

Étude de cas

Présentation des études de cas

Dans le cadre du guide sur l'engagement territorial des entreprises, **14 études de cas de PME, de grandes entreprises - en France et à l'international - et de collectifs d'entreprises** illustrant les différents modèles d'engagement de l'entreprise sur son territoire, sont ici présentés.

Ces études de cas permettent d'appréhender la palette des actions menées par une entreprise ou un collectif d'entreprises sur un territoire donné.

Ces études de cas se composent de trois parties :

- Une présentation générale de l'entreprise ou du collectif d'entreprises, comprenant notamment ses engagements pour un développement durable et sa dimension territoriale.
- Une mise en relief des actions d'engagement territorial menées par l'entreprise, illustrées par des exemples de bonnes pratiques dans plusieurs axes : mécénat, RSE, R&D Sociétale. Bien entendu, les exemples retenus ne recouvrent pas de manière exhaustive la palette des actions menées par les entreprises interrogées, mais illustrent la diversité des formes d'engagement territorial.
- Une vision des résultats de l'engagement territorial, en termes de création de valeur pour les territoires et pour l'entreprise (ou le collectif d'entreprises), complétée par le retour d'expérience de l'entreprise sur l'engagement territorial.

Afin de mieux comprendre les enjeux et les modèles dans lesquels s'inscrivent ces études de cas, il vous est possible de vous référer au guide « Construire ensemble l'engagement territorial des entreprises ».

L'ensemble des études de cas, ainsi que le guide, sont disponibles sur le centre de ressources numériques RSE & Partenariats.

<https://rsetpartenariats.wordpress.com/>

Liste des études de cas

Entreprise	Catégorie	Périmètre géographique des exemples
AG2R LA MONDIALE	Grande entreprise	France
Collectif pour l'Emploi	Collectif d'entreprises	France
Le Colonel Moutarde	PME	France
Fédération nationale des Caisses d'Épargne	Grande entreprise	France
Laboratoire Science & Nature	PME	France
Leroy Merlin	Grande entreprise	France
McCain Foods Limited	Grande entreprise	International
Groupe MILLET	PME	France
Orange	Grande entreprise	International
Les Petites Pierres	Collectif d'entreprises	France
Le Groupe La Poste	Grande entreprise	France
Groupe Renault	Grande entreprise	International
United Way - L'Alliance	Collectif d'entreprises	France
Veolia	Grande entreprise	International

Remerciements

Le MEDEF et Le RAMEAU souhaitent remercier :

- **Patricia Benchenna**, Directrice philanthropie et fondation, Schneider Electric
- **Lucile Celisse**, Directeur RSE Europe, McCain Foods
- **Nicolas Cordier**, Responsable Social Business intrapreneur, Leroy Merlin
- **Vincent Defrasne**, Directeur, Fondation Somfy, Fonds de dotation Les Petites Pierres
- **Marielle Del'Homme**, Responsable Fonds d'innovation social, Direction des Activités Sociales, AG2R LA MONDIALE
- **Brigitte Dumont**, Directrice de la RSE, Groupe Orange
- **Karima Essabbak Ferjani**, Responsable RSE Europe – Afrique – Proche Orient, McCain Foods
- **Fabrice Gobin**, Responsable Sécurité – Environnement – Développement Durable, Groupe MILLET
- **Olivier Guilbaud**, Co-dirigeant, Laboratoire Science & Nature
- **Jean-Hugues Hermant**, Responsable RSE, Veolia
- **Anne-Marie Jean**, Directrice déléguée à l'ESS et aux dynamiques de territoires, Le Groupe La Poste
- **Angéline Lamy**, Déléguée générale, Fondation Accenture France
- **Sylvain Maschino**, Chargé d'études engagement sociétal, Fédération nationale des Caisses d'Épargne
- **Fabrice Millet**, Directeur Général, Groupe MILLET
- **Bérangère Martinel**, Responsable partenariats et communication, Fondation Somfy, Fonds de dotation Les Petites Pierres
- **Armelle Perrin-Guinot**, Project manager sustainable development, Veolia
- **Laurence Piccinin**, Déléguée générale, United Way – L'Alliance
- **François Rouvier**, Directeur Social Business Mobilize, Groupe Renault
- **Cédric Turini**, Responsable RSE, Fédération nationale des Caisses d'Épargne
- **Thierry Vandeveld**, Délégué général, Fondation Veolia
- **Clémence Yon**, Directrice générale, Le Colonel Moutarde

Le RAMEAU remercie particulièrement **Gudrun BRUCHET**, du CNAM, pour sa contribution à la réalisation de ces études.

AG2R LA MONDIALE

Identité de l'entreprise

AG2R LA MONDIALE est un groupe d'assurance sociale et patrimoniale en France, spécialiste de l'assurance de personnes : prévoyance, santé, épargne, retraite. Son mode de gouvernance paritaire et mutualiste et ses actions dans l'économie sociale font la spécificité de ce groupe de protection sociale.

Données clés

- > Créée en 1905
- > 15 M d'assurés
- > 510 000 entreprises clientes
soit 1 entreprise sur 4 en France
- > 1000 administrateurs et délégués
- > 11 000 collaborateurs
- > 170 agences en France

Les engagements pour un développement durable

Par son mode de gouvernance et sa vocation d'assureur de personne, AG2R LA MONDIALE est guidé par la volonté de concilier performance économique et engagement social. Depuis 2004, sa dimension sociale s'est développée avec la mise en œuvre des premières actions concrètes au plan écologique. La RSE est à la fois une approche de la responsabilité élargie aux attentes de ses collaborateurs, assurés et partenaires et une méthode qui permet d'intégrer dans sa stratégie les objectifs du développement durable dans toutes ses composantes : efficacité économique, équité sociale et durabilité environnementale. Ces orientations inspirent fortement ses décisions volontaristes en matière d'investissement responsable, de l'innovation sociale, des ressources humaines et sa politique environnementale.

La dimension territoriale

Historiquement né des régions, le groupe est présent sur tout le territoire français, en métropole et en outre-mer. Les administrateurs et délégués via un réseau de proximité de plus de 170 agences dans les treize régions françaises sont en prise directe avec le terrain et répondent aux besoins des citoyens. Ils partagent leurs expériences lors des réunions territoriales et animent la vie démocratique du Groupe dans les régions. Les Directions régionales agissent au plus près et contribuent activement au développement des régions et mènent des actions de solidarité, de mécénat et de parrainage culturel au service des territoires.

Les Comités sociaux territoriaux retraite – une gouvernance de proximité

Garants des valeurs de la retraite complémentaire, les 33 Comités gèrent les aides individuelles et les actions collectives au plus près des besoins et des spécificités locaux. Ils sont soutenus par plus de 200 collaborateurs du Groupe dédiés à l'engagement social en régions qui mènent des actions adaptées partout en France.

L'engagement territorial en action

Le groupe AG2R LA MONDIALE soutient de nombreux acteurs de territoire. A titre d'illustration, Unis-Cité, association pionnière du Service Civique en France, dont 2 actions sont présentées ci-dessous.

Les Médiaterre : un programme de sensibilisation aux éco-gestes, depuis 2009

R&D Sociétale

Moyens mobilisés

- + 500 K€ depuis le début
- Une chargée de partenariat comme interlocuteur privilégié de l'association
- Un accompagnement stratégique d'UNIS-CITÉ sur 3 ans

Le programme Médiaterre vise à réduire la précarité énergétique par l'apprentissage d'éco-gestes simples en répondant à un enjeu écologique et solidaire : mieux consommer pour mieux préserver nos ressources. Des jeunes en service civique se rendent 2 à 3 jours par semaine au sein d'un même quartier pendant 6 à 9 mois pour sensibiliser les habitants à 5 thématiques (eau, déchets, qualité de l'air, énergie, consommation responsable) et ainsi aider à réduire leurs factures énergétiques. Les actions visent à changer durablement les comportements tout en créant une relation de proximité. Depuis la rentrée 2017, les équipes Médiaterre animent des défis collectifs, créant une dynamique de challenge inter-quartiers, et suivent les habitants engagés grâce à des outils numériques.

Les Connectés : un programme d'inclusion numérique, 2018

R&D Sociétale

Moyens mobilisés

- 1 M€ de budget
- Une chargée de partenariat comme interlocuteur privilégié de l'association
- Un accompagnement stratégique d'UNIS-CITÉ sur 3 ans

En France, l'exclusion numérique est un phénomène de masse à plusieurs facettes. L'association Unis-Cité a lancé un programme expérimental de lutte contre ce phénomène d'abord sur deux territoires – en Loire-Atlantique et dans le Val d'Oise. Durant cette expérience, un large besoin de médiation a été identifié et l'ambition est maintenant de déployer un programme d'envergure nationale sur 15 territoires et avec 1000 jeunes en service civique formés à l'accompagnement numérique, dans le but de :

- Faire monter en compétence les structures sociales du territoire dans lesquelles les jeunes interviendront sur le sujet de la médiation numérique,
- Accompagner et former un public constitué majoritairement (cible 80 %) d'aînés (non-dépendants, +50 ans) et en minorité (cible 20 %) d'autres publics identifiés en difficultés face aux démarches numériques.

Résultats de l'engagement territorial

Création de valeur sur les territoires

- Création de liens sociaux
- Recul mesuré de la précarité énergétique sur les zones travaillées
- 440 jeunes mobilisés
- 1500 familles participantes
- 44 agglomérations partenaires
- 253 € d'économie réalisée par famille
- 138 tonnes de CO² évités

Pour l'entreprise

- Des actions conforme à sa culture, ses valeurs et sa volonté d'être citoyenne
- Réponse engagée à des enjeux d'intérêt général : la lutte contre la précarité énergétique et l'exclusion numérique via des programmes adaptés aux réalités du terrain

Le retour d'expérience de l'engagement territorial

Points forts

- Partenariats stratégiques de confiance inscrits dans la durée entre AG2R LA MONDIALE et UNIS-CITÉ
- Acteurs innovants : le concept de la médiation active est un succès et le rôle essentiel d'investisseur sociétal a prouvé son efficacité

Axes de progrès

- Mobilisation de partenaires co-investisseurs

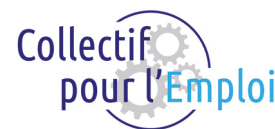
Collectif pour l'Emploi

Présentation du collectif

Initiative impulsée en septembre 2014, par quatre fondations d'entreprises (Accenture, Adecco, AG2R LA MONDIALE, SFR) et VIE du groupe Vinci, le Collectif pour l'Emploi s'est donné pour mission de rapprocher l'offre et la demande sur les métiers en tension et métiers d'avenir en réunissant des acteurs territoriaux et en soutenant des initiatives sur les territoires.

Données clés

- > 3 territoires
- > 1000 acteurs rencontrés
- > Une dizaine de chantiers lancés



La dimension territoriale

La démarche s'inspire du « Collective Impact » de l'université de Stanford qui rassemble, sur un périmètre donné, les acteurs de tout type (publics, privés, associatifs...), pour résoudre une problématique sociale complexe.

Trois territoires d'expérimentation ont été choisis : Lyon, Seine-Saint-Denis et Marseille. Si l'initiative provient d'une volonté nationale de contribuer aux actions à mener pour une employabilité durable, les diagnostics et les actions à mettre en œuvre émanent des territoires car elles sont co-construites avec les acteurs locaux.

Les travaux du Collectif pour l'Emploi sont réalisés selon une méthodologie bien définie où les acteurs du territoire sont parties prenantes dans la réflexion et la co-construction des actions, et à terme porteurs des actions mises en œuvre pour en assurer la pérennité. Le Collectif a dans un premier temps fait un diagnostic sur chacun des territoires en croisant les études quantitatives existantes (Insee, Pôle Emploi, Direccte, ...) avec les difficultés et besoins recueillis auprès des acteurs locaux. Les résultats analysés ont servi à modéliser des solutions envisagées lors des ateliers thématiques ou de journées de co-création. Organisés de façon bi-annuelle, ces événements sont une force dans les actions du Collectif car ils permettent la mise en réseau des initiatives existantes et la création de passerelles entre acteurs locaux.

Sur les territoires, le Collectif s'appuie sur une organisation backbone dont le rôle est de permettre la connexion entre les projets et les acteurs. Il doit donc avoir :

- La connaissance de l'écosystème territorial,
- L'aptitude à catalyser les énergies,
- Une capacité à accompagner les acteurs.

Description de l'action

• À Marseille : SKOLA, boutique-école tremplin pour l'emploi, depuis 2017

Elle propose à un public jeune une formation complète aux métiers de la vente. Les élèves reçoivent des cours théoriques, mis en pratique au sein d'une boutique pour une immersion totale. SKOLA est un parfait exemple d'aventure entrepreneuriale co-construite par une grande diversité d'acteurs. L'association backbone Marseille Solutions et les Apprentis d'Auteuil comme porteur, ont su mobiliser les acteurs locaux afin d'accélérer le déploiement : e2c, Kaporal, Haveney et les Terrasses du Port. Depuis cette expérimentation, d'autres lieux écoles ont vu le jour pour adresser de nouvelles filières. Le Collectif a également engagé une démarche pour structurer un projet d'essai au niveau national.

• À Lyon : le parcours What'SAP, dédié aux métiers des services à la personne, 2015

L'objectif est de soutenir le recrutement dans les métiers difficiles et peu valorisés, d'auxiliaire de vie et d'aide-ménagère et de donner accès à l'emploi durable aux candidats en insertion. Un parcours d'accompagnement et de formation a été imaginé pour valoriser les profils des structures d'insertion, diversifier ainsi le vivier de candidats pour les recruteurs et permettre une meilleure connaissance mutuelle. La structure backbone Evolem citoyen s'emploie à sensibiliser le grand public et à valoriser les initiatives de terrain des acteurs engagés : Maison Lyon pour l'Emploi, Pôle Emploi, Métropole de Lyon, Direccte, ... Le collectif a conçu un parcours où le rôle de chaque partenaire est suffisamment clair et simple, les étapes suffisamment légères à monter et à articuler pour qu'il puisse se reproduire dans d'autres territoires avec un minimum d'adaptation.

- **En Seine-Saint-Denis : Le parcours École-Entreprise, 2016**

L'ambition est de rapprocher le monde de l'éducation et de l'entreprise en accompagnant les jeunes collégiens en difficulté (Segpa) en Seine-Saint-Denis dans l'accès aux informations et outils pratiques afin de faciliter leur entrée dans la vie professionnelle. Ce programme se traduit par un accompagnement sur deux années (4^{ème} – 3^{ème}) avec la participation de plusieurs acteurs engagés du territoire (BGE, Conseil Départemental 93, Éducation Nationale, Face à l'Emploi, Les Clefs de l'Entreprise...). Il porte sur trois axes : une découverte du monde de l'entreprise, l'orientation ainsi qu'un renforcement des compétences professionnelles et des capacités psychosociales. C2DI 93 a favorisé la mise en relation avec les différents acteurs du parcours et contribué à l'animation de certains ateliers.

Moyens mobilisés

- Jusqu'à 10 ETP en phase d'expérimentation
- Jusqu'à 1500 jours de mécénat de compétences par an (dégagés par les entreprises fondatrices)

Résultats de l'engagement territorial	
Création de valeur sur les territoires <ul style="list-style-type: none">• Formation d'un public éloigné de l'emploi• Regroupement d'acteurs d'horizons différents autour d'enjeux partagés	Pour l'entreprise <ul style="list-style-type: none">• Collaboration renforcée entre les acteurs grâce aux passerelles créées via la mise en œuvre des chantiers• Création d'outils pour structurer les méthodologies des projets d'accompagnement des chercheurs d'emplois

Le retour d'expérience de l'engagement territorial

Points forts <ul style="list-style-type: none">• Une méthode de travail collaborative, souple et sans formalisme avec une complémentarité des rôles de chacun• Une attitude d'humilité, d'ouverture et de persévérance.	Axes de progrès <ul style="list-style-type: none">• Phase d'analyse et de diagnostic un peu longue générant une absence d'actions visibles au démarrage• Identité du collectif déstabilisante pour certains partenaires
---	---

Le Colonel Moutarde

Identité de l'entreprise

Fabricant spécialisé de nœuds papillon cousus à Lille.

Données clés

- > **Entreprise familiale créée en 2014**
- > **25 collaborateurs**
- > **4 boutiques : Lille, Londres, Lyon et Paris**
- > **Une gamme de 300 tissus**
- > **Clients dans + de 50 pays**

Les engagements pour un développement durable

Depuis 2012, le couple de fondateurs – Clémence Yon et Rémi Dubouquet - a la volonté d'animer un projet raisonné, qui privilégie la proximité et la qualité, la relation humaine et le contrôle de la chaîne de valeurs. Les valeurs impulsées dès sa création accompagnent l'entreprise dans sa mission : participer à la réhabilitation de l'industrie textile dans la région des Hauts-de-France et à la promotion d'un savoir-faire local reconnu. Les engagements de la PME pour un développement durable ont été notamment reconnus en tant que :

- « Lauréat des Trophées de l'Économie Responsable récompensant les « Bonnes pratiques RSE » dans la Région Hauts-de-France attribué en 2018 par le Réseau Alliances pour les entreprises de – de 20 salariés, mention argent ».

La dimension territoriale

Le territoire est indissociable du Colonel Moutarde sur le plan du développement de son activité, de son ancrage local comme de son empreinte carbone et de la notoriété de la filière textile régionale.

L'accompagnement par l'incubateur des Maisons de la Mode a permis à la PME d'ouvrir sa 1ère boutique-atelier et d'interagir avec les mairies de quartier de Lille Sud. Elle entretient des relations privilégiées avec des acteurs de la métropole lilloise – écoles, associations – à l'instar d'associations étudiantes que la PME soutient lors de leurs galas. Marque authentique et accessible, Le Colonel Moutarde limite son empreinte carbone en regroupant les activités de production et de logistique à son siège social de la métropole lilloise et en rayonnant auprès de ses principaux fournisseurs implantés localement.

- L'entreprise communique en permanence sur son identité locale et s'investit pour contribuer à réhabiliter le savoir-faire de la filière textile dans les Hauts-de-France, en France et à l'international.
- Elle met en avant son territoire dans sa signature « Cousu à Lille » et sur les canaux de vente : #cousualille

L'engagement territorial en action

Chaîne de fabrication et d'approvisionnement locale et raisonnée



RSE

Moyens mobilisés

- 60% des prestataires situés dans les Hauts-de-France
- 100% de la fabrication locale

La fabrication locale et l'approvisionnement raisonné sont essentiels pour le Colonel Moutarde. L'entreprise fabrique 100% de ses produits dans la métropole lilloise. La matière première est achetée à l'étranger (Liberty en Angleterre, Coton au Japon). Elle est sélectionnée pour son savoir-faire traditionnel, sa qualité authentique et sa production locale. Toutes les machines, neuves ou d'occasion, ont été achetées à une entreprise roubaisienne, tous les fils à coudre viennent de Marcq-en-Baroeul et cet approvisionnement local recouvre également les étiquettes conçues à Halluin et les sacs dont le siège est à Villeneuve-d'Ascq. De plus, l'entreprise utilise des chutes de tissu pour créer des produits dérivés.

Valorisation du recrutement et du savoir-faire local



Moyens mobilisés

- Création de 25 emplois locaux et durables (dont 3 recrutements en cours)
- Rémunération 20% au-dessus du minimum légal

Le Colonel Moutarde, qui a bénéficié de l'incubateur des Maisons de la Mode à Roubaix, privilégie un recrutement exclusivement local. La PME a tissé des relations de confiance avec les écoles du territoire (ESMOD, Sonia Delaunay, CIA, IESEG) qui ont permis l'embauche de 5 apprentis/stagiaires et la montée en compétences de dizaines de stagiaires. Pour s'assurer de la fidélisation de ses équipes de couturiers et de logisticiens, l'entreprise investit dans un cadre de travail agréable, comprenant une salle de sieste, un espace déjeuner chaleureux et une terrasse aménagée.

Résultats de l'engagement territorial

Création de valeur sur les territoires	Pour l'entreprise
<ul style="list-style-type: none">• Acteur économique dynamique• Promouvoir le savoir-faire textile• Partenariat avec les formations du territoire	<ul style="list-style-type: none">• Favoriser l'innovation• Attractivité d'emploi• Valorisation de son engagement

Le retour d'expérience de l'engagement territorial

Points forts	Axes de progrès
<ul style="list-style-type: none">• Réhabilitation du savoir-faire local• Relations fournisseurs• Recrutement local	<ul style="list-style-type: none">• Organiser plus d'événements locaux• Partager son expérience via des interventions locales

Fédération Nationale des Caisses d'Épargne

Identité de l'entreprise

Créée en 1999, la Fédération Nationale des Caisses d'Épargne est l'organe de représentation et d'expression des Caisses d'Épargne régionales. Elle a notamment pour rôle de définir, coordonner et promouvoir leurs actions de RSE.

Données clés

- > **Création des Caisses d'Épargne en 1818**
- > **15 Caisses d'Épargne**
- > **4,7 millions de sociétaires**
- > **3 241 administrateurs de sociétés locales d'épargne**

Les engagements pour un développement durable

La responsabilité sociétale des Caisses d'Épargne s'inscrit dans la continuité de leur histoire. Les Caisses d'Épargne ont souvent été à l'avant-garde des innovations sociales, à travers l'éducation financière, le microcrédit, l'émancipation des femmes ou le soutien à de grandes œuvres telles que les jardins ouvriers, les bains douches ou l'habitat bon marché. En 2017, les Caisses d'Épargne renouvellent cet engagement en élaborant leurs **Orientations RSE et Coopératives 2018-2020**, la RSE étant considérée comme un levier de la performance économique durable et d'impact positif sur les territoires. La feuille de route propose **4 ambitions collectives : l'empreinte locale, la coopération active, l'innovation sociétale et la performance globale**. Elle repose sur :

- Le rapprochement de l'engagement coopératif des Caisses d'épargne de leur stratégie RSE, incarné dans les **Orientations RSE et Coopératives 2018 – 2020**
- **L'analyse des enjeux et l'écoute des parties prenantes territoriales** pour une stratégie RSE étroitement liée au modèle d'affaires des Caisses d'Épargne

La dimension territoriale

Les Caisses d'Épargne sont des banques ancrées sur leurs territoires. Leur vocation est d'orienter l'épargne placée par les clients sur les livrets et comptes bancaires, vers le financement de projets locaux : construction d'infrastructures, création et développement d'entreprises, économie de proximité... Leur organisation régionale garantit une prise de décision au plus près des besoins, grâce à une connaissance fine des territoires, de leurs fragilités et de leurs potentiels. Cet ancrage local – les Caisses d'Épargne ne sont pas délocalisables – est au fondement de leur démarche de responsabilité sociétale.

En acteurs du développement économique territorial, les Caisses d'Épargne sont:

- Notamment membres des Chambres de commerce et d'industrie (CCI), des Chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CRESS) mais aussi administratrices de SA HLM...
- 1^{ères} financeurs de l'Économie sociale et solidaire
- 1^{ères} banques privées du logement social et des collectivités

L'engagement territorial en action

L'Association Finances et Pédagogie – l'éducation financière

R&D Sociétale

Moyens mobilisés

- 25 collaborateurs en région
- 2 856 interventions
- 40 983 personnes formées
- 901 partenaires associations et collectivités

Grâce au soutien des caisses d'épargne depuis 60 ans, l'association déploie sur tout le territoire des programmes éducatifs sur les questions d'argent. Elle apporte ainsi des connaissances utiles dans la vie personnelle, professionnelle ou citoyenne.

L'action de Finances & Pédagogie est principalement dédiée aux jeunes et à leur insertion, à l'information des personnes en situation de fragilité économique et sociale et à la formation des professionnels de l'action sociale, qui aident ces populations. Il s'agit notamment de répondre aux enjeux actuels d'inclusion et de prévention du surendettement et aux évolutions de la relation à l'argent comme par exemple le numérique.

Le dispositif Parcours Confiance : le microcrédit personnel



RSE

Moyens mobilisés

- 68 conseillers dédiés en France
- 6 M€ de subventions

Les Caisses d'Épargne ont créé, depuis 2005, le réseau national d'associations Parcours Confiance et Créa-Sol, afin d'offrir aux personnes en difficulté une solution pour financer un projet personnel ou professionnel. Parcours Confiance et Créa-Sol se positionnent comme des acteurs clés de l'innovation sociétale, à travers des partenariats précurseurs avec les collectivités, les associations, mais aussi les entreprises. Par exemple, le microcrédit habitat a été expérimenté avec la Fondation Abbé-Pierre, pour permettre à des propriétaires occupants modestes de financer des travaux de rénovation. Aujourd'hui, les Caisses d'Épargne proposent sept offres de microcrédit personnel pour répondre de manière ciblée aux besoins des clients en situation de fragilité financière.

Le Club Mobilité : une offre innovante de location pour retrouver le chemin de l'emploi



R&D Sociétale

Moyens mobilisés

- Investissement dans une Joint-Venture Sociale
- Subvention de 25K€ par an à l'Action Tank

En 2017, les Caisses d'Épargne ont expérimenté un nouveau projet multi-partenarial : l'offre Mobiliz. Il s'agit d'une offre de location de voiture avec option d'achat, financée grâce au microcrédit Caisse d'Épargne et dont le coût global est inférieur à l'achat d'un véhicule d'occasion. Les personnes sans emploi ou en emploi précaire sont confrontées à la question de la mobilité. Éloignées des centres urbains et des réseaux de transport en commun ou travaillant en horaires décalés, le véhicule personnel est alors essentiel dans le cadre de la recherche ou du maintien dans l'emploi. Pour développer cette offre, les Caisses d'Épargne se sont associées à Renault, Pôle Emploi, le FASTT et l'Action Tank « Entreprise et Pauvreté » sur 4 territoires pilotes.

Résultats de l'engagement territorial

Création de valeur sur les territoires

- Réponse dans la durée aux besoins d'éducation financière
- Réponse collective à des enjeux tels que le chômage et l'insertion
- 91 bénéficiaires en 2017, en forte augmentation (Club Mobilité)
- 600 partenaires locaux (Parcours Confiance)
- 7 887 emplois créés ou maintenus en 2017 (Parcours Confiance)

Pour l'entreprise

- Acteur reconnu de l'éducation et de l'inclusion financière en France
- Lutte contre l'exclusion bancaire et prévention au surendettement
- 1^{ère} banque de micro-crédit personnel
- Démarche innovante type « social business »
- Co-construction avec d'autres acteurs d'une offre innovante (Mobiliz)

Le retour d'expérience de l'engagement territorial

Points forts

- Forte empreinte locale et visibilité
- Synergies avec les acteurs de l'ESS et les collectivités
- Renforcement de l'offre sociale existante et développement de nouvelles offres
- Meilleure connaissance du territoire, de ses besoins et des acteurs

Axes de progrès

- Méthodes d'identification et d'accompagnement des projets d'innovation sociale locale
- Coopération active entre investisseurs sociétaux en région
- Développement et renforcement des projets locaux d'entrepreneuriat social (incubateurs notamment)

Laboratoire Science et Nature

Identité de l'entreprise

Laboratoire spécialisé dans la conception et la production de produits ménagers et cosmétiques écologiques, vendus auprès de particuliers, d'entreprises et de collectivités.

Données clés

- > **Entreprise familiale créée en 1972**
- > **Chiffre d'affaires : 31 M€**
- > **194 collaborateurs**
- > **1 417 conseillères vente**
- > **4 marques et 800 produits**

Les engagements pour un développement durable

Le laboratoire Science et Nature, créé sur de fortes valeurs familiales s'est donné pour mission de protéger la Nature, de comprendre les systèmes naturels et d'en apporter les bienfaits à l'Homme et à la Société. Avec des valeurs fortes, respect, responsabilité, travail et innovation, il exprime son savoir-faire de la « fleur au flacon » en concevant et produisant des cosmétiques et produits d'entretien écologique.

La RSE est une démarche intégrée à la stratégie de l'entreprise depuis son origine. En 2012, l'entreprise a formalisé l'ensemble de ses actions en matière de RSE dans la charte Au-delà du bio® qui reprend 12 engagements sur 3 niveaux d'actions : le produit, l'environnement de production et la conscience écologique. Les engagements orientent l'ensemble des équipes dans leurs décisions au quotidien. Particulièrement attentif à son impact environnemental, le laboratoire génère lui-même une partie de son énergie de fonctionnement et grâce à un bouquet énergétique varié, l'entreprise est auto-suffisante pour ses consommations électriques à hauteur de 25% et 75% de l'énergie consommée d'origine renouvelable.

La dimension territoriale

L'entreprise est fortement enracinée dans sa région et contribue significativement à l'attractivité du territoire. Elle entretient de très bonnes relations avec ses parties prenantes très diversifiées : économiques, institutionnelles, publiques et associatives. Le laboratoire adhère à des programmes de citoyenneté et de diversité. Il s'engage auprès de ses partenaires sur différents sujets : mise en place de filières courtes, sponsoring d'actions locales et adhésion à diverses associations.

A l'échelle du territoire, les projets initiés permettent au Laboratoire Science & Nature de s'inscrire à la fois dans un schéma fédérateur, vertueux et touristique riche en retombées économiques et sociales.

L'engagement territorial en action

Une politique sociale forte : fédérer les équipes et attirer de nouveaux talents



RSE

Moyens mobilisés

- Un peu de temps et des convictions pour donner confiance aux équipes.
- Espace détente de 800 m² pour les salariés

Le laboratoire a développé une politique sociale pour fédérer ses équipes afin d'avancer ensemble dans la même direction sur la base de valeurs communes : le respect, le sens des responsabilités, le travail et la créativité. Impliquer ses collaborateurs dans le projet d'entreprise est une priorité pour l'équipe dirigeante et de nombreuses actions témoignent de cette volonté constante d'améliorer la qualité de vie au travail. Par exemple, l'espace collaboratif de 800 m² inauguré en 2017, devenu l'espace de détente et d'échange des salariés, accueille une bibliothèque, un mur d'expression et un coin jeux de société animé en collaboration avec une ludothèque locale. Temps fort aussi pour le laboratoire : « la visite des familles ». A l'occasion d'une visite spéciale, chaque salarié peut faire découvrir son lieu de travail à 5 personnes de son entourage. Dotés d'un script et de chiffres clés sur les engagements de l'entreprise, les salariés se transforment tous, le temps d'une visite, en guides du Laboratoire Science et Nature. Cette opportunité leur permet d'acquérir de nouvelles compétences, de renforcer leur sentiment d'appartenance à l'entreprise et d'en devenir de véritables ambassadeurs.

Le parcours Odysée Nature® : tourisme de découverte économique



R&D Sociétale

Moyens mobilisés

- Equipe Odysée Nature (tourisme industriel)
- Aménagement d'un circuit de visite

Né en 2011, le concept propose au public de visiter le Laboratoire Science et Nature® et son Domaine. Les visiteurs (clients, scolaires, étudiants, acteurs institutionnels et territoriaux, touristes, associations, ...) découvrent ainsi les étapes de conception d'un produit (de la genèse jusqu'à l'enlèvement des colis), la culture de la vigne rouge et les différentes sources d'énergies renouvelables utilisées (éolienne, chaudière biomasse...). Le parcours se conclut par une visite du showroom présentant une sélection des produits du Laboratoire.

Résultats de l'engagement territorial

Création de valeur sur les territoires

- Acteur économique dynamique
- Création de projets communs en co-construction
- Faire connaître le territoire local du Bocage Bressuirais
- Retombées économiques (hôtellerie / restauration)
- Activité commune avec les structures touristiques locales.

Pour l'entreprise

- Fédérer les équipes et créer un collectif
- Favoriser l'innovation
- Attractivité d'emploi
- Entretenir un dialogue de qualité avec les visiteurs
- Valorisation de son engagement

Le retour d'expérience de l'engagement territorial

Points forts

- Reconnaissance d'un acteur dynamique
- Chef de file de son écosystème
- Garant d'une filière d'excellence sur le territoire

Axes de progrès

- Visite libre et individuelle à organiser
- Augmenter la notoriété pour accueillir plus de visiteurs
- Pérenniser un festival annuel, événement majeur du territoire
- Accueillir plus de partenaires pour faciliter leur activité au sein de nos installations

Leroy Merlin France

Identité de l'entreprise

Enseigne de grande distribution spécialisée dans la construction, le bricolage, la décoration et le jardinage.

Données clés

- > 22.800 collaborateurs
- > 6,6 Mrd€ de chiffre d'affaires (2017)
- > 137 magasins en France (464 dans 13 pays)
- > 7 000 à 17 000 m² par magasin

Les engagements pour un développement durable

Les enjeux de développement durable de Leroy Merlin France s'appuient sur une expression collective de ses collaborateurs. En effet, depuis 1995 l'entreprise a engagé l'ensemble de ses salariés dans la définition de sa vision partagée. Le programme VISION permet à chaque employé de s'exprimer sur l'avenir à dix ans qu'il souhaite pour l'entreprise et à agir en ce sens. Le groupe veut fédérer le corps social autour de convictions, de savoirs et de responsabilités partagées. Le processus de VISION 2025 confirme cette ambition où le « mieux habiter » accessible à tous est un des piliers de l'Evidence Habitat, qui intègre notamment l'accès à un habitat digne, l'accélération de la transition énergétique ou l'intégration dans l'environnement local... L'utilité aux autres et au monde, la co-construction d'un monde positif avec l'écosystème et la réalisation au travail dans des missions qui donnent sens aux actions et favorisent l'engagement citoyen pour un monde durable s'inscrivent dans le pilier l'Humain au Cœur.

La dimension territoriale

Selon la Fondation Abbé Pierre, près de 15 millions de personnes sont en situation de fragilité en termes de logement en France. 5,8 millions de ménages sont en situation de précarité énergétique, soit un Français sur cinq. Les situations sont variées, des éléments de réponses existent mais manquent parfois de coordination. En tant qu'enseigne leader de l'amélioration de l'habitat et du cadre de vie, Leroy Merlin s'engage dans des actions concrètes au plus près des territoires. L'entreprise facilite, depuis de nombreuses années, la mise en œuvre des projets de rénovation énergétique et d'adaptation du logement aux situations de handicap ou de dépendance de ses clients et construit avec l'ensemble des parties prenantes des solutions qui s'inscrivent sur le long terme :

- Signature de partenariats avec des associations qui luttent contre le mal-logement autour de projets qui font sens et génèrent un impact positif ;
- Participer au développement local, répondre aux besoins du territoire et ancrer les actions concrètes dans la durée avec le soutien et l'implication des équipes ;
- Construire des opérations gagnantes-gagnantes avec la société civile : utiles, écologiques et économiques.

L'engagement territorial en action

Une approche Social Business pour agir contre le mal-logement

R&D Sociétale

Moyens mobilisés

- Un intrapreneur social pour développer et animer la dynamique
- Dialogues permanents avec le réseau associatif et les artisans partenaires
- Engagement fort des collaborateurs Leroy Merlin
- Le développement de réponses concrètes au mal-logement de manière durable parce que reposant sur un modèle économique viable et déployable à grande échelle ;
- Une co-construction systématique avec des acteurs de terrain, à partir du besoin des personnes ;
- Une initiative ouverte à tous les collaborateurs, au cœur de leur métier et de la mission de l'entreprise.
- Les projets de Business à impact social sont dans ce sens de véritables laboratoires d'innovation pour Leroy Merlin en cohérence avec la mission, les valeurs et le métier de l'entreprise.

Le dispositif d'Achats Solidaires : un partenariat socialement et économiquement positif



RSE

Moyens mobilisés

- Programme initié en 2016
- Partenariat entre les associations et les magasins
- 50 conventions achats solidaires signées
- Engagement fort des collaborateurs Leroy Merlin

Ce programme initié en 2016 finance de manière innovante des associations luttant contre le mal-logement des personnes en situation de précarité. Les associations conventionnées regroupent leurs achats de réhabilitation dans un magasin Leroy Merlin. Celui-ci reverse chaque trimestre à l'association la marge sur vente générée par ces achats. Ce partage de la valeur cofinance sur le long terme l'activité de l'association. Facile à mettre en place pour les magasins, ce dispositif s'inscrit dans leur cœur de métier de commerçant. L'interconnaissance et la confiance aidant, les interactions se développent entre collaborateurs d'un magasin et membres de l'association : cours de bricolage, récupération de produits, communication autour des activités de l'association, visites sur le terrain ... Partout en France, des conventions sont opérationnelles avec des associations comme Les Compagnons Bâisseurs, Habitat & Humanisme, Réseau Eco Habitat, certains Territoires Zéro Chômeur ou d'autres associations plus locales.

Le mécénat pour améliorer l'habitat de personnes fragiles



Mécénat

Moyens mobilisés

- 72 projets soutenus en 2017
- 181 accompagnateurs mobilisés sur tout le territoire
- 800.000€ de donation par an

Créée en 2006, la Fondation d'entreprise Leroy Merlin s'engage pour l'amélioration de l'habitat pour des personnes en situation de handicap et/ou de dépendance. Elle accompagne ces personnes et leurs familles dans le projet d'aménagement de leur logement et ce depuis les démarches administratives jusqu'à la réception des travaux en passant par un soutien financier. La Fondation ne se substitue pas aux aides publiques, elle intervient en complément dans le cas où les travaux ne pourraient pas être réalisés sans co-financement. La singularité de cette fondation réside dans le fait qu'elle n'existe que par l'engagement des collaborateurs de l'ensemble des magasins, entrepôts et services internes Leroy Merlin qui accompagnent et présentent le dossier de la famille concernée.

Résultats de l'engagement territorial

Création de valeur sur les territoires

- 165.000 logements équipés de manière solidaire en 4 ans
- 1.800 chantiers d'Auto Réhabilitation Accompagnée en 2017
- 750 personnes formées au bricolage avec Emmaüs Solidarité depuis 2012

Pour l'entreprise

- Développement de projets à impact social et logique économique pérenne
- 50 conventions signées (dispositif Achats Solidaires) entre magasins et associations
- Collaborateurs engagés

Le retour d'expérience de l'engagement territorial

Points forts

- Création d'un écosystème solidaire autour d'enjeux partagés
- Solutions nouvelles grâce à des alliances innovantes
- La coordination entre plusieurs acteurs engagés augmente l'impact social

Axes de progrès

- Déploiement à plus de magasins au niveau national et international
- Consolidation des acteurs associatifs

Identité de l'entreprise

Fondée en 1957 par les frères McCain au Nouveau Brunswick, Canada, l'entreprise est devenue une firme internationale présente dans 57 pays sur les 5 continents. McCain est aujourd'hui spécialisée dans la transformation et la distribution de produits alimentaires à base de pommes de terre.

Données clés

- > **Entreprise familiale**
- > **20 000 salariés (3 000 dans l'UE)**
- > **3 850 partenaires agriculteurs (1 500 dans l'UE)**
- > **Chiffre d'affaires : 9,10 Md\$CA (2017)**

Les engagements pour un développement durable

Aux racines de son développement, une philosophie simple laissée en héritage par les fondateurs : « good ethics is good business ». Convaincus que la réussite se construit sur des principes solides, la stratégie RSE «Be good. Do good.» s'inscrit dans cet héritage et s'organise autour de 5 piliers qui reflètent cet engagement historique :

- **Good agriculture** – Une agriculture respectueuse de la nature et de l'humain
- **Good operations** – Des ateliers de production respectueux de l'environnement
- **Good food** – Des produits plaisir aux propriétés nutritionnelles exigeantes
- **Good people** – Des équipes engagées, passionnées et authentiques
- **Good partner** – Une entreprise engagée dans les causes sociales des territoires où elle opère

La dimension territoriale

En liaison avec ses bassins d'approvisionnement en matières premières agricoles, McCain engage une stratégie d'insertion territoriale en entretenant ainsi une relation privilégiée avec ses partenaires agriculteurs depuis plus de 40 ans. 30 agronomes McCain apportent leur expertise pour les aider à optimiser leur production avec les bonnes pratiques respectueuses de « mère nature ». Le Groupe s'engage également à leurs côtés, en leur proposant des contrats d'achat sur plusieurs années pour leur donner de la visibilité dans leurs revenus et leurs investissements.

Par ailleurs, McCain s'engage à créer de la valeur et à améliorer le quotidien des communautés les plus fragiles dans lesquelles le groupe évolue, en collaboration avec les acteurs locaux de la société civile et privée.

- En France, le GAPPI (Groupement des Producteurs de pommes de terre) participe aux instances de décision concernant le prix de la pomme de terre aux niveaux régional, national.
- Avec le programme « Jeunes agriculteurs », le Groupe s'engage pour faciliter et accompagner l'installation d'une nouvelle génération sur les exploitations.
- En 2010 l'économiste et prix Nobel pour la paix Muhammad Yunus ouvre son réseau au groupe McCain, lui permettant ainsi d'investir dans de nombreux projets dans le monde.

L'engagement territorial en action

Projet de mécénat, logique collaborative pour sortir des silos



Mécénat

Moyens mobilisés

- Mise à disposition de l'outil industriel de Béthune
- Personnel nécessaire pour transformer les pommes de terre et les emballer

Un projet de mécénat collectif associe la Banque alimentaire, l'association des agriculteurs GAPPI et McCain sur 3 ans. L'objectif est de transformer plusieurs centaines de tonnes de pommes de terre en flocons et ainsi distribuer des portions individuelles de purée aux personnes en situation de pauvreté.

« Moulat El Kheir », premier social business monté au Maroc pour répondre à des besoins sociaux à Berrechid



RSE

Moyens mobilisés

- Capital de 275K€ dont 110 venant de McCain
- 1 chef de projet McCain à temps plein
- Experts McCain selon les phases du projet (Agronome, Ingénieur...)

Le projet prend rapidement forme à la suite d'une session de dialogue avec les parties prenantes marocaines (Pouvoirs Publics, Entreprises, Associations) en début d'année 2016. Moulat El Kheir est une coopération entre le Pr Yunus, McCain et trois acteurs marocains de l'agroalimentaire que sont Agropros, Label'Ve et Yozifood et vise le développement social de tout un écosystème rural via la mise en place d'une filière de pomme de terre inclusive. Avec une ambition de sortir durablement la famille rurale de la pauvreté, tout en développant une production responsable sur l'ensemble de la chaîne de valeur, ce modèle d'innovation encore inédit au Maroc est l'exemple d'une intégration directe d'une entreprise sociale au cœur de sa filière économique, aux côtés de ses partenaires fondateurs.

L'entreprise solidaire « BON & Bien » : Lutter contre le gaspillage alimentaire et favoriser la réinsertion en France



R&D Sociétale

Moyens mobilisés

- Capital de 200 000€ dont 100 000€ de McCain
- Un chef de projet McCain à temps plein
- Experts McCain (ex : un ingénieur pour créer la ligne de soupe)

Pour lutter contre le gaspillage alimentaire et aider des chômeurs de longue durée à se réinsérer professionnellement, McCain a mis sur pieds un projet de soupes solidaires. BON & Bien a vu le jour en 2015 en France, dans le Nord Pas de Calais, en partenariat avec Thomas Pocher propriétaire d'hypermarchés E. Leclerc, Randstad, les Banques Alimentaires et le GAPPI (Groupement d'Agriculteurs Producteurs de Pommes de terre pour l'industrie). 60 tonnes de légumes ne répondant pas aux critères de commercialisation des distributeurs ont ainsi été « sauvées » et transformées en soupes, ce qui a généré du revenu additionnel pour les agriculteurs et 830 heures de formation pour chacun des 18 employés, réinsérés dans la vie active. L'intégralité des profits est réinvestie dans l'entreprise pour démultiplier l'impact social.

Résultats de l'engagement territorial

Création de valeur sur les territoires	Pour l'entreprise
<ul style="list-style-type: none"> • Revenu sécurisé et pérenne pour la cible • Gaspillage total évité de 60 tonnes de légume («BON & Bien») • Empowerment des femmes grâce à une activité professionnelle (Maroc) • Gains sont réinvestis pour l'éducation des jeunes (Maroc) • 18 personnes réinsérées («BON & Bien») 	<ul style="list-style-type: none"> • Meilleure connaissance de l'écosystème territorial • Meilleure relation commerciale avec ses partenaires locaux • Meilleure connaissance des attentes des consommateurs • Fierté des collaborateurs • Renforcement des liens avec les agriculteurs locaux

Le retour d'expérience de l'engagement territorial

Points forts	Axes de progrès
<ul style="list-style-type: none"> • Relation de confiance avec le monde agricole local • Relation de confiance avec les acteurs institutionnels, associatifs et économiques locaux • Fierté des collaborateurs 	<ul style="list-style-type: none"> • Communication au grand public des réalisations

Groupe MILLET

Identité de l'entreprise

Société holding spécialisée dans la fabrication et la vente de portes, fenêtres et ossatures bois intégrées sur mesures.

Données clés

- > 650 salariés et 150 intérimaires
- > 100 M€ de chiffre d'affaire
- > 6 sites de production (dép. 49, 50, 79, 85, 974), 1 unité de fabrication de maisons à ossature bois (SYBOIS)
- > 3 centres de formation (Bressuire, Paris, Lyon)

Les engagements pour un développement durable

Le Groupe MILLET s'implique dans une démarche de développement durable, vécue comme une dynamique de progrès. Conscient de sa responsabilité d'industriel, le groupe met tout en œuvre pour réussir une croissance réfléchie et maîtrisée. L'engagement pour un monde durable fait partie de la mission de l'entreprise et a un rôle moteur dans son développement. Pour cela, MILLET a mis en place un système de management intégrant les exigences de différentes normes, labels et certifications tout en s'appuyant sur ses principes fondateurs :

- Proposer des produits et services de qualité
- Trouver des solutions innovantes et différenciantes
- Service et satisfaction adaptés aux besoins des clients
- Produits déco/design comme éléments valorisants
- Etre réactif et s'adapter à son environnement

La dimension territoriale

L'implantation historique du groupe se situe dans un territoire rural de 15 à 30 000 habitants qui dispose d'un tissu de PME dynamiques. Cette zone de bocage se caractérise par une culture d'entraide et de développement collectif et une connaissance de la valeur des ressources naturelles.

L'entreprise est bien ancrée dans sa région et contribue fortement à dynamiser le territoire autour de ses différents métiers et joue un rôle majeur auprès de son écosystème sur l'intérêt des constructions durables. Les enjeux liés aux territoires pour MILLET sont :

- Le recrutement durable, dans un contexte où la main d'œuvre qualifiée manque et où il est difficile d'attirer et garder des talents sur un territoire manquant encore d'attractivité pour les jeunes. Développer sa marque employeur est dans ce sens une priorité.
- Poursuivre un dialogue actif avec les collectivités, renforcer les liens avec les entreprises de la région, intégrer des réseaux d'entrepreneurs pour aider à rendre le territoire plus attractif.
- Garantir une croissance industrielle tout en maîtrisant ses impacts environnementaux en améliorant en continu sa performance et l'efficacité environnementale.

L'engagement territorial en action

Soutenir l'agriculture biologique et paysanne



Mécénat

Moyens mobilisés

- Dons financiers

Le Groupe MILLET soutient avec des dons financiers l'association Terre de Liens qui est née de la convergence de plusieurs mouvements liant l'éducation populaire, l'agriculture biologique et biodynamique, la finance éthique, l'économie solidaire et le développement rural.

Les dons permettent à l'association d'acheter des fermes pour y implanter des activités agri-rurales diversifiées et de louer ces fermes à des paysans engagés dans une agriculture de proximité, biologique et à taille humaine.

Projet Biodiversité



RSE

Moyens mobilisés

- Aménagement d'espaces naturels au siège social
- 1 Responsable projet

En 2014, le Groupe MILLET a initié un projet biodiversité sur le terrain de son siège social et cherche à développer une culture d'entreprise autour de la thématique en impliquant les collaborateurs qui le souhaitent. Les équipes sont encouragées à se rapprocher des associations locales de protection de la nature. Ainsi à travers ses initiatives autour de la biodiversité, le groupe n'a pas l'objectif d'accroître cette activité mais poursuit sa volonté de sensibiliser les collaborateurs, clients et fournisseurs. Depuis 4 ans l'équipe projet a réalisé une prairie fleurie de 2 hectares devant le siège social, fait planter une haie de plusieurs centaines de mètres pour préserver le bocage et mis en place un rucher. Le projet biodiversité a été réalisé avec le soutien d'associations locales.

Co-invention d'une filière de récupération / recyclage du bois



R&D Sociétale

Moyens mobilisés

- Appui de l'entreprise en interne
- Lien avec l'école du design de Nantes

L'entreprise, souhaitant recycler le bois non utilisé de son activité industrielle a rencontré une association du Mouvement Emmaüs spécialisée dans les activités de recyclage. Ensemble, ils constituent une filière de recyclage incluant d'autres entreprises du territoire.

Résultats de l'engagement territorial

Création de valeur sur les territoires

- Offres de formation en région pour favoriser l'apprentissage des jeunes
- Soutien de filières agricoles et bois

Pour l'entreprise

- Marque employeur positive qui permet d'attirer et de garder des talents
- Partenariats avec le monde associatif local créent des échanges riches

Le retour d'expérience de l'engagement territorial

Points forts

- Acteur économique important pour la région impulsant une dynamique

Axes de progrès

- Valoriser encore plus les engagements

Identité de l'entreprise

Opérateur de réseaux mobiles, accès internet et de services de télécommunications aux entreprises, présent dans 28 pays.

Données clés

- > 152.000 collaborateurs
- > 41,1 Mrd€ de chiffre d'affaire (2017)
- > 273 M de clients particuliers (monde)
- > 2 M de clients Business (France)

Les engagements pour un développement durable

La stratégie RSE d'Orange est intimement liée à son modèle économique, mis en œuvre dans le plan stratégique Essentiels2020 visant à optimiser la création et la distribution de la valeur. Très à l'écoute de ses parties prenantes qui expriment en priorité une série d'attentes : la protection des enfants, l'inclusion numérique, le respect des droits de l'homme, et son empreinte socio-économique, le Groupe s'engage en faveur d'une révolution digitale humaine et positive et affiche la volonté d'incarner une entreprise efficace et responsable.

La démarche RSE adoptée par Orange s'articule autour de trois piliers :

- Accompagner chacun en confiance dans le monde numérique
- Contribuer au développement socio-économique
- Favoriser la transition énergétique et écologique

La dimension territoriale

L'accès pour tous aux réseaux numériques représente un défi majeur d'inclusion numérique.

Cet enjeu est lié à la couverture rapide de l'ensemble des zones géographiques qui implique Orange et l'ensemble des acteurs engagés dans l'aménagement numérique des territoires, sous la forte impulsion du Gouvernement. L'objectif est la cohésion numérique entre les territoires dès 2020 et l'amélioration significative de la couverture numérique ainsi que l'accès des Français au très haut débit, tant fixe que mobile pour donner à tous les citoyens les mêmes opportunités face à la transition numérique. Orange est pleinement engagé sur cette voie de croissance responsable et mène une stratégie volontariste et ambitieuse pour être un acteur de référence, en complémentarité avec les déploiements réalisés sur les fonds propres de l'entreprise.

- Une ambition du très haut débit pour tous en 2022 suivant le plan « France très haut débit » tout en accélérant la dynamique des déploiements de fibre optique
- La réalisation des schémas directeurs territoriaux d'aménagement numérique des territoires portés par les collectivités territoriales
- Le renforcement de l'attractivité économique par une offre haut débit et très haut débit concurrentielle, pour conforter la compétitivité des entreprises et favoriser la cohésion sociale et le désenclavement par l'accès aisé aux différents services en ligne (commerce, administration, éducation, culture, travail, formation ...)

L'engagement territorial en action

Fondation Orange : pour la solidarité numérique



Mécénat

Moyens mobilisés

- 8 000 salariés du groupe Orange engagés
- 23 M€ investis
- Soutien à plus de 500 associations

La Fondation, créée en 1987, est au cœur du mécénat du groupe et son action s'inscrit dans le prolongement naturel de la mission de l'entreprise : permettre à tous de mieux communiquer. La solidarité numérique est le principe qui guide les actions de mécénat dans les pays dans lesquels le groupe est présent. Les actions s'articulent autour de trois priorités principales : l'éducation, la santé et la culture. En filigrane, elle cultive deux préoccupations transverses : l'attention portée à l'amélioration de la situation des femmes et l'utilisation des outils numériques, qui constituent un levier formidable de développement éducatif, culturel et sanitaire. La Fondation Orange permet aux collaborateurs de toute l'entreprise de s'impliquer directement dans son action de solidarité via un parrainage, le bénévolat ou le mécénat de compétences.

Dialogue et écoute active des parties prenantes dans le monde



RSE

Moyens mobilisés

- Développement d'une approche structurée qui répond aux principes de la norme AA1000
- Une matrice de matérialité comme véritable outil de pilotage

Orange a instauré avec ses parties prenantes une démarche de dialogue structurée et répétée, tant en interne qu'en externe. Elle permet d'identifier ce qui compte pour chacune des parties, tant au plan individuel que sociétal, afin d'orienter en conséquence décisions et engagements du groupe. Depuis 2009, Orange a mené plus de 45 dialogues à l'échelle du Groupe ou bien localement, sur des thématiques transversales, par exemple « Femmes et TIC », « Economie circulaire », ... Cette forme d'écoute active permet de repérer et de prioriser les risques liés aux enjeux sociétaux et environnementaux avec une attention particulière à détecter les signaux faibles, mais aussi d'identifier des opportunités d'innovation ouvrant de nouvelles perspectives de croissance pour Orange tout en soutenant le développement économique et social des pays.

Accompagnement d'entrepreneurs ayant un impact social sur les territoires



R&D Sociétale

Moyens mobilisés

- Financement par dons
- Mécénat de compétence
- Mise en réseaux

Orange accompagne les dispositifs entrepreneuriaux à composante sociale et solidaire et veut faire du numérique un levier de développement endogène des territoires. A ce titre, Orange s'est engagé depuis 3 ans auprès de La Ruche (espaces de coworking collaboratif et d'incubation pour une communauté d'entrepreneurs construisant des solutions d'avenir) et collabore aux moments clés de son essor en régions. L'exemple du Digital Impact illustre bien l'ambition de soutien aux initiatives en faveur des start-up. Programme d'accompagnement d'excellence et multi-partenarial lancé en 2016, il part aux quatre coins de France à la recherche de projets numériques de l'économie positive et s'inscrit dans l'objectif d'Orange de repérer, soutenir et promouvoir les nouveaux talents, les start-up et les modèles innovants de création de valeur partagée au plus près des problématiques des territoires.

Résultats de l'engagement territorial

Création de valeur sur les territoires

- Contribution d'Orange à la création de richesse en France en 2016 (32 Mds€) *
- 17 Mds€ investis entre 2015 et 2018 pour développer la connectivité et l'attractivité des territoires

* Analyse selon trois niveaux d'empreinte économique et sociale

Pour l'entreprise

- Acteur incontournable de la transformation des infrastructures
- Engagement important des collaborateurs dans des projets solidaires sur le terrain
- Accompagnement de l'innovation numérique dans les territoires

Le retour d'expérience de l'engagement territorial

Points forts

- Acteur impliqué et reconnu de l'aménagement territorial
- Mesure de l'impact socio-économique selon trois niveaux d'empreinte économique et sociale
- Dialogue et écoute active des parties prenantes

Axes de progrès

- Maîtrise / Réduction des impacts liés à son activité
- Développement d'équipements à haute efficacité énergétique
- Réduction de la consommation d'énergie liée aux réseaux et systèmes d'information

Les Petites Pierres

Présentation du collectif

Initié en 2013 par la fondation d'entreprise Somfy, le programme de crowdfunding solidaire Les Petites Pierres soutient de nombreux projets qui luttent contre le mal-logement. Depuis 2018, Les Petites Pierres sont renforcées par la contribution de la Fondation Schneider Electric qui est devenue Membre des Petites Pierres, aux côtés de la Fondation Somfy .

Données clés



- > **2 M€ de fonds levés depuis la création**
- > **180 projets locaux financés (limités à 20 K€/projet)**
- > **96 % de taux de réussite des campagnes mises en lignes principe de tout ou rien**

La dimension territoriale

15 millions de personnes connaissent des difficultés par rapport au logement (Fondation Abbé Pierre dans son 23^{ème} rapport annuel) dont 4 millions de personnes non ou très mal logées. Le nombre de personnes sans domicile a augmenté d'environ 50 % entre 2001 et 2012. La précarité énergétique est en augmentation : 3 558 000 personnes souffrent du froid dans leur logement.

Le Fonds de dotation Les Petites Pierres finance la mise en place d'actions simples et de proximité, ancrées dans le tissu local. Il s'agit des nombreuses initiatives engagées et portées par des associations, fondations et ONG de terrain dans toute la France. La co-construction avec l'ensemble des acteurs d'un même territoire permet aux associations de démultiplier la force de leur appel à soutien.

Description de l'action

Face à des besoins immenses dans le domaine de la lutte contre le mal-logement, la Fondation Somfy a souhaité adapter sa politique de mécénat pour rechercher toujours plus d'efficacité auprès des associations. Inspirée par des démarches participatives dans l'ère du numérique, la Fondation a créé Les Petites Pierres, une plateforme de crowdfunding solidaire, outil collectif qui permet d'agir ensemble afin de permettre à de nombreux projets de se réaliser.

Les Petites Pierres ont pour ambition de devenir un écosystème où la coopération se met au service de la performance sociale. Pour cela, la plateforme s'appuie sur trois leviers.

• Réunir associations, citoyens et entreprises autour d'un projet solidaire

Pour beaucoup de projets locaux ayant un besoin en financement, les associations peinent à trouver le budget dont elles ont besoin. C'est pour soutenir ces initiatives très concrètes qu'a été créée la plateforme. Le programme Les Petites Pierres, grâce à la mise en relation des différentes parties prenantes autour d'un même projet, permet aux associations de démultiplier l'impact des dons qu'elles reçoivent et d'accélérer le financement de leur projet. La plateforme offre un modèle de financement de projet unique et puissant.

• Accompagnement de chaque campagne de crowdfunding

Les associations, les fondations, les ONG peuvent déposer un projet sur Les Petites Pierres et sont accompagnées dans la réussite de leur collecte pour mobiliser leur communauté. Un comité procède à la vérification des projets en s'assurant de leur solidité et de leur éthique afin de les mettre en ligne de façon personnalisée. Des outils, des conseils, du coaching et un guide de bonnes pratiques aident les associations durant les différentes phases de la levée de fonds. La plateforme digitale est non seulement un outil essentiel dans la transition vers le numérique de la sphère associative mais également un médiateur qui leur permet de créer du lien avec chaque acteur de leur territoire : citoyens, entreprises et collectivités.

Des dons doublés par La plateforme Les Petites Pierres

Chaque don fait par un internaute est doublé par la plateforme, grâce aux contributions des Fondations Schneider Electric et Somfy ainsi que d'autres partenaires. En mutualisant leurs ressources humaines et financières, leur expertise, mais aussi en créant une véritable gouvernance autour de la plateforme Les Petites Pierres, les deux fondations initient une grande coopération. Autour d'une cause commune, l'objectif est de démontrer l'efficacité d'une action co-construite face à des enjeux sociétaux immenses. À termes, Les Petites Pierres souhaitent permettre une levée de fonds de 1,5 M€ par an au service des projets, grâce à l'intégration en cours de nouvelles Fondations et acteurs de l'habitat désireux de démultiplier leur impact dans leur lutte contre le mal logement.

Moyens mobilisés

- Plateforme numérique de crowdfunding solidaire
- Outils, conseils, coaching, guide de bonnes pratiques de la levée de fonds
- Mutualisation des 2 fondations : RH, expertise, finance
- 4 ETP

Résultats de l'engagement territorial	
Création de valeur sur les territoires <ul style="list-style-type: none">• Développer le financement de projets locaux pour les citoyens et les entreprises• Transition numérique des associations	Pour l'entreprise <ul style="list-style-type: none">• Utilité sociétale dans l'habitat• Co-construction d'un outil innovant

Le retour d'expérience de l'engagement territorial

Points forts <ul style="list-style-type: none">• Création d'un outil digital unique au service des porteurs de projets• Accompagnement pour garantir la réussite des collectes de fonds (Taux de réussite de 96 %)• Favorise les projets très locaux	Axes de progrès <ul style="list-style-type: none">• Démarche de co-construction avec toujours plus de partenaires• Enrichir la plateforme avec la possibilité de proposer également du mécénat humain via les entreprises membres du fonds
---	--

Le Groupe La Poste

Identité de l'entreprise

Société Anonyme à capitaux publics. La Poste est un groupe multi-activités de services de proximité, ancré dans les territoires.

Données clés

- > CA de 24,1 Md€ en 2017, dont 24,4% à l'international
- > 4 missions de service public
- > 253 000 collaborateurs
- > + 17 000 points de contact sur le territoire

Les engagements pour un développement durable

Facteur historique de cohésion sociale, La Poste a toujours participé à la diffusion d'innovations structurantes au sein de la société, qu'elles soient technologiques ou sociétales. C'est dans cette tradition innovatrice que s'enracine la politique d'engagement sociétal du Groupe. Cette politique est organisée depuis novembre 2017 autour de trois axes majeurs, qui sont autant de « biens communs » que Le Groupe se propose de contribuer à développer :

- La Transition numérique : pour un numérique responsable et éthique
- Les Transitions écologiques (énergétique et circulaire)
- La Cohésion sociale et territoriale

La dimension territoriale

La dimension territoriale est au cœur des trois axes de l'engagement sociétal du Groupe.

Pour l'avènement d'un numérique responsable et éthique, Le Groupe se mobilise pour développer un usage des technologies du numérique démocratisé, fiable, sécurisé et respectueux de l'environnement et des citoyens.

Pionnier des transitions écologiques, La Poste a été à l'origine du développement du véhicule électrique en France, a développé l'économie circulaire dans la filière papier, et elle propose une offre courrier - colis - logistique neutre en carbone.

La cohésion sociale et territoriale suppose un contact étroit avec les acteurs économiques, une connaissance fine des dynamiques territoriales et une attention particulière aux besoins des citoyens. La présence territoriale du Groupe en fait un acteur de cohésion sociale et territoriale, comme l'illustrent les chiffres suivants :

- + 500 Maisons de Services d'Accueil au Public
- + 500 centres d'examen théoriques du permis de conduire
- Impact direct des achats du Groupe sur 99 000 emplois en France (en 2017)

L'engagement territorial en action

L'Alliance Dynamique, pour développer la coopération avec des acteurs de l'ESS



RSE

Moyens mobilisés

- Charte avec 8 axes de coopération
- Réseau de 15 correspondants régionaux
- + 26 M€ d'achat au secteur de l'ESS en 2017 (insertion, secteur adapté et protégé)
- + 110 postiers engagés en 2017 en mécénat de compétences

Le 14 octobre 2014, après plusieurs mois de concertation et sur la base du constat partagé de valeurs autour de l'intérêt général, Le Groupe La Poste et les acteurs de l'ESS signaient la création de l'Alliance dynamique. Rassemblant près de 50 réseaux partenaires nationaux fin 2017, cette alliance est née de la volonté de favoriser le développement des territoires et des services aux populations. Dans ce cadre, Le Groupe La Poste tisse des relations privilégiées avec des acteurs de l'ESS et favorise la création de passerelles entre ces acteurs pour faire émerger des solutions innovantes et mettre en place de nouveaux modèles économiques. Cette dynamique de coopération va se poursuivre en mettant en cohérence la charte avec les trois nouveaux axes d'engagement sociétal du Groupe La Poste.

Jaccede.com, soutien de l'accessibilité des personnes à mobilité réduite



RSE

Moyens mobilisés

- Communication interne et externe
- Participation bénévole de postiers aux Journées de l'accessibilité
- Subvention annuelle de 27 000 €
- Rénovation des bureaux de poste

La plateforme numérique jaccede.com, créée en 2006, identifie les lieux accessibles aux personnes à mobilité réduite, en France et en Europe, via son réseau de bénévoles et le relais de partenaires. Depuis 2008, La Poste est un partenaire historique. Ce partenariat se traduit par une évaluation de l'accessibilité de bureaux de poste par des personnes à mobilité réduite, et le soutien du Groupe à l'organisation de la « Journée Nationale de l'Accessibilité » dans plusieurs villes de France. La Poste soutient également les expérimentations de l'association, et ses projets de développement, comme l'application « challenge » pour partager davantage de données sur l'accessibilité. Ce partenariat permet aussi de sensibiliser les postiers sur l'accessibilité des lieux pour les personnes à mobilité réduite.

Accompagnement d'entrepreneurs ayant un impact social sur les territoires



R&D Sociétale

Moyens mobilisés

- Relais-poste
- Bootcamp de 3 jours
- Dotation, visibilité et mentoring
- Achat de parts sociales

L'ESUS des Comptoirs de Campagne est un réseau d'épiceries solidaires, dont le but est de réimplanter les services de proximité dans les villages. Cette structure fait partie des lauréats 2017 du trophée des Élanceurs du Groupe La Poste. Ce prix a favorisé la levée de fonds et le développement de l'équipe. La Poste est entrée en 2018 au capital de l'ESUS. Le premier comptoir a ouvert dans le Forez, dans les locaux de l'ancienne agence postale de Champdieu en 2018. Vecteur d'innovation sociétale sur les territoires, l'entreprise va disposer de 6 comptoirs fin 2018 : trois d'entre eux seront un relais-poste commerçant.

Résultats de l'engagement territorial

Création de valeur sur les territoires

- Revitalisation de territoires
- Co-construction d'innovations sociétales
- Inclusion sociale
- Développement économique
- Pérennité de l'engagement

Pour l'entreprise

- Engagement des collaborateurs
- Cohésion sociale
- Offre responsable
- Co-construction d'innovations sociétales

Le retour d'expérience de l'engagement territorial

Points forts

- Légitimité de La Poste à agir au plus près des territoires
- Diversité des formes de soutien
- Co-construction d'innovations sociétales

Axes de progrès

- Développer les formes de financement pour des acteurs de l'ESS
- Communication interne de l'Alliance Dynamique

Groupe Renault

Identité de l'entreprise

Constructeur automobile international présent dans 134 pays, le Groupe Renault comptabilise plus de 3 millions de véhicules immatriculés en 2017. Il s'appuie aussi sur la complémentarité de ses cinq marques, le véhicule électrique et son alliance unique avec Nissan et Mitsubishi pour répondre aux grands défis du futur.

Données clés

- > **Création en 1898**
- > **58,77 Md€ de CA**
- > **3,7 M de véhicules vendus**
- > **181.344 collaborateurs**
- > **12 000 Points de vente**

Les engagements pour un développement durable

L'approche du Groupe Renault en matière de responsabilité sociale, sociétale et environnementale repose sur la réduction de son empreinte environnementale sur le « cycle de vie » et l'usage raisonné des ressources naturelles, la santé des usagers de la route, riverains et salariés, le développement des compétences et le principe d'égalité des chances en fonction du mérite.

Le groupe cherche à fédérer ses parties prenantes autour de deux axes stratégiques :

- **Inclusion** : Contribuer à construire une société et une entreprise dans lesquelles chacun trouve sa place et dispose des moyens pour se développer
- **Mobilité durable** : elle doit permettre à chacun de se déplacer de manière plus sûre et plus écologique

La dimension territoriale

L'entreprise joue un rôle dans le développement socio-économique des territoires grâce à ses activités (R&D, fabrication, distribution jusqu'au recyclage) et ses solutions de mobilité (produits et services). Le groupe cherche à devenir animateur et partenaire de la transformation des communautés dans laquelle elle opère. Il s'agit pour l'entreprise d'identifier les besoins et les attentes des parties prenantes qui l'entourent et de leur apporter des solutions à travers le cœur de métier, la mise en place de solutions innovantes, et l'accompagnement dans le développement individuel et collectif.

L'ambition est de maximiser la contribution des actions sociétales aux enjeux du Groupe. Pour cela, l'objectif visé est d'atteindre 80 % des dépenses sociétales (env. 10,7 M€) sur les cinq engagements RSE identifiés (diversité, éducation, social business, environnement et sécurité routière). Les 20 % restants doivent servir à accompagner des besoins dans d'autres domaines identifiés localement.

L'engagement territorial en action

La Fondation et le mécénat du Groupe



Mécénat

Moyens mobilisés

- 1 équipe corporate dédiée de 5 ETP complétée des équipes en région
- 6 fondations dotées d'un budget annuel allant de 111K€ à 2,8M€

La Fondation d'Entreprise Renault coordonne et finance des programmes d'enseignement et de recherche de haut niveau. Trois domaines concernés : le management multiculturel, la sécurité routière et la mobilité durable. Par ailleurs, une place importante est accordée aux actions de mécénat (abritées par la fondation) que le Groupe Renault déploie pour soutenir des initiatives locales ou internationales. Menées avec des partenaires locaux, au plus près du terrain, ces actions contribuent à l'ancrage local des entités du Groupe. Certaines filiales se sont aussi dotées d'une fondation ou structure assimilée qui couvrent tout ou partie des axes prioritaires RSE du Groupe. Les actions menées ciblent en priorité des publics externes à l'entreprise, avec un rayonnement allant du local à l'international.

MOBILIZE, pour l'Entrepreneuriat social, vers une mobilité solidaire



R&D Sociétale

Moyens mobilisés

- 1 équipe corporate de 4 personnes
- Des équipes en régions
- Des collaborateurs bénévoles
- **Mobilize Invest** : société d'investissement pour un financement et un accompagnement adaptés à des entrepreneurs innovants qui développent des solutions de mobilité pour les personnes en difficulté (par exemple WIMOOV)
- **Les Garages Solidaires** : garages du réseau Renault volontaires pour aider des publics à faibles revenus en leur proposant des services à prix coutant (offres d'entretien ou de réparation) et un véhicule neuf à travers la Location avec Option d'Achat.
- **Le « Movement for Social*Business Impact » (Renault membre co-fondateur)** : il vise à promouvoir l'économie inclusive en s'appuyant sur la recherche et l'enseignement (Centre Society & Organizations d'HEC), et l'Action Tank Entreprise & Pauvreté (association réunissant entreprises,, pouvoir publics, associations, acteurs académiques) pour développer des projets concrets ayant un impact sur la réduction de la pauvreté et susceptibles d'être déployés à grande échelle.

Résultats de l'engagement territorial

Création de valeur sur les territoires

- 42 partenariats universitaires et académiques dans le monde
- Parcours d'apprentissage pour les jeunes
- Réseau de 350 garages solidaires et près de 6000 clients (à fin 2017)
- 11 structures porteuses de projets à impact social soutenues et accompagnées
- Repérer et former des talents de demain (+1000 étudiants boursiers depuis la création de la Fondation)

Pour l'entreprise

- Engagement du corps social de Renault, y compris à l'international
- Engagement stratégique de long terme, catalyseur d'innovation
- Source de forte motivation des salariés
- Acteur reconnu du social business

Le retour d'expérience de l'engagement territorial

Points forts

- Initiatives fortes en France et à l'international en lien avec l'activité de l'entreprise et en s'appuyant sur son savoir-faire
- Capacité à agir et à mobiliser grâce à la densité des liens tissés dans les territoires comme acteur industriel
- Produits et services grand public pour un changement des comportements, plus écologiques, plus sûrs et socialement responsables
- L'engagement sur des projets à long terme qui structure la politique RSE du Groupe

Axes de progrès

- Augmenter le nombre de pays dans lesquels les initiatives sont déployées
- Aller plus loin en augmentant localement le nombre de bénéficiaires

United Way – L'Alliance

Présentation du collectif

Issue de la fusion de United-Way Tocqueville et de L'Alliance pour l'Education, United Way – L'Alliance a pour vocation de co-construire des programmes, où les acteurs privés, publics et solidaires s'engagent pour répondre collectivement aux enjeux prioritaires des territoires en matière d'éducation.

Données clés

- > 9 salariés
- > Coordination d'environ 30 établissements scolaires et 25-30 associations
- > 20 entreprises et fondations engagées
- > 1,8 M€ de budget / an



United Way - L'Alliance

La dimension territoriale

En France dans les quartiers populaires, 36 % des jeunes sont au chômage : 18 points de plus que la moyenne nationale pour cette classe d'âge. De plus, 100 000 jeunes quittent chaque année le système de formation sans qualification... Agir en amont, et sur la durée devient primordial.

L'action du collectif se concentre sur 8 territoires prioritaires au sein d'établissements scolaires classés REP/REP+, en Île-de-France, dans le Loiret et en Haute-Garonne. Les ambitions pour 2018 – 2019 :

- 100 entreprises engagées
- 30 collègues partenaires
- 27 associations opérantes partenaires
- 7000 collégiens accompagnés
- 800 collaborateurs mobilisés
- 8 territoires

Description de l'action

United Way – L'Alliance se positionne comme une plateforme intégratrice de solutions au service des jeunes des territoires prioritaires. Elle cherche à fédérer et articuler les acteurs (collèges & lycées, entreprises & fondations, collectivités & institutions publiques, associations domaine éducatif & bien-être) sur les territoires pour démultiplier l'impact de leurs actions.

C'est **un projet inédit de mécénat collectif** auquel sont associés de nombreux acteurs. L'originalité de son programme d'actions réside dans l'engagement commun d'entreprises, de fondations, de philanthropes et entrepreneurs sociaux mobilisés pour lutter contre le décrochage scolaire. Le programme développé apporte une aide pour les apprentissages, une sensibilisation des familles, une interaction collège-entreprise, une formation des accompagnants, le tout pour favoriser une plus grande ouverture d'esprit. Ce dispositif complet de prévention du décrochage, conçu en lien avec l'Education nationale, est proposé aux jeunes à l'entrée au collège et associe aussi bien les entreprises, leurs collaborateurs, que des associations et les parents d'élèves.

Le programme « Défi Jeunesse » vise à accompagner les jeunes de la 6^{ème} à la terminale, développer leur autonomie, leur esprit d'initiative et préparer ainsi leur entrée dans le monde du travail. Chaque élève bénéficie d'un accompagnement collectif et les plus en demande d'entre eux reçoivent en complément un accompagnement individualisé qui leur permette de développer des savoir-faire d'une part, à travers de l'accompagnement éducatif et de l'orientation, et des savoir-être d'autre part, à travers des activités de relaxation et d'expression orale. Ce programme est co-construit avec les associations et des entreprises des territoires pour créer un lien fort, et un sentiment d'appartenance au programme.

Moyens mobilisés

En complément des actions de terrain, United-Way – L'Alliance développera courant 2019 un outil en ligne. En plus de proposer des ressources pour les accompagnants, il permettra d'engager les collaborateurs d'entreprises et de piloter leur engagement dans les alliances locales de façon plus agile.

L'ambition est que United-Way – L'Alliance devienne d'ici 3 ans la plateforme (hub) pour aider les jeunes à s'insérer professionnellement. Elle n'a pas vocation à être opératrice mais à être un fédérateur. Cela se concrétisera par :

- **La recherche de financements**
- **La coordination / liens avec les associations locales**
- **L'évaluation**
- **La communication**
- **Le pilotage du programme (ou des actions)**

Ces actions permettront ainsi aux associations opératrices de se concentrer sur leur cœur de métier.

Résultats de l'engagement territorial	
Création de valeur sur les territoires <ul style="list-style-type: none">• Programmes inspirants pour la jeunesse co-construits par un mécénat collectif d'acteurs• Interactions écoles – entreprises – associations – familles...• Accompagnement éducatif et ouverture sur le monde des jeunes de territoires défavorisés	Pour l'entreprise <ul style="list-style-type: none">• Mobilisation de collaborateurs• Engagement de l'ensemble des acteurs sur un enjeu majeur pour l'avenir : l'éducation• Ancrage territorial renforcé

Le retour d'expérience de l'engagement territorial

Points forts <ul style="list-style-type: none">• L'engagement de son président (Monsieur Patrick Pouyanné) et de ses membres du CA (grandes entreprises)• Modèle inspiré du Collectif Impact• Fusion entre deux associations pour augmenter l'impact	Axes de progrès <ul style="list-style-type: none">• Déploiement d'actions éducatives et de l'engagement sociétal des entreprises du local au national• Ajouter en efficacité et mesurer l'impact des actions collectives développées dans la durée
---	--

Identité de l'entreprise

Spécialisé dans la gestion optimisée des ressources, le groupe Veolia conçoit et déploie des solutions pour la gestion de l'eau, des déchets et de l'énergie pour ses clients municipaux et industriels.

Données clés

- > **169.000 salariés sur 5 continents**
- > **3 métiers : eau, déchets, énergie**
- > **Chiffre d'affaires consolidé : 25,12 Md€ (2017)**

Les engagements pour un développement durable

L'ambition du groupe a été traduite en 9 engagements assortis de 12 indicateurs clés et d'objectifs à horizon 2020. Ce travail collaboratif, mené auprès de tous les échelons du groupe, permet de clarifier et d'afficher les priorités de la stratégie RSE de Veolia. Cette démarche de progrès, inscrite dans le temps, est portée au plus haut niveau de l'entreprise, chaque engagement étant porté par un sponsor du Comité exécutif.

Cette ambition s'incarne selon trois dimensions :

- Ressourcer la planète
- Ressourcer les territoires
- Pour les femmes et les hommes de l'entreprise

La dimension territoriale

Les activités de Veolia sont caractérisées par un enracinement local fort et une interaction directe avec la vie quotidienne des populations. L'expertise du Groupe et le développement de solutions d'accompagnement originales lui permettent de contribuer à renforcer l'accès aux services essentiels dans une grande diversité de contextes et de pays, répondant ainsi aux attentes des autorités qui lui confient la gestion de leurs services. L'efficacité des services rendus permet aux territoires de renforcer leur attractivité et leur compétitivité. Veolia s'attache à déployer de nouveaux modèles de relations avec ses parties prenantes : co-construction de partenariats porteurs de création de valeur, soutien de l'entrepreneuriat et de l'innovation, relations responsables avec ses fournisseurs dans le cadre d'une politique achats durables.

- 85,4 % des dépenses du Groupe ont été réinvesties sur les territoires en 2017
- Analyse Local Footprint® (empreinte socio-économique) en 2018 pour évaluer et maximiser sa contribution à l'emploi et à la création de valeur sur les territoires en France

L'engagement territorial en action

Les PIMMS (Points Information Médiation Multi Services)

R&D Sociétale

Moyens mobilisés

- Présidence du réseau national
- Veolia présent dans +30 PIMMS

Fruits d'une volonté partagée entre l'Etat, les collectivités et les entreprises partenaires, 66 PIMMS ont vu le jour de 1995 à 2016. Les PIMMS, lieux de proximité et de solidarité ouverts à tous, aident les citoyens pour un meilleur accès aux services publics, via l'interface des Agents médiateurs, professionnels du lien social. Membre fondateur des PIMMS, Veolia est présent dans plus de 30 PIMMS qui maillent le territoire français. Les PIMMS représentent un dispositif emblématique de l'engagement sociétal de Veolia pour favoriser l'accès de chacun à tous les services publics. Ce dispositif s'inscrit parfaitement dans son ancrage territorial en proposant des solutions adaptées aux différentes situations locales. Les PIMMS conjuguent une démarche associative intégrant les habitants au projet, et la volonté de Veolia d'accroître la qualité du service et la satisfaction des usagers. Orientation vers des aides sociales, accompagnement à la gestion des budgets, sensibilisation aux éco-gestes, ce partenariat représente un réel complément à son offre de services.

Les PIMMS ont démontré leur utilité en termes de lien social et d'accès aux services publics. Ils représentent une force d'innovation continue pour les territoires, les usagers et l'entreprise, au travers de l'engagement des équipes locales dans la gouvernance et l'animation du partenariat.

ELISE et Veolia : Un partenariat gagnant/gagnant au service de l'économie sociale et solidaire



RSE

Moyens mobilisés

- BU Veolia France Recyclage et Valorisation des Déchets

Veolia est partenaire depuis 2012 de l'association ELISE, leader en France du recyclage des papiers et autres déchets de bureau. Ce partenariat participe à la mise en place d'une économie circulaire. ELISE collecte puis trie sur ses 25 sites, les papiers de bureaux issus des entreprises clientes de Veolia, qui valorise par la suite ce papier en matière recyclable et en approvisionne les principaux acteurs papetiers français. Ce partenariat a favorisé l'essor d'ELISE en France, créant ainsi des emplois pérennes à destination des personnes en situation de handicap et/ou en insertion professionnelle. Depuis 2016, Veolia et ELISE proposent également aux entreprises de collecter et recycler l'ensemble de leurs déchets. Ils seront collectés et triés par ELISE. Veolia les transforme ensuite en matières premières recyclées, puis les commercialise auprès d'acteurs industriels locaux, permettant ainsi le développement de boucles locales d'économie circulaire.

POP UP by Veolia en France et dans le monde



R&D Sociétale

Moyens mobilisés

- 2 ETP pilotent la démarche
- Relais locaux Veolia pour chaque incubateur
- Financement de l'incubation de start up

Démarche lancée en 2015 par 2EI Veolia, bureau d'étude du groupe expert en innovations villes durables et innovation sociale. Elle consiste à co-construire les services et produits de demain avec les entrepreneurs sociaux les plus prometteurs. Sur un territoire ciblé, le Groupe s'associe à un incubateur d'entrepreneuriat social local, aidé par des partenaires comme Ashoka, Antropia ou encore Ticket For Change, pour lancer des appels à projets sur des enjeux identifiés par le Groupe et sélectionner conjointement les start-ups sociales au plus fort potentiel. L'incubateur forme, coach et connecte au réseau les entrepreneurs sociaux du programme ; qui bénéficient en parallèle du soutien et de l'expertise des collaborateurs Veolia. L'objectif pour le Groupe et ses collaborateurs est d'apprendre à connaître chacun de ces entrepreneurs sociaux pour co-construire des projets avec eux. POP UP by Veolia est aujourd'hui en place dans une dizaine de territoires, en France (Ile de France, Lyon, Toulouse, Bordeaux, Normandie, Hauts de France, Avignon) et à l'international (Mexico, Inde, Japon) et compte plus de 50 start-ups sociales. Parmi celles-ci, un tiers sont actuellement dans une dynamique de co-construction avec le Groupe.

Résultats de l'engagement territorial

Création de valeur sur les territoires

- Création de 300 emplois (ELISE)
- Co-construction d'innovations sociales et sociétales (PIMMS, POP UP by Veolia, ELISE)
- Lien social et accès aux services publics (PIMMS)
- Préservation des ressources naturelles (ELISE)
- Soutien à l'innovation et à la création d'entreprises (POP UP by Veolia)

Pour l'entreprise

- Attractivité de la marque employeur
- Améliorer les relations avec ses parties prenantes
- Ancrage territorial
- Relation de proximité avec les usagers
- Co-construction d'innovations sociales et sociétales (PIMMS, POP UP by Veolia, ELISE)

Le retour d'expérience de l'engagement territorial

Points forts

- Proximité avec les territoires
- Engagement qui s'inscrit dans la durée

Axes de progrès

- Un impact qui reste difficile à qualifier sur l'innovation