

**GÉNÉRER UN IMPACT  
POSITIF SUR LES PARTIES  
PRENANTES ET LES  
COMMUNAUTÉS**

**MASTERCLASS #6**

**MERCREDI 17 NOVEMBRE 2021  
17H - 19H**

**LA  
CASERNE**

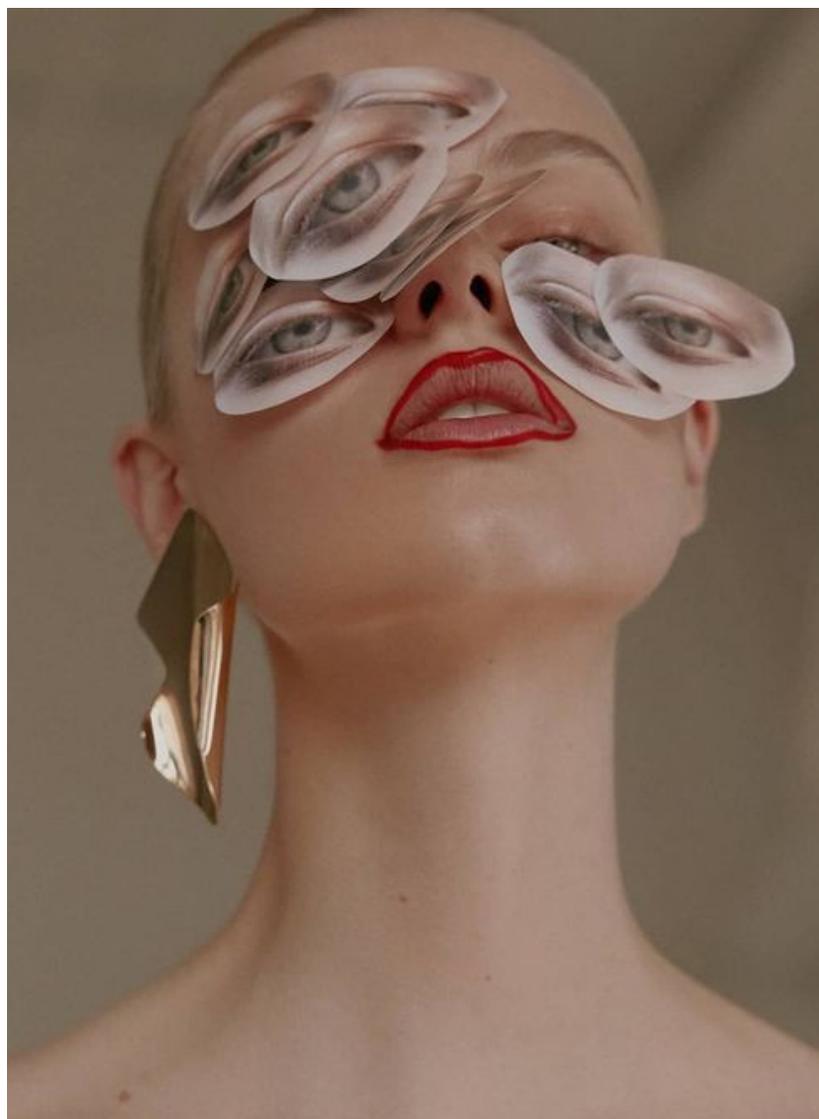
# Comment avoir un impact positif sur les parties prenantes et les communautés ?

Fournisseurs, collaborateurs, actionnaires, communautés locales ou pouvoirs publics, les parties prenantes de l'entreprise sont un élément essentiel pour construire sa stratégie RSE.

L'entreprise doit s'engager à dialoguer avec eux et à respecter des valeurs de transparence et d'inclusivité pour construire des relations durables.

Les parties prenantes peuvent en effet contribuer à la création de valeur de l'entreprise et à améliorer ses performances sociales et environnementales.

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'1h30. Leurs conseils sont concrets et le plus opérationnels possibles. L'intervention est suivie d'un temps d'échange avec les participants.



- #1** LES ENJEUX ET DÉFIS DE LA SUPPLY CHAIN DANS L'INDUSTRIE DE LA MODE
- #2** ACCOMPAGNER LA TRANSFORMATION RESPONSABLE DE SES FOURNISSEURS
- #3** AVOIR UN IMPACT POSITIF SUR SES COLLABORATEURS EN INTERNE
- #4** RECRUTEMENT ET INCLUSION EN ENTREPRISE
- #5** TRAVAILLER À L'INSERTION DES COMMUNAUTÉS ÉLOIGNÉES DE L'EMPLOI

# 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.



CATHERINE DAURIAC,  
FASHION REVOLUTION

## Biographie

Après ses études d'Archéologie précolombienne, Catherine Dauriac a préféré se consacrer au textile et à la mode. Après 15 ans d'accompagnement de jeunes créateurs indépendants, elle choisit en 2003 d'entamer une carrière de journaliste pour la défense de l'Environnement, avec tout naturellement une spécialité autour de l'éthique dans la mode. Aujourd'hui, elle est rédactrice en chef adjointe aux impacts pour la revue papier Hummade. Elle a été élue Présidente de Fashion Revolution France en janvier 2020. Elle a également co-fondé un projet de tiers-lieu, La Fabrique Idéale, avec pour motto l'Autonomie Vestimentaire par le biais de la Réparation ornementale des vêtements.

 [CATHERINE DAURIAC](#)

 [@fash\\_rev\\_france](#)



CHRISTOPHE JOLY,  
BONNEGUEULE

## Biographie

Gastronomie et tourisme, politique et société, culture et high-tech Christophe Joly a traité tous types de sujets en qualité de rédacteur. En qualité de manager, de 20 Minutes à Metronews en passant par LCI, il a œuvré à la conversion de rédactions print ou broadcast au web et vice-versa. Aujourd'hui rédacteur en chef de BonneGueule, il continue à créer de la valeur éditoriale, à attiser la curiosité du lecteur, à donner une utilité à l'information, à motiver et challenger les équipes. Dans cet esprit, il est désormais aussi DRH pour accompagner BonneGueule.

 [CHRISTOPHE JOLY](#)

 [@bonnegueule.fr](#)



INÈS MESMAR,  
LA FABRIQUE NOMADE

### Biographie

Diplômée en ethnologie et sociologie comparative, Inès a exercé en tant que chargée d'études en France et à l'étranger sur des problématiques socio-urbaines. Elle a ensuite travaillé dans les camps de réfugiés au Liban, et les maisons de tisserands en Inde. En 2015, elle découvre par hasard le passé professionnel de sa mère, qui exerçait le métier de brodeuse dans la médina de Tunis, un savoir-faire qu'elle a abandonné à son arrivée en France, et dont elle n'a jamais parlé à ses enfants. En 2016, elle fonde La Fabrique NOMADE, une association qui agit pour l'insertion professionnelle des artisans d'art réfugiés et migrants en France. Elle développe un dispositif de formation innovant et inédit qui permet aux artisans de valoriser leurs compétences et d'adapter leur savoir-faire au marché français.

 [INÈS MESMAR](#)

 [@lafabnomade](#)



MAEVA BESSIS, LA CASERNE

### Biographie

Maeva Bessis est Directrice générale de La Caserne. Elle est l'ancienne Directrice générale adjointe du Concept store L'Exception. Maeva Bessis entend faire de La Caserne « un lieu de rassemblement, un lieu vitrine mais aussi un lieu de recherche ». Sa promesse: « Rassembler toutes les bonnes volontés dans un même espace et rendre la mode écolo sexy ».

 [MAEVA BESSIS](#)

 [@lacaserneparis](#)

# Ce qu'ils nous ont dit

Pour que les entreprises puissent avoir un impact positif sur leurs collaborateurs, elles doivent dans un premier temps établir une cartographie des parties prenantes. Cette cartographie peut être établie à partir d'un découpage en fonction de différents sphères : la sphère sociale, la sphère économique, la sphère publique et la sphère scientifique.



## La prise en compte des parties prenantes

Si la cartographie des parties prenantes est une première étape essentielle pour les entreprises, elles doivent par la suite définir les modalités de dialogue avec les différentes sphères impliquées. De fait, l'entreprise ne dialoguera pas de la même manière avec ses salariés qu'avec ses fournisseurs ou qu'avec les pouvoirs publics.

La définition des modalités de dialogue avec chaque partie prenante est indispensable pour que les entreprises puissent anticiper les modes de consultation qu'elles utilisent avec elles. On peut définir quatre grands modes de consultation de ses parties prenantes : information, consultation, concertation et codécision.

L'ultime étape pour cadrer sa relation avec ses parties prenantes est de définir les grands engagements de l'entreprise vis-à-vis de chacune d'entre elles. Le niveau d'engagement peut varier en fonction du rôle de la partie prenante.

## La supply chain dans l'industrie de la mode

Se poser la question de l'impact de son entreprise sur ses parties prenantes suppose d'avoir conscience des problèmes qui se posent aujourd'hui sur la supply chain dans l'industrie de la mode. La masterclass a dès lors débuté par un état des lieux sur les grands enjeux de la question présenté par Catherine Dauriac, Présidente de Fashion Revolution France.

Après être revenue sur la catastrophe du Rana Plaza de 2013 à Dacca, Catherine Dauriac a rappelé les points de vigilance à avoir sur toute la chaîne de valeur. Les résultats de la campagne Who Made my clothes portée par Fashion Revolution depuis 2014 nous ont montré que l'asymétrie d'informations relative au pilier social reste un enjeu fondamental pour l'industrie.

Dès lors, les entreprises doivent travailler en collaboration avec leurs fournisseurs pour être en mesure d'avoir la traçabilité de leurs produits à tous les rangs de la chaîne de production.

## Sensibiliser ses fournisseurs aux bonnes pratiques

Les entreprises qui souhaitent sensibiliser leurs fournisseurs à adopter de bonnes pratiques se heurtent à de nombreuses difficultés. Comme en témoigne Christophe Joly, Rédacteur en chef et DRH de chez Bonnegueule, la première d'entre elles est l'incapacité à leur imposer des standards en matière de durabilité.

De fait, les entreprises de petite taille pèsent peu auprès des fournisseurs et la pression qu'elles peuvent exercer faible. Pour réussir à impacter positivement ses fournisseurs, Bonnegueule a par exemple fait le choix de mettre une personne dédiée à ce sujet. Ce poste est exclusivement dédié à la récolte de l'information et à l'amélioration de leurs pratiques.

D'autres petites entreprises décident de se rendre directement sur place et de mettre les fournisseurs face à leurs contradictions.

### Les rangs de la supply chain

**Rang 1 : Fournisseur direct de l'entreprise**

**Rang 2 à 4 : Sous-traitants éventuels du fournisseur**

**Rang 5 : Eleveurs/agriculteurs**





## **Avoir un impact positif sur ses collaborateurs en interne**

**Impacter positivement ses collaborateurs en interne pose la question du bien-être au travail et de l'inclusion de la diversité dans ses équipes. Pour y parvenir, les intervenants se sont accordés sur différents leviers d'action :**

- 1** Commander un baromètre du bien-être au travail pour être en mesure d'évaluer la satisfaction des salariés dans l'entreprise. Bonnegueule a par exemple commandé un sondage [Greatplacetowork](#).
- 2** Rédiger une charte sur la diversité, la non discrimination et la lutte contre le harcèlement et la faire signer à tous les salariés pour qu'ils aient conscience des valeurs de l'entreprise.
- 3** Organiser des team building et des séminaires liés aux performances sociales et environnementales de l'entreprise pour impliquer l'ensemble des collaborateurs.
- 4** Miser sur le mécénat de compétences entre les différents pôles de l'entreprise ou faire appel à d'autres entreprises pour assurer la formation et l'évolution de ses salariés.

# Avoir un impact sur les communautés

Pour avoir un impact positif sur les communautés éloignés de l'emploi, Inès Mesmar, nous a présenté La Fabrique Nomade, une association qui œuvre à valoriser et favoriser l'insertion professionnelle des artisans migrants et réfugiés en France. Des femmes et des hommes passionnés, dotés d'un savoir-faire acquis dans leur pays d'origine, rencontrent en France de nombreux freins à leur insertion professionnelle en tant qu'artisan.



Grâce à une formation proposée aux artisans et à l'ouverture prochaine d'un nouvel atelier textile, La Fabrique Nomade permet à de nombreux artisans migrants de retrouver le chemin de l'emploi.

L'association permet de préserver les savoir-faire via de la confection sur mesure, des partenariats avec des marques de mode ou l'organisation de team building solidaires.

Contactez LA FABRIQUE NOMADE pour avoir un impact positif sur les communautés éloignés de l'emploi :

Contact | La Fabrique nomade

# Pour aller plus loin

Pour créer une relation équilibrée et durable entre les entreprises et leurs fournisseurs, le Médiateur des entreprises a créée en 2010 la Charte Relations fournisseurs. Réactualisée en octobre 2021 et devenue la charte Relations fournisseurs et achats responsables (RFAR), elle propose 10 grands engagements.

## Les 10 engagements de la Charte RFAR

- Assurer une relation financière responsable vis-à-vis des fournisseurs
- Entretenir une relation respectueuse avec l'ensemble des fournisseurs, favorable au développement de relations collaboratives
- Identifier et gérer les situations de dépendances réciproques avec les fournisseurs
- Impliquer les organisations signataires dans leur filière
- Apprécier l'ensemble des coûts et impacts du cycle de vie
- Intégrer les problématiques de responsabilité environnementale et sociétale
- Veiller à la responsabilité territoriale de son organisation
- Le professionnalisme et l'éthique de la fonction achats
- Une fonction Achat chargée de piloter globalement la relation fournisseurs
- Une fonction de médiateur "relations fournisseurs", chargé de fluidifier les rapports internes et externes à l'entreprise



## Le Label Relations Fournisseurs & Achats Responsables

En octobre 2017, le Label Relations fournisseurs et achats responsables (RFAR) a remplacé le Label Relations fournisseurs responsables (RFR) qui avait été créée en 2012. Seul label décerné par l'Etat en la matière, il permet de désigner les entreprises ayant des relations durables avec leurs fournisseurs.

Le label est décerné pour 3 ans avec une vérification chaque année. L'évaluation se passe sur la base d'un référentiel issu de la **Charte Relations fournisseurs responsables** et adossé à la norme ISO 20400:2017 comprenant 5 domaines et 15 critères d'évaluation :

- **Domaine 1** : Engagement dans une démarche d'achats responsables
- **Domaine 2** : Conditions de la qualité des relations fournisseurs et sous-traitants
- **Domaine 3** : Respect des intérêts des fournisseurs et des sous-traitants
- **Domaine 4** : Intégration de la responsabilité sociétale dans le processus achats
- **Domaine 5** : Impact des achats sur la compétitivité économique de l'écosystème

## Les organismes agréés

- AFNOR Certification
- ASEA
- B&L évolution
- BUREAU VERITAS
- EfferSens
- ICMS
- RSE France
- SGS



# 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](https://www.instagram.com/lacaserneparis)



[LA CASERNE](https://www.linkedin.com/company/lacaserne)



[La Caserne](https://www.facebook.com/LaCaserne)



# 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.

