



Les enjeux d'une stratégie RSE locale pour les entreprises

UTOPIES[®]

X

Lakaa

Introduction

À l'heure des tensions géopolitiques, des perturbations des chaînes d'approvisionnement et de l'urgence climatique, les entreprises sont appelées à repenser leur manière de créer de la valeur. Les stratégies RSE locales ou de RTE (Responsabilité Territoriale des Entreprises) émergent comme une réponse à la fois pragmatique et visionnaire. La RSE, sous le prisme du local, n'est plus simplement un vecteur d'amélioration des performances environnementales ou sociales ; elle devient **un levier de transformation systémique** à l'échelle des territoires.

Adopter une stratégie RSE locale signifie s'ancrer dans les dynamiques propres à un territoire, en valorisant ses ressources, en collaborant avec ses acteurs et en contribuant à sa résilience. Cette approche ne se contente pas de répondre à des attentes réglementaires ou des pressions externes : elle transforme les modèles économiques en intégrant les enjeux globaux à une échelle compréhensible et activable. Ce livre blanc est issu de deux webinaires organisés par Lakaa, autour de ces sujets, fin 2024 :

- **Pourquoi le local devient un pilier de la RSE ?**

Avec Elisabeth Laville fondatrice d'UTOPIES, le premier cabinet de conseil en développement durable en France.

- **Comment le local peut aider à réinventer le business model des entreprises ?**

Avec Annabelle Richard, experte en ancrage local. Annabelle est directrice chez UTOPIES et autrice de L'entreprise hyperlocale,

Ce livre blanc explore pourquoi et comment les entreprises, en particulier celles à organisation multisites, peuvent et doivent adopter des stratégies RSE locales, tout en mettant en lumière les bénéfices mesurables et quelques exemples inspirants.

Pourquoi les entreprises doivent adopter une stratégie RSE locale ?

1. Une réponse aux enjeux environnementaux.

Le premier pilier de la stratégie RSE locale est son impact sur la durabilité environnementale. L'économie globalisée, bien que génératrice de richesse, a exacerbé les émissions de gaz à effet de serre et l'épuisement des ressources naturelles. Une stratégie locale permet de :

- **Réduire les émissions liées aux transports :** En produisant et en consommant localement, les entreprises limitent les émissions associées à l'importation de biens et services. Par exemple, les initiatives de relocalisation de la production alimentaire ou industrielle démontrent que réduire la dépendance aux importations peut significativement baisser l'empreinte carbone territoriale.
- **Préserver la biodiversité locale :** L'ancrage dans un territoire pousse les entreprises à intégrer des pratiques respectueuses de son écosystème. L'exemple de Feronia Forests au Canada illustre comment valoriser des ressources naturelles tout en contribuant à leur préservation, en adoptant des modèles circulaires et bio-inspirés.

2. Un vecteur de lien social

La proximité géographique avec les communautés locales crée des opportunités uniques de tisser des liens solides et mutuellement bénéfiques. Une stratégie locale favorise :

- **L'intégration des parties prenantes locales :** Les entreprises qui collaborent avec des fournisseurs ou des partenaires locaux participent activement au développement du tissu économique. Miyoko's, en Californie, a démontré qu'un soutien direct aux agriculteurs locaux peut transformer durablement un secteur tout en renforçant l'ancrage territorial.
- **La création d'emplois locaux :** En relocalisant la production ou en investissant dans des projets communautaires, les entreprises contribuent directement à la revitalisation des territoires. L'exemple de Venetis en Bretagne, avec sa mutualisation des compétences au service des PME/TPE, a permis d'offrir des emplois stables dans une région à forte précarité.
- **Le renforcement des liens culturels et identitaires :** Une entreprise qui valorise le patrimoine local – qu'il soit artisanal, naturel ou humain – devient un acteur essentiel de son territoire. Le label Produits en Bretagne, par exemple, est devenu un symbole d'appartenance et de fierté régionale.

3. Un moteur de performance économique

Investir dans une stratégie locale est également une démarche rentable pour les entreprises :

- **Effet multiplicateur local** : Comme l'a souligné Elisabeth Laville, chaque euro investi dans l'économie locale peut générer 5 à 8 euros de valeur supplémentaire grâce à l'effet de rebond entre les acteurs économiques. Cela stimule non seulement la prospérité du territoire mais aussi la rentabilité des entreprises ancrées localement.
- **Réduction des coûts logistiques** : En mutualisant les ressources et en développant des solutions comme les BOX MTB (recyclage localisé) les entreprises optimisent leurs processus tout en réduisant les coûts associés au transport et à la centralisation.
- **Fidélisation des consommateurs** : La préférence croissante des consommateurs pour des produits locaux ou écoresponsables renforce l'attractivité des marques qui intègrent ces dimensions. Des initiatives comme celles de Mud Jeans montrent que répondre aux attentes des consommateurs peut également générer des revenus stables grâce à des modèles innovants comme le leasing.
- Renforcer la résilience face aux crises : Pendant la pandémie de COVID-19, les chaînes d'approvisionnement mondiales se sont révélées fragiles, mettant en évidence l'importance de la souveraineté locale. En adoptant des pratiques circulaires ou en utilisant des coproduites locaux, les entreprises deviennent plus autonomes face à des perturbations globales.

Les axes stratégiques d'une RSE locale

1. Le local comme marché

Définition

Adopter le local comme marché consiste à adapter les offres d'une entreprise aux spécificités culturelles, sociales et économiques d'un territoire donné. Cela implique d'identifier les besoins des communautés locales, de personnaliser les produits ou services en conséquence, et de favoriser une distribution de proximité.

Opportunités

- Répondre à la préférence croissante des consommateurs pour des produits locaux, qui reflètent leurs valeurs et leur identité.
- Réduire les coûts de transport et d'importation, limitant ainsi l'impact environnemental.

Créer une offre diversifiée en collaboration avec des partenaires locaux.

Exemples

- **Zingerman's (États-Unis)** : Zingerman's, initialement un délicatessen à Ann Arbor, Michigan, a refusé les opportunités d'expansion classique via des franchises. Au lieu de cela, l'entreprise a construit **un écosystème intégré de 18 activités locales**, comprenant une boulangerie, une crèmerie, une torréfaction, un restaurant et même des services de formation culinaire. Chaque entité est autonome, mais toutes collaborent pour répondre aux besoins locaux. **Cette stratégie a généré 700 emplois et a consolidé la réputation de Zingerman's comme acteur emblématique de la communauté.**

- **MTB Group (France)** : Le MTB Group a développé les **BOX MTB**, des containers mobiles équipés pour le recyclage local de câbles, métaux, plastiques et bois. Ces unités permettent de répondre aux besoins des industriels dans des zones éloignées, tout en réduisant l'empreinte carbone liée au transport. Ce modèle décentralisé garantit une proximité avec les clients, facilite l'accès au recyclage et limite les coûts logistiques.

Approches possibles

1. Identifier des projets communautaires ou environnementaux alignés sur leur mission.
2. Soutenir des initiatives culturelles locales pour renforcer leur ancrage territorial.
3. Créer des produits ou services spécifiquement conçus pour un territoire.

2. Le local comme nouvelle relation client

Définition

Adopter le local comme marché consiste à adapter les offres d'une entreprise aux spécificités culturelles, sociales et économiques d'un territoire donné. Cela implique d'identifier les besoins des communautés locales, de personnaliser les produits ou services en conséquence, et de favoriser une distribution de proximité.

Opportunités

- Renforce la fidélisation en s'engageant activement auprès des communautés locales.
- Proposer des modèles innovants tels que la location, le leasing ou la consigne pour encourager une consommation circulaire.
- Mettre en place des plateformes locales facilitant les interactions entre les entreprises et les consommateurs.

Exemple

Mud Jeans (Pays-Bas) : Mud Jeans propose un modèle innovant de leasing de jeans : les clients louent un jean pour un abonnement mensuel et peuvent l'échanger ou le retourner pour recyclage. En recyclant les jeans usagés pour produire de nouveaux modèles et en localisant la production en Europe, l'entreprise a réduit sa consommation d'eau de **94 %** et ses émissions de CO2 de **75 %** par rapport à un jean classique. Ce modèle circulaire a également renforcé la fidélité des consommateurs, séduits par une démarche responsable et durable..

Approches possibles

1. Activer des réseaux de micro-entrepreneurs locaux, pour accéder à des marchés inexplorés.
2. Créer des **plateformes d'échange local**, comme des services de consigne ou de leasing.
3. Proposer des services "one-stop shop" où les clients trouvent tout ce dont ils ont besoin à un seul endroit.
4. Transformer des points de vente en **espaces multifonctionnels** qui combinent commerce, services, lieux de rencontre, centres éducatifs et événements communautaires.

3. Le local comme mission

Définition

Pour certaines entreprises, le local n'est pas qu'un aspect fonctionnel : il devient une mission. Ces entreprises s'engagent à répondre aux besoins spécifiques d'un territoire, à valoriser son patrimoine culturel ou naturel, ou à résoudre ses problèmes locaux.

Opportunités

- Créer un modèle économique avec un impact direct sur la qualité de vie locale.
- Valoriser des savoir-faire et ressources uniques pour se différencier.
- Contribuer à des projets de conservation ou de revitalisation.

Exemples

- **Feronia Forests (Canada)** : Feronia Forests a développé des produits uniques comme **Vertical Water**, une eau de source issue d'érables, et **Mission Maple**, un sirop d'érable certifié provenant de forêts gérées durablement. L'entreprise a également lancé le parc d'accrobranche **Ramble Wild**, qui allie éducation et loisirs pour renforcer les liens entre la communauté et la nature. Cette approche a permis de valoriser économiquement les forêts tout en évitant l'exploitation intensive.
- **Entreprises pollinisatrices** : Certaines entreprises, comme Patagonia, soutiennent activement des initiatives entrepreneuriales locales qui complètent leur propre activité, favorisant ainsi un développement intégré.

Approches possibles

1. Identifier des projets communautaires ou environnementaux alignés sur leur mission.
2. Soutenir des initiatives culturelles locales pour renforcer leur ancrage territorial.
3. Créer des produits ou services spécifiquement conçus pour un territoire.

4. Le local comme espace de mutualisation

Définition

La mutualisation consiste à partager des ressources – logistiques, humaines, industrielles – avec d'autres entreprises ou organisations locales pour optimiser les coûts et stimuler l'innovation.

Opportunités

- Réduire les coûts opérationnels en partageant des infrastructures ou des compétences.
- Renforcer les synergies entre acteurs locaux, générant des innovations collaboratives.
- Créer des emplois locaux stables et diversifiés.

Exemples

- **Venetis (France)** : Ce groupement d'employeurs breton permet à des entreprises locales de partager des salariés selon leurs besoins. Par exemple, une entreprise ayant besoin d'un informaticien deux jours par semaine peut mutualiser ce poste avec une autre entreprise. Venetis a ainsi créé des emplois stables et attractifs dans une région souvent touchée par la précarité saisonnière. Aujourd'hui, Venetis regroupe 345 entreprises membres
- **Sharemat (France)** : Cette plateforme facilite le partage d'équipements lourds entre entreprises locales, réduisant ainsi les coûts d'acquisition et d'entretien tout en optimisant l'utilisation des ressources.

Approches possibles

1. Créer des groupements d'achats pour obtenir de meilleures conditions sur les fournitures locales.
2. Co-innover avec des entreprises voisines pour développer des solutions adaptées aux besoins territoriaux.
3. Mutualiser la logistique pour optimiser les livraisons et réduire les émissions de CO2.

5. Le local comme gisement de ressources

Définition

Ce concept consiste à exploiter les ressources disponibles sur un territoire tout en respectant leurs limites, en valorisant les coproduits, les déchets, ou encore les savoir-faire traditionnels.

Opportunités

- Participer à l'économie circulaire en valorisant des sous-produits.
- Réduire la dépendance aux ressources extérieures en intégrant les chaînes locales d'approvisionnement.
- Préserver les écosystèmes locaux tout en les mobilisant de manière durable.

Exemples

- **Austrocell (Autriche)** : En transformant les déchets issus de la production de papier (écorces, boues) en bioénergie, Austrocell alimente une centrale locale en chaleur et produit du biocarburant. Cette initiative illustre comment les sous-produits industriels peuvent être valorisés localement pour limiter les déchets et générer de la valeur

Approches possibles

1. Investir dans des systèmes bio-inspirés qui reproduisent des écosystèmes naturels.
2. Collaborer avec des agriculteurs ou producteurs locaux pour diversifier leur offre.
3. Redonner une seconde vie aux déchets générés localement, en développant des solutions innovantes.

6. Le local comme vivier de partenaires

Définition

Envisager le local comme un vivier de partenaires signifie tisser des réseaux d'interdépendance choisis avec les acteurs du territoire, pour créer une économie plus robuste et solidaire.

Opportunités

- Encourager la transition écologique des PME locales en leur offrant un soutien technique ou financier.

- Créer des chaînes de valeur locales collaboratives.
- Renforcer la cohésion sociale et économique à l'échelle régionale.

Exemples

- **Miyoko's (États-Unis)** : Ce fabricant de produits laitiers végétaux a lancé un programme pour aider les éleveurs laitiers locaux à se reconverter vers l'agriculture végétale. Grâce à une assistance financière et technique, Miyoko's accompagne ces producteurs dans leur transition tout en sécurisant ses chaînes d'approvisionnement.
- **Filières coopératives** : Des initiatives comme les coopératives agricoles permettent aux petits producteurs de rester compétitifs face aux grandes industries.

Approches possibles

1. Développer des partenariats avec des producteurs ou artisans locaux.
2. Lancer des programmes de soutien à la transition écologique pour leurs partenaires.
3. Collaborer avec des institutions locales pour identifier des opportunités stratégiques.

Comment intégrer le local dans un modèle économique d'entreprise ?

Passer d'une vision globale à une stratégie intégrant le local demande une planification structurée et un engagement cohérent. Les entreprises doivent repenser leur fonctionnement à plusieurs niveaux : exploration des ressources du territoire, collaboration avec les parties prenantes, et alignement des pratiques sur les besoins locaux. Voici les étapes clés pour intégrer le local dans un modèle économique.

1. Diagnostiquer les vulnérabilités et opportunités locales

Pourquoi ?

Les entreprises doivent comprendre les dépendances qui les rendent vulnérables (par exemple, une dépendance à des chaînes d'approvisionnement mondialisées) tout en identifiant les atouts inexploités de leur territoire.

Comment ?

- Réaliser une **analyse territoriale** : quelles sont les ressources naturelles, humaines et industrielles disponibles ? Quelles sont les lacunes et les besoins locaux ?
- Identifier les **dépendances critiques** : Quels biens ou services sont importés et pourraient être produits localement ?
- Analyser les attentes des parties prenantes locales, y compris les partenaires potentiels.

Exemples

- **MTB Group (France)** : L'analyse des inefficacités logistiques du recyclage des câbles a conduit à la création des BOX MTB. Ces unités mobiles permettent de traiter les matériaux directement sur site, évitant le transport long et coûteux.

2. Explorer les ressources du territoire

Pourquoi ?

Une stratégie locale réussie repose sur la compréhension et la mobilisation des ressources spécifiques au territoire.

Comment ?

- **Cartographier les acteurs locaux** : Identifier les fournisseurs, partenaires potentiels, institutions de recherche et initiatives communautaires existants.
- Évaluer les **compétences locales** disponibles et explorer les possibilités de formation ou d'embauche pour renforcer la main-d'œuvre régionale.
- Intégrer des **ressources sous-exploitées** dans l'activité (par exemple, valoriser les déchets ou coproduits).

Exemples

- **Austrocell (Autriche)** : En identifiant les résidus de production comme une ressource potentielle, Austrocell a transformé ses déchets en bioénergie et en biocarburants, renforçant l'autonomie énergétique de son territoire.

3. Réinventer son rôle : d'entreprise à acteur territorial

Pourquoi ?

Les entreprises doivent aller au-delà de la simple implantation géographique pour devenir des moteurs du développement territorial.

Comment ?

- **Définir une mission locale** : Comment l'entreprise peut-elle répondre aux besoins ou aspirations spécifiques du territoire ?
- Investir dans des **projets collaboratifs** qui génèrent un impact positif pour la communauté (par exemple, en soutenant des initiatives éducatives, culturelles ou environnementales).
- Créer des **produits ou services adaptés** à la culture ou aux ressources locales.

Exemples

- **Forests (Canada)** : En mettant en avant les atouts écologiques des forêts locales, l'entreprise a développé des produits emblématiques comme Vertical Water et des parcs d'accrobranche éducatifs, contribuant à la fois à la préservation et au développement économique.

4. Organiser une gouvernance locale

Pourquoi ?

Une gouvernance adaptée permet de coordonner les actions locales, d'impliquer les parties prenantes, et d'assurer le suivi des impacts sociaux, économiques et environnementaux.

Comment ?

- Créer un **conseil consultatif local** composé de représentants de la communauté, de l'entreprise et des institutions publiques.
- Développer des **indicateurs de performance locale** pour mesurer l'impact des initiatives (par exemple : réduction des émissions, emplois créés, partenariats noués).
- S'assurer d'une **communication transparente** sur les objectifs et résultats des actions locales.

Exemples

- **Venetis (France)** : La mutualisation des emplois à travers un groupement d'employeurs permet de maintenir un équilibre entre les besoins des entreprises et ceux des travailleurs, en veillant à une gouvernance partagée et équitable.

5. Construire des partenariats locaux

Pourquoi ?

Collaborer avec des acteurs locaux renforce la résilience des entreprises tout en dynamisant l'économie régionale.

Comment ?

- Lancer des programmes de soutien pour aider les fournisseurs locaux à adopter des pratiques plus durables ou innovantes.
- Investir dans des **coopératives territoriales** pour mutualiser les efforts et les ressources.
- Développer des chaînes d'approvisionnement locales pour limiter les dépendances extérieures.

Exemples

- **Miyoko's (États-Unis)** : En aidant les éleveurs à se convertir à l'agriculture végétale, l'entreprise a construit une chaîne d'approvisionnement durable tout en soutenant la transition écologique de ses partenaires locaux.

6. Communiquer pour inspirer et fédérer

Pourquoi ?

Les entreprises doivent valoriser leurs initiatives locales pour inspirer d'autres acteurs et créer des effets d'entraînement.

Comment ?

- Mettre en avant des **récits authentiques** sur l'impact local de l'entreprise, en insistant sur les résultats concrets.
- Créer des campagnes marketing centrées sur l'identité locale et les valeurs partagées avec les consommateurs.
- Participer à des **événements communautaires** pour renforcer les liens avec les habitants et les parties prenantes.

Exemples

- **Produits en Bretagne (France)** : Ce label valorise non seulement les produits fabriqués dans la région, mais aussi les histoires des producteurs locaux, renforçant ainsi l'attachement des consommateurs à la marque.

Les défis et solutions pour une stratégie RSE locale réussie

1. Dépendance aux chaînes d'approvisionnement mondiales

Défi

Les entreprises multi sites dépendent souvent de chaînes d'approvisionnement globalisées, qui offrent des économies d'échelle mais rendent la transition vers le local plus complexe. Les approvisionnements locaux peuvent être limités en volume, en qualité, ou en diversité.

Solution

- **Développer une chaîne d'approvisionnement hybride** : Combiner des fournisseurs globaux et locaux pour répondre aux besoins spécifiques de chaque territoire.
- **Investir dans la montée en compétences des producteurs locaux** : Offrir des formations et un soutien financier pour améliorer la qualité et la capacité des partenaires locaux.

Exemple de Miyoko's (États-Unis) : Miyoko's a aidé des éleveurs à se reconvertir vers l'agriculture végétale en fournissant des ressources techniques et financières. Cela a permis de réduire la dépendance à des matières premières importées tout en soutenant l'économie locale.

2. Coût initial élevé de la relocalisation

Défi

Relocaliser une partie des activités implique des investissements initiaux importants pour créer des infrastructures, adapter les processus et nouer de nouveaux partenariats. Ces coûts peuvent être décourageants, surtout pour des entreprises de taille moyenne.

Solution

- **Commencer par des projets pilotes** : Identifier des segments spécifiques ou des zones géographiques où la relocalisation est la plus rentable à court terme, avant d'étendre le modèle.
- **S'appuyer sur des partenariats publics-privés** : Collaborer avec des institutions locales pour partager les coûts d'investissement.
- **Exemple : MTB Group**, en introduisant progressivement les BOX MTB dans différentes régions, l'entreprise a démontré la viabilité économique du recyclage décentralisé avant de généraliser l'approche.

3. Manque de coordination avec les acteurs locaux

Défi

La réussite d'une stratégie locale repose sur une collaboration étroite avec les parties prenantes locales. Cependant, les différences de priorités ou un manque de communication peuvent limiter l'efficacité des initiatives.

Solution

- **Créer des plateformes de gouvernance locale** : Impliquer des représentants des entreprises, des institutions publiques et des communautés dans la planification et le suivi des projets.
- **Développer une communication proactive** : Partager régulièrement les objectifs, les étapes et les résultats pour renforcer la confiance et l'adhésion.
- **Exemple - Venetis** : Grâce à son modèle de gouvernance partagée, Venetis a réussi à mutualiser les besoins en compétences entre plusieurs entreprises bretonnes, tout en respectant les attentes des salariés.

4. Résistance au changement organisationnel

Défi

La mise en œuvre d'une stratégie locale peut susciter des résistances internes, notamment de la part des dirigeants ou employés habitués à des pratiques centralisées et globalisées.

Solution

- **Former les équipes sur les avantages du local :** Sensibiliser les collaborateurs aux bénéfices économiques, sociaux et environnementaux de la stratégie locale.
- **Créer des incitations internes :** Mettre en place des objectifs locaux mesurables, intégrés dans les systèmes d'évaluation et de récompense.
- **Exemple - Décathlon :** Avec ses Villages Décathlon, l'entreprise a encouragé ses équipes à collaborer avec des acteurs locaux (clubs de sport, kinésithérapeutes), en valorisant les résultats obtenus dans les évaluations de performance.

5. Fragmentation des marchés locaux

Défi

Chaque territoire a ses propres besoins, réglementations et dynamiques culturelles. Adapter une stratégie globale aux spécificités locales peut être complexe et coûteux en termes d'analyse et de planification.

Solution

- **Segmenter les territoires :** Identifier les zones prioritaires et structurer des stratégies adaptées à leurs besoins spécifiques.
- **S'appuyer sur des experts locaux :** Collaborer avec des consultants ou partenaires ayant une connaissance approfondie des réalités du terrain.
- **Exemple - Produits en Bretagne :** En valorisant l'identité culturelle bretonne, ce label a su développer une stratégie adaptée aux spécificités économiques et sociales de la région, devenant un vecteur de fierté pour les habitants et consommateurs.

6. Difficulté à mesurer l'impact local

Défi

L'absence de métriques standardisées pour évaluer les impacts économiques, sociaux et environnementaux locaux rend difficile la mesure du succès des initiatives.

Solution

- **Développer des indicateurs spécifiques :** Suivre des métriques comme la création d'emplois locaux, la réduction des émissions de CO2 ou l'augmentation de l'autonomie alimentaire.
- **Utiliser des outils numériques :** Un dispositif comme Lakaa permet de visualiser et communiquer les impacts locaux.
- **Exemple - Leroy Merlin France :** En utilisant une plateforme numérique pour suivre l'empreinte socio-économique de ses sites, Leroy Merlin a pu démontrer ses contributions locales tout en identifiant des opportunités d'amélioration.

Conclusion

Face à un monde en poly-crisis marqué par des défis climatiques, économiques et sociaux, les entreprises ont une opportunité unique de transformer leurs modèles économiques grâce à une stratégie RSE locale. Loin d'être une contrainte, cette démarche permet de répondre aux attentes croissantes des parties prenantes, tout en renforçant la résilience et la durabilité des activités.

En s'ancrant dans les territoires, les entreprises deviennent des moteurs de développement local. Elles réduisent leur dépendance aux chaînes d'approvisionnement globalisées, créent des emplois de proximité, et revitalisent les économies régionales. À travers des initiatives comme celles de Zingerman's, MTB Group ou Miyoko's, elles démontrent que l'innovation et la collaboration locale peuvent conjuguer performance économique et impact positif.

Les six axes stratégiques – marché, relation client, mission, mutualisation, ressources, et partenariats – offrent un cadre clair pour intégrer le local dans les pratiques d'entreprise. Ces approches permettent non seulement d'optimiser les ressources disponibles, mais aussi de répondre aux aspirations des consommateurs pour une économie plus responsable et connectée à leurs valeurs.

Cependant, cette transition exige une planification rigoureuse, un engagement collectif, et une capacité à surmonter des défis tels que les coûts initiaux, la résistance au changement, ou la coordination des acteurs. Grâce à des outils comme les plateformes interactives et une gouvernance locale adaptée, les entreprises peuvent suivre et communiquer leurs progrès tout en inspirant d'autres acteurs.

En définitive, une stratégie RSE locale ne se limite pas à une série d'actions isolées : elle représente une redéfinition des priorités et des valeurs de l'entreprise. C'est un choix stratégique qui, bien qu'exigeant, ouvre des perspectives immenses en matière de durabilité, de compétitivité, et de création de valeur partagée. Pour les entreprises multisites et leurs dirigeants, c'est aussi une façon de contribuer activement à un avenir plus équitable, plus résilient et plus en phase avec les réalités de leurs territoires.



Merci et à bientôt !