

LE 29 JUIN, DÉBAT EN LIVE STREAMING DEPUIS LES STUDIOS PM, À CASTELNAU-LE-LEZ

RSE, de la théorie à la pratique

« Nous nous sommes fixés comme mission de former des étudiants (...) pour un monde meilleur », indique Marie-Christine Lichtlé, directrice de Montpellier Management. Un positionnement qui reflète les attentes des actifs, de plus en plus enclins à rejoindre une entreprise engagée dans une démarche RSE (responsabilité sociétale des entreprises). Lors d'un débat organisé par *La Lettre M*, en partenariat avec Montpellier Management, quatre experts – Gérald Naro, enseignant-chercheur à Montpellier Management ; Virginie Monnier-Mangue, présidente de la CleanTech Vallée ; Yannick Gomez, cadre au sein de la cellule valorisation-innovation ISEC (Institut des Sciences et Technologies pour une économie circulaire des énergies bas-carbone) du CEA, à Marcoule et Jean-Baptiste Léger, directeur RSE de Lidl France – livrent leurs recommandations pour une stratégie RSE réussie.



De g. à dr. : Yannick Gomez, cellule valorisation-innovation ISEC du CEA à Marcoule, Gérald Naro, professeur des universités à Montpellier Management, Stéphanie Roy, journaliste à *La Lettre M*, Virginie Monnier-Mangue, présidente de la CleanTech Vallée et Jean-Baptiste Léger, directeur RSE et Affaires Publiques chez Lidl France.

Recommandation n° 1 : sincérité

Pour une stratégie RSE réussie, il est indispensable de faire preuve d'authenticité. « *La RSE, c'est une histoire de sincérité et d'exemplarité* », estime le professeur de Montpellier Management (4 000 étudiants) Gérald Naro. Halte donc au "greenwashing" ou "RSE washing". Si toutes les entreprises n'ont pas encore opéré leur mutation, en intégrant la RSE dans leur ADN, « nous voyons des entreprises pionnières dessiner progressivement le chemin pour passer de la communication à l'action », se réjouit Virginie Monnier-Mangue, présidente de la Cleantech Vallée (Gard rhodanien).

Recommandation n° 2 : stratégie globale

La démarche RSE doit « s'inscrire dans la stratégie de l'entreprise et dans sa gestion opérationnelle », recommande ensuite Gérald Naro.

En clair, la RSE n'est pas un « bonus » mais fait partie intégrante de tous les aspects de la vie d'une entreprise : gestion, management, ressources humaines, production... Car toutes les équipes doivent être impliquées. « *La RSE ? ça marche quand on a une équipe pour la porter* », prévient l'enseignant-chercheur.

Recommandation n° 3 : hiérarchisation

La RSE englobe un large panel d'actions portant sur les enjeux environnementaux et sociaux. Pour définir les actions prioritaires à mettre en place, Lidl France réalise tous les deux ans une « analyse de matérialité », explique Jean-Baptiste Léger, directeur RSE et affaires publiques. « Nous essayons de trouver les points importants pour nos parties prenantes (ONG, fournisseurs, clients, salariés, médias et politiques, NDLR). Au total, nous avons listé 42 items sur lesquels [...] nous demandons à ces cibles de les classer

par ordre de priorité. Plus de 1 000 personnes sont consultées à chaque fois. Les items qui ressortent en haut de la liste sont prioritaires dans notre stratégie RSE », détaille-t-il.

Recommandation n° 4 : accompagnement

Pour les plus petites structures, internaliser une expertise RSE est quasiment mission impossible. Toutefois, l'écosystème local, public et privé, peut s'avérer un appui précieux, voire indispensable, pour mettre sur pied une démarche RSE cohérente. « *L'Occitanie est très impliquée dans tous ces sujets, notamment à Montpellier où sont implantées beaucoup d'acteurs de l'économie sociale et solidaire*, note Virginie Monnier-Mangue. En s'adressant à l'agence de développement économique Ad'Occ, aux services de l'État, à l'Université, ou bien sûr à la CleanTech Vallée... », l'entreprise peut accéder à de nombreux relais. « Il suffit de taper à une porte et

Stéphanie Roy, journaliste à *La Lettre M* et Marie-Christine Lichtlé, directrice de Montpellier Management



Regardez le débat en replay : <https://youtu.be/r9f05BxHKZ8?t=212>



Échange convivial entre Virginie Monnier-Mangue, présidente de la CleanTech Vallée et Jean-Baptiste Léger, directeur RSE et Affaires Publiques chez Lidl France.



Moment de complicité entre Yannick Gomez, cadre au sein de la cellule valorisation-innovation ISEC du CEA, à Marcoule et Gérald Naro, professeur des universités à l'Institut Montpellier Management et directeur adjoint en charge de la recherche.

finallement tout le monde se mobilise », insiste la présidente de la CleanTech Vallée. « *Sans les territoires nous ne pouvons rien faire*, confirme Yannick Gomez, cadre au sein de la cellule Isec (Institut des Sciences et Technologies pour une économie circulaire des énergies bas-carbone) au CEA à Marcoule. Le CEA est intégré au sein de 56 pôles de compétitivité, nous avons une politique de création de start-up, 216 sont sorties du CEA et 70 % sont encore en activité. »

ressources » – les planètes semblent s'aligner en faveur d'un déploiement de la RSE. L'heure n'est plus à l'hésitation. Pour Yannick Gomez, « on doit avoir une approche offensive de la RSE car c'est l'occasion de fonder une nouvelle économie. Les contraintes vont monter (dont le coût carbone), ça va devenir très risqué de ne pas s'engager ».

■ STÉPHANIE ROY

Photos : Cédric Royer - Happy People

Recommandation n° 5 : communication

Pas de stratégie RSE réussie sans communication, prévient Jean-Baptiste Léger. « *La communication est clé en interne pour rassurer les équipes sur la cohérence des actions avec la stratégie globale* », souligne-t-il. Communiquer sur ces stratégies permet aussi de faire des émules, indique Virginie Monnier-Mangue. « Il est important d'avoir des modèles de dirigeant, d'entreprise, pour ouvrir la voie. Nous avons besoin de pionniers. »

Si des progrès restent à faire, notamment en termes de cadre réglementaire – « construire du neuf reste toujours moins coûteux que de rénover », déplore Virginie Monnier-Mangue. À l'image des certificats d'économies d'énergie, il faut inventer des certificats d'économies de



La régie technique des Studios PM



Dernier briefing avant le plateau entre Karine Coine, chef de publicité à *La Lettre M*, Stéphanie Roy, journaliste à *La Lettre M*, Gérald Naro, professeur des universités à Montpellier Management et Jean-Baptiste Léger, directeur RSE et Affaires Publiques chez Lidl France. De dos : Marion Phommaline anime les réseaux sociaux de *La Lettre M*.