

<p>Singularité de la mission</p>	<p>La mission pourrait être utilisée par n'importe quelle entreprise et le lien avec l'activité de l'entreprise n'est pas identifiable</p>	<p>La mission est clairement en lien avec le domaine d'activité de l'entreprise, mais pourrait s'appliquer à d'autres</p>	<p>La mission couvre toute l'activité de l'entreprise et un spécialiste du domaine identifie l'entreprise</p>	<p>La mission reflète sans ambiguïté l'identité, la culture et les convictions de l'entreprise et toute l'activité est couverte.</p>
<p>Mobilisation des parties prenantes</p>	<p>La mission ne pousse pas à l'action, et n'est pas impliquante pour ses parties prenantes</p>	<p>La mission implique quelques parties prenantes internes et clients, avec une appropriation et une incitation à l'action limitée</p>	<p>La mission est challengée par les parties prenantes internes et externes et génère une meilleure intégration de l'entreprise dans son écosystème</p>	<p>La mission est coconstruite avec des parties prenantes internes et externes clés, renforce les liens avec l'écosystème, et mène à l'action collective</p>
<p>Alignement avec le business model</p>	<p>Le chiffre d'affaires de l'entreprise est déconnecté de la mission, voire partiellement en contradiction</p>	<p>Une partie du chiffre d'affaires est aligné avec la mission, une autre partie ne l'est pas, voire crée des conflits d'intérêts potentiels</p>	<p>L'essentiel du chiffre d'affaires est aligné avec la mission, le complément n'est pas en contradiction</p>	<p>La totalité du chiffre d'affaires est alignée avec la mission</p>
<p>Contribution sociétale</p>	<p>La mission décrit l'écosystème actuel, sans remise en question sociale, sociétale, environnementale</p>	<p>La mission énonce des objectifs généraux et une conscience de la responsabilité de l'entreprise</p>	<p>La mission décrit un ou plusieurs objectifs de transformation environnementale, sociale et sociétale en lien avec des parties prenantes impactées</p>	<p>La mission décrit une contribution sociétale définie et intégrée, les parties prenantes sont impactées et la mission énonce des objectifs vérifiables de transformation</p>
<p>Ambition d'innovation</p>	<p>La mission décrit ce qu'est l'entreprise aujourd'hui, sans vision d'avenir</p>	<p>La mission décrit ce qu'est l'entreprise aujourd'hui et intègre des questions d'innovation et de transformation sociétale</p>	<p>La mission et les nouvelles relations avec l'écosystème aident à l'exploration de nouveaux champs d'innovation</p>	<p>La mission offre une vision d'avenir long-terme, réinventée et responsable, tant sur les enjeux que sur le rôle que jouera l'entreprise pour y répondre</p>