

TABLE RONDE RSE – PARIS – 03 JUIN 2025

De la communication à l'action : comment ancrer la RSE dans le quotidien ?

NESPRESSO Lakaa pixelis✕

Pourquoi Lakaa organise des Tables Rondes RSE ?

Ce n'est pas toujours évident lorsqu'on est seul.e (ou une toute petite équipe), de trouver les bons ressorts et les bons moyens pour faire avancer ses chantiers RSE, solidaires, sociaux, etc.

Les événements organisés par les équipes de Lakaa tournent autour de sujets de déploiement de stratégie RSE au niveau local. Ces moments de rencontres et de partage entre pairs, permettent de :

- **centraliser les enjeux** car la majorité des entreprises ou organisations de notre communauté, partagent les mêmes difficultés sur leur RSE locale ;
- **favoriser le partage** car, malgré cela, les équipes échangent et partagent relativement peu sur ces sujets
- **faire émerger des solutions**, pour repartir avec des actions concrètes, applicables immédiatement...et gratuitement.

Un immense merci à nos intervenant.e.s du jour, pour leurs éclairages précieux !

Fadel Bouzaryouh (Nespresso), Mélissa Bertrand (Nespresso), Loïc Quénault (Pixelis), Baptiste Frelot (Lakaa).



TABLE RONDE RSE

De la communication à l'action : comment ancrer la RSE dans le quotidien ?

Résumé. Nespresso a mis en œuvre une stratégie RSE collaborative et ludique, impliquant directement ses collaborateurs via une plateforme collaborative. Malgré des défis internes et des résistances initiales, cette approche, soutenue par une communication créative et des objectifs clairs, a permis d'ancrer durablement une culture de l'engagement environnemental et sociétal dans l'entreprise.

Transformer l'engagement RSE en actions concrètes.

La transition vers une démarche RSE efficace ne repose pas seulement sur une bonne stratégie, mais aussi sur la capacité à impliquer concrètement les équipes opérationnelles. Lors de notre table ronde, Fadel et Mélissa de Nespresso, accompagnés de Loïc (Pixelis) et Baptiste (Lakaa), ont présenté leur approche de communication et d'action en matière de RSE.

Contexte et enjeux

Nespresso, leader mondial dans la torréfaction et la distribution de café, emploie environ 14 000 personnes réparties dans 800 boutiques dans plusieurs dizaines de pays. En France, l'entreprise emploie 700 collaborateurs en boutique et 250 au siège, en plus d'équipes spécialisées dans la relation client, les fonctions commerciales et l'assistance technique.

Malgré ses ambitions environnementales fortes (sourcing en café vert via le programme AAA depuis 2003, labellisation B Corp, engagement sur la décarbonation via le Science-Based Targets initiative 2050), la durabilité reste souvent perçue comme secondaire face aux contraintes économiques immédiates.



Donner du sens pour mobiliser les équipes

Les intervenants ont souligné l'importance d'intégrer les équipes dans la démarche RSE, en évitant les approches descendantes jugées insuffisantes. Mélissa, responsable d'une boutique parisienne, représente cette volonté d'associer le terrain aux initiatives RSE, tandis que Fadel, Responsable RSE, insiste sur l'importance de la communication et de la professionnalisation des actions engagées.

La démarche "We Act / We Care" illustre parfaitement cette stratégie : des actions simples, réalisables et adaptées localement sont encouragées via une plateforme interactive, Lakaa. Cette dernière permet aux collaborateurs de partager leurs initiatives, favorisant ainsi l'engagement individuel et collectif.

« On a réussi à donner un peu plus de pouvoir à chaque collab, à son échelle, pour les aider à faire leur part »
- Fadel Bouzaryouh

Outils et gamification

Pour dépasser les réticences initiales, Nespresso s'appuie sur la gamification et des campagnes créatives. En s'appuyant sur la plateforme de communication internationale, Pixelis détourne les codes de la nouvelle copy TV et crée l'opération de communication interne : "En quête d'impact".

Cette opération combine ludisme et sensibilisation en ciblant quatre domaines prioritaires : gestion des déchets, consommation d'énergie, économie d'eau, et mobilité douce. La plateforme Lakaa facilite la déclaration et le suivi des actions tout en proposant un aspect compétitif apprécié des collaborateurs.

Communication et valorisation

Les efforts de communication interne, coordonnés par Pixelis, visent à rendre les actions attractives grâce à des "marqueurs" visuels forts (des lunettes vertes, portées par les équipes lors de la réalisation des actions) et à des récits inspirants.

- « En quête d'impact » : fléchage et gestion des déchets avec stickers,
- « Les voleurs de kilowatt » hacking et signalisation des lampes allumés, chargeurs branchés, appareils en veille...pour sensibiliser à la consommation d'énergie, soutenue par une gamification, pour une démarche ludique.

Nespresso a également instauré une valorisation systématique : trophées annuels, intégration des actions RSE dans les objectifs de performance individuels, et reconnaissance directe par le comité de direction.

L'implication du terrain et du siège : une dynamique vertueuse

Initialement perçue comme une contrainte supplémentaire par certains collaborateurs, managers et membres de la direction, la démarche a progressivement démontré son efficacité opérationnelle et humaine. Aujourd'hui, l'ensemble des dirigeants reconnaît l'importance stratégique et culturelle des actions RSE.

En boutique, la dynamique initiée par des actions concrètes et partagées a permis de surmonter les résistances initiales. Les collaborateurs voient désormais clairement l'impact de leurs actions grâce à un reporting précis et régulier.





Le rôle clé de la Green Team

La *Green Team*, un réseau de collaborateurs présent dans chaque direction et représentant une grande variété de métiers, a été réorientée pour gagner en efficacité et en légitimité. Notamment en incorporant dans leurs fiches de postes, leurs missions de relais RSE. Cette intégration aux objectifs opérationnels, permet d'ancrer durablement la démarche RSE dans les pratiques quotidiennes des équipes.

Couplée à la dynamique initiée sur le terrain, elle a permis de changer drastiquement l'implication de l'ensemble des équipes. En 2023 les actions de volontariat à impact avait rassemblées environ 5% des collaborateurs. En 2024, après le lancement des différentes campagnes de communications et de la plateforme Lakaa, ce sont 54% des équipes qui se sont engagés.

Perspectives d'avenir

Fort de ces succès, Nespresso entend continuer à intensifier cette approche collaborative et participative. L'objectif est clair : maintenir une progression constante de l'engagement des collaborateurs, en améliorant constamment la communication, l'accessibilité des actions proposées, et la reconnaissance des résultats obtenus.

En synthèse

Bien que tournée, pour l'instant, sur des actions favorisant la prise de conscience des équipes, autour d'éco-gestes ou d'actions solidaires; l'expérience Nespresso démontre qu'une stratégie RSE ambitieuse doit impérativement combiner une **approche structurée** avec une **communication efficace**, une **implication concrète** des **équipes terrain**, et une **valorisation explicite des résultats**. Cette combinaison permet déjà aux équipes France de construire une véritable culture RSE, inspirante pour les autres pays de la marque.



En savoir plus sur Lakaa.

Lakaa est un dispositif de référence pour la **mobilisation des collaborateurs sur leur lieu de travail** (Etude ECOTAF de L'ADEME - 2023).

L'outil permet à ses clients de **déployer, animer, suivre puis valoriser, un plan d'action RSE local, personnalisé avec des actions métiers**, impliquants réellement les équipes.

Déployé dans plusieurs pays, auprès d'environ 5000 sites locaux (magasins, agences, maisons de retraites, entrepôts, etc), Lakaa possède une expertise reconnue dans l'animation de démarches RSE territoriales. Cette expertise, l'équipe l'alimente et la partage dans divers événements, interview, contenus, ..., accessible gratuitement depuis son site internet.

Lakaa est un entreprise française, indépendante et autofinancée, basée en Île-de-France.

DÉCOUVRIR D'AUTRE CONTENUS.

Une démarche RSE territorialisée au sein d'un modèle coopératif : le cas INTERSPORT

Etude de cas

[TÉLÉCHARGER L'ÉTUDE](#) □

Les enjeux d'une stratégie RSE locale pour les entreprises

Livre blanc et cas d'usages.

[TÉLÉCHARGER L'ÉTUDE](#) □

“**Lakaa a boosté l’implication des collaborateurs.** Le collaborateur le plus réticent est **revenu vers moi pour dire qu’il avait changé d’avis.** Au début, je craignais que ce soit juste un nouvel outil, mais il s’est révélé **ludique et pertinent,** nos feedbacks étaient écoutés, et **aujourd’hui tout le monde l’utilise.**”

MÉLISSA BERTRAND / Responsable de Boutique Nespresso

Demander une démo ▶

De la communication à l'action : comment ancrer la RSE dans le quotidien ?

TABLE RONDE RSE, à Paris, le 03 JUIN 2025

Crédits photos :

© Marine Da Cunha pour la société PIXELIS, tous droits réservés.

Récapitulatif des interventions de la Table Ronde RSE organisée par Lakaa, Pixelis et Nespresso :

"De la communication à l'action : comment ancrer la RSE dans le quotidien ?"

Tous droits réservés - Guillaume IAFOLLA - SAS LAKAA, 4 RUE DU DR BARIE, 92160, ANTONY

Plus d'informations à : contact@laka.io

Lakaa