

(I)M(L)UXE 23) FÉVRIER

Imprim'Lux & Vous



**Que penser d'une entreprise qui lutte contre le réchauffement climatique, mais ne respecte pas l'obligation d'emploi de personnes en situation de handicap ou qui n'a aucune femme à des postes clés? Les responsabilités sociales et sociétales, l'éthique dans les affaires ou le respect des droits de l'homme sont consubstantiels à la RSE. «L'énorme risque pour les entreprises est de parler trop fort, de faire croire que l'on sauve le monde alors que l'on fait partie du problème, pointe Gildas Bonnel, président de l'agence Sidièse. Il faut s'adresser à l'intelligence des gens, pas à leurs émotions.»*
(Stratégies / 10 avril 2021)

Naturellement RSE

Pour certains c'est un « marronnier » qui resurgit périodiquement à la Une des médias. Pour d'autres c'est une croisade qui doit primer sur tout le reste. Le fait est que le concept de RSE ne laisse personne indifférent. Entre obligations, règlements, labels, certifications, ou sectarisme et absolutisme, il existe une voie médiane, celle que nous prônons au sein d'Imprim'Lux : une démarche de bon sens qui innerve naturellement le fonctionnement de l'entreprise, conjuguant réalité économique, défis environnementaux et enjeux sociétaux. Si la majorité d'entre vous l'a bien compris et intégré, certains ont pris de l'avance et font rimer avec bonheur ADN et RSE, faisant de leur vision un atout éthique, social, et commercial. Car oui, on peut remporter des marchés en mettant en avant la place de la RSE dans sa raison d'être. « La pire des fausses bonnes idées en la matière serait de

cantonner la RSE à sa dimension environnementale » pouvait-on lire récemment dans un titre de la presse professionnelle*. Les responsabilités sociales et sociétales, l'éthique dans les affaires, ou le respect des droits de chacun sont parties intégrantes de la démarche. Nous en débattons le 28 mars lors du colloque auquel nous vous proposons de participer sur le thème « *RSE, mieux qu'une course aux normes et labels, une vraie raison d'être* ». Plusieurs membres de l'association viendront témoigner de la façon dont ils intègrent « naturellement » la RSE dans leur business quotidien, les satisfactions qu'ils en retirent dans leur fonctionnement interne, leur qualité d'image et leur désirabilité commerciale. Je me réjouis à l'avance de vous retrouver à l'Hôtel de l'Industrie (place St Germain des prés), le 28 mars à partir de 17h.
Pierre Ballet, Président

COLLOQUE

RSE, rendez-vous le mardi 28 mars

« RSE, mieux qu'une course aux normes et labels, une vraie raison d'être » tel est donc le thème de notre colloque organisé à l'Hôtel de l'Industrie (place St Germain des Prés à Paris), le 28 mars à partir de 17h.

Nous entendrons des témoignages de membres Imprim'Luxe sur les actions qu'ils mènent : impacts sociaux auprès des salariés et sur les organismes de notation, retours clients, rapports RSE, labels référents, etc. La réunion sera interactive avec échanges entre labellisés et partenaires. Un cocktail à la fois professionnel et amical clôturera l'après-midi.

Notre objectif, comme rappelé dans l'édito de cette newsletter, sera d'orienter les propos sur la dimension sociale, sur la place réelle de la RSE dans le « why » de l'entreprise, et de communiquer sur le côté doublement vertueux de la démarche, via deux atouts : social (interne) et commercial (externe).

Merci de vous inscrire en joignant Pierre Ballet (p.ballet@imprim-luxe.fr) ou Alain Caradeuc (alain.caradeuc@gmail.com)

Quelques pistes de réflexion afin de préparer nos échanges :

Comment réaliser une plateforme d'engagement RSE, mixant vision et bonnes pratiques ? Comment concilier RSE et stratégie d'innovation ? Comment trouver un positionnement RSE fort et faire de cet engagement une aventure collective mobilisant les collaborateurs, les parties prenantes et les clients ? Comment nommer et structurer une feuille de route RSE afin de la rendre communicante et différenciante ? Enfin, comment formaliser le discours RSE pour le rendre soluble dans le discours de marque et cohérent dans l'ensemble des canaux de communication ?

SALONS

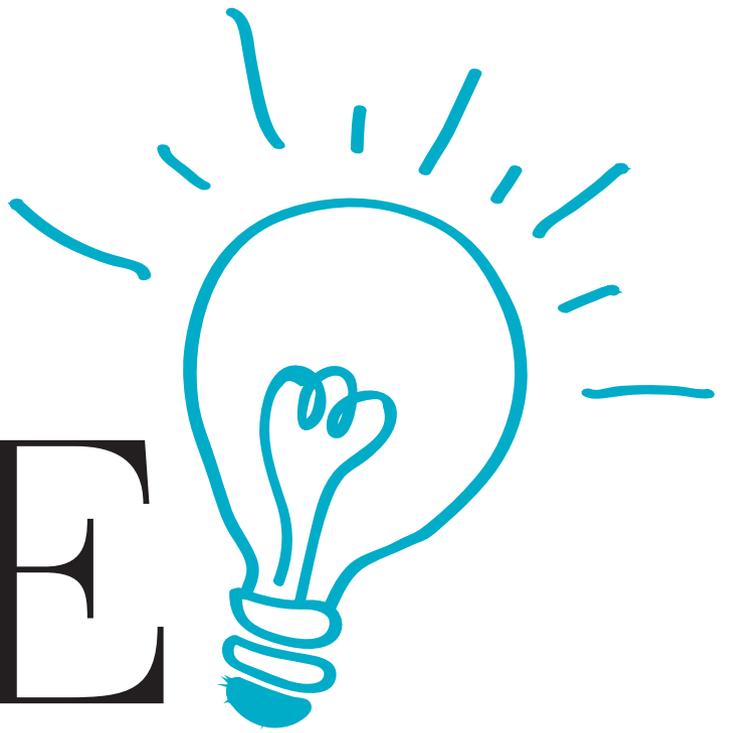
Imprim'Luxe était présent



En janvier, Imprim'Luxe était présent au **Salon Paris Packaging Week**, au cœur de l'innovation des packs parfums et cosmétiques. Alain Caradeuc y a animé une conférence sur le futur des métiers du luxe ([visible sur le site imprim-luxe.fr / rubrique Actus](http://www.imprim-luxe.fr))

Imprim'Luxe était également présent au **Salon C'Print**, via le stand Konica Minolta qui a réservé un accueil privilégié aux membres de notre association.





IDÉE

Et si nous faisons d'Imprim'Luxe une association à mission ?

Vous connaissez sans doute le concept d'entreprise à mission qui se développe entre autres aux Etats Unis sous le vocable de B Corp ; introduit par la loi PACTE*, il permet aux entreprises qui le souhaitent de se doter d'une raison d'être intégrant la prise en compte des impacts sociaux, sociétaux et environnementaux de leurs activités. La finalité est de concilier la recherche de la performance économique avec la contribution à l'intérêt général. L'idée n'étant pas « d'être les meilleurs du monde, mais les meilleurs pour le monde ». Dans la veine de cette démarche, Imprim'Luxe réfléchit à l'opportunité de devenir une « association à mission », croyant dans la force de l'entraide, de l'interdépendance, du respect de l'humain, de la planète, via une communauté d'acteurs engagés. Une autre façon d'imprimer notre marque et d'être la première association à porter cette ambition.

*Plan d'Action pour la croissance et la Transformation des Entreprises du 22 mai 2019

CONTRIBUTION

Le travail ne peut pas être une « raison d'être »

Docteur en philosophie et essayiste, Julia de Funès porte des regards très justes sur le monde de l'entreprise et ses pratiques. Dans un essai paru il y a peu elle s'intéresse au sens à donner au travail... et à l'entreprise ; un texte qui vient en résonnance avec notre feuille de route 2023.

« Une entreprise ne se justifie plus sur son seul nom, son identité de marque ou sa performance économique et financière. Tout cela est nécessaire mais ne suffit plus. Il faut qu'elle concède n'être qu'au service d'une plus grande cause. Les entreprises qui attirent ont une mission, qu'elle soit sociale, sociétale, environnementale,... C'est cela qui fait vibrer les talents. Les personnels ont, aujourd'hui, besoin de savoir à quoi ils servent. Ils ont tout autant besoin d'être reconnus. Trop longtemps, tout a été quantifié, géré par des objectifs chiffrés. Au mépris de l'humanité ou de la vulnérabilité de chacun. Il faut passer du stade de la chosification à celui de subjectivité. Reconnaître, donner de l'autonomie, permettre la prise de risque et l'échec, faire grandir. Tout cela donne du sens. La pandémie a amplifié ce besoin. Comme elle a permis d'identifier les sujets vraiment essentiels.

Oui, le paradigme a changé : avant, on entrait dans une entreprise pour y faire carrière et on avait quasiment réussi sa vie. Les jeunes ne veulent plus de cela. Le travail est un outil au service de leur vie. Manger pour manger n'a pas de sens, c'est faire d'un moyen une fin. Il faut toujours une extériorité à ce que nous faisons pour trouver du sens. Pareil pour le travail qui lui aussi doit avoir du sens et être un moyen au service d'autre chose que lui-même. Si le travail reste un accomplissement essentiel, il ne peut se muer en raison d'être. À chacun de trouver « sa » mission »!

VISIO

Mieux connaître le label EPV

Quinze labellisés Imprim'Luxe étaient connectés vendredi matin 3 février à la visioconférence organisée sur le thème des EPV.

Animé par **Marine Bonnefis**, responsable du label **Entreprise du Patrimoine Vivant**, l'entretien a permis de rappeler le positionnement d'excellence du label et son intérêt stratégique pour les entreprises « élues ».



Marine Bonnefis a également expliqué la procédure de cooptation et les principaux critères du cahier des charges, consultable sur le site de référence : www.institut-metiersdart.org.

Vous êtes intéressé ?

Faites votre demande après avoir pris connaissance de la marche à suivre.

Et contactez Pierre Ballet ou Alain Caradeuc pour les informer de votre candidature. Imprim'Luxe peut vous accompagner, de l'aide au montage du dossier à l'appui de ses réseaux. Vous pourrez aussi vous rapprocher des 10 membres Imprim'Luxe déjà labellisés EPV.

Pour voir ou revoir la visioconférence, [cliquez ICI](#)

À ce jour 80 personnes ont vu la vidéo.