



Audition Médiateur des Entreprises

Accélérer les Achats Responsables

Développement ambitieux du label Relations fournisseurs et achats responsables (RFAR)

11 janvier 2021

1, Allée Charles V - 94300 VINCENNES
Tél. : 01-53-66-99-70 - info@lerameau.fr
www.lerameau.fr

Points d'observation du RAMEAU : 2 regards complémentaires pour l'audition

INDÉPENDANT DE LA MÉDIATION

La mission ministérielle
« Accélérer les alliances »

EN LIEN AVEC LA MÉDIATION

Une recherche-action engagée
depuis 2018



Expérimentation d'un partenariat avec le Club Génération Responsable

Effet miroir sur 10 ans de cheminement de la Médiation en France

Démarche d'anticipation de **sortie de crise** pour les acteurs & actions d'intérêt général

2020 : un éclairage structurant sur l'accélération des alliances stratégiques entre associations, entreprises et collectivités en France

3 angles pour appréhender le positionnement de la Médiation des entreprises

L'instruction du déploiement du Label RFAR se situe dans un contexte particulièrement favorable au développement des achats responsables

TENTATIVE DE DÉFINITION D'UN CONCEPT MULTIFACETTE

L'économie, c'est « l'équilibre de la maison ». Il s'agit des moyens nécessaires pour conduire une action et pour la pérenniser. Le modèle socio-économique s'entend de l'ensemble des ressources disponibles et du choix de leur affectation afin de mettre en œuvre les activités d'une organisation. Il se caractérise par la structure des coûts et des ressources de tous les projets portés.

Les 3 leviers complémentaires d'un modèle socio-économique



Les relations avec les parties prenantes sont progressivement devenues un levier stratégique du modèle socio-économique des organisations

Nature des relations avec son écosystème (1/2) : L'évolution de tous les modèles relationnels

Exemples de travaux
du RAMEAU

GESTION DES CONFLITS

De la gestion des conflits à leur anticipation par des démarches de prévention

EXEMPLE : la création du service de Médiation des entreprises en 2010

2020 – Démarche d'anticipation de sortie de crise pour les acteurs/actions d'intérêt général avec la Médiation des entreprises

2010 & 2013 – Cadrage d'une étude sur la concurrence déloyale entre associations et entreprises

DIALOGUES

Du dialogue interne au sein des organisations (dialogue social) au dialogue civil entre les organisations

EXEMPLE : l'émergence de la co-construction territoriale depuis une décennie

2019 – Programme de (Re)Connaissance des spécificités des modèles socio-économiques d'intérêt général

2015 – Résultats d'un travail sur les spécificités de l'innovation sociétale

2008-2010 – Contribution à l'ouverture du dialogue entre le MEDEF & la CPCA

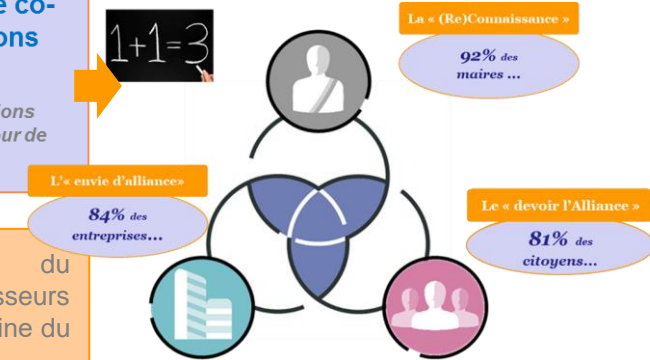
ALLIANCES

Du « contrat-échanges » vers le « contrat-alliance » de co-construction de solutions

EXEMPLE : la 3^{ème} ère des relations associations – entreprises autour de l'innovation sociétale

2010 – Lancement du programme « Investisseurs sociétaux » qui est à l'origine du Fonds i

2008 – Lancement du programme « co-construction territoriale » qui est à l'origine de la Fondation des Territoires



La bonne gestion des interactions avec son écosystème nécessite d'appréhender toutes les formes relationnelles... avec une attente de plus en plus forte de l'ensemble des parties prenantes, mais aussi une envie grandissante des entreprises elles-mêmes.

Nature des relations avec son écosystème (2/2) : La diversité des modèles de partenariats

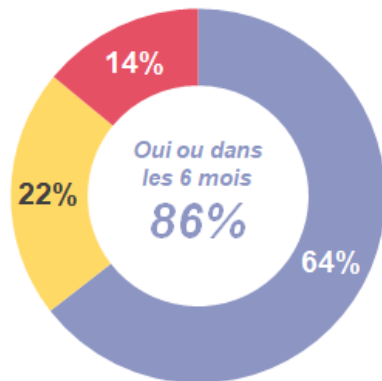
Quel(s) type(s) de partenariat pratiquez-vous ?

Base : Ensemble des entreprises (N = 107)



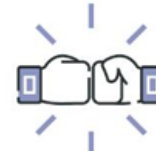
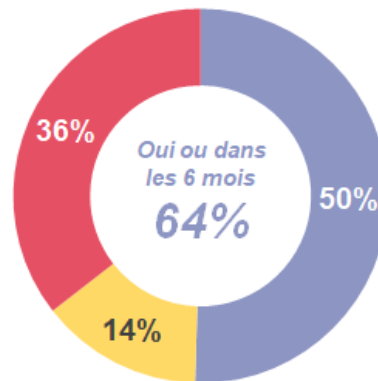
Pratiques responsables

(action partenariale afin d'améliorer votre performance sociale, environnementale et/ou sociétale / exemple : achat responsable)



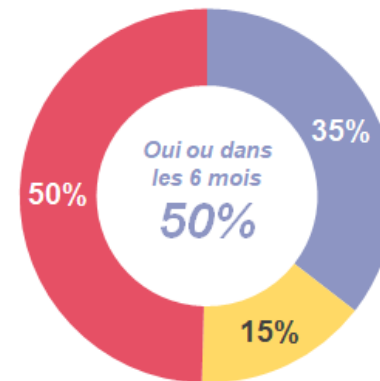
Mécénat

(soutien humain, matériel, et/ou financier à une(des) action(s) d'intérêt général)



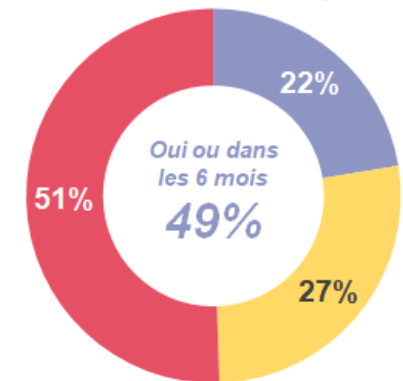
Coopération économique

(offre commune des avec de acteurs de profils différents / exemple : réponse conjointe à un marché public avec une structure d'insertion et/ou un ESAT...)



Innovation sociétale

(co-conception et/ou expérimentation partenariale innovante pour faire émerger une nouvelle réponse à un besoin sociétal non couvert / exemple : émergence de nouvelles solutions éducatives)



● Oui ● non mais je pense le faire dans les 6 mois ● non je n'en ai pas l'intention

Les achats responsables sont la « porte d'entrée » de la relation des PME avec leur écosystème, notamment territorial

(ex / L'Alliance Dynamique du Groupe La Poste depuis 2014)

Développement du label RFAR : Les enjeux du déploiement

Valoriser un positionnement de l'Etat différenciant

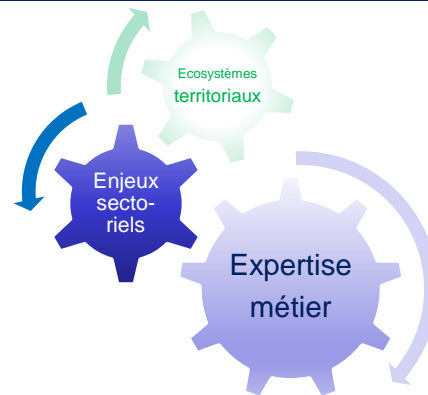
DIMENSION POLITIQUE



Un 3^{ème} rôle de l'Etat qu'incarne la Médiation depuis une décennie

Réussir à articuler 3 angles d'application

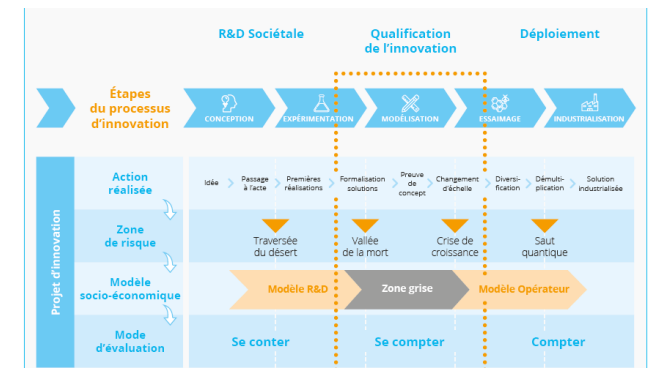
DIMENSION OPÉRATIONNELLE



La difficulté n'est pas la norme mais son application pratique dans le tissu économique (96% des entreprises ont moins de 20 salariés)

Investir dans les conditions de déploiement du label

DIMENSION STRATÉGIQUE



Accompagner le changement d'échelle passe par une stratégie partenariale forte

Le déploiement du label RFAR est un bon exemple de traduction concrète de l'ODD 17 en pratique !