

**Repères pour la création
d'une dynamique d'acteurs
autour d'une démarche DD**

Quels sont les risques si l'on ne crée pas de dynamique d'acteurs autour de notre projet DD ?

- Augmenter le fossé entre les parties prenantes et les porteurs de projet
- D cr dibiliser les porteurs de projet
- Se priver de bonnes idées, d'initiatives, d'opportunités
—> Appauvrir le projet
-  chouer/ prendre du retard
- Susciter des conflits, des oppositions, le rejet de la démarche
- Perdre des fournisseurs/ des partenaires/ des clients
- S'essouffler, perdre en motivation

Quelles actions peut-on mettre en place pour sensibiliser les parties prenantes ?

Publics internes (collaborateurs, encadrement, actionnaires...)	Publics externes (clients, fournisseurs, associations, élus...)
<ul style="list-style-type: none"> • Diagnostic et partage des résultats lors d'un RDV communication • Vidéo —> montrer, rendre concret... • Pièce de théâtre • Valorisation des actions d�j mises en œuvre au sein de l'entreprise (on ne part pas de rien) • Témoignages de collaborateurs dores et d�j actifs • Témoignages d'entreprises mettant en œuvre un projet DD • Mise en place d'indicateurs partagés (chiffres, comparaison, bénéfices concrets...) • Acte symbolique fort de la DG lors du lancement de la démarche 	<ul style="list-style-type: none"> • Information de l'orientation DD prise en attirant l'attention sur la nécessité de coopération, les retombées positives... (fournisseurs) • Témoignages d'entreprises engagées dans le DD (fournisseurs) • Questionnaire/Etat des lieux lors d'entretiens commerciaux (fournisseurs) • Définition collective des objectifs à atteindre (prise en compte des contraintes des fournisseurs)

Quelles actions peut-on mettre en place pour mobiliser les parties prenantes ?

Publics internes (collaborateurs, encadrement, actionnaires...)	Publics externes (clients, fournisseurs, associations, élus...)
<ul style="list-style-type: none"> • Diffusion régulière des résultats, des progrès (ex: affichage) • Concours/challenge —> valorisation des bonnes pratiques • Temps pour la remontée d'informations, d'initiatives lors des réunions. • Séances de partage d'expérience • Moments conviviaux lors des victoires pour le développement durable de l'entreprise • Financement d'actions significatives pour le bien-être au travail avec les bénéfices obtenus (ex : crèche, services...) ou subvention de projets associatifs portés par des salariés • Engagement sur un objectif DD par les collaborateurs de chaque service • Parrainage par une personnalité fédératrice qui incarnera les valeurs du DD et sera un modèle. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diffusion régulière des résultats, des progrès • Trophées pour valoriser les prises d'initiatives, les bons résultats • Charte d'engagements mutuels réalisée avec les fournisseurs • �v�nement/rassemblement à l'occasion de la venue du parrain

**Points d'attention évoqués
pour la mise en œuvre des actions**

- Ne pas négliger le rôle stratégique des managers qui doivent montrer l'exemple et faciliter la remontée d'informations et la prise d'initiatives.
- Toujours associer la présentation de l'action aux bénéfices DD obtenus
- Montrer les Hommes derrière les faits
- Associer les parties prenantes aux décisions