

LIVRE BLANC

RSE

2025

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES



Au cœur d'un funéraire **responsable et engagé**

Un guide pour partager, agir, fédérer...
et inscrire votre activité dans une transition durable et responsable.



Éditorial



“

S’engager dans une démarche RSE, c’est d’abord faire un choix : celui d’agir avec cohérence, responsabilité et ambition.

Au sein de l’UDIFE, ce choix est ancré dans notre ADN coopératif et s’incarne dans notre feuille de route RSE 2025-2027.

Notre ambition est claire : faire de la RSE un levier stratégique pour conforter notre position de leader coopératif. Un levier qui permette à nos adhérents de s’adapter, d’innover et de prospérer dans un environnement en constante évolution.

À travers ce livre blanc, nous souhaitons partager notre vision de la RSE, mettre en lumière les bonnes pratiques déjà à l’œuvre dans notre réseau, et impulser une dynamique de mutualisation des idées et des actions. Car c’est en confrontant les regards, en croisant les expériences et en valorisant les initiatives que nous renforçons la robustesse de notre modèle et la résilience de notre collectif.

Ce livre blanc constitue une étape, une source d’inspiration, et une invitation à poursuivre, ensemble, cette dynamique engagée et engageante, où l’innovation et la solidarité façonnent notre réussite collective.

”

Julien LE COUSTUMER
Directeur Général

Feuille de route & engagements RSE de l'UDIFE

L'UDIFE, première coopérative funéraire de France, réaffirme son engagement pour un funéraire solidaire et responsable. Fidèle à nos valeurs de confiance, d'engagement, de proximité, d'exemplarité et de solidarité, nous affirmons avec fierté notre ambition de répondre à notre mission sociale dans un véritable esprit de service public. Cet engagement se conforte à travers notre feuille de route RSE 2025-2027, structurée en 3 axes :



L'Économie Sociale et Solidaire (ESS)
pour un funéraire solidaire et engagé



L'environnement
pour un funéraire durable



L'Homme
pour un funéraire socialement responsable



Nos 8 engagements :

L'Économie Sociale et Solidaire

L'UDIFE poursuit un autre objectif que la distribution de profits, préférant promouvoir l'intérêt collectif et la finalité sociale de nos activités en s'engageant à :

- ✓ Accompagner nos entreprises adhérentes vers une démarche de responsabilité sociale des entreprises,
- ✓ Sensibiliser, former et engager nos collaborateurs à la RSE,
- ✓ Développer nos partenariats avec des acteurs de l'ESS.

L'environnement

Fidèle à nos valeurs d'exemplarité et d'engagement, nous nous engageons à :

- ✓ Réduire notre empreinte carbone,
- ✓ Réduire notre empreinte environnementale.

L'Homme

Attachée à nos valeurs de confiance et de proximité, nous nous engageons à :

- ✓ Renforcer notre politique d'achat responsable,
- ✓ Développer la Qualité de Vie et les Conditions de Travail pour nos salariés,
- ✓ Promouvoir l'inclusion et la diversité.

Sommaire

→ **Introduction**
Page 6

1 **Comprendre la RSE : cadre et enjeux**
Page 7

- La RSE, de quoi parle-t-on ?
- La norme ISO 26000 et ses 7 questions centrales
- La RSE : risque ou opportunité ?

2 **Agir pour la transition environnementale**
Page 12

- Repenser nos habitudes et nos modes de consommation
- Accélérer la transition grâce à la sobriété énergétique
- Encourager une mobilité plus durable
- Réduire et valoriser ses déchets
- Passer à l'économie circulaire : penser cycle de vie
- Préserver la biodiversité
- Adopter un numérique plus responsable

3 **Mettre l'humain au cœur de la performance**
Page 24

- Développer les compétences et le capital humain
- Promouvoir la diversité, l'inclusion et l'équité
- Améliorer la Qualité de Vie et les Conditions de Travail
- Garantir la santé et la sécurité
- Prévenir les risques psychosociaux
- Encourager le dialogue social

4 **Déployer une responsabilité sociétale**
Page 34

- Promouvoir les achats responsables
- Stabiliser sa présence sur le territoire au service de l'impact social
- Positionner le consommateur au cœur de la responsabilité sociétale
- Lutter contre la corruption
- Communiquer de manière responsable

5 **Fédérer les parties prenantes autour d'une démarche engageante**
Page 42

- Dialoguer avec les parties prenantes
- Engager les collaborateurs dans la démarche RSE
- Identifier les facteurs clés de succès
- Valoriser ses engagements grâce aux Labels RSE

Introduction

Dans un monde en constante évolution, les acteurs économiques occupent une place prépondérante et exercent une influence considérable sur les sociétés et les environnements dans lesquels ils opèrent. Mais, de plus en plus, s'est répandu le principe selon lequel l'entreprise ne peut plus se contenter de produire, en ignorant les problèmes qui préoccupent la société dans laquelle elle évolue.

C'est dans ce contexte que la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) entre en jeu.

Les acteurs économiques ne peuvent en effet plus se contenter de viser la simple rentabilité financière, mais doivent insérer leurs activités dans des pratiques durables, éthiques, respectueuses de l'humain et de l'environnement !



C'est pourquoi ce livre blanc a pour vocation de présenter les grandes thématiques de la RSE, en s'appuyant sur des exemples concrets issus du terrain. À travers des témoignages d'adhérents de notre coopérative et le partage de bonnes pratiques, il a pour objectif de rendre la RSE accessible, concrète et inspirante.

Il s'adresse à toutes celles et ceux qui souhaitent inscrire leur activité dans une dynamique responsable et porteuse de sens.

1 Comprendre la RSE : cadre & enjeux

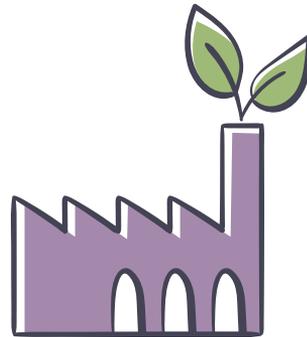
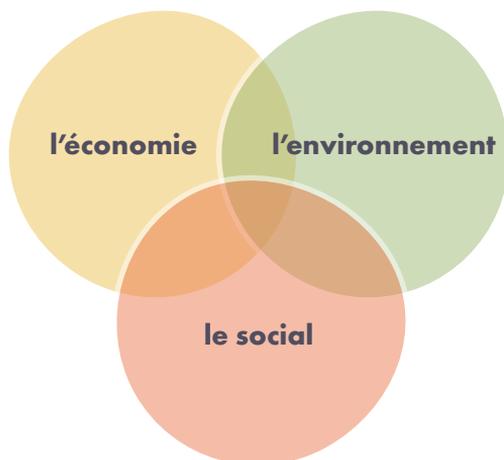
La RSE, de quoi parle-t-on ?

La Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE), également appelée Responsabilité Sociale des Entreprises, est définie par la Commission européenne comme :

« La responsabilité des entreprises vis-à-vis des effets qu'elles exercent sur la société. »

Une entreprise qui pratique la RSE va donc chercher à avoir un impact positif sur la société tout en étant économiquement viable. La RSE est ainsi une démarche visant à promouvoir une gestion plus responsable de l'entreprise en prenant en compte les impacts de ses actions sur la société et l'environnement.

Les trois piliers de la RSE :



La norme ISO 26000 et ses 7 questions centrales

C'est la norme de référence en matière de RSE. Publiée en 2010, elle a été élaborée par des experts de plus de 90 pays et a fait l'objet d'un consensus international entre les membres de l'ISO, une organisation internationale de normalisation.

Ce texte définit le périmètre et les principes de la RSE avec un objectif précis : donner les clés aux entreprises et aux organisations pour avoir un impact positif sur le monde et la société. Elle pousse ainsi à mener une réflexion sur le fonctionnement, tant en interne que dans la relation avec l'ensemble de leurs parties prenantes, tout au long de la chaîne de valeur.

La norme ISO 26000 est applicable à tout type de structure, publique ou privée, quelle que soit sa taille et son domaine d'activité. Elle aborde la RSE dans son ensemble grâce à sept questions centrales, qui se déclinent en domaines d'actions :



1**GOVERNANCE DE L'ORGANISATION :**

elle est définie comme étant le système par lequel une entreprise prend des décisions et les applique en vue d'atteindre des objectifs. Il s'agit de la clé de voûte du système global de management. En matière de RSE, la gouvernance doit entretenir des relations transparentes avec ses parties prenantes (salariés, clients, fournisseurs, partenaires, prestataires...) et être à l'écoute de leurs attentes, voire exigences, à la fois en interne et en externe, au niveau du territoire et sur la chaîne de valeur de l'entreprise.

2**DROITS HUMAINS :**

en s'appuyant sur la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, huit domaines d'action sont identifiés, tels que le devoir de vigilance, les droits civiques et politiques, les principes fondamentaux et le droit du travail...

3**RELATIONS ET CONDITIONS DE TRAVAIL :**

cette question touche aux sujets du dialogue social, des conditions de travail, de la santé et de la sécurité, ainsi que du développement du capital humain.

4**ENVIRONNEMENT :**

c'est une question large et transversale qui vise à analyser l'impact environnemental produit par l'entreprise dans le cadre de son activité et plus largement sur toute la chaîne de valeur. Cette thématique, aborde par exemple : la prévention de la pollution, l'utilisation durable des ressources, l'atténuation des changements climatiques, la protection de l'environnement...

5**CLIENTS ET CONSOMMATEURS :**

la responsabilité envers les clients et consommateurs repose sur une information claire, loyale et transparente, y compris sur l'empreinte écologique. Elle couvre aussi la sécurité, la santé, la promotion d'une consommation durable, un service après-vente accessible, et la protection rigoureuse des données personnelles.

6**LOYAUTÉ DES PRATIQUES :**

elle concerne la conduite éthique des affaires, et en particulier la lutte contre la corruption et le respect du droit de la concurrence.

7**COMMUNAUTÉS ET DÉVELOPPEMENT LOCAL :**

cette thématique concerne l'impact de l'entreprise sur la société au sens large, c'est-à-dire sa contribution positive à l'éducation, à la culture, à la création d'emplois, à l'inclusion... et plus particulièrement, au niveau de son territoire, avec la notion d'ancrage territorial.

Les Objectifs de Développement Durable



En complément de la norme ISO 26000, la RSE s'inscrit dans le cadre des 17 Objectifs de Développement Durable (ODD).

Adoptés en 2015 par l'ensemble des États membres des Nations Unies, les ODD **visent à répondre aux défis majeurs de notre époque** : climat, pauvreté, inégalités, biodiversité, éducation, travail décent, changement climatique, partenariats... Ils constituent une feuille de route universelle pour construire un monde plus durable à l'horizon 2030.

La RSE permet ainsi aux organisations de contribuer de manière concrète et structurée à la réalisation de ces objectifs globaux. Chaque initiative menée dans le cadre d'une politique RSE, qu'elle soit sociale, sociétale ou environnementale participe à répondre aux enjeux portés par les ODD.

OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



La RSE : risque ou opportunité ?

Rentabilité et impact : une question d'ambition

La rentabilité d'une démarche RSE dépend avant tout des spécificités de l'entreprise et de ses ambitions. Il n'existe pas de retour sur investissement universel : tout repose sur les enjeux que l'entreprise souhaite adresser.

- Face à un fort turnover, améliorer les conditions de travail et donner du sens permet de fidéliser les collaborateurs, réduisant ainsi les coûts liés aux départs.
- En phase de croissance, une stratégie RSE forte attire des talents alignés avec les valeurs de l'entreprise, renforçant l'image employeur et la compétitivité.

Certaines actions RSE ont un impact économique direct, comme l'efficacité énergétique ou la réduction des consommations. D'autres, comme l'engagement sociétal ou la gestion responsable des fournisseurs, génèrent une valeur plus diffuse mais essentielle à la pérennité de l'entreprise.

Plus la stratégie RSE est alignée avec les priorités de l'entreprise et celles de son écosystème, plus elle devient un moteur de performance.

Anticiper les risques, saisir les opportunités

La RSE est un puissant outil d'anticipation des risques et de création d'opportunités. C'est pourquoi elle est au cœur de cadres réglementaires majeurs comme la CSRD (rapport de durabilité pour les entreprises de plus de 500 salariés).

Les risques liés à l'inaction :

Ne pas intégrer la RSE dans sa stratégie peut exposer à des menaces significatives :

- Risque réputationnel, en cas de non-conformité aux attentes sociétales.
- Risque réglementaire, avec des normes en constante évolution.
- Risque d'approvisionnement, face aux tensions sur les ressources.
- Risque RH, lié aux talents en quête de sens et d'engagement...

Ces risques peuvent entraîner des pertes financières importantes : coûts de rétention, sanctions, partenariats rompus...

En intégrant la RSE au cœur de sa stratégie, les organisations ouvrent la voie à de nouveaux leviers de croissance :

- Innovation et différenciation sur le marché.
- Nouveaux débouchés auprès d'acteurs exigeants en matière de RSE (prêts, appels d'offres...)
- Fidélisation client, grâce à une image d'entreprise responsable.
- Réduction des coûts, via l'optimisation des ressources et des processus...

C'est pourquoi, la RSE ne doit pas être vue comme une contrainte, mais comme un levier stratégique pour renforcer la compétitivité, la robustesse et la résilience de l'entreprise.



Témoignage

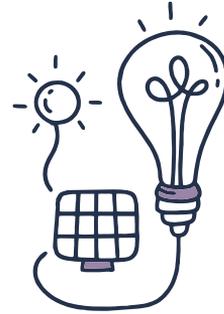
“ Au sein des établissements Vasquez, nous ne cherchons en aucun cas à faire de l'écologie pour faire de l'écologie. Nous nous levons chaque matin pour payer nos crédits et nos salariés. L'objectif principal de notre entreprise reste de faire du business.

La RSE est pour nous une manière de faire avancer notre entreprise afin qu'elle reste compétitive demain.

Pour y parvenir, nous nous concentrons sur plusieurs axes prioritaires :

L'optimisation énergétique : nous investissons dans des solutions concrètes telles que l'éclairage LED, le remplacement des menuiseries obsolètes et la rénovation globale de nos bâtiments, réduisant ainsi significativement nos factures d'énergie.

La baisse des factures d'entretien de nos véhicules : en adoptant une approche de mobilité durable, nous sommes passés sur des véhicules électriques et avons changé nos véhicules obsolètes. De plus, nous avons optimisé nos déplacements en éliminant les allers-retours superflus et en évitant l'utilisation simultanée de plusieurs véhicules pour des trajets non-essentiels. Les véhicules électriques nous permettent de réaliser d'importantes économies, car ils ne requièrent pas de temps de chauffe comme les moteurs thermiques, fonctionnent efficacement à basse vitesse et nécessitent moins d'entretien mécanique, ce qui élimine certains soucis courants (embrayage, injecteurs, catalyseur, etc.). De plus, ils renforcent notre image de marque...



La fidélisation de nos salariés :

nous veillons à ce que chacun se sente bien au travail en leur fournissant les outils nécessaires pour prévenir les accidents. Cela nous évite de devoir constamment former de nouvelles recrues, ce qui coûte cher et n'est pas toujours fiable, tout en préservant l'expérience métier accumulée.

Nous faisons également le choix de travailler avec des entreprises locales pour nos achats et travaux, ce qui nous permet de créer un réseau de confiance, de soutenir l'économie du territoire et de gagner en réactivité. ”

Benoît BUIL,
Établissements Vasquez



2 Agir pour la transition environnementale

Repenser nos habitudes et nos modes de consommation

L'environnement est une question large et transversale qui vise à analyser l'impact environnemental produit par l'entreprise dans le cadre de son activité et plus largement sur toute sa chaîne de valeur.

**Le jour du dépassement de la France
tombe le 5 mai**



Si toute l'humanité vivait comme la population française, il faudrait 2.9 Terres pour subvenir à ses besoins.

Un dépassement écologique : se produit lorsque la demande humaine dépasse le renouvellement des réserves de la planète.

Le dépassement écologique impacte l'économie de chaque pays et la France n'y échappe pas. En effet, l'avenir n'a jamais été aussi prévisible : les gens voudront continuer à manger et dormir, se déplacer et se sentir en sécurité, tandis que le monde va être de plus en plus marqué par l'aggravation du changement climatique et des ressources de plus en plus limitées. Et ceci, quels que soient les scénarios envisagés.

La consommation de la France dépasse de 86 % la capacité de régénération de ses propres écosystèmes.

Les villes, les entreprises ou les pays qui ne se préparent pas à l'avenir prévisible seront largement désavantagés. Il va être de plus en plus essentiel d'agir vite, tout en faisant bien les choses, car l'infrastructure physique des villes et des entreprises s'adapte plus lentement que l'avenir aux ressources limitées qui s'annoncent.

Témoignage

Notre activité de marbrier fabricant est naturellement très consommatrice d'eau : la majorité de nos machines (débitieuses, polisseuses, outils de découpe...) fonctionnent avec un système d'irrigation à eau. Conscients de cet enjeu environnemental, nous avons mis en place un circuit fermé de gestion de l'eau dans notre atelier. L'eau utilisée ruisselle vers des bacs de décantation, avant d'être réinjectée dans notre propre puits, permettant ainsi une utilisation circulaire, continue et durable de la ressource.



Benoît TRIOLET,
Pompes Funèbres Walle

Accélérer la transition grâce à la sobriété énergétique

Dans un contexte marqué par l'accélération du changement climatique, la transition énergétique de la France est devenue une des priorités. La France doit sortir de sa dépendance aux énergies fossiles et réduire de 40 % sa consommation d'énergie d'ici 2050. Cela suppose de transformer durablement nos habitudes et nos comportements.

Actions concrètes pour agir



ÉCLAIRAGE

Utiliser des ampoules LED,
Favoriser la lumière naturelle,
Éteindre les lumières inutiles.



INFORMATIQUE

Éteindre les ordinateurs le soir,
Débrancher les appareils non utilisés.



CHAUFFAGE & CLIMATISATION

19 °C en hiver, 26 °C en été,
Améliorer l'isolation si besoin.



SUIVI & ÉCO-GESTES

Suivre la consommation d'énergie,
Sensibiliser les équipes aux bons réflexes.



Témoignages

“ Nous avons installé des panneaux photovoltaïques sur une grande partie de notre toit, nous permettant de produire une énergie renouvelable couvrant une grande partie de nos besoins. Cette installation alimente notamment le chauffage de nos chambres funéraires, de nos salles de cérémonie et de notre atelier de gravure.

Grâce à ces panneaux garantis à vie, nous avons réduit nos mensualités énergétiques de plus de 50 %. Le projet a été financé par un prêt à taux zéro, et l'investissement sera entièrement amorti d'ici 2032. À partir de cette date, nous bénéficierons d'économies importantes sur nos factures d'énergie. ”

Damien DOIRAT,
Pompes Funèbres Maison Carreau



“ Nous avons installé des ombrières photovoltaïques sur le parking du Crématorium du Grand Villeneuvois afin de réduire les factures d'énergie et de produire de l'énergie verte.

Pour aller plus loin, nous avons également aménagé des places de parking végétalisées, notamment sur les places dédiées aux personnes en situation de handicap ainsi que dans leur prolongement. Les parkings végétalisés permettent notamment l'infiltration naturelle des eaux pluviales et la réduction des îlots de chaleur urbains. ”

Sophie LABORDE
Crématorium du Grand Villeneuvois

“ Nous avons également installé des panneaux photovoltaïques sur notre siège social, ce qui nous permet de couvrir 40 % de notre consommation d'énergie. Grâce à cet investissement, nous avons pu bénéficier d'un abattement de 0,5 point sur nos prêts bancaires, contractés sous forme de prêts verts. Nous prévoyons de déployer le photovoltaïque sur l'ensemble de notre parc immobilier, afin de renforcer notre autonomie énergétique.

Actuellement, nous réhabilitons le système électrique de notre marbrerie. Dans ce cadre, nous envisageons l'installation d'un tracker solaire, similaire à ceux utilisés dans les exploitations agricoles. Ce système permettra d'optimiser la production d'énergie et de réduire davantage nos factures. ”

Benoît TRIOLET,
Pompes Funèbres Walle



“ Afin de réduire nos consommations d'énergie et faire baisser nos factures, nous sensibilisons nos salariés. Si leurs usages sont trop élevés, nous en discutons avec eux et leur transmettons la facture pour les rendre acteurs de leur consommation. Côté éclairage, nous avons remplacé nos installations par des LED à basse consommation. Nous n'activons la climatisation que lorsque c'est vraiment nécessaire et réglons le chauffage à 19 °C en journée, en diminuant la température le soir. ”

Christelle ABREU et David MARTIN,
Pompes Funèbres
de Charente Maritime et Martin 33

Encourager une mobilité plus durable

La mobilité durable englobe la conception, le déploiement et la gestion de solutions de transport respectueuses de l'environnement, limitant la pollution et réduisant les émissions de gaz à effet de serre.

Témoignages

“ Au sein des pompes funèbres LEPETIT, nous avons acheté un véhicule électrique, afin de réduire l'empreinte carbone de nos déplacements. Nous avons également pour projet d'installer des bornes électriques de recharge. ”

Valérie LEPETIT,
Pompes Funèbres Lepetit



“ Nous avons installé des bornes de recharge électrique sur nos parkings afin de faciliter le passage à l'électrique. C'est une démarche concrète qui favorise une mobilité plus durable. ”

Sophie LABORDE,
Établissements Laborde



“ Au sein de l'UDIFE, nous avons mis en place, en janvier 2024, un forfait mobilité durable pour encourager nos collaborateurs à adopter des modes de déplacement plus responsables sur leurs trajets domicile-travail. Ce dispositif prend la forme d'une aide financière de 0,25 € par kilomètre parcouru à vélo, en covoiturage ou tout autre mode de transport durable... ”

En plus de favoriser une mobilité plus respectueuse de l'environnement, ce forfait est exonéré de cotisations sociales, ce qui en fait une mesure avantageuse à la fois pour les salariés et pour l'entreprise. ”

Floriane NAVICET,
Responsable RH - UDIFE



Réduire et valoriser ses déchets

Les 5 R, pour Refuser, Réduire, Réutiliser, Recycler et Rendre à la Terre, sont les principes fondamentaux du mode de vie Zéro Déchet.

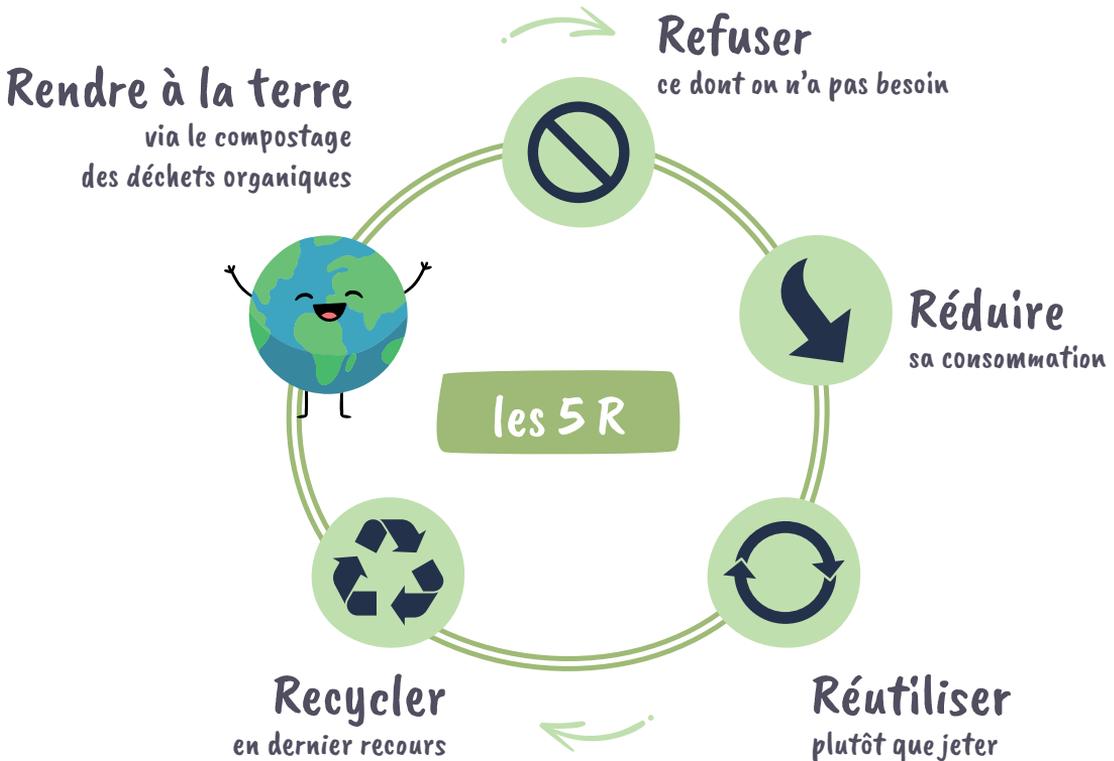
Cette méthode écologique a été popularisée par Béa Johnson dans son livre « Zéro Déchet » pour proposer des actions concrètes à mettre en place au quotidien pour limiter notre impact sur l'environnement.

Avec la méthode des 5 R, générer moins de déchets et consommer de manière plus durable devient plus facile.

Témoignages

“ Nous recyclons le papier en le broyant pour fabriquer les coussins utilisés lors des mises en bière pour la présentation. Ces coussins, réalisés à partir de copeaux de papier insérés dans des emballages de capiton, remplacent ainsi la houate traditionnelle. ”

Alexia DUCLOS
Groupe Funébretragne



“ Dans une démarche de réduction des déchets, nous avons supprimé l'utilisation de papier d'emballage pour la vente des plaques et des fleurs. Cette initiative nous permet de limiter notre impact environnemental en évitant des déchets superflus, tout en sensibilisant nos clients à une consommation plus responsable. ”

Valérie LEPETIT,
Pompes Funèbres Lepetit

“ Dans une démarche de réduction et de valorisation de nos déchets, nous mettons en place au quotidien différentes actions.

Toutes les protections des cercueils (le papier bulle et les protections en polyester pour éviter que le couvercle et le bas du cercueil ne s'abîment) livrés par nos fournisseurs leur sont retournées afin qu'ils puissent les réutiliser.

Plutôt que d'acheter des blocs-notes, nous réutilisons également notre papier brouillon pour toutes les tâches simples du quotidien : demandes de devis clients, fiches de préparation de cercueils... Bien sûr, cela ne concerne pas les documents administratifs envoyés en mairie.

Enfin, nous n'achetons plus de sacs poubelle, nous réutilisons les sacs transparents des capotons pour nos poubelles. ”

Romane PIOT,
Pompes Funèbres Meinder-Piot



Passer à l'économie circulaire : penser cycle de vie

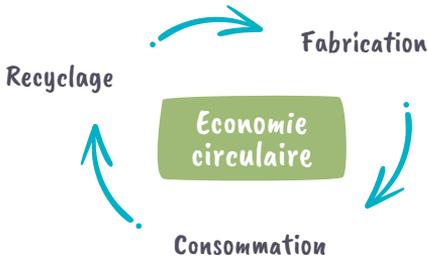
L'**Analyse du Cycle de Vie** (ACV) et l'**économie circulaire** sont deux approches complémentaires visant à réduire l'impact environnemental des produits et services.

L'ACV est une démarche essentielle en éco-conception permettant d'évaluer l'empreinte écologique d'un produit à chaque étape de son existence :



L'ACV permet ensuite de mobiliser plusieurs leviers pour réduire l'impact environnemental d'un produit : développement de nouveaux concepts, sélection des matériaux ayant le moins d'impact, réduction de la quantité de matière, optimisation des techniques de production, optimisation de la logistique, réduction de l'impact environnemental de la phase d'utilisation, optimisation de la durée de vie du produit et de la fin de vie du système...

L'économie circulaire consiste à produire des biens et des services de manière durable en limitant la consommation, le gaspillage des ressources et la production des déchets. Il s'agit de passer d'une société du tout jetable à un modèle économique plus circulaire.



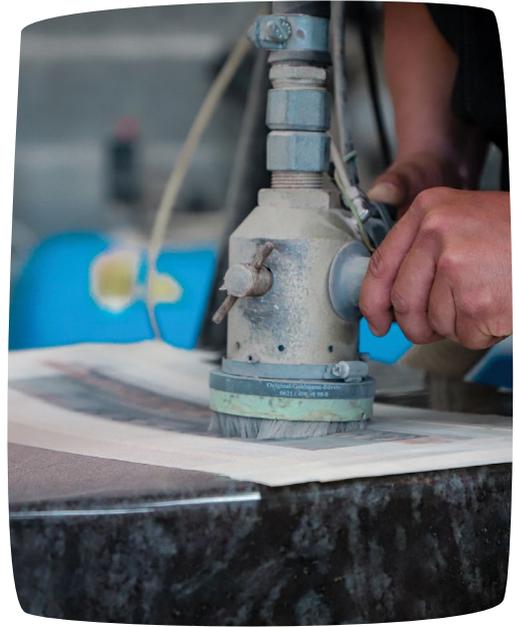
Témoignage

Chez les pompes funèbres Plessis, nous sommes marbriers fabricants. Aujourd'hui, 40 % de notre production est réalisée en France.

Nous proposons des monuments funéraires de seconde main, réalisés avec nos chutes de granit. Cette alternative est idéale pour les familles qui cherchent une solution plus abordable. Chaque monument est systématiquement entièrement repoli afin de garantir une qualité irréprochable et de préserver notre image de marque.

Si cette approche n'est pas toujours génératrice de profit immédiat, elle nous permet néanmoins de réduire les coûts de transport, et de conserver des couleurs que nous n'aurons plus dans 10 ou 20 ans.

Nous récupérons chaque semaine des monuments destinés à la destruction et leur donnons une nouvelle vie. Nous réutilisons nos chutes pour concevoir de nouveaux



modèles, testés directement en magasin. Nous en sommes fiers, car ces monuments seraient restés au fond du champ. Quand les familles les achètent, nous nous disons que nous avons réussi.

Enfin, pour les chutes inutilisables, nous avons mis en place un circuit de valorisation : elles sont broyées en carrière pour être transformées en tout-venant ou en gravier destinés aux travaux de voirie et aux caveaux. Cette démarche nous permet de réduire notre empreinte carbone, d'optimiser nos ressources et de le valoriser financièrement.

David PLESSIS,
Maison Plessis



Préserver la biodiversité

La biodiversité est constituée à la fois des espèces animales, mais aussi de toutes les espèces végétales, les champignons et les bactéries. Le concept de biodiversité concerne toutes les composantes du monde vivant. Les scientifiques distinguent trois niveaux d'organisation :



Bonnes pratiques

La France, grâce à la diversité de ses territoires, est l'un des pays les plus riches en biodiversité. Cependant, on observe une diminution inquiétante des populations animales et végétales, aussi bien en métropole qu'en outre-mer.

Chaque entreprise exerce une influence et à un impact sur la biodiversité, dont l'ampleur varie selon son activité. C'est pourquoi, adopter une démarche RSE permet ainsi de limiter autant que possible les impacts négatifs de l'entreprise sur son environnement et de contribuer à la préservation de la nature.

- 1 Faire une étude d'impact pour les nouveaux projets,
- 2 Pratiquer le fauchage tardif si l'entreprise a des espaces verts,
- 3 Installer des hôtels à insectes ou des nichoirs,
- 4 Installer des ruches ou parrainer des ruches,
- 5 Sensibiliser ses parties prenantes à la protection de la biodiversité,
- 6 Végétaliser les locaux et les extérieurs pour créer des habitats variés,
- 7 Soutenir des associations de protection de la biodiversité.

Témoignage

“ Au sein des pompes funèbres saramonaises, nous avons entrepris des travaux afin d’offrir un service chaleureux par la décoration de nos espaces tout en mettant l’accent sur des aménagements écoresponsables.

Il était important pour moi de pouvoir proposer aux familles un lieu de recueillement et d’apaisement à proximité. Je l’ai aussi voulu comme un lieu de vie, partagé avec la nature, dans une démarche écoresponsable.

C’est pourquoi, nous avons installé des ruches, des nichoirs pour chauves-souris, une maison à insectes et des panneaux photovoltaïques. Il s’agissait pour nous d’une manière de ramener de la vie là où il y a de la mort. ”

Thierry BERTHEAU
Pompes Funèbres Bertheau



Adopter un numérique plus responsable

Si le numérique contribue à réduire l'impact environnemental dans nos vies professionnelles et personnelles, son cycle de vie montre pour autant que son empreinte n'est pas neutre. Face à son expansion constante, réduire l'impact environnemental du numérique est un enjeu capital.

3,5%

des émissions mondiales de Gaz à Effet de Serre

67

millions de serveurs

12

milliards de mails envoyés chaque heure dans le monde

Les idées reçues :

« **Le numérique a moins d'impact environnemental que le papier.** »

Pas forcément.

Le digital n'est pas immatériel : sa phase de fabrication représente la 1^{ère} source d'impacts environnementaux, suivie par les pollutions associées à la phase d'usage.

« **La dématérialisation permet de réduire les consommations de papier.** »

Ce n'est pas systématique.

Et il faut être conscient des transferts de pollution : les impacts du papier et des octets sont différents et un support n'est pas systématiquement moins impactant que l'autre.

Bonnes pratiques

1

Sensibiliser et former vos collaborateurs sur l'impact environnemental des usages numériques,

2

Acheter des équipements reconditionnés plutôt que neufs,

3

Acheter des équipements durables et réparables,

4

Mettre son écran en mode sombre,

5

Privilégier l'appel classique à la visioconférence ou débrancher la caméra après la phase d'introduction,

6

Trier sa boîte mail sur une cadence progressive,

7

Opter pour l'utilisation d'un moteur de recherche éco-responsable,

8

Interroger votre hébergeur de données et opter pour un datacenter plus éco-responsable.

Témoignage

“ Au sein de l'UDIFE, nous avons choisi un hébergeur web engagé envers l'environnement. Leurs datacenters conçus selon des normes écologiques strictes et leur abonnement à une énergie 100 % verte réduisent leur empreinte énergétique. ”

Clément LE NOURS
Chargé de projets digitaux, UDIFE



3 Mettre l'humain au cœur de la performance

Développer les compétences et le capital humain

Selon la définition de l'OCDE (Organisation de Coopération et de Développement Économique), le capital humain recouvre « l'ensemble des connaissances, qualifications, compétences et caractéristiques individuelles qui facilitent la création du bien-être personnel, social et économique. Le capital humain constitue un bien immatériel qui peut faire progresser ou soutenir la productivité, l'innovation et l'employabilité ».

Bonnes pratiques

- 1 Réaliser en complément des entretiens professionnels tous les 2 ans, des entretiens annuels pour l'ensemble des collaborateurs.
- 2 Établir un plan de formation (autrement appelé plan de développement des compétences) issu des résultats des entretiens réalisés auprès des collaborateurs et de la stratégie de l'établissement. Ce plan de formation peut intégrer des formations externes ou internes et fait l'objet d'un suivi régulier.
- 3 Proposer des formations ou des sensibilisations à l'ensemble des collaborateurs sur les différents sujets de la RSE, tels que la sensibilisation « au tri sélectif », « à l'écoconduite », « à la prévention des risques »...

Témoignage

Je suis persuadée que la formation permet de valoriser les salariés et qu'elle est utile tout au long de la vie professionnelle. Elle permet à chacun de se remettre à niveau, de monter en compétences et de s'adapter aux évolutions de nos métiers...

C'est une conviction que nous mettons en pratique au sein de nos agences. Par exemple, nous allons proposer prochainement une formation en management à l'un de nos assistants funéraires, et nous déployons également les formations DDA. L'arrivée prochaine d'une nouvelle collaboratrice implique également de nouveaux besoins en formation, que nous anticipons.

En tant qu'ancienne formatrice, je pense que la formation concerne tout le monde, y compris nous, dirigeants : que ce soit par exemple sur le management, la gestion des équipes ou des conflits...

Je me souviens aussi d'un conseiller funéraire qui, au départ, était réticent à suivre une formation sur les assurances. Comme beaucoup, il assimilait ça à un retour sur les bancs de l'école. Finalement, il s'est pris au jeu et a reconnu que la formation était très bien construite et surtout, très utile dans son quotidien.

Cécile LARROQUE
Pompes funèbres Atlantique Bassin

Promouvoir la diversité, l'inclusion et l'équité

La diversité, l'équité et l'inclusion sont des valeurs essentielles, tant pour les collaborateurs que pour les entreprises, et plus largement pour la société. Des progrès restent nécessaires pour ancrer pleinement ces principes dans les pratiques professionnelles et organisationnelles au quotidien.



Bonnes pratiques

- 1 Réaliser un état des lieux des inégalités :** utiliser l'outil Egapro, proposé par l'État, pour calculer l'index égalité entre les femmes et les hommes.
- 2 Mettre en place une grille de salaires transparente :** élaborer une grille de salaires claire et objective pour assurer l'équité entre les salarié·es. Assurez-vous que chaque position salariale est justifiée et compréhensible.
- 3 Privilégier les promotions internes :** encourager la mobilité interne plutôt que le recrutement externe. Assurez-vous que toutes les offres de promotion soient accessibles aux salarié·es déjà en poste.
- 4 Créer des outils de recrutement objectifs :** mettre en place des grilles d'entretien et des fiches de poste pour garantir un processus de recrutement objectif, en limitant les biais et les stéréotypes.
- 5 Rendre accessible les services de santé :** afficher de manière claire et centralisée les coordonnées de la médecine du travail, des psychologues du travail et des assistants sociaux et rappeler que ces services sont accessibles à tout moment sur demande des salarié·es.
- 6 Nommer et former des référentes harcèlement sexiste et sexuel et/ou des référents handicaps.**
- 7 Mettre en place une procédure claire de signalement et de traitement des cas de harcèlement,** tout en veillant à en informer systématiquement les salariés. Cette procédure doit garantir la confidentialité, la protection des victimes et un traitement rapide et impartial des alertes.
- 8 Proposer systématiquement des solutions** pour permettre aux collaborateurs le nécessitant de travailler dans des conditions adaptées (aménagement des postes de travail...).

Témoignage

“ Pour le Groupe, l’inclusion n’est pas un sujet, car nous avons toujours adopté une approche ouverte. Nous avons plusieurs collaborateurs en situation de handicap. Pour nous, l’entreprise doit s’adapter aux besoins de ses collaborateurs. C’est une valeur essentielle pour nous. Lors des entretiens, nous demandons à chaque collaborateur ce dont ils ont besoin, ce qu’ils peuvent ou ne peuvent pas faire, et nous ajustons notre organisation en conséquence. Par exemple, j’ai un collaborateur qui a des soucis de hanches. Il a un compteur temps, et lorsqu’il ne va pas bien, il m’appelle pour poser des journées, sans que cela pose le moindre problème.

Nous avons également accompagné un collègue transgenre. Nous savions qu’il allait transitionner, ce qui entraînerait une absence, et nous l’avons soutenu tout au long de cette période.

C’est important pour le groupe qu’il n’y ait pas de discrimination, ni d’étiquette. ”

Alexia DUCLOS
Groupe Funébretaire

Améliorer la qualité de vie et les conditions de travail

La **QVCT** (Qualité de Vie et des Conditions de Travail) désigne une démarche collective que peut engager une entreprise, une association ou une structure publique.

Elle vise un double objectif :

- ✓ Améliorer les conditions de travail pour préserver la santé et le bien-être des personnes,
- ✓ Et renforcer la performance globale de l’organisation (économique, sociale, opérationnelle, environnementale).

Elle s’appuie sur :

- ✓ Six grands axes de travail, à aborder de manière progressive et connectée,
- ✓ Et des méthodes participatives, permettant d’impliquer tous les acteurs et d’expérimenter de nouvelles façons de travailler.



La QVCT a pour objectif :

- ✓ D'améliorer les conditions dans lesquelles les salariés exercent leur travail en donnant à chacune et à chacun la possibilité de s'exprimer et d'agir sur son travail,
- ✓ D'apprendre à mieux fonctionner ensemble,
- ✓ De permettre à chacun de participer aux évolutions de l'organisation pour améliorer le travail d'aujourd'hui et de demain,
- ✓ De viser un modèle de développement acceptable et soutenable.

Bonnes pratiques :

- 1** **Évaluer l'existant avec le test 360° :**
Mis à disposition par l'Agence Nationale pour l'Amélioration des Conditions de Travail, il est possible de réaliser un état des lieux de la QVCT au sein de son entreprise sur l'ensemble de ces thématiques. Cette évaluation a pour objectif d'identifier les axes à renforcer et à améliorer, puis de mettre en place des actions ciblées afin de développer la QVCT.
- 2** **Mesurer l'engagement des collaborateurs avec le Employee Net Promoter Score (eNPS) :** L'eNPS, est un indicateur clé qui évalue l'engagement des employés au travail. Dérivé du NPS qui mesure la satisfaction clients, il permet d'estimer la probabilité de recommandation de l'entreprise par les collaborateurs.

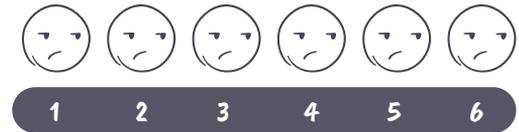
Le eNPS est un calcul qui s'établit à partir d'une question unique posée :

« Sur une échelle de 0 à 10, quelle est la probabilité pour que vous recommandiez à votre entourage de venir travailler dans notre entreprise ? »

$$\text{eNPS} = \text{nb de promoteurs} - \text{nb de détracteurs} \times 100$$

Classification des répondants

Détracteurs (score de 0 à 6) : employés insatisfaits, potentiellement démotivés.



Passifs (score de 7 ou 8) : employés neutres, satisfaits, mais peu engagés.



Promoteurs (score de 9 ou 10) : employés très engagés et enthousiastes.



Témoignages

“ Nous attachons de l'importance au bien-être de nos salariés. Dans plusieurs de nos agences, nous avons aménagé des espaces de repos équipés de fauteuils. Par exemple, l'un de nos collaborateurs dispose d'un fauteuil pour se reposer pendant la pause déjeuner.

Même si nous sommes locataires de nos locaux, nous veillons à offrir un cadre de travail simple et agréable. Si un salarié nous signale que la couleur des murs, comme le jaune, est inconfortable, nous n'hésitons pas à envisager des travaux de peinture pour améliorer l'environnement.

Nous organisons régulièrement des temps d'échanges et de convivialité : petits-déjeuners, déjeuners communs, goûters... Par exemple, pour les formations DDA, nous les organisons au siège afin de déjeuner tous ensemble et de proposer un moment de partage avec l'ensemble des salariés des différents magasins. ”

Christelle ABREU et David MARTIN

Pompes Funèbres
de Charente Maritime et Martin 33

“ Une fois par an, nous organisons une journée de cohésion pour tous les collaborateurs, une tradition que nous entretenons depuis 4 ans. Par exemple, l'année dernière, nous avons passé la journée dans un château pour un grand escape game. C'est toujours un moment agréable et apprécié par les collaborateurs, car, lors des entretiens, ils expriment souvent le souhait de vivre ce genre d'événements plus fréquemment. Nous essayons donc d'organiser deux ou trois manifestations au cours de l'année, mais cette journée de cohésion reste l'occasion idéale où tous les collaborateurs peuvent se retrouver et lâcher prise. ”

Alexia DUCLOS
Groupe Funébretragne



Garantir la santé et la sécurité

La santé et la sécurité comportent 3 composantes, dans lesquelles il est possible de mettre en place des actions pour réduire les risques :



Physique : gestes, postures, manutentions, déplacement...



Cognitive : prise et traitement d'informations, prise de décision...



Psychosociales : relations, intérêt, épanouissement...

→ Pour réduire les risques liés à ces trois composantes, il est possible d'agir sur différents aspects :

- Gestion du temps, volume de travail à réaliser,
- Gestion des aléas et des interruptions,
- Cyclage et durée des tâches,
- Planification et répartition des tâches,
- Simplicité / complexité de la tâche,
- Gestion des compétences, management,
- Environnement socio-économique de l'entreprise,
- Appartenance, soutien social, reconnaissance,
- Autonomie,
- Relation client,
- Valeurs de l'entreprise,
- Horaire, cadence, conception des postes de travail,
- Locaux et espaces de travail, ambiance physique (bruit, température, humidité, éclairage).

Agir sur la santé au travail revient à mener des actions à 3 niveaux :

La prévention (primaire) : qui agira sur les causes racines et les déterminants pour identifier et éliminer les potentiels facteurs de risques,

La protection (secondaire) : qui agira sur la protection des personnes lorsque le risque est apparu, pour limiter les impacts des situations,

La réparation (tertiaire) : qui aura pour but de réparer les effets sur la santé lorsque le risque aura causé des dommages afin de maintenir l'activité et l'emploi.

Le DUERP : un outil clé pour évaluer et prévenir les risques

Chaque entreprise doit identifier et prévenir les risques professionnels pour assurer la santé et sécurité de ses salariés. Dans le secteur funéraire, un DUERP pré rempli et spécifiquement conçu pour le secteur est disponible dans la boîte à outils RH de l'UDIFE .



Bonnes pratiques :

- 1** Le **chariot porte-cercueil** : permet de déplacer le cercueil seul et de pouvoir le transférer sans effort sur tout autre support. Un vérin hydraulique permet de le positionner à la hauteur souhaitée et un système de rouleaux permet de bloquer le cercueil sur le chariot ou de le libérer pour le transférer.
- 2** Le **lève-défunt** : équipé d'un bras articulé, il permet de procéder seul à la mise en bière sans aucun effort et en toute sécurité.
- 3** La **civière en carton 100 % biodégradable** : elle est placée sous le corps du défunt dès l'admission en maison funéraire et le suivra jusque dans le cercueil. Elle permet d'utiliser le lève-défunt (résistante jusqu'à 140 kg) et d'éviter toute manipulation inutile du corps du défunt.

Témoignages

“ **A**fin de limiter le port de charges lourdes lors des mises en bière, toutes nos chambres funéraires sont équipées de lève-malades. Ces dispositifs facilitent la manipulation des défunts et réduisent les risques liés aux efforts physiques. ”

Alexia DUCLOS,
Groupe Funébretegne

“ **N**otre thanatopracteur a collaboré avec la médecine du travail au sein d'un groupe de travail afin d'optimiser l'aménagement des postes de travail et d'identifier les outils les plus adaptés. ”

Sophie LABORDE,
Établissements Laborde



Prévenir les risques psychosociaux

Les risques psychosociaux (RPS) sont des risques professionnels qui doivent être pris en compte par les entreprises de la même manière que les autres types de risques, conformément à la réglementation en vigueur.

Selon le ministère du travail, les risques psychosociaux sont définis comme : « Les risques pour la santé physique et mentale des travailleurs », engendrés par « les conditions d'emploi, l'organisation du travail et les relations au travail ».

Ces risques concernent toutes les entreprises, indépendamment de leur taille ou de leur secteur d'activité. Tout salarié peut être exposé, en fonction de son métier, de l'organisation de son travail, et des relations avec des personnes au travail, à un ou plusieurs risques psychosociaux :

- Violences externes
- Violences internes
- Stress

Les RPS doivent figurer dans le DUERP et l'employeur doit prendre les mesures nécessaires pour assurer et protéger la santé physique et mentale des travailleurs :

- Actions de prévention des risques professionnels,
- Actions d'information et de formation,
- Mise en place d'une organisation et de moyens adaptés.

Bonnes pratiques

- Identifier les risques
- Classer les risques
- Proposer des actions de prévention

Avant de pouvoir mettre en œuvre des actions de prévention adaptées, il faut comprendre ce qui se passe, et donc analyser la situation.

Témoignage

« Nous proposons à nos collaborateurs un espace d'écoute avec un psychologue extérieur lorsqu'un besoin se manifeste, que ce soit à la suite d'un transport difficile ou quand ça ne va pas très fort. Les séances se déroulent sur le temps de travail, à proximité du lieu de vie du collaborateur concerné, et sont entièrement prises en charge par l'entreprise. Cette démarche peut être initiée par le collaborateur lui-même ou proposée par nos soins lorsqu'un besoin est identifié. Dans ce cas, un temps d'échange en interne permet de poser les choses, et si le collaborateur exprime le besoin d'un soutien extérieur, nous organisons cet accompagnement. »

Nous avons mis en place cette démarche à trois reprises, car nous estimons essentiel de pouvoir offrir ce type de soutien quand cela s'avère nécessaire. »

Alexia DUCLOS,
Groupe Funébretagne



Encourager le dialogue social

Le dialogue social regroupe l'ensemble des processus de négociation, de partage de l'information ou de consultation entre employeurs et salariés. C'est un espace d'échange collectif permettant à toutes les composantes de l'entreprise (employeur, salariés, instances représentatives du personnel) de s'exprimer dans un état d'esprit de confiance réciproque. Si les échanges peuvent se traduire par la négociation et l'adoption d'un accord d'entreprise, le dialogue social inclut également les échanges informels entre l'employeur et les salariés.

Le dialogue social permet de résoudre les problématiques économiques et sociales majeures en entreprise, la promotion d'une bonne gouvernance, la stabilisation sociale et le développement économique de l'entreprise. Il favorise la mise en place de consensus entre les différentes parties et vise l'intérêt collectif.

visioconférences thématiques, un baromètre social pour recueillir les perceptions des collaborateurs, une boîte à idées accessible à tous, des sessions de brainstorming pour favoriser la créativité collective, ainsi que des groupes de travail pour approfondir certaines thématiques, co-construire des solutions...

3 **Faire vivre le dialogue social** : écouter, échanger, résoudre les problèmes au quotidien, trouver des compromis sur l'organisation et les conditions de travail pour favoriser le sentiment d'appartenance et d'adhésion.

4 **Favoriser la communication interne** : le dialogue social doit inclure les échanges quotidiens.

Bonnes pratiques

1 **Préparer et formaliser un espace de dialogue** : prévoir régulièrement un temps d'échange dédié entre l'employeur et les salariés, afin de discuter de toute situation et d'identifier ensemble des pistes d'amélioration : trouver une solution à un conflit, informer sur la situation de l'entreprise et ses projets, échanger sur les conditions de travail, ... c'est l'incarnation de moments privilégiés durant lesquels les salariés peuvent s'exprimer.

2 **Créer des espaces de dialogue social** : mettre en place des réunions régulières, des espaces d'échange dédiés, des



Témoignage

“

Au sein des pompes funèbres de l'Ouest, nous sommes une petite structure et nous n'avons qu'un salarié, mais nous tenons à l'impliquer dans les prises de décisions. Nous échangeons systématiquement avec lui sur l'ensemble des sujets et prenons en compte ses observations et son avis. ”

Christelle ROLLAIS,
Pompes Funèbres de l'Ouest



4 Déployer une responsabilité sociale

Promouvoir les achats responsables

Un achat responsable se dit d'un achat de biens ou de services auprès d'un fournisseur ou d'un prestataire sélectionné pour minimiser les impacts environnementaux et sociétaux, et favoriser les bonnes pratiques en termes d'éthique et de droits humains.

On parle parfois d'achats écoresponsables, lorsque l'acheteur privilégie des biens et services à moindre impact environnemental : circuits courts, produits éco-conçus, biens et services consommant moins d'énergie, d'eau, de transport...

L'adjectif « responsable » renvoie à la Responsabilité Sociétale des Entreprises. En ce sens, les achats responsables ont une dimension éthique. Une politique d'achats responsables peut aussi conduire à privilégier des fournisseurs et prestataires de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS).



Témoignages

“ Dans la mesure du possible, nous privilégions les achats locaux ou français. Nous prenons également le temps d'expliquer à nos clients l'origine de nos produits : par exemple, nos cercueils viennent de Pontivy. Il ne nous viendrait pas à l'idée d'aller chercher à l'autre bout de la France ce que nous pouvons trouver à proximité. Pour nos achats courants, nous faisons le choix de commerçants locaux. À notre échelle, nous essayons de mettre en place des petites actions. Pour autant, je ne revendique pas forcément faire de la RSE — cela correspond avant tout à mes valeurs personnelles. ”

Christelle ROLLAIS,
Pompes Funèbres de l'Ouest

“ 90% de notre gamme de cercueils provient de forêts françaises éco-gérées, garantissant une gestion durable des ressources forestières. Nous achetons également le capiton NATURA, conçu sans aucun dérivé de pétrole et fabriqué à partir de fibres naturelles. ”

Benoît TRIOLET,
Pompes Funèbres Walle

Stabiliser sa présence sur le territoire au service de l'impact social

Une entreprise ne peut prospérer sans un ancrage territorial solide. Son activité influence directement le développement économique, social et environnemental de la région où elle opère. Dans le cadre d'une démarche RSE, s'impliquer dans les communautés locales et contribuer à leur développement devient un levier stratégique et éthique.

On retrouve plusieurs domaines d'actions qu'il est possible d'intégrer dans sa stratégie : l'ancrage territorial (participation active à la vie locale et dialogue avec les parties prenantes), l'éducation et la culture, la création d'emplois et le développement des compétences, la dynamisation de l'économie locale par des partenariats et une politique d'achats responsables, l'investissement social : soutien à des projets à impact social et environnemental...

Bonnes pratiques

S'impliquer dans des projets de développement communautaire est l'une des façons les plus concrètes pour une entreprise de contribuer à l'amélioration des conditions de vie dans la communauté.



Témoignages

“ Au sein de la coopérative funéraire de Lille, nous avons deux casquettes : la première est pompes funèbres et la deuxième est de lever le tabou sur la mort avec un grand M, en informant, conseillant et accompagnant, par l'organisation de différents événements tout au long de l'année.

Nous proposons le plus souvent des événements gratuits, ouverts à tous, tout public.

Notre événement le plus connu est le café mortel, que nous organisons tous les deux mois environ. Un groupe de personnes (qui ne se connaissent pas) se retrouvent dans un lieu sympathique pour échanger ensemble autour de la mort, sans thème imposé. Le maître mot du café, est zéro jugement ; chaque personne arrive avec ses valeurs, son histoire, ses convictions et ses croyances, nous avons tous des opinions que l'on partage sans jugement. À la fin du café, je réponds à toutes les questions avec ma casquette de conseillère funéraire.

Nous avons organisé également différentes conférences : une conférence sur le rapport au corps mort, avec Manon Moncoq (qui est intervenue sur la partie ethnologie et histoire du funéraire) et mon thanatopracteur (sur la partie toilette et soins de conservation), une autre sur l'évolution des rites et des pratiques et une sur les nouveaux rites (promession, aquamation, humusation...) ... La prochaine sera sur « comment parler de la mort à un enfant endeuillé » autour d'un café débat, avec notamment une intervenante de l'association Vivre son deuil et une assistante sociale en soins palliatifs.

À la fin de l'année, nous co-organisons un gros événement sur la terramation avec l'université de Lille et plusieurs autres événements sont en cours de préparation (surprises !!!).

Nous animons également un atelier sur le parcours des funérailles, à la demande ou en interne à la coopérative en groupe de 8 personnes, sur ce qu'est un parcours des funérailles (côté pompes funèbres et côté famille) afin que les participants puissent réfléchir à leurs volontés et les communiquer.

L'objectif de tous ces événements est de sensibiliser et d'informer un maximum de personnes de tous les horizons sur le sujet de la Mort.

En plus de tout cela, nous sommes un lieu d'accueil, où les gens viennent s'informer librement. ”

Séverine MASUREL,
Coopérative funéraire de Lille



“ Nous participons à des actions caritatives, à la fois financièrement (mécénat financier) et techniquement, notamment dans le domaine de la santé.

Par exemple, nous soutenons depuis plusieurs années une famille de notre région qui organise chaque année une randonnée pédestre pour collecter des fonds en faveur de la lutte contre l'hypertension artérielle pulmonaire (HTAP). C'est une maladie rare, d'origine souvent génétique, qui peut malheureusement être mortelle. Cette famille a perdu une fille à cause de cette pathologie, et leur deuxième fille en est également atteinte.

Au départ, nous les avons accompagnés techniquement, car je connaissais personnellement la famille. Depuis l'année dernière, nous les soutenons aussi financièrement, et nous allons continuer cette année. C'est un engagement fort pour nous. L'HTAP était encore peu connue il y a une dizaine d'année (les symptômes, les causes...), mais grâce à la recherche, les traitements évoluent rapidement. La jeune fille concernée vivait avec une assistance technique permanente pendant des années, et aujourd'hui, elle en est libérée. On se dit que peut-être 0,05 % de cette avancée vient aussi de nous... et ça compte.

En tant que société de pompes funèbres, soutenir ce type de cause fait vraiment sens.

Nous avons également pour projet de nouer un partenariat avec une association engagée dans Octobre Rose. Et en début d'année, nous avons apporté un soutien ponctuel à un trio de femmes qui participait à un raid physique en Europe. Les fonds récoltés pendant et après le raid ne servent pas uniquement à financer leur projet sportif, mais aussi à soutenir une association en faveur des enfants maltraités. ”

David LELUBRE,
Pompes Funèbres Service Mortuaire Baralbin



Positionner le consommateur au cœur de la responsabilité sociale

Ce thème vise à garantir que les produits et services offerts par l'entreprise répondent aux normes de qualité, de sécurité et d'éthique, tout en respectant les droits des consommateurs.

Les questions relatives aux consommateurs sont importantes en RSE afin de :

- Garantir la satisfaction et la fidélité des clients (offrir des produits et des services de qualité, sûrs et conformes à leurs attentes...),
- Respecter les droits des consommateurs (droit à l'information, sécurité des produits, confidentialité, recours en cas de litige...),
- Prévenir des pratiques commerciales déloyales (publicité trompeuse, vente forcée, manipulation des prix...).

Bonnes pratiques

- 1 Proposer des solutions funéraires adaptées à tous les budgets, avec une offre diversifiée et des tarifs transparents.
- 2 Assurer l'accessibilité des locaux pour les personnes à mobilité réduite, garantissant un accueil inclusif pour tous.
- 3 Mettre en place un service gratuit de traduction en langue des signes ou de transcription simultanée pour les entretiens avec les conseillers et les cérémonies, afin de favoriser l'accessibilité aux personnes malentendantes.

- 4 Suivre régulièrement la satisfaction des familles, afin de garantir une amélioration continue de la qualité des services proposés.
- 5 Offrir un service de personnalisation des prestations funéraires pour mettre en valeur la singularité et l'intégrité des défunts, en adaptant les lieux, le déroulement de la cérémonie, et en proposant des cercueils personnalisables (couleurs, motifs...).
- 6 Mettre à disposition des familles un registre d'observations pour leur permettre d'exprimer les problématiques auxquelles elles ont été confrontées et apporter une réponse à chacune d'entre elles dans un délai « raisonnable ».
- 7 Établir et proposer aux familles une liste de différentes associations pouvant aider les proches du défunt dans leur deuil et/ou dans la gestion du décès (aide administrative, ...).
- 8 Sensibiliser les collaborateurs dès leur embauche puis régulièrement au respect de la vie privée, au secret professionnel et à la protection des données.
- 9 Informer les familles de l'origine de ses produits (cercueils, capitons, articles funéraires, monuments funéraires).

Témoignages

“ Nous sensibilisons les familles, qui ont une appétence au respect de l’environnement, en proposant des alternatives plus vertueuses, comme des cercueils produits en France, avec du bois issu de forêts éco-gérées, des urnes et capitons français, nous expliquons comment être plus vertueux (toilette, cercueil non verni, pleine terre, dispersion des cendres, ...).

Nous leur expliquons que toutes les étapes des funérailles sont polluantes et nous les conseillons. ”

Séverine MASUREL,
Coopérative funéraire de Lille



Accompagner nos proches, même à distance



“ Dans les moments où l’on voudrait être ensemble, la distance peut parfois être un obstacle. C’est pourquoi nous avons mis en place une solution pour permettre aux familles éloignées de rendre hommage à leurs proches, même depuis l’étranger.

Nos familles résidaient en Angleterre, à New York, au Canada, et même au Brésil. Ne pouvant se déplacer en France, elles ont pu assister aux cérémonies grâce à une diffusion en direct, pensée pour qu’elles se sentent véritablement présentes. La caméra, positionnée comme si elles étaient assises dans la salle, leur a permis de vivre ce moment de recueillement et de partager leur deuil avec leurs proches, malgré les milliers de kilomètres qui les séparaient.

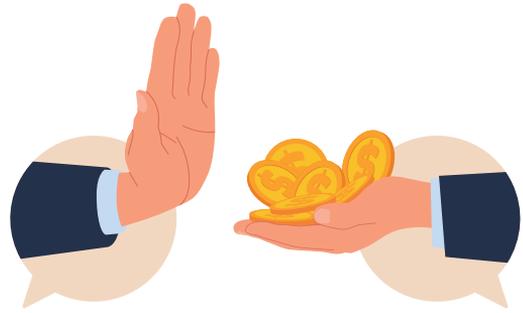
Parce qu’accompagner nos proches ne devrait jamais être une question de distance. ”

Cathy SPLINGARD,
Pompes funèbres Splingard

Lutter contre la corruption

La corruption désigne tout comportement par lequel une personne accepte ou reçoit des offres, promesses, dons ou présents dans le but d'accomplir ou d'empêcher un acte, ou d'obtenir des faveurs ou des avantages particuliers.

Il existe deux types de corruption complémentaires : la corruption active, qui concerne l'initiateur de l'acte corrupteur et la corruption passive, qui concerne le bénéficiaire de l'acte corrupteur.



Bonnes pratiques

- 1 Adopter une attitude exemplaire et afficher que l'entreprise ne tolère aucune corruption (règlement intérieur...).
- 2 Identifier des manières de procéder qui pourraient présenter des risques : export, contact avec les gros partenaires, utilisation d'intermédiaires commerciaux, aux marchés publics ou obtention d'autorisations administratives.
- 3 Mettre en place des consignes pour encadrer les relations avec vos partenaires, notamment en matière de cadeaux et invitations (offerts comme reçus), de conflit d'intérêt, de sponsoring...
- 4 Informer et former vos équipes régulièrement à la lutte anticorruption et sensibiliser à la prévention des conflits d'intérêts.
- 5 Se renseigner sur l'intégrité des principaux partenaires, notamment si l'entreprise fait appel à des agents commerciaux.
- 6 Informer les collaborateurs, qu'ils peuvent alerter, de manière confidentielle, sur toute situation qui leur paraît douteuse.
- 7 Contrôler régulièrement l'application des consignes et plus souvent dans les activités identifiées comme à risques.
- 8 Tenir la comptabilité rigoureusement en suivant les principes en vigueur et vérifier notamment qu'aucune écriture n'est passée sans justificatif.
- 9 Sanctionner si les consignes ne sont pas appliquées.

Communiquer de manière responsable

La communication responsable est une démarche qui vise à transmettre des messages clairs, honnêtes et cohérents, en tenant compte de l'impact social, environnemental et économique de ses contenus. Elle repose sur la transparence, l'exactitude des informations et l'engagement à ne pas induire en erreur le public, notamment sur les enjeux écologiques.

Pourquoi est-ce important ?

À l'heure où les consommateurs sont de plus en plus sensibles aux questions environnementales, les marques ont un rôle clé à jouer. Une communication non responsable, notamment lorsqu'elle tombe dans le greenwashing, sème la confusion, freine les changements de comportements et décrédibilise les efforts réels des entreprises engagées.

Le greenwashing, ou « écoblanchiment », désigne toute communication qui donne une image exagérément écologique d'un produit, d'un service ou d'une organisation, sans que cela repose sur des éléments concrets et vérifiables. Cela peut prendre la forme de promesses vagues, d'images trompeuses (ex. : nature luxuriante pour un produit polluant), de faux labels, ou d'affirmations non prouvées. Le greenwashing nuit à la confiance du public, retarde la transition écologique et pénalise les acteurs sincèrement engagés.

À l'inverse, une communication sincère et vérifiée renforce la confiance, valorise les actions concrètes et soutient la transition écologique.

Les grands principes d'une communication responsable

Véracité : tout argument écologique ou de développement durable doit être fondé sur des preuves sérieuses, accessibles et compréhensibles.

Transparence : évitez les termes vagues comme « écologique », « vert » ou « durable » sans justification claire.

Proportionnalité : le message ne doit pas exagérer les bénéfices environnementaux ou sociétaux d'un produit ou d'une action.

Pertinence : l'argument doit être directement lié au produit ou à la démarche mise en avant, et ne pas détourner l'attention avec des visuels trompeurs.

Éthique : ne pas inciter à des comportements contraires aux objectifs de sobriété et de préservation des ressources.



5 Fédérer les parties prenantes autour d'une démarche engageante

Dialoguer avec les parties prenantes

Les parties prenantes sont des personnes physiques ou morales (individus, entreprises, institutions, organisations) qui impactent ou qui pourraient être impactées par les activités ou services d'une entreprise. On distingue les parties prenantes internes des parties externes, composées chacune d'une large palette d'acteurs (liste non-exhaustive) :

Collaborateurs Futurs embauchés

Actionnaires, Investisseurs,

Fournisseurs, Partenaires, Sous-traitants

Ecosystème Compagnies d'assurance

Riverains Territoire

Génération futures Associations

Banques Clients

Agences de notation

Les parties prenantes d'une entreprise jouent un rôle clé dans la réussite de sa démarche RSE. Engager un dialogue structuré avec elles est essentiel pour :

- **Comprendre et anticiper les impacts** : identifier les effets des activités de l'entreprise sur la société et l'environnement permet de mieux prévenir les risques.
- **Développer des actions pertinentes et innovantes** : le dialogue enrichit la réflexion et favorise l'émergence de solutions concrètes, acceptables et durables.
- **Faciliter l'acceptabilité des activités** : une relation de confiance améliore l'adhésion aux projets et initiatives de l'entreprise.
- **Renforcer la réputation et la gestion de l'image** : une communication transparente et proactive limite les crises réputationnelles et valorise l'engagement RSE.
- **Créer des opportunités de marché** : l'échange avec les parties prenantes peut révéler de nouveaux besoins et favoriser le développement commercial.
- **Anticiper les évolutions réglementaires et sociétales** : identifier les signaux faibles permet de se préparer aux nouvelles exigences et aux tendances.



Bonnes pratiques

1 **Identifier vos parties prenantes :** commencer par celles déjà en relation avec l'entreprise, puis élargir à celles qui sont stratégiques mais encore peu impliquées.

2 **Identifier les attentes et les exigences :** évaluer leur pouvoir de soutien ou de nuisance et cibler en priorité celles avec lesquelles un dialogue structuré est essentiel.

3 **Cartographier vos parties prenantes :** cartographier visuellement vos parties prenantes en fonction de leur influence et de leur importance stratégique pour l'entreprise.

4 **Dialoguer avec vos parties prenantes :** choisir le mode de dialogue, définir les objectifs, les attentes et les modalités d'échange.

Engager les collaborateurs dans la démarche RSE

Il est nécessaire d'impliquer les collaborateurs dans la construction d'une démarche RSE. Pour cela, il existe plusieurs bonnes pratiques non-exhaustives :

Sensibiliser et former les collaborateurs : offrir des sessions de sensibilisation et des formations sur les thématiques RSE pour permettre d'ancrer les enjeux environnementaux et sociaux dans le quotidien des équipes.

Parcours F peut vous mettre à disposition un e-learning RSE.

Communiquer sur la stratégie RSE et les plans d'action : une communication transparente et régulière sur les objectifs, les actions mises en place et les résultats obtenus est essentielle pour embarquer les collaborateurs. Utiliser des canaux variés (réunions, newsletters, affiches...) permet de toucher un maximum de collaborateurs.

Inclure l'ensemble des salariés dans les réflexions et le plan d'actions RSE : la RSE ne doit pas être portée uniquement par une équipe dédiée. Tous les collaborateurs, y compris les nouveaux arrivants, stagiaires ou apprentis, peuvent être invités à participer aux discussions sur la mission de l'entreprise et ses impacts sociaux et environnementaux. Pour cela, il est possible de mettre en place une boîte à idées RSE (physique ou numérique) afin d'encourager les collaborateurs à proposer des initiatives RSE.

Animer des groupes de travail : mettre en place des groupes de travail thématiques permet aux salariés volontaires de contribuer activement à la stratégie RSE. Ces groupes peuvent être transversaux, pour favoriser une approche collective et décloisonnée.

Intégrer la RSE dans les fiches de poste et les évaluations annuelles : ajouter des missions en lien avec la performance sociale et environnementale dans les descriptions de poste permet de responsabiliser chacun sur ces sujets : on parle de compétences durables. Cette performance peut être évaluée annuellement pour valoriser l'implication des collaborateurs.

Instaurer des jours de RTT solidaires : permettre aux salariés de consacrer des jours de RTT à des actions de bénévolat ou des missions d'intérêt général afin de renforcer la culture d'engagement de l'entreprise et son impact positif sur la société.

Identifier les facteurs clés de succès

La réussite d'une démarche RSE repose sur plusieurs facteurs clés qui permettent de structurer, déployer et pérenniser l'engagement de l'entreprise.

Évaluer l'existant : avant de se lancer, il est essentiel de faire un état des lieux des actions déjà mises en place. Souvent, on réalise que l'entreprise a déjà initié certaines actions RSE sans les formaliser. Une auto-évaluation basée sur la norme ISO 26000 permet d'identifier les points forts et les axes d'amélioration.

Impliquer ses parties prenantes : les parties prenantes (clients, collaborateurs, fournisseurs, territoires, actionnaires...) jouent un rôle clé dans la réussite d'une démarche RSE. Il est important de les identifier, de hiérarchiser leurs attentes et de définir un mode de dialogue adapté pour chacune d'entre elles.

Structurer la démarche : si l'envie d'agir rapidement est légitime, la structuration est essentielle pour assurer la pérennité de la démarche. Poser des bases solides permet d'éviter que l'initiative ne s'essouffle ou disparaisse en cas de départ du référent RSE. La norme ISO 26000 peut être une excellente base pour structurer l'ensemble du projet.

Définir un plan d'action et des indicateurs : un plan d'action efficace repose sur des objectifs clairs, des étapes précises, une équipe projet définie et des indicateurs de suivi. Ces derniers sont indispensables pour mesurer les avancées et valoriser la démarche en interne comme en externe.

Impliquer les collaborateurs : le succès de la RSE repose sur l'adhésion des équipes. Le référent RSE joue le rôle de chef d'orchestre,



mais il doit embarquer les collaborateurs à travers des groupes de travail et une communication régulière. Les managers jouent un rôle clé pour relayer la stratégie et engager leurs équipes.

Valoriser ses engagements : communiquer sur ses actions RSE est essentiel, même si elles ne sont pas parfaites. Attendre d'avoir une démarche irréprochable freine la progression. Partager ses engagements sur le site internet, les réseaux sociaux ou via des supports internes renforce la crédibilité et la transparence de l'entreprise.

Obtenir le soutien de la direction : l'absence de soutien de la direction peut compliquer le déploiement efficace de la démarche RSE. Bien qu'il soit possible de réaliser quelques actions à un niveau local, un engagement fort de la direction est essentiel pour assurer le développement et la pérennité de la démarche.

Sensibiliser et former : la sensibilisation est un processus continu. Multiplier les formats (ateliers, affiches, vidéos...) permet de toucher un maximum de collaborateurs et de renforcer la culture RSE en interne. Adapter le niveau de formation selon la maturité de l'équipe assure une montée en compétence progressive.

Valoriser ses engagements grâce aux Labels RSE

Il existe plusieurs types de labels et certifications RSE. Parmi les labels "génériques", on peut citer B Corp, AFNOR, Lucie 26 000, Engagé RSE, Ecovadis... qui sont tous basés sur la norme ISO 26 000 et les standards internationaux.

Pour répondre aux spécificités du secteur funéraire, **un label RSE dédié a été développé : le Label F.**

CONÇU PAR ET POUR LES PROFESSIONNELS DU FUNÉRAIRE

Le Label F a été élaboré par des acteurs du funéraire, soucieux de prouver leur engagement social et environnemental et de renforcer l'image du secteur en matière de développement durable. Contrairement aux labels généralistes, il prend en compte les spécificités, les pratiques, le vocabulaire et les obligations réglementaires propres aux métiers du funéraire, rendant ainsi l'approche RSE plus accessible et plus pertinente.

Délivré par **Pronéo**, un organisme indépendant de certification, le Label F repose sur un référentiel basé sur la norme ISO 26 000, structuré en sept piliers, couvrant l'ensemble des thématiques de la RSE.

Il accompagne ainsi les acteurs du funéraire dans une démarche d'amélioration continue et constitue une reconnaissance forte de leurs engagements. Il s'adresse à toutes les entreprises et organisations, quel que soit leur statut juridique, qui souhaitent inscrire leur activité dans une dynamique de responsabilité sociétale et qui souhaite démontrer et valoriser leur contribution aux enjeux du développement durable.

LABEL F

RSE - FUNÉRAIRE ENGAGÉ & RESPONSABLE

Témoignage

Je souhaite entreprendre une démarche RSE et obtenir par la suite le label F pour différentes raisons.

Tout d'abord, pour rendre mon entreprise plus vertueuse. Je suis conscient que notre société fait face à de nombreux défis, et je veux que mon entreprise fasse partie de celles qui montrent l'exemple.

L'aspect écologique de la RSE me tient à cœur, car j'aimerais vivre dans un monde plus propre.

La dimension sociale et sociétale est pour moi tout aussi essentielle. Il est bien plus agréable de travailler avec des collègues qui se sentent bien dans l'entreprise, plutôt que dans un climat pesant. Parfois, de petites actions suffisent à tout changer. Quand les collaborateurs sont heureux de venir travailler, ils s'impliquent davantage et sont plus performants.

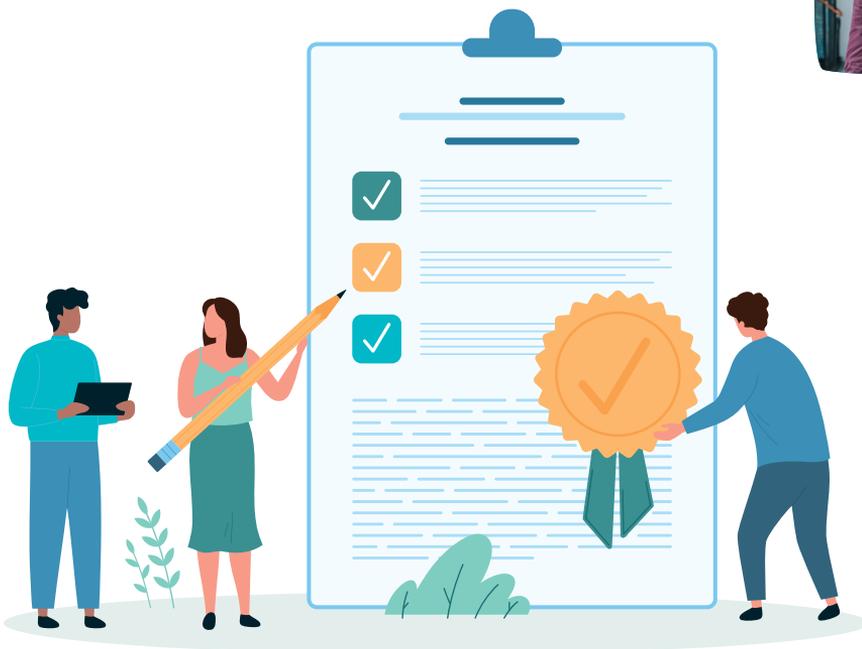
Il est essentiel de nous préparer aux évolutions réglementaires et d'anticiper plutôt que de subir d'éventuelles obligations à l'avenir.

Obtenir le label nous permettra aussi de renforcer notre image de marque.

La RSE est un véritable levier de développement donc nous avons également un objectif business et financier derrière.

Enfin, la RSE permet de créer des partenariats avec des acteurs locaux ou d'autres entreprises, ouvrant ainsi des opportunités auxquelles nous n'aurions peut-être pas pensé.

Guillaume LANTZ,
Pompes funèbres Lantz



Remerciements

Nous souhaitons adresser nos plus sincères remerciements à celles et ceux qui ont contribué, par leurs témoignages, leur expertise et leur engagement, à nourrir ce livre blanc et à en faire un reflet fidèle des dynamiques RSE dans le secteur funéraire.

Merci à :

Benoît BUIL, Établissements Vasquez
Benoît TRIOLET, Pompes Funèbres Walle
Damien DOIRAT, Pompes Funèbres Maison Carreau
Sophie LABORDE, Établissements Laborde
Valérie LEPETIT, Pompes Funèbres Lepetit
Romane PIOT, Pompes Funèbres Meinder-Piot
David PLESSIS, Maison Plessis
Thierry BERTHEAU, Pompes Funèbres Bertheau
Christelle ABREU et David MARTIN, Pompes Funèbres de Charente Maritime et Martin 33
Alexia DUCLOS, FunéBretagne
Cécile LARROQUE, Pompes Funèbres Atlantique Bassin
Christelle ROLLAIS, Pompes Funèbres de l'Ouest
Séverine MASUREL, Coopérative Funéraire de Lille
David LELUBRE, Pompes Funèbres Service Mortuaire Baralbin
Cathy SPLINGARD, Pompes Funèbres Splingard
Guillaume LANTZ, Pompes Funèbres Lantz
Floriane NAVICET et Clément LE NOURS, l'UDIFE

Et à toutes celles et ceux qui œuvrent chaque jour pour un funéraire plus humain, plus éthique, plus durable.

Vos partages donnent du relief aux principes, de la réalité aux idées, et surtout : de l'humain aux démarches.

IMPRESSION :

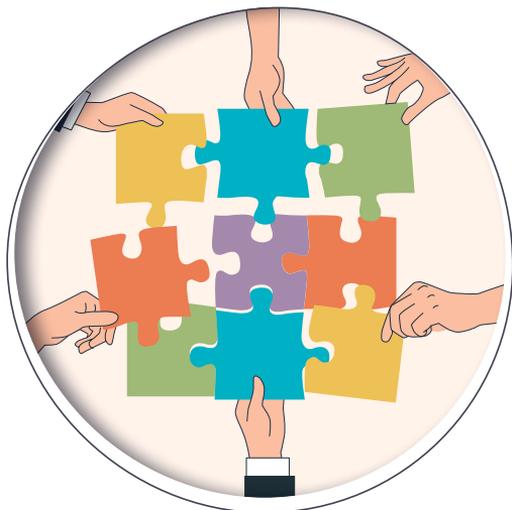
Imprimé en France | L'Imprimerie Solidaire (entreprise inclusive) | ZA, 1 rue Belatrix 53470 Martigné-sur-Mayenne

Papier | Nautilus SuperWhite blanc FSC Recycled 100%

Rédaction | Lou VOISIN

Conception graphique | Laurette FERIAULT





La coopérative pour un funéraire solidaire et engagé

Ce livre blanc n'aurait pas eu la même portée sans les voix de celles et ceux qui font vivre la RSE de notre coopérative au sein de leurs entreprises.

Merci aux coopérateurs et coopératrices qui ont accepté de partager leurs expériences, leurs bonnes pratiques, leurs idées et leurs engagements.

Vos témoignages ont enrichi ce contenu en donnant à voir, concrètement, ce que peut-être une transition responsable dans le secteur du funéraire, dans toute sa diversité et sa sincérité.



www.udife.com