

CUSTOMER SUCCESS STORY N°1

L'Oréal

Structurer et mettre en oeuvre sa démarche sociale avec ses parties prenantes clés.



Design thinking

Le Design Thinking (DT) est une approche pluri-disciplinaire de conception innovante de processus, de dispositifs interactifs, de produits et de services. Elle utilise la sensibilité, la démarche, les langages et les outils du designer pour mener à bien les projets de transformation avec une vision centrée sur l'humain.

Les forces du DT : transversalité, concrétisation & innovation.

- o La capacité de mise en synergie des logiques humaines, techniques et business, font de cette approche un levier stratégique de la transformation.
- o La capacité du Design à convertir rapidement les idées en produits et services, accélère la prise de décision dans les projets de transformation
- o La connaissance des technologies émergentes et des courants naissants, l'empathie du métier et sa créativité, font de cette approche un levier important pour produire des innovations à forte valeur ajoutée pour leurs usagers.

Sources : Révéléateur de Richesses Immatérielles & Design Des Connaissances

TAGS

Stratégie - RSE
Ancrage territorial
Parties prenantes
Innovation

25%

des
Aulnaysiens
vivent sous le
seuil de
pauvreté

CONTEXTE

L'Oréal :

- ♦ Campus d'Aulnay-Sous-Bois : 1200 personnes (dont 1000 collaborateurs)
- ♦ 2013 : signe la convention « entreprises et quartiers » avec le Ministère de la Ville. Engagement par lequel l'entreprise se fixe des objectifs de participation au développement économique et social du territoire de Seine-Saint-Denis. Cet engagement donne un élan au Campus pour structurer sa démarche de responsabilité sociale.

Territoire :

- ♦ Essentiellement composé de PME & PMI
- ♦ 34% taux de chômage des jeunes (source INSEE).

Septembre 2014 : lancement de la structuration de la démarche sociale

Exigence : Etre en parfaite ligne avec la politique RSE du Groupe (programme Sharing Beauty With All) et les besoins du territoire. L'ambition de cette démarche est d'être exemplaire, avec des effets pérennes et duplicables.

Démarche :

- Constitution d'un **comité de pilotage** avec les top managers du Campus + représentant RH
- **Co-construction avec les parties prenantes** clés du Campus : collaborateurs, prestataires, institutionnels et associations (entretiens individuels, focus groupe, questionnaires à tous les collaborateurs)
- **Réunion de restitution avec l'ensemble des parties prenantes** internes et externes au Campus pour **validation** des thèmes porteurs d'enjeux identifiés lors de la phase précédente.
- **Animation d'ateliers de travail interne** (collaborateurs aux fonctions et métiers mixtes). Approche utilisée : le design thinking. Objectif des ateliers : faire travailler les collaborateurs sur la mise en oeuvre de projets apportant une réponse aux enjeux précédemment identifiés.
Concrètement : travail sur l'orientation des projets, les outils à utiliser, les méthodes de travail cohérentes avec les pratiques de l'entreprise, les facteurs clés de succès et les points de vigilance.

CUSTOMER SUCCESS STORY N°1

L'Oréal

RÉSULTATS

- ◆ Apprentissage de **nouvelles méthodes de collaboration** et d'appréhension des sujets qui ont permis de faire converger les parties prenantes vers une vision commune.
- ◆ **Appropriation** des enjeux du projet par les collaborateurs à tous niveaux hiérarchiques.
- ◆ **Mobilisation** des **collaborateurs** devenus eux-mêmes **ambassadeurs** de la démarche RSE (10 % des collaborateurs ont indiqué souhaiter s'impliquer dans la structuration et/ou la mise en œuvre de la démarche).
- ◆ Mise en œuvre d'une démarche exemplaire et responsable avec les parties **prenantes internes et externes susceptibles** d'inspirer d'autres campus :
 - Partage des **ressources de L'Oréal avec les communautés locales**
 - Favorise l'émergence de **valeurs économiques partagées**
- ◆ Des **parties prenantes internes et externes mobilisées** pour la mise en œuvre de la démarche (ex : janvier 2016, avec les TPE, PME et Grandes Entreprises prestataires).

FCS*

Fédérer et Impliquer :

Approche et méthodologie basée sur la co-construction et l'implication de toutes les parties prenantes.

Définir et Garantir le cadre de la co-construction

Travailler dans la co-construction nécessite de prendre en compte la contribution de chacun. Cela n'est possible que lorsque le périmètre de la collaboration est clairement présenté (ex : collaboration sur la définition de la stratégie et/ou sur la mise en œuvre).

Innover et collaborer

Utilisation du design thinking : méthode collaborative favorisant la créativité, les interactions et la concrétisation.

* Facteurs clés de Succès

ATOUTS

- ◆ La garantie du cadre d'animation alliée à l'exigence tout en souple a apportée la **créativité** et la **richesse de l'intelligence collective**.
- ◆ La participation à la co-construction, permet de **limiter les coûts d'information et de formation**. L'appropriation est plus grande pour chaque participant et la diffusion de l'information de l'entreprise bénéficie des relais des personnes (internes et externes).
- ◆ **Communication interne améliorée** : échanges entre collaborateurs au-delà des frontières hiérarchiques et fonctionnelles.
- ◆ **Mobilisation de l'intérêt du top management et visibilité** au niveau du **Groupe**.