

Développement durable & performance énergétique

RSE et Achat responsable

OBJECTIFS STRATÉGIQUES DE LA DÉMARCHE RSE

2 jours

Num. 22462



Public concerné

Tous les collaborateurs des entreprises.

OBJECTIFS

- Connaître les concepts, les enjeux et les principes du Développement Durable.
- Faire le lien avec la RSE, contribution des entreprises au Développement Durable.
- Comprendre les thématiques associées et notamment la notion de « Parties Prenantes ».
- Aborder les motivations pour une entreprise de s'engager dans une démarche de RSE et les risques de ne rien faire.
- Disposer d'une vision globale et cohérente du cadre réglementaire de la RSE (notamment ISO 26000).
- Disposer de méthodes d'analyse des enjeux RSE spécifiques du secteur.
- Savoir élaborer un plan d'action pour mettre en œuvre des projets d'amélioration continue sur les différentes thématiques RSE prioritaires.
- Communiquer efficacement en interne et en externe sur une démarche RSE
 - Acquérir une culture partagée relative à la RSE,
 - Préparer les argumentaires de la responsabilité sociétale.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Diffusion de Powerpoint
- Études de cas, mise en situation et réflexion en groupe, brainstorming...
- Accès à la plate-forme LMS Dokeos (support de cours en

IPTIC-Numéro Déclaration d'Activité : 11 75 48018 75 - <https://iptic.fr/>

PRE-REQUIS

- Aucun

1er jour :

Connaitre le développement durable et la RSE

Définitions et concepts illustrés du développement durable et la RSE

Les Parties Prenantes de l'entreprise et leurs attentes : mise en situation – Etude de cas / Mettre en place une démarche RSE en s'appuyant sur une démarche projet pour conduire le changement

Les motivations des entreprises pour s'engager dans une démarche RSE et les risques de ne rien faire

Qui ? : identifier les parties prenantes qui sont impactées par l'activité de l'entreprise de celles qui ont une influence sur l'entreprise

Quoi ? : identifier les enjeux et les attentes des parties prenantes selon les 3 axes (économique, environnemental et social)

Comment ? : Hiérarchiser les enjeux et les attentes et définir des actions pour y répondre (travail en binôme et restitution aux groupes)

Le cadre réglementaire international, européen et national de la RSE (ISO 26000)

Lien entre Développement durable et responsabilité d'entreprise Exemples et expériences

2ème jour :

Analyser le secteur selon la « grille de lecture » de la RSE

Les différentes thématiques de la RSE : les 5 grandes familles (politique environnementale , politique sociale, relation clients et fournisseurs, relation avec la société civile...) ; définition du bilan carbone (comprendre l'intérêt de faire réaliser un bilan carbone après un salon ou toute forme d'événement)

Les enjeux RSE du secteur : mise en situation

Echanges sur les opportunités et contraintes que représentent ces différents enjeux et préconisations

Agir au quotidien

Etude de cas

Méthode de définition d'un plan d'action RSE : « La RSE à mon niveau» ou comment éco-concevoir un événement en partant des 6 thématiques prioritaires du secteur (outil ADERE de l'ADEME) et d'un focus spécifique sur les problématiques des déchets et l'énergie :

Mon plan de progrès en alimentation

Mon plan de progrès en Communication

Mon plan de progrès Lieux, techniques et décors

Mon plan de progrès Transports

Mon plan de progrès Hébergement

Mon plan de progrès Sensibilisation des participants à l'événement

Mon plan de progrès Déchets

Mon plan de progrès Energie

Chaque module comprendra :

Une présentation des enjeux de la thématique et si opportun un extrait de film

Un travail individuel : chaque participant sera amené à faire le bilan de ses pratiques en répondant aux questions de

l'autodiagnostic ADERE de l'ADEME. Il réfléchira ensuite sur sa société
Mise en commun des idées d'amélioration trouvées par chacun des participants
Présentation de bonnes pratiques
Présentation des indicateurs de performance adaptés à la thématique.

Valorisation d'une démarche RSE en interne et externe : les principes de la « communication responsable » : Les objectifs de la communication, les facteurs clés du succès (mettre en place une communication interne ; les règles de la communication externe éco-responsable) ; les principaux outils (code de conduite, charte, lettre DD, site Web, Intranet...). Ce module est traité en partant des exemples de communication mise en œuvre par les entreprises avancées dans le domaine

TARIF PUBLIC : 1 445,85 € H.T.

TARIF ATLAS : 1 377,00 € H.T.