

CATALOGUE DE FORMATIONS

2019

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DE L'ENTREPRISE



DES ENJEUX
ET DES HOMMES

CONTENU

DES ENJEUX ET DES HOMMES

- 01 NOTRE HISTOIRE ET NOS MISSIONS
- 02 LE MOT D'AGNÈS RAMBAUD-PAQUIN
- 03 NOTRE APPROCHE PÉDAGOGIQUE

FORMATIONS

- 04 ATELIER 21 : RAISON D'ÊTRE
- 05 ATELIER 21 : MATÉRIALITÉ DES ENJEUX RSE
- 06 CONSTRUIRE UNE DÉMARCHE RSE
- 07 ATELIER 21 : RELATIONS PARTIES PRENANTES
- 08 CONDUITE DU CHANGEMENT ET RSE
- 09 COMMUNICATION RESPONSABLE
- 10 ACHATS RESPONSABLES
- 11 MASTER CLASS 21 : PILOTER LE MODÈLE DURABLE DE L'ENTREPRISE
- 12 CAMPUS DURABLE EURO-AFRICAIN

FORMATEURS

- 13 PROFILS DES FORMATEURS

PRÉPARATION & DÉROULÉ

- 14 INFORMATIONS PRATIQUES
- 15 BULLETIN D'INSCRIPTION



DES ENJEUX ET DES HOMMES

DES CONSULTANTS FORMATEURS EXPERTS DE LA RSE

Notre histoire et nos missions / p. 01



PÉDAGOGIE

DES FORMATS
D'APPRENTISSAGE
INTERACTIFS

Nos approche pédagogique / p. 03



FORMATEURS

DES INTERVENANTS
SPÉCIALISÉS

Profil des formateurs / p.12



PRÉPARATION

UNE PRISE EN COMPTE DE
VOS ATTENTES

Informations pratiques / p.13



DES ENJEUX ET DES HOMMES

Notre histoire et nos missions

Nous avons créé Des Enjeux et des Hommes en 2003, avec la conviction que les entreprises auraient, face aux enjeux de Développement Durable (DD), de profondes mutations à conduire en interne, tant pour **se doter de stratégies** de Responsabilité Sociétale (RSE) pertinentes que pour **faire évoluer les compétences** des métiers progressivement impactés.

Quelque soit la maturité de la démarche de RSE, notre accompagnement place singulièrement **l'humain au coeur** : pour construire et mettre en oeuvre la RSE au sein d'une entreprise, nos **actions de conseil en stratégie** sont systématiquement liées à **des actions d'accompagnement du changement**.

La formation est au coeur des dispositifs de changement...elle permet de donner du sens et de développer les nouvelles compétences requises par l'engagement dans la RSE. Depuis plus de 10 ans, nous concevons des modules de formation intra-entreprise, sur mesure, pour tous types d'organisations, de toute taille et sur tous les sujets liés à la RSE, favorisant **l'appropriation des enjeux** (globaux, sectoriels et propres à l'entreprise) par les différents acteurs **et la traduction des stratégies de RSE dans les pratiques** et comportements professionnels.

Ces modules concernent aussi bien **les équipes en charge du DD**, que leurs réseaux, aussi bien **les top managers**, que les encadrants de terrain et **les collaborateurs**. Ils touchent **tous les métiers** : achats, communication, marketing, RH, SI, directions juridiques, services généraux, forces de vente...

La diversité de nos clients et de leurs problématiques, nous assure **un retour d'expérience unique** et une bonne **connaissance des spécificités sectorielles** (de la banque/assurance à la grande distribution, de l'agro-alimentaire à la chimie, du textile à l'immobilier...).



**Donner du sens et
engager vos équipes
pour une performance
globale**



“

La particularité de Des Enjeux et des Hommes est d'avoir été créé par des consultants qui viennent du monde de la formation et de la conduite du changement, habitués à travailler avec les DRH et Universités d'entreprises et qui sont donc en capacité de garantir la qualité de l'apprentissage.

Car il ne suffit pas d'être expert d'un sujet pour pouvoir animer un stage. C'est même souvent un frein car l'expert est davantage tourné vers son savoir que vers la gestion du groupe et la montée en compétences de chacun des participants.

Ce qui nous a guidés dans l'ingénierie de ces modules c'est l'enseignement des missions menées en intra pour nos clients : les freins et attentes exprimés, le « point de départ » des stagiaires, leurs réactions à telle ou telle pédagogie, les objections les plus courantes, les acquis mesurés sessions après sessions.

Les programmes apportent les principales clés de lecture et sont illustrés par les pratiques les plus inspirantes, sans cesse actualisées. La pédagogie est essentiellement orientée vers l'action, reposant sur des techniques innovantes faisant appel à l'intelligence collective et permettant aux participants de vivre une expérience d'apprentissage unique favorisant les transferts en situation professionnelle.

”

Agnes Rambaud Paquin

DIRECTRICE ASSOCIÉE

Notre approche pédagogique

TRANSPOSER LES APPORTS PÉDAGOGIQUES DANS LE CONTEXTE PROFESSIONNEL



SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Nous utilisons une variété de supports pédagogiques : films, Q&A, études de cas, jeux de rôles, simulations... notamment pour introduire la situation de travail dans la salle de formation.

EMPOWERMENT

Nous adoptons une posture de coach plus que d'expert : les formateurs ont à cœur de favoriser le développement des capacités des stagiaires et la création d'une communauté apprenante en s'appuyant sur l'intelligence collective.

BENCHMARK ET RETOUR D'EXPIÉRIENCES

Les formations sont alimentées de benchmark de pratiques inspirantes d'organisations de différentes tailles issues de différents secteurs. Les formateurs enrichissent les apports théoriques, de retours d'expérience issus de leurs missions de consultants.

ÉVALUATION

Les résultats sont mesurés à trois niveaux : les acquis en fin de formation, les transferts sur le terrain, les effets sur la performance de l'organisation



Nous privilégions des modes d'animation favorisant l'interaction, la confrontation et le partage, nécessaires pour enclencher le changement



Atelier 21 : Raison d'être

OUTIL DE MANAGEMENT ET DE GOUVERNANCE

EN PARTENARIAT AVEC  ET 

PROGRAMME

La loi PACTE (Plan d'Action pour la Croissance et la Transformation des Entreprises), définitivement adoptée par l'Assemblée nationale le 11 avril 2019, contient des dispositions importantes pour faire évoluer les finalités de l'entreprise et préconise la détermination par les Conseils d'administration et les exécutifs (Comités de Direction, Comex,...) d'une Raison d'Être (RE). Cette RE peut éventuellement être poussée plus loin pour obtenir la qualité de « Société à Mission ».

DEFINITION DE LA RAISON D'ÊTRE

- Ce que la RE n'est pas (l'objet social, la proposition de valeur, la marque employeur, la vocation, l'identité, le « strategic intent », le « purpose »,...)
- Ce qu'est la RE ? le point de rencontre entre le projet d'entreprise et les attentes sociétales, les motivations internes et externes, le passé et l'avenir ;
- La clarification/ entreprise à mission/ statuts hybrides /ESS

CONCEPT DE RE : UN OUTIL DE GOUVERNANCE ET DE MANAGEMENT

- La gouvernance : changement d'horizon : passage du court au long terme
changement d'intention : de la performance financière à la performance globale ; du jeu de contraintes : lutte contre les activistes court-termistes,
- Le management : besoin de sens, qualité de vie au travail, alignement stratégique

ÉLÉMENTS À PRENDRE EN COMPTE ET LES BÉNÉFICES À ESCOMPTER

- La stratégie au cœur de la gouvernance
- Le raisonnement en écosystème (étendre les apports respectifs avec nos parties prenantes)
- L'ancrage du projet d'entreprise dans le corps social

PHASES DE LA MÉTHODE DE CO-CONSTRUCTION DE LA RE

- L'analyse prospective et inspiration
- Le recensement de l'existant
- L'approche top-down et bottom-up
- Le déploiement : intégration à la stratégie business, au système de gestion RH,
- L'audit par un tiers, reporting et possibilités de labélisation



OBJECTIFS

- Percevoir ce qu'il y a de nouveau dans l'approche par la RE
- S'emparer de cette méthode de façon proactive
- Réfléchir sur ses implications en termes de gouvernance et de management
- S'approprier des méthodes d'élaboration et de déploiement
- Commencer à challenger son projet



POUR QUI

- Membres des Comités de Direction et Comex, membres du Conseil d'administration et/ou de surveillance
- Responsables des directions : Stratégie, Prospective, Marketing, Communication, RH, RSE/DD, Relations institutionnelles



PÉDAGOGIE

- De nombreux exemples d'entreprises
- Méthode de créativité et d'intelligence collective pour l'élaboration de la RE



MODALITÉS

ATELIER 1 jour

> 22 février 2019

> 17 mai 2019

> 08 novembre 2019

1 200 euros HT

Atelier 21 : analyse de matérialité

BÂTIR UNE STRATÉGIE RSE SOLIDE GRACE A LA CARTE DE MATÉRIALITÉ ET L'INTÉGRATION DES OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE.

EN PARTENARIAT AVEC



PROGRAMME

L'analyse de matérialité consiste à croiser une vision interne de l'importance des enjeux RSE sur la performance de l'entreprise avec les attentes des parties prenantes. Elle est devenue aujourd'hui un outil central des réflexions des entreprises sur leur responsabilité sociétale et leur contribution aux ODD. Notamment parce qu'elle permet d'identifier les enjeux qui permettent de générer de la valeur.

CERNER SES ENJEUX RSE

- Le concept fondamental d'enjeu dans la logique de durabilité (impact & externalités)
- La formalisation des ODD et les enjeux associés selon les activités des entreprises
- L'intérêt de l'analyse de matérialité pour la sélection des enjeux prioritaires à traiter et la méthodologie (grilles de cotation)

HIÉRARCHISATION DES ENJEUX RSE BUSINESS

- Les décideurs en interne à impliquer dans la hiérarchisation des enjeux business, l'analyse des risques et opportunités

IDENTIFICATION ET CONSULTATION DES PARTIES PRENANTES

- La cartographie des parties prenantes
- Les modalités d'interrogation des parties prenantes internes et externes

FORMALISATION DE LA STRATÉGIE RSE

- La hiérarchisation et la priorisation des enjeux (importance des enjeux croisée avec la performance de l'entreprise)
- L'intégration des enjeux dans une trajectoire d'entreprise durable (modèle d'affaire)
- La matérialité et les ODD, clés de l'appropriation RSE par la gouvernance et le management

TEMOIGNAGE D'UNE DIRECTION RSE/D'UN EXPERT

ETUDE DE CAS

- L'identification des enjeux RSE d'une entreprise au regard de son cycle d'activité
- L'élaboration d'une matrice de matérialité



OBJECTIFS

- **Cerner la contribution d'une entreprise aux objectifs mondiaux du développement durable**
- **Connaître les référentiels d'aide à l'identification des enjeux de responsabilité d'une entreprise**
- **S'approprier les pistes méthodologiques pour mener une analyse de matérialité**
- **Etre en capacité de mobiliser la matérialité des enjeux pour bâtir sa stratégie RSE**



POUR QUI

- Membres des Comités de Direction et Comex,
- Responsables des directions : Stratégie, RSE/DD



PÉDAGOGIE

- Travail pratique et collectif, utilisant des « cas »
- Témoignage d'un professionnel
- Retours d'expériences concrets des consultants



MODALITÉS

1 jour

> 22 mars 2019

> 20 septembre 2019

1 000 euros HT

Déjeuners et pauses compris

Construire une démarche RSE

DIAGNOSTIQUER SES ENJEUX ET ÉLABORER SA FEUILLE DE ROUTE

PROGRAMME

Une démarche RSE globale et intégrée est un véritable atout concurrentiel. Encore faut-il qu'elle réponde aux enjeux spécifiques de l'entreprise et rencontre les attentes des parties prenantes. Sa construction répond à une méthodologie rigoureuse, conduite en concertation.

DU DD A LA RSE

- Les grands enjeux, les pistes pour un nouveau mode de développement, les acteurs engagés
- Les enjeux de responsabilité pour les entreprises, la pression des parties prenantes, les risques et opportunités, les nouveaux cadres de cohérence, la réglementation
- Les fondamentaux de l'ISO 26000

ÉTAPES POUR CONSTRUIRE UNE STRATÉGIE RSE

- Le diagnostic des impacts, des attentes des parties prenantes, des réalisations et des enjeux critiques
- Focus sur l'analyse de matérialité
- La formulation d'une vision et d'un niveau d'ambition
- Le choix d'axes d'engagement ancrés dans la stratégie
- L'élaboration d'un plan d'actions
- La mise en place et le suivi d'indicateurs
- La présentation des travaux et l'obtention du soutien des décideurs
- L'intégration à la gouvernance de l'entreprise

INTÉGRATION AUX MÉTIERS

- Les RH
- Le marketing & la communication
- Les achats

DÉPLOIEMENT DE LA DÉMARCHE RSE

- La formalisation d'un plan de déploiement (organisation, communication interne, sensibilisation, formation, intégration au système de management)
- Les facteurs de succès pour ancrer le changement
- La valorisation de la démarche à l'externe



OBJECTIFS

- **Connaitre les enjeux et les bénéfices d'un engagement dans la RSE**
- **Acquérir des repères pour la prise de décisions**
- **Maîtriser les grands principes de la norme ISO 26 000**
- **Savoir identifier ses enjeux critiques en utilisant l'analyse de matérialité**
- **Acquérir une méthodologie permettant d'élaborer puis de piloter une démarche RSE**



POUR QUI

- Responsable DD/RSE
- Chef d'entreprise
- Réseaux de correspondants DD/RSE
- Responsable QSE



PÉDAGOGIE

- Apports conceptuels et méthodologiques
- Etude de cas en groupe (diagnostic, identification et hiérarchisation des enjeux importants, définition des axes d'engagement)
- Benchmark de bonnes pratiques et d'outils
- Brainstorming collectif



MODALITÉS

2 jours

- > 19 et 20 février 2019
- > 02 et 03 juillet 2019
- > 01 et 02 octobre 2019

1 300 euros HT

Déjeuners et pauses compris

Atelier 21 : relations parties prenantes

LES CLÉS DE RÉUSSITE D'UNE STRATÉGIE DE DIALOGUE

EN PARTENARIAT AVEC  Académie Durable
Internationale

PROGRAMME

Le dialogue avec les parties prenantes dépasse la simple consultation ponctuelle. Aujourd'hui, c'est un axe majeur d'une démarche RSE, il consiste à établir et pérenniser les relations avec les acteurs intéressés de manière à ce que les décisions prises puissent tenir compte des attentes de chacun et bénéficier d'un large soutien.

ENJEUX LIÉS AUX RELATIONS AVEC LES PARTIES PRENANTES

- Les principes fondamentaux de la RSE et le rôle des parties prenantes
- La revue des référentiels
- Les opportunités liées au dialogue avec les parties prenantes

IDENTIFICATION ET CARTOGRAPHIE DES PARTIES PRENANTES

- La connaissance et l'identification des parties prenantes internes et externes
- La hiérarchiser les parties prenantes en fonction du degré d'influence réciproque entre elles et l'entreprise
- La segmentation les parties prenantes selon leurs spécificités
- Le recensement des dialogues existants.
- Les modalités d'identification des attentes des parties prenantes

ORGANISATION DU DIALOGUE AVEC LES PARTIES PRENANTES

- Les différentes modalités de dialogue existantes
- Les clés de succès,
- La construction d'une stratégie de dialogue
- La contribution du dialogue à la RSE et son lien au management et à la gouvernance

TEMOIGNAGE D'UNE DIRECTION RSE/UN EXPERT

ETUDE DE CAS

- Cartographie des parties prenantes d'une entreprise
- Élaboration d'une stratégie de dialogue



OBJECTIFS

- **Etre en capacité de réaliser une cartographie de ses parties prenantes**
- **Acquérir une méthode pour évaluer les modalités de dialogue existantes**
- **Connaître les pistes concrètes pour organiser un dialogue avec les parties prenantes**
- **Savoir tirer des enseignements des attentes exprimées par ses parties prenantes pour bâtir sa stratégie d'entreprise durable**



POUR QUI

- Membres des Comités de Direction et Comex,
- Responsables des directions : Stratégie, RSE/DD, communication



PÉDAGOGIE

- Travail pratique et collectif, utilisant des « cas »
- Témoignage d'un professionnel
- Retours d'expériences concrets des consultants



MODALITÉS

1 jour

> 10 mai 2019

> 22 novembre 2019

1 000 euros HT

Déjeuners et pauses compris

Conduite du changement et RSE

RÉUSSIR LE DÉPLOIEMENT DE LA STRATÉGIE DE DD/RSE

PROGRAMME

Dans de nombreuses entreprises engagées dans la RSE depuis plusieurs années la démarche est portée par l'équipe en charge de la RSE et quelques relais internes, mais elle n'est pas encore appropriée par l'ensemble des acteurs, alors que pour devenir réellement opérationnelle elle doit être intégrée à la culture et aux pratiques professionnelles du plus grand nombre de collaborateurs.

CARACTÉRISTIQUES DU CHANGEMENT

- Les mécanismes classiques et la transposition au contexte spécifique de l'engagement dans le DD/la RSE
- Les modalités les plus efficaces

REPÈRES POUR ÉTABLIR UN DIAGNOSTIC

- Le niveau de connaissance et de sensibilité interne sur le DD, le niveau de déploiement et d'appropriation de la démarche RSE
- La culture, les historiques de déploiement et la capacité d'acceptation de l'organisation.
- La cartographie des acteurs et de leur degré d'implication...
- L'évaluation des freins (classiques et spécifiques à la RSE) collectifs et individuels

STRATÉGIE DE CHANGEMENT

- Le choix des leviers selon l'urgence et l'ampleur du changement
- La mise en œuvre : vision partagée, organisation dédiée, sensibilisation, formation, communication interne, système de management et de reconnaissance, indicateurs de pilotage
- La gestion des essoufflements et difficultés
- Les arguments pour obtenir l'aval et le « sponsorship » des décideurs

PISTES POUR FAIRE VIVRE LA DYNAMIQUE DANS LA DURÉE

- La mobilisation de l'intelligence collective
- L'intégration aux processus et aux métiers
- La communication sur les avancées et le ROI



OBJECTIFS

- **Mieux cerner les freins au changement propres à la RSE**
- **Acquérir des repères, méthodes et outils pour conduire le changement**
- **S'approprier les méthodes de sociodynamique**
- **Etre en capacité de traiter les objections spécifiques à la RSE et obtenir l'aval des décideurs**
- **Savoir construire une stratégie de déploiement et la mettre en œuvre**



POUR QUI

- Décideurs
- Directeur du DD/QSE
- Correspondant DD
- DRH
- Direction de la communication



PÉDAGOGIE

- Parcours de découverte des clés de lecture
- Etude de cas, exercices et mises en situation expérientielles
- Benchmark des pratiques inspirantes



MODALITÉS

1 jour

> 05 avril 2019

> 24 septembre 2019

1 000 euros HT

Déjeuners et pauses compris

Communication responsable

PENSER SON MESSAGE ET SES SUPPORTS DIFFÉREMMENT

PROGRAMME

Lorsqu'il s'agit de mettre en avant la démarche RSE de l'organisation, et plus globalement dans tous types de « prise de parole », les équipes en charge de la communication sont amenées à intégrer les enjeux de responsabilité tant dans la conception des campagnes que dans la formulation des messages (éviter les risques de greenwashing).

GRANDS ENJEUX RSE DU SECTEUR DE LA COMMUNICATION

- DD : contexte, définition, actualité, principaux repères et acteurs
- Les défis de la RSE pour les organisations, risques et opportunités, pratiques inspirantes
- Les enjeux pour le secteur de la communication (montée en puissance de la pression des parties prenantes : législateur, ONG, société civile, auto-régulation, clients...)
- La définition de la communication responsable

FOCUS SUR LES ENJEUX MÉTIERS DE LA COMMUNICATION

- Benchmark de pratiques inspirantes en communication responsable
- La responsabilité du message (lois, fonctionnement de l'auto-régulation, recommandations de l'ARPP, du CNC et de l'ICC)
- L'éco-socio conception des campagnes : concept, outils, labels et certifications
- Les clés de succès d'une communication sur le DD/la RSE

ETUDE DE CAS PRATIQUE

- Analyse critique de campagnes publicitaires (dans la peau du jury de déontologie de la publicité)
- Etudes de cas print
- Etudes de cas événementiel
- Focus sur les bonnes pratiques du web, l'audio-visuel et les RP

APPROPRIATION DES OUTILS

- La gouvernance de la communication responsable
- La mobilisation des équipes autour de la RSE grâce à la communication interne



OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux RSE du secteur de la communication
- Savoir utiliser les outils et méthodes pour mettre en œuvre une communication responsable
- Être en capacité d'eco-concevoir un événement, un document print et un support web
- Maîtriser les recommandations de l'autorité de régulation professionnelle de la publicité
- Mettre en œuvre la communication responsable dans son entreprise



POUR QUI

- Responsable de communication
- Responsable marketing
- Chef de projet en agence



PÉDAGOGIE

- Projection de publicités, analyse de campagnes « en séance »
- Etude de cas
- Benchmark de pratiques inspirantes



MODALITÉS

2 jours

> 26 et 27 mars 2019

> 15 et 16 octobre 2019

1 300 euros HT

Déjeuners et pauses compris

Achats responsables

SÉCURISER LES « APPROVISIONNEMENTS » ET CONTRIBUER À LA CRÉATION DE VALEUR

EN PARTENARIAT AVEC BuyYourWay

PROGRAMME

La fonction achat représente 60% en moyenne du chiffre d'affaires des entreprises, elle est un centre de coût et un champ d'application clé des engagements RSE de l'entreprise. Une politique d'achats responsables permet à l'entreprise de prévenir les risques de non-conformité, de valoriser son engagement RSE, d'innover dans ses relations fournisseurs, de réduire ses impacts environnementaux et sociaux, etc.

LA RSE DANS LES ACHATS

- Position des Achats dans l'entreprise : levier économique et levier de RSE
- Les enjeux de ses Achats (éco-conception, enjeux sociaux et économiques, passage de COQD à TCO)
- Multiples dimensions des achats responsables : process et posture (du sourcing au suivi des fournisseurs)
- Principales initiatives et acteurs (CDAF, Médiation, Charte PME, Ecovadis...)

LA MISE EN OEUVRE D'UNE POLITIQUE D'ACHATS RESPONSABLES

- Réflexion sur la construction d'une stratégie Achats Responsables dans une entreprise du numérique - exemple d'un achat informatique
- Compréhension des arguments des fournisseurs et des référentiels associés (labels, greenwashing)

LA MOBILISATION DES ACTEURS

- Découverte de pistes pour former et informer les acheteurs et les prescripteurs (outils à créer : charte...)
- Valorisation économique des achats responsables
- Plan de sensibilisation des fournisseurs (de la formulation des attentes, à l'évaluation voire l'audit, l'accompagnement et la co innovation)
- Plan d'action individuel sur les actions à mener



OBJECTIFS

- Prendre conscience des opportunités et des risques liés aux enjeux de RSE et d'Achats responsables
- Acquérir le bagage "technique" utile à la mise en pratique des Achats Responsables
- Savoir identifier l'impact des achats dans la chaîne de valeur
- Etre capable de lancer des Appels d'Offre "responsables" en intégrant des critères pertinents de RSE
- Savoir identifier, évaluer et impliquer les fournisseurs responsables
- Savoir valoriser économiquement les Achats Responsables



POUR QUI

- Acheteur / Responsable Achats
- Toute personne réalisant les achats dans une entreprise



PÉDAGOGIE

- Modèles de documents pour les différents outils
- Benchmarks
- Scénarios de mise en situation
- Ateliers en groupe



MODALITÉS

2 jours

> 14 et 15 mai 2019

> 05 et 06 novembre 2019

1 300 euros HT

Déjeuners et pauses compris

Master Class 21 : piloter le modèle durable de l'entreprise

UN PARCOURS CERTIFIANT EN 12 SÉANCES DE 5H00 SUR 8 MOIS

EN PARTENARIAT AVEC  **Académie Durable Internationale** ET  **CentraleSupélec EXE**

PROGRAMME

« Les nouveaux objectifs des Nations-Unis (17 ODD) et l'Accord de Paris sur le climat conduisent les entreprises à devoir intégrer plus complètement et efficacement les exigences de durabilité au sein de leur modèle. Pour cela, la culture managériale doit s'appropriier les savoirs, les méthodes et réflexions qui permettent de se créer une valeur durable. La formation proposée par CentraleSupélec dans le cadre de ces Master Class 21 apporte ces connaissances de base à haut niveau, l'analyse opérationnelle et une capacité à agir. Chaque session est structurée autour d'une introduction synthétique et d'actualité, d'un exposé thématique d'un des meilleurs experts et de l'analyse d'un cas d'entreprise exemplaire.

MC1 - 7 nov 2019 : les fondamentaux de « la durabilité »
MC2 - 28 nov 2019 : de la norme à la création de valeur durable
MC3 - 19 dec 2019 : l'enjeu de décarbonation
MC4 - 9 janv 2020 : l'éco-conception et consommation durable
MC5 - 30 janv 2020 : les achats responsables et maîtrise de la chaîne de valeur
MC6 - 27 fév 2020 : les relations parties prenantes, point de départ de la durabilité
MC7 - 12 mars 2020 : le management interne et externe de la fonction DD
MC8 - 2 avril 2020 : l'information extra-financière, conception et utilisation de la métrique RSE au rapport intégré
MC9 - 23 avril 2020 : élaboration d'une stratégie de durabilité d'entreprise
MC10 - 14 mai 2020 : les nouvelles relations à la société
MC11 - 4 juin 2020 : le marketing durable
MC12 - 25 juin 2020 : prospective et géopolitique de la RSE dans le contexte mondial

Juillet 2020 : remise des certificats dans le cadre du colloque annuel "management responsable", animé par la communauté des anciens du réseau MR21



OBJECTIFS

- Apporter à des cadres dirigeants l'état de la connaissance à jour, théorique et critique, en management et gestion de la performance durable de l'entreprise avec une confrontation à son application pratique, au contact des meilleurs experts du sujet.
- Acquérir des clés d'un "modèle d'entreprise durable"



POUR QUI

- Cadres des fonctions RSE, achats, finances, RH, marketing et communication
- Responsables dans des organisations publiques, syndicats, ONG, associations professionnelles en charge des questions de DD & RSE



PÉDAGOGIE

- Revue d'actualité RSE & DD
- Synthèse du sujet par le Directeur Pédagogique
- Exposé d'un expert et échanges
- Cas d'étude exemplaire



MODALITÉS

Dates

7 novembre 2019 au 25 juin 2020 (14h30 à 19h30)
(12 jours - 60h00)

Tarif

4 560 € (HT)
Eligible au CPF

Campus Durable Euro-Africain

FORMATION DES MANAGERS RSE DES ENTREPRISES ET ORGANISATIONS EN AFRIQUE

EN PARTENARIAT AVEC  **Académie Durable**
Internationale

PROGRAMME

J1 -MARDI 18 JUIN

- Panorama de la RSE dans le contexte actuel par Patrick d'Humières
- Le levier de la finance durable par Hervé Gbegbo
- Panorama de l'évolution internationale de la RSE dans le monde, des acteurs et des enjeux par Brice Lalonde
- Table-ronde sur les tendances de la RSE en Afrique, animée par Philippe Barry et Franck Eba, Aziz Derj

J2 -MERCREDI 19 JUIN

- L'impératif de décarbonisation des entreprises par Emilie Alberola, EcoAct
- Le cadre RSE au Maroc, l'expérience du label CGEM, par Kamal Fahmi et Denis Gnzou
- Etude de cas 1: Veolia Niger
- Travail en groupes, puis debriefing collectif avec le Directeur Développement Durable de Veolia, Pierre Victoria

J3 -JEUDI 20 JUIN

- La maîtrise de la chaîne des valeurs / vigilance & achats responsables par Ecovadis
- Etude de cas 2 : le cas AccorHotels
- Travail en groupes, puis debriefing collectif Avec le Directeur Développement Durable du groupe AccorHotels, Arnaud Herrmann
- Politiques publiques et entreprises privées en Afrique par Denis Gnzou

J4 -VENDREDI 21 JUIN

- L'inclusion et le dialogue parties-prenantes
- Témoignages d'expériences africaines : Orange avec Radia Cheikh-Lahlou, Franck Ebaet Olivier Gilbert
- Visite de l'usine SBM par Brahim Laroui
- Dialogue opérationnel entre les professionnels africains et les Directeur DD européens, comment créer une alliance euroafricaine en RSE ? par Bettina Laville

J5 -SAMEDI 22 JUIN -CÉRÉMONIE DE CLÔTURE



OBJECTIFS

Appréhender et orienter la mission de la fonction Développement Durable (DD) en logique de durabilité pour faire évoluer le modèle économique des entreprises par l'innovation et le dialogue parties prenantes vers les Objectifs du Développement Durable (ODD) et la transition écologique.



POUR QUI

- Les managers qui portent la RSE en entreprises et organisations dans le cadre euro-africain
- Responsables dans des organisations publiques, syndicats, ONG, associations professionnelles en charge des questions de DD & RSE



PÉDAGOGIE

- Revue d'actualité RSE & DD
- Exposé d'experts et échanges
- Témoignages d'entreprises
- Cas d'études exemplaires



MODALITÉS

Dates

Du mardi 18 au samedi 22 juin 2019
4 jours de formation

Tarif

1000 € TTC (entreprises en Afrique)
2000 € TTC (entreprises en Europe)

Profils des formateurs

DES DOMAINES D'EXPERTISE SPÉCIFIQUES



HUGUES CARLIER

module changement

Hugues est directeur associé
Des Enjeux et des Hommes.



MATHILDE CHAMPENOIS

module stratégie

Mathilde est consultante confirmée.
Des Enjeux et des Hommes.



PATRICK D'HUMIERES

ateliers 21 et Master Class 21

Patrick est directeur de
l'Académie Durable Internationale



VINCENT MONCLUS

module achats

Vincent est consultant Achats Responsables et
Ecoconception chez Buy Your Way.



MARIE-CLAIRE NICOT

ateliers 21

Marie-Claire est consultante Des
Enjeux et des Hommes.



AGNES RAMBAUD PAQUIN

ateliers 21 et Master Class 21

Agnès est directeur associé
Des Enjeux et des Hommes.



FANNY PICARD

module communication

Fanny est consultante associée
Des Enjeux et des Hommes.



MARTIN RICHER

atelier raison d'être

Martin est directeur de
Management&RSE

Informations pratiques

ORGANISME DE FORMATION :

Nous sommes un organisme de formation référencé dans Datadock.



PRÉPARATION DE LA FORMATION :

En amont de chaque session, le stagiaire est amené à partager ses attentes vis-à-vis de la formation afin de pouvoir adapter au mieux les exemples partagés en séance.

NOMBRE DE PARTICIPANTS :

Nous limitons le nombre de participants à 10 personnes (exceptées les Master Class 21), ce qui facilite l'interactivité tout en garantissant une bonne qualité d'échange entre les stagiaires et le formateur, ainsi qu'une prise en compte plus aisée des besoins de chacun.

SE RENDRE AU STAGE :

Nos stages se déroulent en plein cœur de Paris, au 3 rue du Louvre dans le 1er arrondissement, dans notre salle dédiée à la formation. Une semaine avant la formation, vous recevez une convocation comportant toutes les informations pratiques, notamment d'accès (métro, vélib...). Seules les Master Class 21 ont lieu dans un lieu différent dans Paris.

PARTAGE DE MOMENTS DE CONVIVIALITÉ :

Les prix des formations comprennent les déjeuners ainsi que les pauses (petits déjeuners, collation après-midi). Nous vous ferons découvrir les bonnes adresses du quartier et notamment les restaurants engagés qui proposent des menus « responsables » : produits bio, de saison, locavores... Ces moments privilégiés d'échanges entre les participants et le formateur seront aussi l'occasion pour vous de découvrir les nombreuses ressources (livres, études, illustrations...) mises à votre disposition sur le « buffet des connaissances ».

LE SUIVI :

Les formateurs restent à votre écoute à l'issue de la formation pour répondre à vos questions et vous apporter des conseils complémentaires lorsque vous mettez en pratique les acquis.

Des formules de coaching personnalisé et de webinar vous sont proposées pour poursuivre votre apprentissage.

FORMATION INTRA-ENTREPRISE :

Si vous êtes toute une équipe au sein de votre entreprise à souhaiter être formée, nous pouvons organiser une formation sur-mesure, personnalisée afin que le programme soit réellement adapté à vos besoins.

Bulletin d'inscription

Bulletin à renvoyer par email à mathilde.champenois@desenjeuxetdeshommes.com
ou par courrier : Des Enjeux et des Hommes, 3 rue du Louvre, 75001 Paris.
Vous pouvez également vous inscrire par téléphone au 01 44 86 03 20.

STAGE

Intitulé de la formation :
Dates : __ / __ / ____

PARTICIPANT

Civilité : Prénom : Nom :
Fonction :
Adresse professionnelle :
.....
Téléphone : Portable :
Email :

ENTREPRISE

Raison sociale :
Adresse :
.....
Téléphone :

Responsable formation / Personne procédant à l'inscription :

Civilité : Prénom : Nom :
Téléphone :
Email :

FACTURATION/RÈGLEMENT

Etablissement :
Contact à facturer :
Règlement effectué par un OPCA ; précisez lequel :
Sinon paiement à réception de facture
Date :
Cachet de l'entreprise et signature :

Contactez-nous



DES ENJEUX
ET DES HOMMES

3 rue du Louvre, 75001 Paris

01 44 86 03 20

contact@desenjeuxetdeshommes.com

Retrouvez les formations et notre blog sur le site

<http://www.desenjeuxetdeshommes.com>