

AP – MODULE POURSUITE D'ÉTUDES

LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES RSE

| Programme économie droit | CEJM |
|--|--|
| <p>Module 3- La production : quelles évolutions ? Pourquoi l'entreprise doit-elle dépasser la seule performance économique ? Identifier les dimensions sociale et environnementale de la performance. Expliciter les raisons d'entrer dans une démarche de RSE Performance économique, sociale, environnementale Responsabilité sociale des entreprises (RSE).</p> | <p>Thème 3- L'organisation de l'activité de l'entreprise Comment l'entreprise organise-t-elle ses ressources ? – La responsabilité éthique, sociale, sociétale et environnementale.</p> |

LE CONTEXTE

Créée par Nicolas Rohr et Frédéric Mugnier en mars 2009 alors qu'ils étaient étudiants, la marque de chaussures Faguo se positionne comme tendance écologique et responsable. Ses tennis sont caractérisés par un bouton en noix de coco cousu sur le côté, symbole de l'action de la marque : pour chaque paire achetée, un arbre est planté, dans une volonté de compenser ses émissions de carbone. Avec un cœur de cible : 20-30 ans, Faguo se place sur un marché



« mode grand public ». Faguo (France en mandarin) compte aujourd'hui 30 boutiques, majoritairement situées en centre-ville avec des surfaces moyennes de 50 mètres carrés. La marque est également présente chez 300 revendeurs en France et 200 à l'export.

RESSOURCE N°1 - FAGUO, VALEURS DE CETTE MARQUE ENGAGÉE

Lancée il y a douze ans avec une promesse responsable, la marque Faguo apparaît comme une pionnière sur un secteur de la mode. Nous sommes une société à mission et nous avons obtenu le label B-Corp (les entreprises privées qui intègrent dans leur mission, leur modèle économique, leurs effectifs, leurs produits ou services, des objectifs sociaux, sociétaux et environnementaux, indique Olivier Caron, directeur commercial de la marque, qui détaille ses engagements : 70% du CO2 émis est lié à la production, aussi, afin de respecter nos engagements pour lutter contre le dérèglement climatique. Nous misons par exemple sur l'utilisation de matériaux recyclés ou encore d'énergies propres, sans oublier un service de collecte des pièces en bon état contre des bons d'achat et un service de revente en seconde main à un prix plus faible pour que la pièce trouve un nouvel heureux acquéreur. FAGUO **veut aussi être une solution possible en proposant un vestiaire qui émet moins de CO2, responsable envers la planète et ses habitants.**



“Made how” plutôt que “Made in”



Les risques ne sont pas négligeables pour Faguo qui a fondé son image sur sa contribution sociale. Une démarche d'autant plus audacieuse que la marque n'évolue pas dans le secteur le plus écologique. La fabrication de coton, de matières synthétiques artificielles et naturelles émet à elle seule 1,2 milliard de tonnes de gaz à effet de serre, selon la Fondation Ellen MacArthur, ce qui fait de la mode la deuxième industrie la plus polluante après le pétrole.

C'est justement sur cette partie de la chaîne de fabrication que Faguo concentre ses efforts. La marque s'engage à produire 100% des pièces à partir de matières recyclées d'ici 2024 et à mettre en place des bornes de recyclage en points de vente. Et tant pis s'il faut continuer à produire dans les ateliers portugais, chinois et vietnamien. "Dans le textile, ce n'est pas le 'made in' qui importe le plus, mais le 'made how'", assure le cofondateur qui va augmenter le fret par train "quand cela est possible". Elle indique produire à partir de matériaux recyclés, principalement du plastique, en raison d'un bilan écologique qui serait défavorable à des matières telles que le coton. Faguo soutient les producteurs locaux chinois en préservant leurs conditions de travail.

Les deux jeunes créateurs ont pris en compte l'environnement, leurs clients et leurs collaborateurs avec pour clé de réussite « une mode tendance et abordable, l'intégration du développement durable dans l'ADN de l'entreprise et un lien tissé direct au fil du temps avec le client »

L'entreprise a mis en place trois dispositifs : un arbre planté par article vendu, des emballages recyclés et suppression des emballages superflus.

L'entreprise est aussi engagée grâce à son partenariat avec un centre de travail réservé aux personnes handicapées. Les deux entrepreneurs ont su concilier habilement finalité lucrative et RSE. En réduisant les coûts de logistique liés au suremballage et en proposant les emballages recyclés ils ont pu faire des économies donc augmenter leur marge de profit tout en s'assurant d'une image favorable auprès du consommateur de plus en plus sensible aux questions liées à l'environnement. De plus, le fait de collaborer avec un centre pour personnes handicapées, permet à la jeune entreprise de nourrir son image d'entreprise modèle ce qui participe une fois de plus à sa croissance fulgurante. Cet exemple illustre bien que le fait de prioriser ou ne pas délaisser la RSE et de mettre en œuvre une relation étroite avec le client peut être source de croissance pour une entreprise.

Source : Auteur

BAC

1.1 Identifiez les préoccupations sociales, environnementales et économiques pour chaque action de FAGUO. (Ressource n°1)

| Actions | Préoccupations |
|---|------------------|
| Faguo met à disposition des bornes de tri (service de collecte) pour permettre aux consommateurs d'y déposer leurs vêtements usagés et un service de seconde main. | Environnementale |
| Faguo soutient les producteurs locaux chinois en préservant leurs conditions de travail. | Économique |
| Faguo produit en Chine, au Vietnam et au Portugal. Elle indique produire à partir de matériaux recyclés, principalement du plastique, en raison d'un bilan écologique qui serait défavorable à des matières telles que le coton. | Sociale |
| Un vestiaire qui émet moins de CO2, responsable envers la planète et ses habitants. | Environnementale |
| Réduction des coûts de logistique liés au suremballage et en proposant les emballages recyclés donc augmentation de la marge de profit. | Économique |
| Faguo a un partenariat avec un centre de travail réservé aux personnes handicapées. | Sociale |



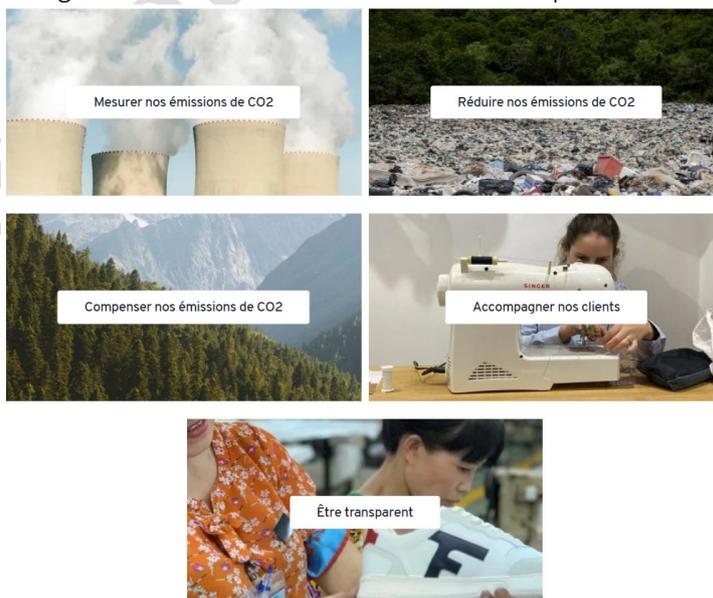
1.2 À partir de la ressource n°1, relevez les actions en termes de RSE.

| Responsabilités | Actions |
|-------------------|--|
| Economique | Réduction des coûts de logistique liés au suremballage et en proposant les emballages recyclés donc augmentation de la marge de profit Faguo soutient les producteurs locaux chinois en préservant leurs conditions de travail. |
| Sociale/sociétale | Partenariat avec un centre de travail réservé aux personnes handicapées Faguo produit en Chine, au Vietnam et au Portugal. Elle indique produire à partir de matériaux recyclés, principalement du plastique, en raison d'un bilan écologique qui serait défavorable à des matières telles que le coton. |
| Environnementale | Un arbre planté par article vendu, des emballages recyclés et suppression des emballages superflus. Produire 100% des pièces à partir de matières recyclées d'ici 2024 et à mettre en place des bornes de recyclage en points de vente un vestiaire qui émet moins de CO2, responsable envers la planète et ses habitants. L'utilisation de matériaux recyclés ou encore d'énergies propres, la seconde main |

RESSOURCE N°2 - 5 ENGAGEMENTS AU SERVICE DE NOTRE MISSION.

FAGUO a adopté des nouveaux statuts d'**entreprise à mission** en 2020. Dans leurs statuts juridiques est inscrit **leur raison d'être « engager leur génération contre le dérèglement climatique »**, ainsi que les engagements pour y arriver :

- Mesurer leurs émissions de CO2.
- Réduire leurs émissions de CO2.
- Compenser leurs émissions de CO2.
- Être transparent sur l'ensemble du cycle de vie des produits.
- Accompagner leur génération vers des modes d'habillement plus sains



Source interne sur le site

[FAGUO existe pour engager sa génération contre le dérèglement climatique. \(faguo-store.com\)](https://www.faguo-store.com)

BàM!- Du Business à la Mission | #8 L'Interview RSE – Faguo fait pousser ses engagements pour une



mode durable | Ausha

2.1 Retrouvez les engagements pour chaque mission de FAGUO (ressource n°2)

| Missions | Engagements |
|---|--------------------------------|
| FAGUO met à disposition une borne de recyclage dans tous ses points de vente pour favoriser un recyclage permanent. | Accompagner nos clients |
| Toutes les informations sur FAGUO sont disponibles, à commencer par notre Bilan Carbone et nos Analyses de Cycle de Vie des produits FAGUO. | Être transparent |
| 80% des pièces FAGUO sont conçues avec des matières recyclées. | Réduire nos émissions de CO2 |
| FAGUO est la première marque française à réaliser un Bilan Carbone® prévisionnel. | Mesurer nos émissions de CO2 |
| Un arbre planté pour chaque pièce confectionnée. | Compenser nos émissions de CO2 |

ETS

2.2 Recherchez dans la ressource n°2 et sur le site des missions de FAGUO qui correspondent à chacun de ses engagements.

| ENGAGEMENTS | MISSIONS |
|--|--|
| 1- Mesurer nos émissions de CO2 | Réaliser un bilan carbone (scope 1 à 3) sur l'exercice 2020 avec mise à jour tous les 4 ans et pilotage/révision tous les 2 ans Intégration des Science Based Targets |
| | Réaliser un bilan carbone de 100% des pièces FAGUO Réaliser les analyses de cycle de vie (ACV) de 3 produits phares |
| 2-Réduire nos émissions de CO2 | Attribuer un objectif annuel par salarié d'une action aidant à réduire leurs émissions de CO2 sur leur périmètre de travail |
| | Atteindre 80% de produits intégrant au moins 30% de matières recyclées |
| 3-Compenser nos émissions de CO2 | Planter un arbre pour chaque produit FAGUO fabriqué |
| | Organiser une visite publique de forêt FAGUO à proximité de Nantes |
| 4-Accompagner notre génération vers des modes d'habillement plus sains | Déploiement d'une campagne de sensibilisation d'habillement plus sains en boutique permettant à nos clients de comprendre comment FAGUO réduit ses émissions et comment chacun peut en faire de même (matières recyclées, réparation, seconde main, recyclage, énergies renouvelables, compensation, etc.) |
| | Questionner annuellement nos clients sur leur compréhension de leurs émissions de GES : donner des clés d'actions facilement activables pour celles et ceux qui souhaitent changer leurs habitudes de consommations Calculer les quantités de CO2 évitées. |
| 5- Être transparent sur l'ensemble du cycle de vie de nos produits | Raconter les succès et limites de notre vie de nos produits collaboration avec nos produits (composition, fabrication, distribution, fin de vie) et modèle d'affaires (audit B Corp, logique de prix juste, reconduction des collections, transparence sur les déstockages, etc.) |
| | Afficher l'impact carbone sur 100% des produits de la collection |



La CEJM appliquée a pour vocation d'approfondir les dimensions économique, juridique et managériale dont un titulaire du BTS NDRC ou MCO aura besoin pour l'exercice de son métier et que le tronc commun de CEJM ou les enseignements dits "professionnels" ne permettent d'aborder qu'en partie.

#6 NICOLAS ROHR. [Faguo, le succès d'une entreprise à mission](#) • RayonNantes (spotify.com)



RESSOURCE N°3 - DU DIGITAL AUX GRANDS MAGASINS, COMMENT FAGUO VOIT DOUBLE ?

Dans le prolongement de son activité en ligne, la DNVB de mode défend une présence en boutiques tous azimuts pour capter une clientèle plus large. Une stratégie à double tranchant.

La distribution d'une DNVB, selon Frédéric Mugnier, cofondateur de la marque de mode Faguo qui crée des collections de vêtements, chaussures et accessoires, ne se résume pas seulement à l'existence d'un site marchand optimal. Bien qu'émanant du digital, une marque DtoC peut également être amenée à revendiquer sa présence dans la sphère physique, en boutique. Une vocation devenue évidente pour Faguo qui a ouvert son premier point de vente en 2011 et tout de même après la création du site Internet en 2009.



"En tant que DNVB au service de nos consommateurs, nous pensons que les clients ne font pas de différence dans la méthodologie des réseaux de distribution, entre notre site Internet, nos propres magasins et nos vendeurs multimarques, considère Frédéric Mugnier. En intellectualisant la stratégie, nous distinguons logiquement un canal de distribution d'un autre. Mais le client qui souhaite acheter une paire de chaussures Faguo, qu'il se la procure sur Internet, dans l'une de nos boutiques ou chez le vendeur multimarque où il a ses habitudes, ne changera rien pour lui. Au contraire, l'acte d'achat doit être transparent pour le client, quel que soit le canal de distribution."

Peut-être que certains clients ont découvert notre marque et notre approche écologique justement par le biais des boutiques multimarques. Par ailleurs, c'est aussi un moyen de rendre notre marque accessible dans des villes moyennes où nous ne sommes pas présents.

Concernant la data, le but n'est pas de tout posséder non plus mais d'attirer les consommateurs à acheter un produit qui leur correspond, car un jour ou l'autre, ils reviendront à la marque."

C'est en 2015 que Faguo se lance dans le phygital. "Le client ressent le besoin de voir un contact humain.

Or, cette relation privilégiée constitue justement l'une des valeurs des DNVB. On aurait pensé à une époque que le digital prendrait l'avantage sur les magasins, mais cette idée est loin d'être une réalité car le contact avec le produit reste désiré par le consommateur, analyse Frédéric Mugnier. Chez Faguo, on croit définitivement à l'adéquation entre un réseau digital et un réseau physique qu'il ne faudrait même plus distinguer, mais juste nommer réseau.

Les fondateurs ont initié en 2019 le « MAKE FRIDAY GREEN AGAIN » qui fédère 1200 marques contre les soldes durant la période du black Friday.

Source : [Du digital aux grands magasins, comment Faguo voit double \(journaldunet.com\)](#)

Le Black Friday,
c'est fini !

Make Friday
GREEN
again

3.1 Rappelez le concept de DNVB. (Ressource n°3)

DNVB est l'initiale de Digital Native Vertical Brand. Il s'agit d'un terme popularisé par Andy Dunn créateur de la marque Bonobos qui est elle-même un symbole du concept de marque digitale. Les DNVB sont des marques dont le développement se fait à l'origine essentiellement, voire exclusivement, par le biais d'une présence sur Internet permettant d'assurer la création, la promotion et la distribution de la marque. Le caractère DNVB d'une marque peut s'affirmer dès sa création avec une possibilité de recours au crowdfunding et à la co-création.

Coté promotion, les DNVB utilisent de manière intensive les réseaux sociaux pour des publications organiques ou sponsorisées, les phénomènes de bouche à oreille, le marketing d'influence et les RP. Quant à la distribution, elle passe initialement par le biais d'une activité e-commerce qui peut s'effectuer sur un site marchand et / ou par le biais d'une présence sur les marketplace, etc.). Une DNVB rencontrant le succès peut logiquement perdre une partie de sa spécificité digitale en investissant les médias publicitaires traditionnels et la distribution en points de vente physiques. Pour certains elle devient alors une ONVB. (omnichannel)

3.2 Identifiez les enjeux pour la DNVB Faguo d'avoir opté les unités commerciales dont le phygital. (Ressource n°3)

Capter une clientèle plus large. L'acte d'achat doit être transparent pour le client, quel que soit le canal de distribution. Le client ressent le besoin de voir le produit mais aussi de développer un contact humain. L'enseigne prône adéquation entre un réseau digital et un réseau physique qu'il ne faudrait même plus distinguer, mais juste nommer réseau.

3.3 Indiquez la principale raison de boycotter le black Friday. (Ressource n°3)

Éviter la surconsommation qui va à l'encontre des principes RSE, une manière d'éduquer consommateurs et enseignes aux notions de durabilité et de prix juste.



Marque engagée, Faguo ne cède jamais aux sirènes des promotions, sauf en période des soldes afin de renouveler son stock(...). Verteego est une startup qui utilise l'IA (Intelligence Artificielle) pour prévoir les ventes et optimiser les stocks en conséquence. La solution porte sur les ventes d'un produit spécifique, mais aussi sur celles d'un magasin ou plus généralement d'un canal. " Notre but est d'aider les retailers à appréhender leurs flux de business au quotidien, est d'avoir ainsi les mêmes outils que ceux dont dispose par exemple un géant comme Amazon.

Grâce à la solution, Faguo a pu ajuster ses commandes et sa production, évitant également ensuite d'avoir à stocker des produits, puis de les brader lors des soldes. " Cela participe aussi à la réduction de la surconsommation ", rappelle Olivier Caron. " Avant, pour vendre 100 pièces, nous devions en commander 140 pour éviter les ruptures. L'IA permet de mieux anticiper les ventes finales, et ainsi de faire vivre le mieux possible le stock existant. Les soldes sont le seul moment de l'année où nous faisons des promotions. L'IA nous permet également d'adapter le prix des produits soldés afin de préserver au maximum la performance commerciale, tout en diminuant à nouveau l'incitation à la surconsommation. " La marque ne descend ainsi pas en dessous d'une remise de 30%.

(...). " La collaboration entre Faguo et Verteego a permis à la marque d'augmenter de quatre points sa performance commerciale lors des dernières soldes et d'optimiser ses commandes : " Aujourd'hui, nous n'achetons plus que 110 produits pour en vendre 100 ", explique Olivier Caron, qui attribue cette diminution des commandes de plus de 21% à l'usage de Verteego. Enfin, pour aller plus loin dans l'optimisation de ses stocks, la marque va réduire le nombre de ses références, en passant de 40% de produits permanents en 2021 à 60% en 2022.

Source : [Comment Faguo gère ses soldes de façon responsable ? - IA > Data- E-marketing.fr](#)

4.1 Répertoriez les intérêts de l'IA pour Faguo. (Ressource n°4)

- Anticiper les ventes,
- Eviter la surconsommation et les prix bradés
- Optimiser ses commandes
- Optimiser les stocks

4.2 Listez les performances commerciales liées à l'IA. (Ressource n°4)

- Augmenter de quatre points sa performance commerciale lors des dernières soldes
- La marque va réduire le nombre de ses références, en passant de 40% de produits permanents en 2021 à 60% en 2022
- Diminution des commandes de 21%

4.3 À partir de vos connaissances et de vos recherches, expliquez l'impact écologique de l'IA.

Accepter les points positifs et négatifs pertinents. Elle nécessite une alimentation énergétique mais réduit également les Avec près de 80% d'impact positif sur les objectifs de développement durable l'IA est une technologie clé pour passer à l'action dans l'accomplissement d'une stratégie climatique et réduire d'en moyenne 13% les émissions de gaz à effet de serre des entreprises.





5. Commentez l'illustration dans la ressource n°5 en effectuant une veille informationnelle en ligne.

*Le green washing, ou en français l'éco blanchiment, consiste pour une entreprise à orienter ses actions marketing et sa communication vers un positionnement écologique. Accepter toutes les réponses cohérentes. Le tissu des chaussures est fait à partir de coton conventionnel (non bio). Les semelles sont faites avec du caoutchouc non naturel (dérivé du pétrole). Les co-fondateurs affirment faire un suivi strict des conditions de travail mais aucun label ne vient certifier leur démarche pourtant ils prônent la mode éthique. La compensation carbone : la pépinière se trouve dans la Somme dans le nord de la France. Les arbres ne sont plantés ni dans une zone de déforestation ni sur le lieu de production des chaussures

Éléments de

La responsabilité sociétale des entreprises (RSE) également appelée responsabilité sociale des entreprises est définie par la commission européenne comme l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales/sociétales, économique et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec les parties prenantes. La norme ISO 26000, standard international définit le périmètre de la RSE autour de sept thématiques centrales :

1. En d'autres termes, la RSE c'est **la contribution des entreprises aux enjeux du développement durable**. Une entreprise qui pratique la RSE va donc chercher à avoir un impact positif sur la société tout en étant économiquement viable. la gouvernance* de l'organisation
2. les droits de l'homme
3. les relations et conditions de travail
4. l'environnement
5. la loyauté des pratiques
6. les questions relatives aux consommateurs
7. les communautés et le développement local.



Source : [Qu'est-ce que la responsabilité sociétale des entreprises \(RSE\) ? | economie.gouv.fr](http://economie.gouv.fr)

* **La gouvernance** désigne l'ensemble des mesures, des règles, des organes de décision, d'information et de surveillance qui permettent d'assurer le bon fonctionnement et le contrôle d'un Etat, d'une institution ou d'une organisation qu'elle soit publique ou privée, régionale, nationale ou internationale.

