

CATALOGUE DE FORMATIONS



LA RESPONSABILITÉ DES MARQUES

Mai 2019 pour Vita'Juce

DES ENJEUX
ET DES HOMMES

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES



DES ENJEUX
ET DES HOMMES

2021

CONTENU

DES ENJEUX ET DES HOMMES

- 02 Notre histoire et nos missions
- 03 Le mot d'Agnès Rambaud
- 04 Notre approche pédagogique

FORMATIONS

- 05 La raison d'être
- 06 Analyse de matérialité
- 07 Construire une démarche RSE
- 08 ISO 26000
- 09 Relations parties prenantes
- 10 Conduite du changement et RSE
- 11 Marketing responsable
- 12 Communication responsable
- 13 Savoir parler de RSE
- 14 Achats responsables
- 15 Commerciaux & RSE
- 16 Production audiovisuelle responsable
- 17 Frise DD/RSE
- 18 Fresque du climat

FORMATEURS

- 19 Profils des formateurs

PRÉPARATION & DÉROULÉ

- 20 La formation RSE en Digital Learning
- 21 Informations pratiques

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.

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 près de 15 ans, nous concevons des modules de formation inter-entreprise, intra-entreprises, 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'agroalimentaire à la chimie, du textile à l'immobilier...).



**FACILITER LA TRANSITION
DES ORGANISATIONS
VERS DES MODELES PLUS DURABLES,
EN APPORTANT AUX FEMMES ET AUX HOMMES
LES CLEFS POUR LES INVENTER
AVEC LEUR ECOSYSTEME**



NOTRE VISION DE LA FORMATION

66

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 de ses participants. Ce qui nous a guidé 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.

99



AGNES RAMBAUD
VICE PRÉSIDENTE

NOTRE APPROCHE PÉDAGOGIQUE

TRANSPOSER LES APPORTS PÉDAGOGIQUES DANS LE CONTEXTE PROFESSIONNEL



SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Nous utilisons une variété de supports pédagogiques : films, digital learning interactif, 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'EXPÉRIENCES

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 ET
LA MISE EN ACTION
NÉCESSAIRES POUR
ENCLANCHER LE CHANGEMENT.



RAISON D'ÊTRE

Outil de management et de gouvernance

OBJECTIFS

- Maîtriser les fondamentaux de la RSE (e-learning)
- 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

1 jour
1 000 euros HT
Sessions en présentiel ou en digital

PRE-REQUIS

Cette formation correspond à du perfectionnement sur une thématique liée à la RSE, il est donc préférable de connaître les principes clés liés à l'élaboration et la mise en oeuvre d'une démarche RSE.

PROGRAMME

La loi PACTE (Plan d'Action pour la Croissance et la Transformation des Entreprises), définitivement adopté 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 LA RAISON D'ÊTRE: 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 BÉNÉFICES À ESCOMPTER

- La stratégie au coeur 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

MÉTHODE DE CO-CONSTRUCTION DE LA RAISON D'ÊTRE

- 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

ANALYSE DE MATÉRIALITÉ

Bâtir une stratégie RSE solide grâce à la carte de matérialité

OBJECTIFS

- Maîtriser les fondamentaux de la RSE (e-learning)
- 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
- Être 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 d'étude »
- Retours d'expériences concrets des consultants



MODALITÉS

1 jour
1 000 euros HT
Sessions en présentiel ou en digital

PRE-REQUIS

Cette formation correspond à du perfectionnement sur une thématique liée à la RSE, il est donc préférable de connaître les principes clés liés à l'élaboration et la mise en oeuvre d'une démarche RSE.

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

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 par la gouvernance et le management

CONSTRUIRE UNE DEMARCHE RSE

Diagnostiquer ses enjeux et élaborer sa feuille de route

OBJECTIFS

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



POUR QUI

- Directeur DD/RSE/QSE
- Equipes DD/RSE
- Chef d'entreprise
- Référents DD/RSE



PÉDAGOGIE

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



MODALITÉS

2 jours
1 400 euros HT
Sessions en présentiel ou en digital

PRE-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de pre-requis particulier.

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 DEVELOPPEMENT DURABLE 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

ISO 26 000

Comprendre la norme ISO 26000 dans sa nouvelle version



OBJECTIFS

- Maîtriser les fondamentaux de la RSE (e-learning)
- Comprendre les principes de l'ISO 26 000 en matière de responsabilité sociétale
- Découvrir les mises à jour de la nouvelle version de la norme ISO 26 000 publiée en décembre 2020
- Appréhender les modalités de mise en œuvre au sein des entreprises pour contribuer au développement durable



POUR QUI

- Responsable Développement Durable et /ou RSE
- Toute personne désirant découvrir la norme internationale ISO 26000 et ses dernières mises à jour



PÉDAGOGIE

- Apports conceptuels et méthodologiques
- Benchmark de bonnes pratiques et d'outils
- Travail pratique et collectif
 - Etudes de cas



MODALITÉS

1 jours
1 000 euros HT
Sessions en présentiel ou en digital

PRE-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de pre-requis particulier.

PROGRAMME

La norme ISO 26000 est un référentiel incontournable en matière de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise. Elle donne les lignes directrices pour intégrer et mettre en œuvre la RSE dans les entreprises. Dix ans après sa naissance officielle, la norme ISO 26 000 a été mise à jour pour mieux répondre aux enjeux de la RSE et réaffirmer la robustesse de ce standard international.

LES FONDAMENTAUX DE LA NORME ISO 26 000

- Genèse, définition et principes de la RSE
- Objectifs et contenu de la norme ISO 26 000
- Les questions centrales de l'ISO 26 000
- Les mises à jour de la norme ISO 26 000

APPROFONDISSEMENT DES ENJEUX COUVERTS PAR LES QUESTIONS CENTRALES DE L'ISO 26000

- Analyse détaillée des questions centrales, et lien avec les Objectifs de Développement Durable de l'Organisation des Nations Unies

CONSTRUCTION D'UNE DEMARCHE RSE SELON L'ISO 26 000

- Réaliser un diagnostic RSE de son entreprise
- Identifier et prioriser ses parties prenantes
- Identifier et prioriser ses enjeux
- Définir sa stratégie RSE
- Elaborer et suivre son plan d'actions

APPROPRIATION DES OUTILS

- Apprendre à s'auto-évaluer selon les critères de l'ISO 26 000 pour identifier et hiérarchiser ses actions

RELATIONS PARTIES PRENANTES

Les clés de réussite d'une stratégie de dialogue

OBJECTIFS

- Maîtriser les fondamentaux de la RSE (e-learning)
- Être 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»
- Retours d'expériences concrets des consultants



MODALITÉS

1 jour
1 000 euros HT
Sessions en présentiel ou en digital

PRE-REQUIS

Cette formation correspond à du perfectionnement sur une thématique liée à la RSE, il est donc préférable de connaître les principes clés liés à l'élaboration et la mise en œuvre d'une démarche RSE.

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 des 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

ETUDE DE CAS

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

CONDUITE DU CHANGEMENT ET RSE

Réussir le déploiement de la stratégie de DD/RSE

OBJECTIFS

- Maîtriser les fondamentaux de la RSE (e-learning)
- Mieux cerner les freins au changement propres à la RSE
- Acquérir des repères, méthodes et outils pour conduire le changement
- S'appropriier les méthodes de sociodynamique
- Être 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



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 DO, 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



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
1 000 euros HT
Sessions en présentiel ou en digital

PRE-REQUIS

Cette formation correspond à du perfectionnement sur une thématique liée à la RSE, il est donc préférable de connaître les principes clés liés à l'élaboration et la mise en œuvre d'une démarche RSE.

LE MARKETEUR DU 21ÈME SIÈCLE

Quelles clés pour des marques résilientes et créatrices de valeur partagée ?



Adetem
association nationale
professionnels marketing



Formation en
partenariat avec



OBJECTIFS

- Evoluer dans sa propre perception du marketing (rôle dans la société et dans l'entreprise, approche métier) compte-tenu des défis du 21ème siècle
- Prendre en main les outils opérationnels permettant de mieux positionner sa marque et son offre et la rendre plus cohérente
- Avoir des clés pour être promoteur du changement en interne



POUR QUI

- Directeur Marketing
- Chef de marque
- Chef de produit
- Responsable RSM ou Engagement des marques (responsabilité de la marque)
- Responsable Innovation ou R&D
- Responsable communication



PÉDAGOGIE

- En amont : pré-read d'acculturation à la RSE
- Des études de cas et exercices pratiques ;
- Du partage d'expérience ;
- Des apports théoriques portés par des experts ;
- Des travaux inter-sessions pour s'inspirer et mettre en pratique
- Une mise à disposition d'une ressource avec des liens et document utiles



MODALITÉS

3 jours
2 400 euros HT
Sessions en présentiel
(ADETEM - 12 rue de Milan - 75009 Paris)

PRE-REQUIS

Cette formation nécessite de connaître les principes clés du métier de marketeur.

PROGRAMME

La tendance du « consommer mieux » se généralise dans la société, avec une prise de conscience qui s'accélère chez les consommateurs. Par sa capacité à intégrer les tendances de marché, la fonction marketing est aujourd'hui au cœur des mutations de l'entreprise et de la société. Intégration stratégique des enjeux RSE, choice editing, transparence de l'offre, outils d'aide à la consommation responsable, transformation des modèles économiques : au-delà de l'opportunisme, comment faire du marketing un vrai levier de transformation ?

JOUR 1

- Les nouvelles attentes des consommateurs et des parties prenantes - les grands enjeux qui les sous-tendent - les nouveaux défis et opportunités pour les entreprises et les marques
- Le nouveau rôle du marketing : répondre à la fois aux attentes des consommateurs et aux défis de résilience des organisations
- Initier la stratégie d'engagement de sa marque
- ETUDE DE CAS #1 : bien choisir les sujets d'engagement de sa marque

JOUR 2

- Intégrer le sens au cœur de son offre et du modèle économique
- ETUDE DE CAS #2 : démarche d'écoconception sur deux cas concrets (1 produit et 1 service)
- Intervention d'un expert de l'impact et de la qualité sociale et environnementale de l'offre
- Valoriser sa démarche et engager les parties prenantes
- Intervention d'un expert des labels produits et corporate

JOUR 3 (partie 1, 1/2 journée)

- ETUDE DE CAS #3 : mise en œuvre des engagements dans le parcours client
- Accompagner le changement : connaître les clés pour mobiliser en interne autour du marketing de sens

JOUR 3 (partie 2, 1/2 journée, 1 mois plus tard)

- Séance d'intelligence collective pour aider les participants à surmonter les freins rencontrés

COMMUNICATION RESPONSABLE

Penser son message et ses supports différemment

OBJECTIFS

- Maîtriser les fondamentaux de la RSE (e-learning)
- 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 communication
- Responsable marketing
- Chef de projet en agence

PÉDAGOGIE

- Analyse de campagnes publicitaires «en séance»
- Etude de cas print, événement, digital
- Benchmark de pratiques inspirantes



MODALITÉS

2 jours
1 400 euros HT
Sessions en présentiel ou en digital

PRE-REQUIS

Cette formation nécessite de connaître les principes clés du métier de communicant.

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

- Développement Durable : 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

SAVOIR PARLER DE RSE

Convaincre pour mieux mobiliser autour de la RSE

Formation en partenariat avec

meilleur
demain

OBJECTIFS

- Prendre la parole en pleine conscience et en pleine confiance
- Présenter vos messages de manière concise, percutante et claire
- Éveiller la curiosité et maintenir l'attention tout au long de vos prises de parole
- Persuader de la pertinence et de l'intérêt de vos idées
- Développer différents styles adaptés à différents publics en restant authentique
- Maîtriser votre corps, votre voix et vos mots pour envoyer les bons signaux



POUR QUI

- Equipe RSE
- Ambassadeurs RSE
- Managers
- Equipe communication
- Equipes commerciales

PÉDAGOGIE

- Benchmark concurrent et de pratiques inspirantes
- Mises en situation



MODALITÉS

1 jour
1 000 euros HT
Sessions en présentiel ou en digital

PRE-REQUIS

Cette formation nécessite d'avoir un objectif personnel/professionnel en matière de prise de parole sur la RSE

PROGRAMME

Votre métier et votre rôle sont clé pour accélérer la transformation des entreprises, de votre entreprise. Valoriser sa fonction, l'engagement RSE de son entreprise, les vertus sociales/environnementales de ses produits/services... Créer des déclics, faire comprendre, inspirer à passer à l'action, aider à penser le monde différemment, embarquer l'ensemble des parties prenantes... Vos challenges quotidiens.

Prendre la parole auprès d'acheteurs, de commerciaux ou de membres du comité de direction, ou de journalistes en regrettant de ne pas avoir eu les bons mots pour les convaincre, les embarquer.

Alors comment incarner vos propos, vous exprimer avec éclat, impact, pertinence ?

FAIRE ÉMERGER ET CLARIFIER SES MESSAGES

- Pourquoi prendre la parole sur la RSE ?
- Les questions de bases à se poser avant toutes prises de parole
- Le rappel sur la communication responsable (ou comment éviter tout greenwashing)

AUGMENTER SON POUVOIR DE CONVICTION & DE PERSUASION

- Devenir plus convaincant.e avec des arguments solides
- Devenir plus persuasif.ve avec le pouvoir du Logos, de l'Ethos et du Pathos

STRUCTURER SON INTERVENTION

- Créer des structures de discours efficaces (en fonction de ses cibles internes ou externes)
- Travailler sur ses propres enjeux pour inspirer le passage à l'action

INCARNER SA PRISE DE PAROLE

- Développer son style pour créer des messages mémorables, susciter l'émotion et l'adhésion
- Inspirer la confiance grâce à la congruence

ACHATS RESPONSABLES

Sécuriser les approvisionnements et contribuer à la création de valeur

OBJECTIFS

- Maîtriser les fondamentaux de la RSE (e-learning)
- 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
- Être 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



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 COD 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...)



POUR QUI

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

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)

PÉDAGOGIE

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



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



MODALITÉS

2 jours
1 400 euros HT
Sessions en présentiel ou en digital

PRE-REQUIS

Cette formation nécessite de connaître les principes clés du métier d'acheteur.

COMMERCIAUX & RSE

Valoriser vos atouts RSE dans l'argumentaire commercial

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux RSE de son secteur
- Savoir détecter les besoins et attentes clients
- Savoir parler de la démarche RSE de son entreprise
- Maîtriser le discours autour des offres
- Savoir traiter les objections de ses clients
- Transformer la RSE en opportunités commerciales



POUR QUI

- Equipes commerciales
- Ambassadeurs RSE

PÉDAGOGIE

- Quizz
- Etude de cas / recherches en live
- Benchmark concurrent et pratiques inspirantes
- Mises en situation
- Argumentaire personnalisé



MODALITÉS

Formation en intra
1 à 2 journées
Sur devis

PRE-REQUIS

Cette formation nécessite que l'entreprise intéressée ait une démarche RSE engagée

PROGRAMME

Les équipes commerciales sont de plus en plus exposées aux attentes de leurs clients (B2B/B2C) en matière de responsabilité de leur entreprise ou de leurs produits/services qu'ils commercialisent. Réponses à appels d'offre, échanges sur le sujet avec leurs prospects et clients... Les commerciaux sont les meilleurs ambassadeurs de l'entreprise pour : écouter les signaux faibles du marché, détecter les besoins des prospects/clients et transformer la RSE en opportunité.

ANALYSER SI LA RSE EST REELLEMENT UNE TENDANCE DE FOND ?

- Enjeux DD clés dans le monde, en France et pour son entreprise
- Attentes/engagement des parties prenantes
- Défis de la RSE pour les organisations, risques et opportunités
- Pratiques inspirantes

SAVOIR IDENTIFIER LES ATTENTES DE SES CLIENTS

- Mise en situation de préparation de rdv
- Analyse critique de publications RSE clients
- Réflexion sur les opportunités business

SAVOIR PARLER DE LA DEMARCHE RSE DE SON ENTREPRISE

- Découverte/approfondissement points forts démarche RSE
- Travail sur son « argumentaire »
- Entraînement à la prise de parole sur le sujet

MAITRISER LES OFFRES

- Découverte/approfondissement portefeuille d'offres
- Anticipation des objections clients
- Mise en situation rdv client

S'ENGAGER DANS UN PLAN D' ACTIONS

- Partage des actions à mener à titre personnel
- Echange sur les facteurs clés de succès

PRODUCTION AUDIOVISUELLE RESPONSABLE

Intégrer le développement durable dans son projet

OBJECTIFS

- Maîtriser les fondamentaux de la RSE (e-learning)
- Connaissance approfondie des enjeux et bénéfices de l'écoproduction
- Acquérir les notions et aspects sociaux spécifiques au secteur audiovisuel
- Maîtrise des outils de pilotage Ecoprod
- Savoir mettre en place une démarche développement durable au sein d'une production et sur des tournages



POUR QUI

- Producteurs
- Directeurs de production
- Chargés de production
- Régisseurs généraux

PÉDAGOGIE

- Etat des lieux des enjeux RSE du secteur audiovisuel
- Comparatif avec des bonnes pratiques en écoproduction en France et Europe
- Exercices pratiques avec les outils Ecoprod
- Cas pratiques permettant aux participants d'expérimenter des situations réelles de production



MODALITÉS

2 jours + 1 jour déterminé avec les participants
1 800 euros HT
Sessions en présentiel

PRE-REQUIS

Cette formation nécessite de connaître les principes clés des métiers de la production audiovisuelle

PROGRAMME

JOUR 1 : FONDAMENTAUX RSE ET DD

- Les grands enjeux et fondamentaux de la RSE et du Développement Durable
- Présentation du cadre politique et réglementaire
- Panorama des initiatives « Culture et DD » en France et Europe (ex. greenscreen Eu)
- Les impacts et enjeux spécifiques au secteur audiovisuel : social & environnemental
- Présentation des outils de pilotage et procédure d'obtention de la mention Ecoprod®

JOUR 2 : CONSTRUIRE SA DÉMARCHE / BUSINESS CASE FILM LONG MÉTRAGE

- Le dialogue parties-prenantes et stratégie collaborative
- Les indicateurs de mesure : Clap'Carbon et bilan écologique
- Le choix des engagements et processus d'amélioration continue
- Elaboration de la feuille de route et des actions prioritaires par métier
- Suivi des indicateurs écologiques et impacts économiques
- Communication et valorisation de la démarche

JOUR 3 : ACCOMPAGNEMENT DU DÉPLOIEMENT DE LA DÉMARCHE

- Partage d'expériences des participants
- Présentation des cas réels
- Analyse des leviers & freins
- Hiérarchisation des risques

FRISE DD RSE

Appréhender les fondamentaux et passer à l'action dans son entreprise

OBJECTIFS



- Comprendre ce que recouvre le DD et la RSE
- Découvrir les engagements RSE de sa propre entreprise
- Faire des liens logiques
- Identifier comment agir en équipe et individuellement
- Anticiper l'accompagnement au changement

POUR QUI



- Tout collaborateur
- Equipe RSE, Ambassadeurs RSE
- CODIR, Managers
- Equipe communication
- Equipes commerciales

PÉDAGOGIE

- Travail et échanges en sous-groupes
- Constitution d'une frise collective
- Apports de l'animateur
- Réflexion collective et individuelle sur les actions à mener



MODALITÉS

Formation en intra (1 journée)
Session en présentiel ou en digital
Sur devis

PRE-REQUIS

Cette formation nécessite que l'entreprise intéressée ait une démarche RSE engagée

PROGRAMME

La mobilisation des équipes en matière de RSE nécessite, dans un premier temps, qu'elles en comprennent le sens. Rendre intelligible et pédagogique, ce pourquoi on doit agir (les enjeux en matière de DD - développement durable), ce pourquoi les entreprises s'engagent (la prise en compte de leur RSE - responsabilité sociétale), et la façon dont notre propre entreprise y contribue (la démarche RSE « maison »).

REFLEXION

- Découverte des cartes du jeu (en sous-groupes DD / RSE / RSE dans l'entreprise)
- Réflexion collective des cartes pour en construire son « propre » fil rouge

PARTAGE

- Présentation aux autres groupes de ses travaux
- Compléments et ajustements par le formateur

PLAN D'ACTION

- Réflexion sur les solutions collectives à l'échelle de son entreprise
- Partage sur l'accompagnement au changement pour mobiliser les équipes
- Réflexion sur sa propre contribution métier et/ou managériale

FRESQUE DU CLIMAT

Comprendre les enjeux liés au climat de manière ludique

OBJECTIFS



- Comprendre ce que recouvre le dérèglement climatique
- Découvrir les causes et les conséquences
- Faire des liens logiques
- Identifier comment agir pour renverser la tendance
- S'engager collectivement / individuellement



POUR QUI

- Tout collaborateur
- Equipe RSE, Ambassadeurs RSE
- CODIR, Managers
- Equipe communication
- Equipes commerciales

PÉDAGOGIE

- Echanges en sous-groupes
- Constitution d'une fresque collective
- Apports de l'animateur
- Réflexion collective et individuelle sur les actions à mener



MODALITÉS



Formation en inter (1/2 journée) 500 euros HT
Formation en intra (1/2 journée + avec ajustements possibles)
sur devis

PRE-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de pré-requis

PROGRAMME

En ligne ou en présentiel, pour un public novice ou éclairé, basé sur les travaux du GIEC, La Fresque du Climat* est l'atelier collaboratif de référence pour comprendre collectivement la complexité du dérèglement climatique. Inspiré de la pédagogie inversée au travers de 42 cartes, faites vivre à vos équipes, CODIR, ambassadeurs un atelier qui leur permettra de créer des déclics, de comprendre le dérèglement climatique, et/ou de monter en compétences pour mieux savoir en parler et agir.

*la Fresque est une association créée par Cédric Ringenbach, à qui appartient les droits d'utilisation. Le contenu des cartes est protégé par la législation sur les droits d'auteur.

REFLEXION

- Découverte des cartes du jeu
- Réflexion collective pour relier les cartes et faire ressortir les causes et conséquences du changement climatique

CREATIVITE

- Après l'identification des causes, fonctionnement et conséquences, retraçage des clients et illustration de la Fresque

DISCUSSION

- Partage des ressentis
- Réflexion sur les solutions collectives et individuelles
- Engagement pour passer à l'action

PROFILS DES FORMATEURS DES DOMAINES D'EXPERTISE SPÉCIFIQUES



FANNY PICARD

Consultante chez Des Enjeux et des Hommes



MATHILDE CHAMPENOIS

Consultante chez Des Enjeux et des Hommes



SYLVIE CALAIS-BOSSIS

Consultante chez Des Enjeux et des Hommes



CLAUDIA KIENTZLER

Consultante chez Des Enjeux et des Hommes



LAURE ROLLAND

Consultante chez Des Enjeux et des Hommes



LAURENCE LAFITEAU

Formatrice Ecoprod



ALEXANDRA MARSIGLIA

Consultante chez Des Enjeux et des Hommes



JESSICA ZANCHI

Consultante chez Des Enjeux et des Hommes



CAMILLE GAUDIN

Consultante chez Des Enjeux et des Hommes

LA FORMATION RSE EN DIGITAL LEARNING

Des Enjeux & des Hommes vous accompagne sur le déploiement de vos formations RSE, en format Blended (présentiel et distanciel) et Full digital (elearning et coaching distanciel).

En effet, nous associons à nos compétences sur la RSE :

- notre savoir-faire en ingénierie pédagogique opérationnelle
- notre expertise technologique sur le digital learning.

Pour la sélection des contenus, deux solutions sont possibles :

- la mise à disposition de notre catalogue de modules e-learning hébergés sur notre plateforme e-learning
- la conception de capsules sur mesure, en co-construction avec vous, sur des formats innovants: elearning interactifs, video learning, podcast, bédé, serious games, etc.

ECOCERT ACADEMY, LA PLATEFORME DIGITALE DE LA RSE

Ecocert Academy est la solution idéale pour réaliser des formations en ligne quand vous le souhaitez, à votre rythme et potentiellement vers un large auditoire, tout en optimisant vos coûts.

Plateforme collaborative et « responsive », Ecocert Academy vous propose un large choix de modules sur les thèmes suivants : RSE, achats responsables, commerce équitable, programmes de certifications bio et durable, etc.

Les apprenants ont la possibilité de poser les questions directement sur la plateforme et un expert/coach Ecocert y répond via un « chat ». Ainsi tous les apprenants peuvent bénéficier des réponses de l'expert.

La plateforme permet aussi d'extraire les résultats de consultation et de réponse aux quiz afin d'évaluer l'impact de la formation.

Vidéo de présentation : <https://vimeo.com/366247456>

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 12 personnes, 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...).

PARTAGE DE MOMENTS DE CONVIVIALITE

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.

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.

Ils vous enverront les supports utilisés en formation ainsi que d'autres ressources utiles pour l'approfondissement de vos connaissances.

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

Vous serez invités à rejoindre la communauté des « alumni E&H » et ainsi, recevoir nos publications et invitations à des événements réguliers sur la RSE

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.



DES ENJEUX
ET DES HOMMES

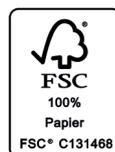
Une filiale **ECOCERT**

CONTACTEZ-NOUS

3 rue du Louvre, 75001 PARIS
11 place St Bertrand, 32600 L'Isle Jourdain
+33 1 44 86 03 20



contact@desenjeuxetdeshommes.com
www.desenjeuxetdeshommes.com



Document imprimé sur du papier certifié FSC
produit à partir de fibres 100% recyclées

La police utilisée dans ce document est Eco
Font : ses lettres sont imprimées avec des trous
internes ce qui permet d'économiser jusqu'à 20%
d'encre.

RETROUVEZ-NOUS

