

METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE RSE

MASTERCLASS #4

**LA
CASERNE**

Comment mettre en place une stratégie RSE ?

La mise en place d'une stratégie RSE est une démarche d'envergure qui nécessite de suivre des étapes et de respecter une certaine méthodologie.

Priorités, plans d'action, budgets, nous vous donnons tous les inputs nécessaires pour bâtir une stratégie RSE efficace et personnalisée.

A chacun ses enjeux sociaux et environnementaux, pourvu que la stratégie permette à l'entreprise de réduire son impact et d'améliorer ses performances.

Ouvrez grand vos oreilles et sortez vos stylos, la masterclass commence !



Les axes de la masterclass

Lors de la masterclass, les experts prennent la parole au sein d'une table ronde d'une durée d'une heure. Leurs conseils sont concrets et le plus opérationnels possibles. L'intervention est suivie d'un temps d'échange avec les participants.



#1 RSE POUR UNE NOUVELLE RAISON D'ÊTRE DES ENTREPRISES

#2 MODE ET LUXE : POURQUOI PARLER DE RSE ?

#3 PENSER SON ENGAGEMENT

#4 MESURER POUR IMPACTER

#5 TRANSFORMER SES ACTIVITÉS

#6 COMMUNIQUER : ANTIDOTES DU GREENWASHING

Les intervenants

Pour accélérer la transition écologique des marques et des entreprises, LA CASERNE invite des experts à intervenir lors de masterclass au sein desquels les acteurs du changement pourront apprendre et imaginer le monde de demain.



ALEXANDRE IRIS, BA&SH

Biographie

En 2017, Alexandre rejoint ba&sh où il crée les départements Stratégie & Transformation et Développement Durable. Il a accompagné l'entrée de la marque dans une nouvelle ère de globalisation et de digitalisation et a placé le Développement Durable et l'innovation au cœur de la stratégie d'entreprise. Son parcours se résume à la recherche constante du juste équilibre entre la puissance & la pérennité des marques, la valeur perçue par le client et la durabilité des modèles économiques.

 [ALEXANDRE IRIS](#)

 [@ba&sh](#)



MARIE-EMMANUELLE DEMOURES,
BALZAC PARIS

Biographie

Diplômée de l'Université Paris Dauphine et de l'Institut français de la Mode, Marie-Emmanuelle est une intrapreneuse et écologiste convaincue. Son parcours est jalonné par l'innovation et le goût pour le business. Passionnée par le milieu de la mode et du design, elle possède un fort socle de connaissances techniques et terrain. Son pragmatisme et son goût du challenge l'accompagnent au quotidien dans ses missions de Directrice Produit & RSE chez Balzac Paris.

 [MARIE-EMMANUELLE DEMOURES](#)

 [@balzacparis](#)



NOËL BAUZA, ZEI

Biographie

Passionné de sciences et de technologie, Noël a toujours été très impliqué dans la protection de l'environnement, à tel point qu'au cours de ses études en Management à KEDGE Business School, il s'est orienté vers une spécialisation en gestion de projet et développement durable. Il a lancé sa start-up en 2015 tout en étant étudiant. Avec ZEI, il met en valeur les initiatives écologiques et humanitaires d'associations ou d'entreprises. Un projet qui satisfait l'ambition du jeune homme de s'engager pour la planète.

 [NOËL BAUZA](#)

 [@zei.world](#)



THIBAUT LEDUNOIS, ETHIWORK

Biographie

Diplômé en management de la technologie et de l'innovation et d'un master spécialisé en mode et textiles à l'Université Paris Dauphine, aux Mines de Paris et à l'ENSAD, Thibaut est spécialisé en innovation sociale et environnementale et notamment dans le secteur de la mode et du luxe. Il accompagne plusieurs marques sur leur stratégie RSE au cœur de la stratégie globale d'entreprise.

[THIBAUT LEDUNOIS](#)

 [@ethiwork](#)



À propos d'ETHIWORK

ethiwork est un studio d'impact créé en 2018 par [Céline Dassonville](#) au service des marques, des entrepreneur-e-s et des organisations. Il réunit des artisan-e-s, créateur-trice-s d'impacts positifs pour engendrer une transformation environnementale et sociale systémique. Ce studio accompagne ses clients dans la définition de leur stratégie RSE, la mise en œuvre des transformations d'impact social et environnemental et dans leur stratégie d'engagement par la formation et la communication.

Ce qu'ils nous ont dit

La RSE n'est pas un sujet nouveau. Déjà en 1853, l'économiste Howard Bowen en donnait une définition dans sa *Genèse de la responsabilité sociale de l'entreprise*. Selon lui, « La RSE est l'obligation pour les hommes d'affaires de mener ces politiques, de prendre ces décisions ou de suivre ces lignes d'action qui sont souhaitables en termes d'objectifs et de valeurs de notre société. »

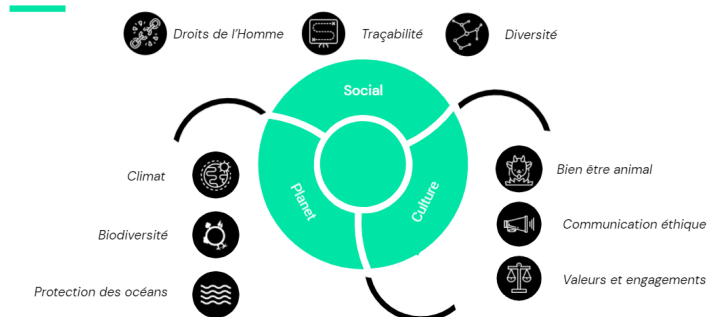


Panorama des scopes d'engagement

Les intervenants ont commencé par présenter les grandes catégories à prendre en compte dans la mise en place d'une stratégie RSE. Bien qu'elles puissent varier en fonction des entreprises, ils se sont accordés sur 3 grands scopes d'engagement:

- 1) La responsabilité sociale (droits de l'homme, traçabilité et diversité)
- 2) La responsabilité environnementale (climat, biodiversité et protection des océans)
- 3) La responsabilité éthique (bien-être animal, communication éthique, valeurs et engagements)

PANORAMA DES SCOPES D'ENGAGEMENT



Les options pour une stratégie RSE

Lorsque l'on décide de mettre en place une stratégie RSE dans son entreprise, la première question à se poser est celle de l'impact. L'entreprise doit être en mesure de cartographier l'ensemble de ses impacts sociaux et environnementaux dans le but de se fixer des objectifs d'amélioration. Pour y parvenir, les organisations doivent travailler en intelligence collective avec la totalité de leurs parties prenantes.

Balzac Paris a par exemple expérimenté une fresque du textile avec l'ensemble des équipes pour établir une cartographie d'impacts précise et efficace.

La deuxième question que les entreprises doivent se poser après avoir identifié leurs impacts est celle du plan d'action. Comment agir face aux enjeux ? Quelle stratégie adopter et sur quelle temporalité ?

Les différentes options qui s'offrent aux entreprises sont présentées ci-après :

- 1) **COMPENSER** : Il s'agit de compenser son impact négatif sur la planète en plantant des arbres par exemple.
- 2) **RÉDUIRE** : C'est lorsque l'entreprise s'engage à réduire sa production ou son impact pour l'année suivante ou à horizons plus lointains.
- 3) **RÉPARER** : Le cas de figure est celui d'une entreprise qui a un impact négatif et qui essaie de s'améliorer en réparant les dégâts qu'elle a causés.
- 4) **ÉLIMINER** : C'est le moment où l'entreprise décide d'éliminer l'ensemble de ses activités qui ont un impact négatif.

5) **CONTRIBUER** : Il s'agit du stade ultime pour l'entreprise puisque c'est le moment où elle génère un impact positif sur la société.

Bien que l'option n°5 soit souvent présentée comme un idéal à atteindre pour les entreprises, il est nécessaire de relativiser en fonction du secteur d'activité. Il existe de nombreuses entreprises pour lesquelles l'option n°2 ou n°3 sont suffisantes.

Remarque: Pour réussir la mise en place de sa stratégie RSE, il ne faut pas nécessairement adresser tous les sujets en même temps et vouloir copier ce que font les marques.

La solution digitale ZEI est un outil qui s'adapte aux particularités de chaque entreprise pour investir dans une stratégie personnalisée.



Les 4 étapes pour piloter sa RSE

1

PENSER pour comprendre son organisation, ses produits, sa supply chain, sa logistique, son ADN etc.

Vous pouvez réfléchir à votre business model et le repenser en y intégrant une dimension responsable. Téléchargez le modèle [ici](#)

2

MESURER ET ÉVALUER ses impacts à l'échelle de ses produits ou de son organisation

Vous pouvez mesurer votre impact en réalisant des analyses de cycle de vie (ACV), bilans carbone et une matrice de matérialité

3

TRANSFORMER ses pratiques en trouvant des solutions innovantes et alternatives

Pour transformer vos pratiques, n'hésitez pas à vous entourer d'acteurs qui sauront vous guider dans votre démarche (ex : ADEME)

4

COMMUNIQUER ses échecs et ses réussites à ses client·e-s, ses partenaires et au grand public

Le maître mot de votre communication doit être la transparence. Vous ne devez pas communiquer uniquement sur ce que vous faites de bien, mais aussi montrer à vos clients les efforts qu'ils vous reste à fournir



Intégrer les ODD

En septembre 2015, l'Assemblée générale des Nations unies a officiellement adopté le Programme de développement durable à l'horizon 2030, accompagné de 17 nouveaux objectifs mondiaux visant à assurer un avenir meilleur et plus durable pour tous. Les ODD permettent aussi aux entreprises de faire le point sur leur contribution actuelle à la résolution des grands défis mondiaux et de contribuer à leur stratégie RSE.

OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



Notre monde est plus connecté, plus innovant et sa croissance économique est plus rapide qu'auparavant.

Les défis mondiaux pour la paix, l'humanité, la planète et la prospérité requièrent un travail commun de tous les acteurs. Les Objectifs de Développement Durable fournissent un cadre nécessaire à cette fin.

ODD 12 : CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLE

Comment agir : Si vous êtes une entreprise, vous pouvez travailler avec vos fournisseurs pour réduire la quantité d'emballages en plastique et en polystyrène des livraisons. Pensez aussi à aider vos clients à recycler en communiquant les bonnes pratiques sur vos réseaux sociaux et sur votre site.



Les impacts de l'industrie de la mode en chiffres

65 % des fibres textiles produites sont du polyester, produit à base de ressources fossiles (source : Tecnon OrbiChem)

20 % de la pollution des eaux dans le monde est due aux teintures et au traitement des vêtements (source : ethiwork)

0,6 % du prix d'un t-shirt à 30 euros va aux salaires des ouvriers (source : ClearClothesCampaign)

90% des cuirs sont tannés au chrome dans des conditions de travail très peu sécurisées. A cet égard, il est considéré comme la matière la plus polluante (source : HiggIndex)

Suivez-nous sur les réseaux sociaux

Vous faites désormais partie de notre communauté d'acteurs engagés pour transformer durablement l'industrie de la mode. N'hésitez pas à communiquer au sujet de votre participation aux masterclass de LA CASERNE !

En tant que participant aux masterclass de LA CASERNE, vous faites désormais partie de notre communauté d'acteurs engagés.

Restez informé.e sur les prochaines masterclass en visitant notre site internet et en nous suivant sur les réseaux sociaux.

Follow us



@lacaserneparis



LA CASERNE



La Caserne



Informations pratiques

Se rendre à LA CASERNE située au 12 rue Philippe de Girard 75010 Paris :

- RER B, D; Métro 4, 5; Bus 26, 35, 38, 39, 43, 45, 48, 54, 91 - Gare du Nord
- Métro 7; Bus 26, 46, 54 - Louis Blanc

Se déplacer à l'intérieur de LA CASERNE :

Les Masterclass, week-end de conférences, workshops et formations se dérouleront au sein de la Grande Salle (salles polyvalentes ci-dessous) de LA CASERNE située au rez-de-chaussée de l'aile droite du bâtiment.

