



THÈME ET ENJEU	DESSCRIPTIF	Niveau obtenu (1 à 5)	Employés et employées	Syndicat et groupes d'employés	Actionnaires	Investisseurs et institutions financières	Assureurs	Fournisseurs	Sous-traitants	Distributeurs	Concurrents	Clients ou consommateurs	Collectivités locales et régionales	Voisins	Médias	Gouvernements (fédéral, provincial) et instances municipales	Groupes d'intérêt environnemental	Groupes d'intérêt social	Groupes d'intérêt économique	Premières Nations	Groupes de recherche et de diffusion de la connaissance	Autres	PRINCIPES PERTINENTS AUX THÈMES ET AUX ENJEUX
1.1 VISION, MISSION ET VALEURS	Pour l'organisation, la vision décrit ce qu'elle voudrait être – soit une notion d'idéal pour l'avenir. Elle est source d'inspiration intemporelle et fournit des repères clairs à l'appui du processus décisionnel. La mission d'une organisation est un énoncé général qui décrit la « raison d'être » – marché, produit – de celle-ci et encadre les discussions sur les choix stratégiques. Les valeurs orientent les attitudes et les comportements de l'ensemble des collaborateurs de l'organisation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	a) santé et qualité de vie b) équité et solidarité sociale c) protection de l'environnement d) efficacité économique e) participation et engagement f) accès au savoir g) subsidiarité h) partenariat et coopération intergouvernementale i) prévention j) précaution k) protection du patrimoine culturel l) préservation de la biodiversité m) respect de la capacité de support des écosystèmes n) production et consommation responsables o) pollueur-payeur p) internalisation des coûts
1.2 STRATÉGIE DE L'ORGANISATION	La stratégie est le cadre de référence fondamental à partir duquel une organisation peut maintenir sa continuité tout en gérant volontairement son adaptation à un environnement en mouvement afin de se doter d'un avantage concurrentiel (Hax [voir annexe H]).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
1.3 ÉTHIQUE DES AFFAIRES	L'éthique des affaires couvre plusieurs niveaux qui sont en interrelation : le métier de l'organisation, le contexte politico-géographique dans lequel l'organisation exerce son activité, la qualité morale des types de transaction et du milieu d'affaires de l'organisation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
1.4 RESPONSABILITÉ SUR LES PRODUITS ET SERVICES	La responsabilité sur les produits et services représente l'engagement de l'organisation, d'une part, à concevoir des produits et des services de qualité qui minimisent la consommation de ressources ainsi que les impacts négatifs sur l'environnement, sur la santé et sur la sécurité de la communauté, de ses travailleurs et de ses clientèles, puis, d'autre part, à assurer une communication transparente, éthique et respectueuse des droits à l'information (accès et vie privée) de ses parties prenantes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
1.5 GOUVERNANCE	La gouvernance de l'organisation est un ensemble de dispositions légales, réglementaires ou de pratiques qui délimitent l'étendue du pouvoir de recherche et développement des responsabilités de ceux qui sont chargés d'orienter durablement l'organisation. Orienter l'organisation signifie prendre et gérer les décisions qui ont un effet déterminant sur sa pérennité et donc sur sa performance durable (Gomez [voir annexe H]).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	