à progresser sur ces questions. Et qu’au-delà de notre souhait d’afficher des indicateurs de qualité sur les différents items retenus dans cette démarche, il était aussi question de notre crédibilité, de notre légitimé à porter des recommandations auprès de partenaires sur leurs propres pratiques.

Afin de bien marquer l’intention de l’association de disposer d’une démarche RSE à la hauteur de ses ambitions, le conseil d’administration de la LPO a intégré dans son plan stratégique 2023-2027 un volet RSE conséquent au sein de l’axe résonnant comme un défi : la LPO exemplaire. Cet affichage a pour objectif d’obliger l’association et chacun de ses membres à se préoccuper concrètement de leur responsabilité sociale et environnementale au regard de leurs pratiques.

D’abord sur le volet sociétal, où nous développerons des politiques ambitieuses sur l’achat durable, sur la réduction de notre impact sur le climat et la biodiversité, ou encore sur notre politique de mobilité. Nous afficherons haut et fort la lutte contre toutes les formes de discrimination comme une valeur fondamentale de la LPO.

L’exemplarité, c’est aussi d’accompagner chacune et chacun de nos salariés, quel que soit son poste, dans la connaissance de la biodiversité, de permettre à chacun de faire vivre l’esprit associatif, qui est un trésor. Nous porterons sur la qualité de vie au travail une attention constante et soutiendrons les initiatives des salariés en ce sens.

Telles sont les principales orientations de la démarche RSE de la LPO inscrites dans son nouveau plan stratégique. À nous de la faire vivre !

À l’instar de nombreuses associations environnementales, la LPO n’a de cesse de fustiger à juste titre le *greenwashing*[1] pratiqué par certaines entreprises qui souhaitent ainsi montrer patte blanche et s’appuyer sur un nouveau levier de marketing auprès de leur clientèle. Il ne faudrait pas que le monde associatif, supposé porter haut et fort les valeurs promues par une démarche RSE, utilise les mêmes ressorts que ces entreprises en affichant des intentions sociales et environnementales sans se donner les moyens de changer réellement des pratiques toujours imparfaites. Il nous faut donc rester modestes tout en étant ambitieux, pour que nos intentions affichées se traduisent concrètement par des bienfaits en faveur de l’environnement et des femmes et hommes qui œuvrent au sein de nos associations. ■

PAROLE D’ACTEURS

## LA RSO EN PRATIQUE

**Deux associations prennent la parole pour expliquer concrètement leur démarche RSO et les conséquences bénéfiques qui en résultent.**

1. En français, « écoblanchiment ».

Article extrait de Jurisassociations n° 675 du 15 mars 2023. Reproduction interdite sans l’autorisation de Juris éditions © Éditions Dalloz – www.juriseditions.fr

**NICOLAS LOZ DE COËTGOURHANT**
Directeur du pôle « Transformation des entreprises », WWF

## “ Les questions de responsabilité sociale des organisations sont au cœur de notre action et de notre mission ”

**Depuis 1973,** le WWF France, fondation reconnue d’utilité publique, agit au quotidien pour mettre un frein à la dégradation de l’environnement et construire un avenir où les humains vivent en harmonie avec la nature. Pour ce faire, nous nous concentrons sur trois missions : alerter, protéger, transformer. Les questions de responsabilité sociale des organisations sont donc au cœur de notre action et de notre mission.

WWF publie des rapports scientifiques pour alerter sur l’état de la planète et mobiliser. Par exemple, nous publions tous les deux ans le « Rapport planète vivante » qui mesure l’état de la biodiversité sur la planète. Le dernier en date fait le constat accablant qu’entre 1970 et 2018, la taille moyenne des populations de vertébrés sauvages a décliné de 69 %[2].

Nous travaillons également pour la protection des écosystèmes naturels et de la biodiversité au travers de projets de restauration et de préservation ambitieux, par exemple pour doubler la population de tigres sauvages, ou encore pour restaurer et protéger les forêts. Le WWF est présent dans plus de 100 pays à travers le monde. Grâce au soutien et à la générosité de plus de 5 millions de donateurs ainsi qu’à l’expertise de ses salariés, le WWF a initié plus de 12 000 programmes depuis 1961.

Enfin, nous agissons pour transformer les politiques publiques et les marchés afin d’intégrer la RSE au cœur de leur action. Les acteurs économiques, qui se trouvent au centre des modes de production et de consommation actuels, représentent un levier de changement incontournable.

C’est pourquoi le WWF s’efforce d’encourager les entreprises à réduire leur empreinte écologique conformément à des objectifs scientifiques en faisant évoluer leurs modèles, leur gouvernance, leurs pratiques et leurs offres, en mobilisant leurs fournisseurs sur l’ensemble de la chaîne de valeur, en sensibilisant leurs employés et leurs clients à des modes de vie durables, et, enfin, en utilisant leur influence pour changer les normes de marché et les réglementations en faveur du climat et de la biodiversité. L’approche du WWF envers les entreprises, axée sur la recherche de solutions, est à la fois collaborative et ambitieuse dans ses objectifs. Par ailleurs, les acteurs économiques peuvent jouer un rôle d’influence important, et nous travaillons pour mobiliser et organiser ces voix afin de soutenir nos objectifs de plaidoyer. Notre campagne *Together for Forests*, soutenue par de nombreuses entreprises progressistes, l’a montré en débouchant, fin 2022, sur un accord au niveau européen pour une loi révolutionnaire visant à mettre fin à la déforestation importée. Cette campagne est un exemple de la façon dont les actions conjointes peuvent avoir un impact et une influence positive auprès des législateurs.

La RSO est donc centrale à notre action et, chaque année, nous publions un rapport annuel qui présente le bilan des activités du WWF France et notre engagement au service d’un monde où hommes et femmes vivent en harmonie avec la nature. ■

© Rixipix

2. WWF, « Rapport planète vivante 2022 – Pour un bilan “nature” positif », 2022.

Article extrait de Jurisassociations n° 675 du 15 mars 2023. Reproduction interdite sans l’autorisation de Juris éditions © Éditions Dalloz – www.jurisedition.fr