

STRATÉGIES

4 bis, rue de la Pyramide - 92100 Boulogne-Billancourt.
 Pour contacter la rédaction: redaction@strategies.fr
 ou initiale du prénom + nom@strategies.fr, Exemple:
 gwybo@strategies.fr. **RÉDACTION.** Directeur de
 la rédaction et rédacteur en chef: Gilles Wybo
 (01.84.76.26.16). Rédacteurs en chef adjoints:
 Delphine Le Goff (01.84.76.26.21), Amaury de Roche-
 gondé (01.84.76.26.30) et Delphine Soulas-Gesson
 (01.84.76.26.24). Chef de rubrique: Emmanuel
 Gavard (01.84.76.26.22). Rédacteurs: Garance Bailly
 (01.84.76.26.15), Caroline Bonaccosa (01.84.76.26.23),
 Sorlin Chanel (01.84.76.26.19), Cécilia Di Quinzio,
 Camille Lepage, Amélie Moynot (01.84.76.26.20),
 Marie-Caroline Royet (01.84.76.26.57), Elisa Samour-
 cachian (01.84.76.26.17), Ambrine Ziani (vidéo),
 Éditrice web et social media: Julie Goutard. **RÉDACTION
 TECHNIQUE.** Premier secrétaire de rédaction:
 Patrick Bled. Secrétaire de rédaction: Maja Marinkovic.
 Premier maquettiste: Victor Mourain. Maquettiste:
 Emmanuelle Blondel. Responsable iconographe:
 Laurent Rutigliano. **ABONNEMENTS.** France métro-
 politaine. Formule Intégrale 1 an: le magazine version
 papier et numérique + La News de Stratégies + le site en
 illimité = 287 €. Formule Essentiel 1 an: le maga-
 zine version numérique + La News de Stratégies + le
 site en illimité = 142 €. Outre-mer et étranger: nous
 consulter; abonnes@strategies.fr; tél.: +33 (0) 1 70 37
 31 58. **VENTE AU NUMÉRO.** Service Abonnement - 45
 Avenue du Général-Leclerc - 60643 Chantilly cedex;
 abonnes@strategies.fr. Tél.: 01.70.37.31.58. **DIRECTION
 COMMERCIALE, PUBLICITÉ.** Directrice de régie:
 Ludvine Saint-Yves (06.24.25.42.28). Directrice de
 clientèle: Julie Schlecht (06.33.74.14.50). Directrice
 de clientèle: Gwénola de Villeblanche (06.77.76.81.9).
 Directeur de clientèle: Louka Wagon (06.34.04.17.64).
GUIDES. Directrice de publicité: Nadia Ben Moussa
 (01.84.76.26.53). **MARKETING RÉGIE.** Responsable
 marketing pôle medias et événementiel: Jordan Dufour.
 Directeur artistique: Benoît Maurice. **DIFFUSION.** Res-
 ponsable diffusion et grands comptes: Chloé Leroi.
ADMINISTRATION DES VENTES, TRAFFIC. Coordina-
 tion des ventes: Carine Guez. Assistante administration
 des ventes: Marianne Motta. Traffic manager: Laurent
 Zaplana. **OFFRES D'EMPLOI/ANNONCES CLASSÉES.**
 Carine Guez (cgu@mediaschool.eu). **COMMUNICA-
 TION ET ÉVÉNEMENTS.** Responsable event et innova-
 tion: Cécile Rubben (01.84.76.26.37). Responsable
 event et RP: Negar Moshrefi (01.84.76.26.49). Chef
 de projets événementiels: Anna-Gaïd Waterman
 (06.82.10.77.90). Chargée de production événe-
 mentielle: Elsa Grellier (06.07.24.55.53). Directrice
 commerciale adjointe: Céline Reine (06.07.89 11.73).
DIGITAL. Responsable campagne: Romain Ballikidjian.
 Administrateur bases de données: Yann Boucounaud.
 Chef de projets digitaux: Laurence David. Chargé de
 base de données: Mickaël Penverne. **FABRICATION.**
 Directeur: Jonathan Abgrall (01.84.76.26.12). Imprimé
 en France par l'Imprimerie de Compiègne (groupe
 Morault), avenue Berthelot, 60205 Compiègne. Origine
 du papier: Europe. Certification: PEFC. **RESSOURCES
 HUMAINES.** Chargée des ressources humaines:
 Wendy Torre. **CONTRÔLEUR DE GESTION:** Aziz Ben
 Ouaghran. **DÉPÔT LÉGAL:** avril 2017, ISSN 0180-6424.
 N° de commission paritaire: 0326 T 79914.

STRATÉGIES est édité par la société S2C, SASU au
 capital de 10 000 euros. Président et directeur de la
 publication: Franck Papazian. Directeur général: Kal
 Latha. RC Nanterre 813 649 571.

Ce numéro contient un supplément rédactionnel sur la
 diffusion abonnés.

Ce magazine est imprimé en France sur du papier
 certifié PEFC, issu de forêts gérées durablement.



STRATÉGIES EST IMPRIMÉ CHEZ
 UN IMPRIMEUR LABELLISÉ PRINT ETHIC



CE NUMÉRO EST IMPRIMÉ SUR
 DU PAPIER 100 % RECYCLÉ.



© Thomas Goenry pour Stratégies

Les 15 Spécial Écologie

Ils ont choisi de mettre en avant des anges-gardiens de la planète, tel Lahcen Kabiri, un géologue sauveur d'oasis dans le sud marocain ou Emmanuel de Merode, conservateur du parc national des Virunga en République démocratique du Congo qui mène un combat ardu en faveur de la biodiversité. D'autres ont préféré interroger des figures de proue du combat pour préserver la planète comme Cyril Dion, écrivain, réalisateur et militant écologiste ou Yannick Servant, cofondateur de la Convention des entreprises pour le climat. Ou encore de tendre le micro à de simples témoins du changement climatique en cours, telle Carine Thierry, agricultrice qui pratique la polyculture-élevage en Seine-et-Marne... Bravo aux contributeurs, rédacteurs d'un jour, qui ont créé de A à Z ce numéro exceptionnel Les 15 Spécial Écologie. Nos quinze personnalités ont des profils très différents: elles sont militantes ou à la tête d'associations ou d'ONG écologiques (Greenpeace, Fondation Good Planet, The Shift Project), directeurs d'agences RSE ou responsables RSE dans des marques, médias ou agences... À ces personnalités se sont ajoutées le parrain de ce numéro exceptionnel, Christophe Béchu, le ministre de la Transition écologique, et le partenaire de l'opération, Les Echos Le Parisien Médias, représenté par Corinne Mrejen, DG et chief impact officer du groupe. Je vous laisse découvrir le résultat de leur travail. Excellente lecture à vous!

Gilles Wybo, directeur de la rédaction

SOMMAIRE

- Les invités de la rédaction** P.6
- Emma Stokking Digital.** Le numérique, angle mort de la transition écologique P.36
- Christophe Béchu Environnement.** Emmanuel de Merode, gardien de la biodiversité P.8
- Jean-François Julliard Éducation.** La science washing, l'autre greenwashing! P.38
- Nathalie Pons Culture.** Cyril Dion: « Ça bouge, mais ni assez vite ni assez fort » P.12
- Hervé Kempf Macroéconomie.** Pourquoi les riches aggravent la crise écologique P.40
- Sabrina Herlory Association.** Yannick Servant: « La CEC peut faire évoluer les choses » P.16
- Caroline Darmon Éducation.** Au commencement était la formation P.42
- Fabrice Bonnifet Communication.** Valérie Martin et Fanny Parise: « Initier un marketing et une communication de la sobriété » P.18
- Lénaïc Pineau Innovation.** La collaboration à impact, puissant levier de transition P.44
- Audrey Pulvar Agriculture.** Carine Thierry: « Oui, l'agriculture bio peut nourrir le monde! » P.22
- Corinne Mrejen Transition.** Ce qui ne se mesure pas n'existe pas P.46
- Emery Jacquillat Entrepreneuriat.** Olympe Chabert et Timothée Coisne: « Nous rendons le réemploi plus économique » P.28
- Albane Godard Économie.** Et si les comptables pouvaient changer le monde? P.50
- Gildas Bonnel Communication responsable.** La consommation, un éléphant dans la pièce P.32
- Isabelle Kocher de Leyritz Outils.** La transition écologique, une affaire de mesure P.52
- Chloé Nabédian Patrimoine.** Le géologue sauveur d'oasis P.34
- Pierrick de Ronne Écologie.** Des statuts pas toujours gages de vertu P.54
- La conférence de rédaction** P.56

© COUVERTURE ET CONFÉRENCE : RÉGIS GRMAN POUR STRATÉGIES

RETROUVEZ AVEC CE NUMÉRO NOTRE SUPPLÉMENT RSE, QUI COMPREND LE PALMARÈS COMPLET DU GRAND PRIX STRATÉGIES DE LA COMMUNICATION D'ENGAGEMENT

MARCHÉ

LE CLIMAT NE FAIT PAS ENCORE LA LOI

Outdoor. La publicité extérieure défend ses engagements RSE

Conseil. Comment les agences RSE cultivent leur spécificité

DÉCRYPTAGE

MURIEL REYSS : « LA DÉMARCHÉ DE PROGRESSION DE BURGER KING EST CONSTANTE »

Initiatives. Six offres commerciales green ou inclusives

Audiovisuel. Handicap à la télé : la France peut mieux faire

Mode. Don't call me Jennyfer épaulé les Apprentis d'Auteuil

E-Commerce. Zalando joue la carte de l'inclusion... et gagne

TENDANCES

COMMENT LES AGENCES INTÈGRENT LES NORMES DE LA RSE

Talents. Ils font déjà bouger les lignes

Finance. Les promesses du dividende sociétal et environnemental

MANAGEMENT

LA RSE, UNE FONCTION À GÉOMÉTRIE VARIABLE

PORTRAIT

MOUSSA CAMARA. Déterminé à aider

GRAND PRIX STRATÉGIES DE LA COMMUNICATION D'ENGAGEMENT

Équipement sportif. Rossignol donne le la sur la recyclabilité

Palmarès.



STRATÉGIES EST IMPRIMÉ CHEZ UN IMPRIMEUR LABELLISÉ PRINT ETHIC

STRATÉGIES 4 bis, rue de la Pyramide - 92100 Boulogne-Billancourt. Imprimé en France par l'Imprimerie de Compiègne (groupe Morault), avenue Berthelot, 60205 Compiègne. Origine du papier: Autriche. Certification: PEFC 75%. DÉPÔT LÉGAL: mars 2017. ISSN 0180-6424. N° de commission paritaire: 0321 T 79914.

STRATÉGIES est édité par la société S2C, SARL au capital de 10 000 €. Président et directeur de la publication: Franck Papazian, Directeur général: Kal Ladha, RC Nanterre 813649571.

L'éditeur décline toute responsabilité en cas de perte, de détérioration ou de non-retour des documents qui lui sont confiés. Il se réserve le droit de refuser toute demande d'insertion sans avoir à motiver son refus. La citation de marques, noms de firmes... est faite sans aucun but publicitaire et ne signifie en aucun cas que les procédés soient tombés dans le domaine public.

P.6

P.8

P.10

P.14

P.16

P.20

P.22

P.24

P.26

P.28

P.31

P.32

P.34

P.36

P.38



La RSE en quête d'un second souffle

Un pays sidéré. Il y a trois ans, le

Covid-19 déferlait sur la France, le pays s'arrêtait de tourner, les entreprises commençaient à fabriquer des masques et respirateurs artificiels en se mettant au service de la société... D'un coup la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) devenait une évidence. Qu'en reste-t-il aujourd'hui ? La RSE est-elle bien installée dans l'esprit des Français ? Visiblement non, selon l'Observatoire de l'innovation responsable lancé par Oracle France en partenariat avec Odoxa : seuls 45% des Français ont déjà entendu parler de la RSE. Et moins d'un salarié sur deux (41%) connaît les engagements de son entreprise en matière de RSE. Aujourd'hui, dans un contexte d'inflation forte, où les impératifs économiques se rappellent aux bons souvenirs des Français, il y a un vrai risque que la RSE passe au second plan des priorités. Dans notre secteur de la communication et des médias, la dynamique est forte, à la fois sous la pression législative et des nouvelles attentes des consommateurs. Ainsi les agences responsables sont en plein boom (lire notre enquête p.10). Et des secteurs entiers comme la restauration rapide, l'automobile ou l'affichage sont obligés de s'adapter en profondeur pour accompagner cette transformation. Dans ce supplément RSE de *Stratégies*, vous découvrirez de nombreuses initiatives et acteurs engagés en première ligne dans ce mouvement.

Gilles Wybo, directeur de la rédaction



8



20



26



34