



Synthèse hebdomadaire RSE

Semaine du 09 au 17 novembre 2022

EDITO

Quelles sont les marques préférées des Français ?

Decathlon, Peugeot, Leclerc : c'est le trio de têtes des marques préférées des Français selon le sondage réalisé par Eight Advisory pour le JDD. On peut voir dans ce classement l'importance accordée à la lutte en faveur du pouvoir d'achat corroborée par la progression de Bic, Free, le Bon Coin ou BlablaCar.

Ce qui nous voyons dans ce classement de popularité c'est surtout l'identité forte de ces marques qui ont su créer un récit autour de leurs produits, incarner leurs valeurs et prouver leur responsabilité envers la société. C'est un atout intangible indispensable pour les marques de créer une identité forte, c'est ce qui rassure quand l'environnement est instable. C'est en tissant les fils de la confiance que les marques sont jugées sur leur sincérité et peuvent attirer et retenir clients et collaborateurs

L'INFO DE LA SEMAINE

[Entreprises préférées des Français : les efforts des marques d'automobile françaises sont récompensés](#)

Qu'elles conçoivent des voitures moins polluantes et qu'elles les produisent en France a longtemps été réclamé aux marques françaises. Remplir ces engagements, dans un contexte chahuté, a fini par payer. Les Français reconnaissent les efforts de leurs constructeurs. Ils confirment aussi leur attachement sans faille à l'automobile.

LE CHIFFRE CLÉ

[COP 27 : 210 millions d'euros pour aider les pays vulnérables face aux catastrophes naturelles](#)

La présidence allemande du G7 et une soixantaine de pays vulnérables, membres du V20, ont lancé lundi, à l'occasion de la COP 27, une nouvelle structure baptisée « bouclier mondial contre les risques climatiques » et dotée d'une enveloppe de 210 millions d'euros. L'objectif est d'aider les populations dans les pays en développement à financer les dégâts liés à une catastrophe climatique. Mais les ONG, plutôt sceptiques, estiment que ce n'est pas la seule solution.

ACTUALITÉ ENVIRONNEMENTALE

[Une inflation climatique de plus en plus structurelle](#)

Bien installée depuis plusieurs mois, l'inflation risque de demeurer présente pendant de longues années. Sa nature est en train de changer, de nouvelles origines prenant le relai de celles qui sont à l'œuvre depuis deux ans. Confrontées à une inflation, notamment climatique, plus structurelle, les acteurs économiques vont devoir trouver de nouvelles stratégies d'adaptation, plus collectives et collaboratives.

[Faire face à la difficulté de la transition écologique](#)

Pour avoir une chance d'être entendu et suivi d'effets, un cri d'alarme ne doit pas seulement être pertinent sur ce qu'il dénonce, il doit aussi intervenir au moment opportun. L'avertissement lancé, mercredi 9 novembre, par l'économiste Jean Pisani-Ferry dans une note remise au gouvernement remplit ces deux conditions.

[Zones à faibles émissions : artisans, commerçants et PME au pied du mur](#)

Les petits patrons prennent conscience des échéances liées aux restrictions de circulation imposées par les ZFE. Perdus ou hostiles, ils alertent sur leur incapacité financière à acheter des véhicules propres en dépit des aides.

[Ces start-up à la pointe de la transition énergétique](#)

20 % des émissions de gaz à effet de serre en France sont le fait de l'industrie

Bpifrance et France Digitale, la plus grosse fédération de start-up en Europe, viennent de publier leur Mapping des start-up à impact. Il dénombre 1 074 jeunes pousses, sur les 20 000 que compte la France.

[Quelles sont les banques les plus vertueuses ?](#)

Quand on choisit un produit financier pour sa dimension éthique, il est légitime de s'intéresser aussi à l'intermédiaire. Gros établissements ou structures plus confidentielles, ce qu'il faut savoir.



ACTUALITÉ SOCIALE ET SOCIÉTALE

[Handicapés : le plein-emploi en ligne de mire](#)

La semaine européenne de l'emploi des handicapés s'ouvre ce lundi dans un contexte favorable.

[Un diplôme qui s'adapte aux attentes des entreprises](#)

Le contenu des mastères spécialisés évolue afin de donner aux futurs diplômés des compétences pointues.

[Les inégalités salariales discréditent les banques](#)

BNP Paribas vient une fois encore de se faire épingler sur ses différences de rémunération hommes-femmes. Dans l'un des secteurs les plus touchés par ces écarts, seuls quelques mastodontes corrigent le tir. Lentement.

[Des dirigeants plus soucieux de recruter que de fidéliser](#)

Les patrons sondés par The Boson Project le savent, à moyen terme, les approches individualisées et flexibles entreront en collision avec la préservation et les impératifs du collectif.

[Le télétravail peut-il encourager la diversité dans l'entreprise ?](#)

Selon une étude de LinkedIn, les femmes et les personnes issues de minorités sont, aux Etats-Unis, les plus nombreuses à candidater pour du travail à distance. Pourtant, travailler de son canapé ou d'un café n'est pas toujours bien perçu par l'entreprise.

[Paternité en entreprise : le code a changé](#)

Le congé paternité a doublé de durée depuis juillet 2021 en France. Dans « Et Moi », un podcast des « Echos », Michèle Warnet recueille le témoignage et l'expertise d'invités sur cette nouvelle paternité et son articulation avec le monde du travail.

[Coup de blues chez les cadres](#)

Le moral en berne des salariés s'affiche à longueur d'articles. Mais, qu'en est-il des cadres ? Comme pour le reste de la population active, leur physionomie évolue. Pour le meilleur et pour le pire.

[Les incitations du gendarme de la gouvernance pour 2023](#)

Pour son neuvième bilan annuel, le Haut Comité de gouvernement d'entreprise demande aux entreprises d'être attentives à la proportion de membres indépendants dans les conseils et comités.



INITIATIVES

[La SNCF va installer des panneaux solaires dans 120 gares, un début](#)

SNCF Gares & Connexions annonce la signature d'un partenariat avec Teneo. Le producteur d'énergies développera et exploitera une centaine de centrales photovoltaïques.

[Vestiaire Collective, Re-SEE, Monogram... Les filons vertueux de la seconde main de luxe](#)

Considéré comme l'une des solutions pour une mode durable, le marché de la revente des pièces de luxe explose.

[Octobre Rose, Movember... Pour les marques, la lutte contre le cancer est-elle devenue un argument marketing ?](#)

De plus en plus de marques mettent en place des initiatives au cours des mois de lutte contre le cancer. Engagement ou opportunisme ?

[Guillaume Gibault, l'agitateur du «made in France»](#)

Au salon consacré à la fabrication tricolore, qui se tient à Paris jusqu'au 13 novembre, le fondateur du Slip français a installé une usine textile «du futur», sur un décor inspiré des Daft Punk.

[Face à l'érosion du pouvoir d'achat, le textile nordiste joue la carte tricolore](#)

Affectés par la guerre en Ukraine et l'inflation, les industriels du textile misent sur les grandes enseignes et les J. O.

[Heura à l'heure verte](#)

En rayon chez Carrefour, Monoprix, Leclerc et les autres, la start-up d'origine espagnole Heura entend s'imposer sur le marché de la viande végétale avec ses produits ainsi qu'à travers une communication qui ose.

Kignon, des biscuits engagés dans l'anti-gaspi et l'inclusion

Katia Tardy, Alix Guyot et Louise Doulliet font partie de cette génération d'entrepreneuses prêtes à s'engager dans des projets porteurs de sens. En avril 2021, ces trois ingénieures agronomes de formation ont cofondé La Biscuiterie Handi-Gaspi qui produit les biscuits Kignon. Pour cela, elles récupèrent des invendus de pains bio pour élaborer des petits biscuits sucrés présentés en sachet.



OPINIONS & REFLEXIONS

« J'ai le sentiment d'agir pour la transformation durable d'un grand groupe »

Après ses études d'architecture, Arthur Lapeyrère, 37 ans, a travaillé à Barcelone puis à Londres dans l'agence d'architecture Foster + Partners. Il est revenu en France en 2019. Il a alors été engagé par le gestionnaire de bureaux partagés WeWork.

Fanny Henriet Réussir la transition énergétique

L'abandon des énergies fossiles ne pourra se faire sans contraintes, prévient l'économiste. Plus de 80 % de nos émissions de gaz à effet de serre proviennent de la combustion des énergies fossiles: gaz, pétrole et charbon.

Mathieu Plane Faire rimer pouvoir d'achat et décarbonation

Compenser les effets économiques de la crise énergétique est-il compatible avec l'objectif zéro carbone?, s'interroge l'économiste

De la nécessité de concilier impact et relationnel.

La relation, cette notion si précieuse et instable à la fois, est au cœur de toutes les problématiques des marques. Ces dernières ne cessent de se questionner pour savoir comment la créer, la cultiver, la décupler, la renouveler, sur de multiples canaux et pour de multiples audiences.