

FORMATION RAISON D'ÊTRE

Cette formation a pour but d'acculturer aux fondements et aux enjeux de la Raison d'Être (Société à mission) sur la base d'exemples concrets afin de permettre aux acteurs de la communication de s'intégrer activement à cette démarche de co-construction (gouvernance, salariés et parties-prenantes).

Elle insistera particulièrement sur l'accompagnement en communication interne du processus à chacune de ses phases (information, consultation et déploiement) et sur le lien entre Raison d'Être, communication *corporate* et plateforme de marque.

Un cas d'entreprise, utilisé en fil rouge permettra à chaque participant de s'approprier les contenus partagés

Durée de la formation : 7 heures

Réparties en 2 modules en ligne de 3,5 heures les **20 et 21 janvier 2021 de 9h à 12h30 sur la plateforme Adobe Connect**

Objectifs :

- S'acculturer aux fondements la Raison d'Être (RE) et percevoir ce qu'elle apporte de nouveau
- Présenter les différentes facettes du concept et son impact/rôle dans l'entreprise, en illustrant par une série d'exemples concrets (adaptables selon les souhaits de l'audience)
- Partager des partis-pris méthodologiques sur la conduite de la démarche de Raison d'Être (co-construction, révélation et déploiement)
- Contextualiser la démarche dans le cadre de la communication interne et permettre de se projeter dans la coordination d'un futur projet Raison d'Être (enjeux d'information et de sensibilisation des collaborateurs à la démarche, d'incitation à participer à la co-construction, d'accompagnement de la phase de déploiement et du suivi de ses résultats)

A qui s'adresse cette formation :

- Directeur.trice de la communication souhaitant promouvoir la démarche RE au sein de leur entreprise
- Chargé(e)s de communication souhaitant s'impliquer dans l'initiation ou l'accompagnement d'une démarche de Raison d'Être
- Tout communicant s'interrogeant sur les liens entre Raison d'Être, RSE et Communication

Acquis :

- Compréhension des notions de Raison d'Être, de Société à Mission et de leur origine
- Identification des enjeux de la démarche Raison d'Être : Pourquoi le faire ? A quel moment le faire ?
- Compréhension sur la façon dont la Communication Interne peut et doit accompagner cette démarche.

Programme :

4 parties appuyées en fil rouge par un cas pratique

1. Définition de la Raison d'Être : idem programme initial
2. Le concept de Raison d'Être : un outil de gouvernance et de management (nombreux exemples, y compris les plus récents à l'appui)
3. Les éléments à prendre en compte et les résultats à escompter : pourquoi se lancer dans une démarche de Raison d'Être et quelle approche adopter ?
4. Raison d'Être et communication : alliées ou ennemies ? (Le rôle central de la communication interne dans la réussite de l'exercice et ceci à tous les stades)

MODULE 1 – Mercredi 20 janvier 2021 de 9h à 12h30

- Tour de table (présentation via l'exercice du photo langage) et introduction de la thématique et de l'ordre du jour
- Repères sur la Raison d'être/société à mission
 - genèse de ce concept appliqué à l'entreprise, courants de pensées sous-jacents, particularité du contexte français/loi Pacte et les futurs développements dans le cadre européen
 - définition opérationnelle :
 - ce qu'est la Raison d'Être (le point de rencontre entre le projet d'entreprise et les attentes sociétales, entre les motivations internes et externes, le passé et l'avenir)
 - ce qu'elle n'est pas (l'objet social, la marque employeur, la vocation, l'identité...)
- Présentation du livrable de Raison d'être : éclairages (introduction aux ODDs, dimension stratégique et long terme, lien entre Raison d'Être, RSE, plan stratégique et plateforme de marque exemples illustratifs de bons et moins bons exemples (risques de greenwashing, critères d'une "bonne" RE.

Pause

- **Atelier 1** : acculturation aux notions de contribution et de parties prenantes
- La démarche de Raison d'Être : pourquoi se lancer ? quels bénéfices escompter ? quelle approche adopter ?
 - Analyse prospective et inspiration
 - Recensement de l'existant
 - Approche top-down et bottom-up
 - Formulation du cahier de RE : phrase, manifeste, engagements, indicateurs
 - Déploiement : intégration à la stratégie business, au système de gestion RH
 - Cas particulier de la société à mission : inscription dans les statuts et comité de mission

MODULE 2 – Jeudi 21 janvier 2021 de 9h à 12h30

- Synthèse des acquis du module 1
- **Atelier 2** : la formulation des ingrédients clés de la RE
- Les enjeux de communication interne (information, incitation, accompagnement de la phase de déploiement et du suivi de ses résultats, ...)

Pause

- **Atelier 3** : le déploiement de la RE (anticipation, préparation, révélation)
- Séance Questions/réponses et conclusions

Animatrice :

Cette formation sera animée par **Sylvie Calais Bossis**, Consultante Sénior chez Des Enjeux et des Hommes

Sylvie est diplômée HEC, après une carrière dans la communication à l'international elle a fait évoluer son parcours vers les enjeux Responsabilité Sociétale des Marques et l'accompagnement de missions Raison d'Être. Elle a rejoint des Enjeux & des Hommes en 2019 et, après avoir accompagné une dizaine d'entreprises dans la formulation de leur Raison d'Être, elle pilote aujourd'hui cette practice au sein du cabinet. Elle est co-auteur, avec Agnès Rambaud et Martin Richer de Management & RSE, de la publication parue en avril 2020 sur la Raison d'être (<https://www.desenjeuxetdeshommes.com/guides/la-raison-detre-de-lentreprise-tirons-les-lecons-de-l'experience>) et participe au groupe de réflexion Afnor sur l'Évaluation de la Société à Mission (l'évaluation comme gage de crédibilité de la mission et d'impulsion de la transition de l'entreprise).