

 **ADETEM**

Le 1er réseau du marketing



---

**2023**

# **BOOK DES SPEAKERS**



 **RESPONSABLES!**  
by ADETEM

**La force du collectif pour aller plus vite, pour rêver plus loin.  
La valeur de l'expérience, pour inspirer, ouvrir le champ des possibles.  
La sincérité des engagements, pour faire comprendre, pour convaincre.**

# **RESPONSABLES!** by ADETEM

**L'Adetem, le premier réseau des professionnels du marketing en France, s'engage en faveur du développement d'un marketing plus responsable et lance en 2021 le Collectif RESPONSABLES ! by Adetem.**

**Ce Collectif pluridisciplinaire, composé de membres passionnés et engagés, a vocation à rassembler tous les acteurs qui veulent réfléchir aux responsabilités du marketing et agir pour transformer les entreprises.**

**Chaque membre du Collectif se définit par une expertise précise et peut intervenir sur un des enjeux de la transformation responsable des entreprises, tant en RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) qu'en RSM (Responsabilité Sociétale de la Marque).**

**Vous recherchez un expert en emballages responsables ? en numérique responsable ? en stratégie marketing durable...**

**...Retrouvez toutes ces expertises dans la 1ère édition du Book des speakers marketing responsable de l'Adetem.**

# EDITO

## "S'engager, inspirer, aller à la rencontre..."



**Florent Argentier,**

**Coordinateur du Collectif  
RESPONSABLES ! by Adetem,  
Administrateur Adetem**

**Consultant en management et  
transformation des entreprises  
Cabinet ADIX**

Pour comprendre quel est l'objet de ce Book, il faut se souvenir de la mission du Collectif **RESPONSABLES !** by Adetem : *Fédérer, mobiliser et donner les clés aux acteurs du marketing pour qu'ils conduisent leurs entreprises dans une transformation responsable et vertueuse...*

Ceci posé, il s'agit pour chacun d'entre nous, membres du Collectif, de démontrer, avec nos sensibilités, nos expertises et nos parcours, que le marketing est partie prenante dans la transformation responsable des entreprises, des marques et des offres, ou encore des parcours clients.

Les professionnels présentés ici peuvent être sollicités pour prendre la parole, participer à des tables rondes, conférences ou rencontres, selon la thématique souhaitée.

N'hésitez pas à nous contacter !

✉ [claudie.volandrivet@adetem.net](mailto:claudie.volandrivet@adetem.net)



# SOMMAIRE

## PAGE

- 1** Introduction à la RSE
- ↓** **Fiches des speakers par expertise :**
- 2** L'expérience client et l'offre, points de départ de la transformation responsable.
- 3** Impact des produits & services, nouveaux business models.
- 4** Emballages responsables.
- 5** Création et déploiement opérationnel d'une offre responsable.
- 6** Stratégie de marque, analyse systémique et transformation.
- 7** Stratégie marketing durable PME/ETI.
- 8** Numérique responsable, Marketing Digital Responsable.



**PAGE**

- 9** Introduction à la RSM
- ↓** **Fiches des speakers par expertise :**
- 10** Réussir la mise en cohérence entre l'engagement de l'entreprise et celui de sa ou ses marque(s).
- 11** Data responsable / Privacy.
- 12** Insight / Market Research & stratégies de marque.
- 13** Dispositif omnicanal de communication responsable.
- 14** Communication / engagements environnementaux & carbone.
- 15** Transformation socio-environnementale des offres produits / services financiers.
- 16** Plateformes de marques responsables (mode, food).
- 17** Relations presse & communication corporate.
- 18** Modèles d'affaires circulaires & Management des clients.
- 19** Notre définition du marketing responsable / Nous contacter.



# "De la RSE à la responsabilité des pratiques en marketing."



**Béatrice Bellini,**  
**Maître de conférences chez**  
**Université Paris Nanterre**

**Quand la révision des offres**  
**et des modèles d'affaires**  
**devient indispensable à la**  
**pérennité de l'organisation.**

Dépasser la RSE pour ancrer dans ses propres pratiques marketing les dimensions environnementales et sociales est un enjeu fondamental.

Avant tout, il est nécessaire de reconnaître **l'hyper-complexité de la situation** à laquelle toute organisation est confrontée aujourd'hui.

Il est effectivement difficile d'allier son développement économique avec un impact positif sur l'humain tout en préservant le milieu naturel. L'appréhension doit être globale. Ce guide existe pour vous aider à identifier les experts. Attention, il n'existe pas d'expert de la RSE, mais bien des experts des champs de la RSE.

Pour mettre en place des solutions efficaces, des approches complémentaires doivent être co-construites avec tous les acteurs de la filière.

Enfin, il est essentiel de **réviser les modèles d'affaires et les offres**. L'affichage clair d'une qualité sociale et environnementale de produit ou service est le seul moyen de créer de la valeur économique.

Seule cette création de valeur permet de pérenniser les démarches plus responsables, plus coûteuses dans tous les cas.

Les Directions marketing sont au cœur de cette (r)évolution !



# L'EXPÉRIENCE CLIENT ET L'OFFRE, POINTS DE DÉPART DE LA TRANSFORMATION RESPONSABLE



**Florent Argentier**

Consultant en  
management et  
transformation des  
entreprises -  
Cabinet ADIX

#Cycle de vie

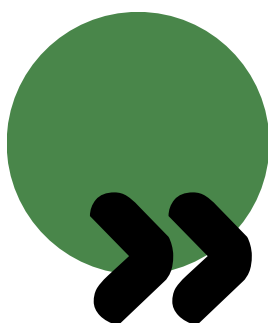
#Circularité

#Écoconception

#Design  
Produits &  
Services

 Florent Argentier

*La transformation responsable est source d'innovation et de différenciation pour l'entreprise dès lors qu'elle se construit autour du client et de l'offre, de manière collective.*



## Secteurs d'expertise

- Retail
- Loisirs Culturels
- Habitat
- Enseignement
- BtoB



# IMPACT DES PRODUITS & SERVICES, NOUVEAUX BUSINESS MODELS



**Béatrice Bellini**

Maître de conférences  
chez Université Paris  
Nanterre

#Ecosocioconception  
produits et services

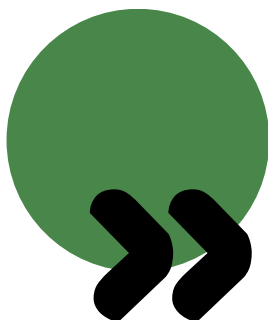
#Economie de  
fonctionnalité

#Sobriété  
numérique

#Economie  
circulaire

 Béatrice Bellini

*Les organisations doivent mettre en place des **modèles d'affaires et des offres transitionnelles** pour un développement plus en accord avec les **limites planétaires et de bonnes conditions sociales**. Valoriser économiquement la **qualité environnementale et sociale de produits ou services associée à un fort engagement avec le client** est clé pour une stratégie à impacts positifs.*



## Secteurs d'expertise

- Tourisme
- Agroalimentaire
- Cosmétique
- Textile
- Luxe





# EMBALLAGES RESPONSABLES



**Mathilde Burgeot**

Chargée de  
marketing produits  
chez  
Fidel Fillaud

#Nouveaux  
matériaux

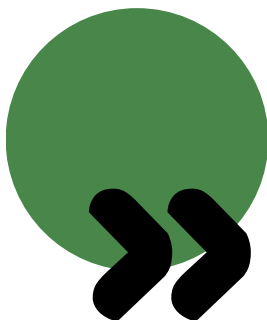
#Emballages en  
plastique recyclé

#Recyclage des  
emballages

#Ecoconception  
des emballages

 **Mathilde Burgeot-Guillory**

*L'emballage a, de tout temps, été un enjeu de taille pour la vente d'un produit. Il permet de stocker, transporter, conserver et communiquer. Autant de fonctions essentielles, mais depuis peu, l'emballage doit aussi répondre à de nouvelles exigences environnementales. Il doit être le reflet des engagements responsables des marques. Plus léger, en plastique recyclé, éco-conçu, en plastique biosourcé, reconditionné, rechargeable...*



## Secteurs d'expertise

- Industrie
- Cosmétique
- Santé
- Produits chimiques



# CRÉATION ET DÉPLOIEMENT OPÉRATIONNEL D'UNE OFFRE RESPONSABLE



**David Garbous**

Founder and CEO chez  
Transformation  
Positive

#Raison d'Être

#Sourcing durable

#Economie  
Circulaire

#Communication  
Responsable

 David Garbous

 @DGarbous

*Comment définir une Raison d'Être singulière et transformative ?*

*Comment transformer les pépites RSE de votre organisation en succès business incontestables ?*

*Comment accélérer vos projets d'innovation grâce aux partenariats stratégiques ?*



## Secteurs d'expertise

- Food
- Textile
- Retail
- Finance
- Luxe



# STRATÉGIE DE MARQUE, ANALYSE SYSTÉMIQUE ET TRANSFORMATION.



**Linda Hellal**

Group Brand Director  
chez Nexans

#Marque

#Digital

#Data

#Marketing

 Linda Hellal

*"De l'analyse de marque au marketing holistique"*

*Spécialisée en analyse stratégique et efficacité opérationnelle, mon approche de travail est systémique et relationnelle :*

*Comment le management par la marque permet d'aligner l'ensemble de ses activités, processus, outils de travail, modèles d'affaires ?*

*Quelles compétences pour déployer un plan d'action marketing intégré à large spectre, adopté en interne et naturellement orienté vers une performance socialement responsable ?*



## Secteurs d'expertise

- Industrie
- Technologie
- Services
- Distribution



# STRATÉGIE MARKETING DURABLE PME/ETI



**Claudine Pagon**

Formatrice chez  
Actions & Vérités

#Marketing

#Communication  
responsable

#Design  
circulaire

#Positive  
impact

 Claudine PAGON

 @clopagon

*Je suis convaincue que les entreprises ont en interne les moyens et l'intelligence pour transformer notre économie. Beaucoup mettent déjà en place des initiatives vertueuses... Il faut maintenant passer à la dimension stratégique, changer de posture et intégrer la RSE au cœur de l'activité pour instaurer une dynamique de changement.*

*Cette trajectoire d'amélioration continue apporte un nouveau souffle à l'entreprise.*

## Animatrice professionnelle de fresques

- fresque du climat

## Secteurs d'expertise

- Multi-secteurs
- Construction
- Assurance
- Bio



# NUMÉRIQUE RESPONSABLE, MARKETING DIGITAL RESPONSABLE



**Amandine  
Rovère**

Consultante et  
Formatrice chez  
MAKE MY COM

#RSE

#Marketing  
responsable

#Numérique  
responsable

#Marketing digital  
responsable

 Amandine Rovere

 @amandinerovere

***"Vendre moins et mieux" apparaît comme un objectif, moins comme un modèle économique pérenne.***

***Pourtant intégrer l'éco-conception et partager des projets innovants avec les parties prenantes, permettent de développer l'économie circulaire, salubre pour restaurer le vivant.***

***Réinventer le marketing sous toutes ses formes, y compris dans sa dimension numérique est tout simplement passionnant !***

***Et c'est cet enthousiasme que nous souhaitons partager.***

## Animatrice professionnelle de fresques

- fresque du climat
- fresque du numérique

## Secteurs d'expertise

- Informatique
- Télécom
- Formations
- Agence
- Start-up



# DE LA RSE à la RSM

## "Comment faire gagner les marques sincères ?"



**Olivier Classiot,**  
**Expert RSE/RSM et Directeur**  
**Marketing chez Des Enjeux et**  
**des Hommes.**

**La RSM vient puiser dans le**  
**patrimoine RSE des entreprises**  
**pour leur faire gagner la**  
**bataille de la confiance et de la**  
**préférence.**

**Les Directions marketing sont**  
**au cœur de cette (r)évolution !**

Si votre organisation a sincèrement pris le virage de la prise en compte des enjeux de durabilité et formulé une démarche RSE qui transforme son business model et ses offres, alors vous êtes prêts à activer le levier de la RSM (Responsabilité Sociétale de la Marque).

Loin de concepts pilotés en silos, RSE et RSM vont de pair, elles se nourrissent mutuellement et c'est de cette synergie que naissent les innovations et succès commerciaux de demain.

Lier RSE et RSM réclame de la méthode et du dialogue, pour permettre à chacune des marques de trouver sa place dans un ensemble cohérent, idéalement éclairé par la Raison d'être des organisations.

Les experts ici réunis pourront intervenir sur des sujets clés : la plateforme de marque, les nouveaux insights, la communication, la data et les business models...



# RÉUSSIR LA MISE EN COHÉRENCE ENTRE L'ENGAGEMENT DE L'ENTREPRISE ET CELUI DE SA OU SES MARQUE(S)



## Olivier Classiot

Expert RSE/RSM et  
Directeur Marketing chez  
Des Enjeux et des  
Hommes (Groupe  
Ecocert)

#RSE & Business

#Embarquement des  
équipes et des  
dirigeants

#Collaboration RSE  
& Marketing

#Expérience client  
RSM

 Olivier Classiot  @OlivierClassiot

*Au moment où les dirigeants des entreprises prennent conscience de l'importance des enjeux RSE dans le succès de leurs marques... Comment faire les bons choix ? Eviter le washing ? Etre cohérent de bout en bout ? Comment inventer un couple RSE + RSM pertinent et différenciant ? Comment gérer harmonieusement un portefeuille de marques qui souhaitent s'engager ? Quelle place pour l'interculturel dans la RSM ?*

### Animateur professionnel de fresques

- fresque du climat
- fresque du développement durable
- fresque de la RSE

### Secteurs d'expertise

- Food
- Cosmétique
- Textile
- Industrie
- Retail



# DATA RESPONSABLE / PRIVACY



**Muriel Glatin**

Experte RGPD  
DPO externalisée ET  
Direction des Projets  
Data Éthique chez  
AnabatIQ

#RGPD et Business

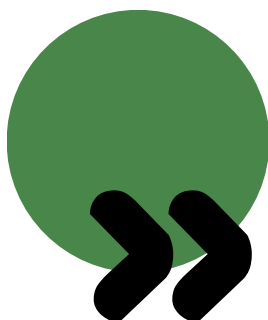
#Transformation  
Privacy

#Souveraineté  
numérique

#Nouvelles  
réglementations  
Data et IA

 Muriel Glatin

***Le RGPD et les nouveaux projets de régulation amènent la fonction marketing à revoir ses pratiques sur les données. Les CMO/CDO doivent désormais associer le DPO à leur réflexion. Les plus matures iront jusqu'à intégrer une nouvelle responsabilité dédiée au pilotage de la conformité des projets Marketing et à la diffusion d'une éthique de la Donnée.***



## Secteurs d'expertise

- Martech / Adetech
- E-commerce
- Media
- B2B





# INSIGHT / MARKET RESEARCH & STRATÉGIES DE MARQUE



**Valérie Le Berre**

Fondatrice associée  
ALOA Research

#Market Research

#Etudes  
qualitatives

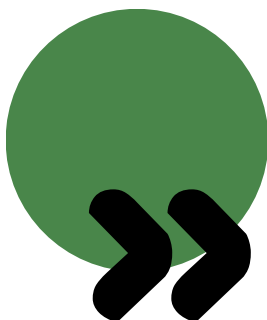
#Insight

#Stratégies de  
marque

 Valerie Le Berre

***Les "consommateurs" sont désormais (très !) inquiets pour la planète, veulent des produits qui la préservent sans sacrifier leur pouvoir d'achat et ne pardonnent plus le greenwashing.***

***Aux marketers de savoir les écouter attentivement pour créer des marques et expériences désirables ET responsables afin de préserver l'avenir d'un monde dont nous comprenons aujourd'hui la finitude ; même si nous sortons, un peu sonnés, de l'illusion confortable de la croissance infinie.***



## Secteurs d'expertise

- Telecom
- Médias
- Loisirs
- Tourisme
- Service



# DISPOSITIF OMNICANAL DE COMMUNICATION RESPONSABLE



**Flavien Michel de Chabannes**

PDG chez CIFEA Mkg

#RSE et ROI

#Communication marketing

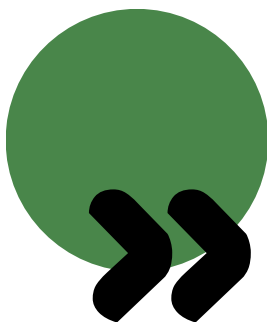
#Pilotage de performances

#Solutions web

 Flavien MICHEL de CHABANNES

*Comment réconcilier une communication marketing performante et une démarche responsable ?*

*Je suis convaincu que l'excellence, la performance et les technologies n'ont de sens qu'en servant une communication vertueuse, respectueuse des individus et de l'environnement.*



## Secteurs d'expertise

- Banque
- Assurance
- Retail
- Caritatif
- Institutionnels



# COMMUNICATION / ENGAGEMENTS ENVIRONNEMENTAUX & CARBONE



**Katia Prassoloff**

Customer Impact  
Manager at  
Reforest'Action

#RSE

#Forêts

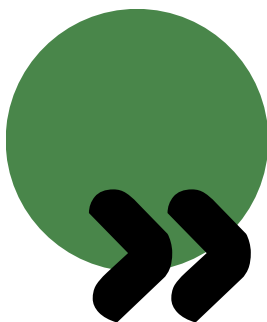
#Projets  
régénératifs

#Compensation  
carbone

 Katia Prassoloff

 @marketchdurable

*Pour communiquer efficacement sur des sujets comme le climat ou la biodiversité, il est essentiel de bien en comprendre les nuances et de respecter certaines règles pour éviter le greenwashing !*



## Secteurs d'expertise

- Multi-secteurs
- Agro-alimentaire
- Grande consommation



# TRANSFORMATION SOCIO-ENVIRONNEMENTALE DES OFFRES PRODUITS / SERVICES FINANCIERS



**Pierre Rédarès**

Fondateur de  
Helbronner

#Transformation

#Banking4Good

#Design Produits &  
Services

#Acculturation

 Pierre Rédarès

*Après avoir vendu la surconsommation comme principal idéal, il est urgent que le marketing se transforme pour proposer de nouveaux récits et rendre désirables de nouveaux usages et modèles économiques compatibles avec les limites planétaires. Le client n'est plus le centre de tout, l'ensemble de la société et du vivant doivent être pris en compte au moment de concevoir un produit ou un service.*

## Animateur professionnel de fresques

- fresque du climat

## Secteurs d'expertise

- Services financiers
- Distribution



# PLATEFORMES DE MARQUES RESPONSABLES (MODE, FOOD)



**Florence Touzé**

Professeure Audencia & Expérience et engagement des publics à Audencia-Sciencescom

#Marketing responsable

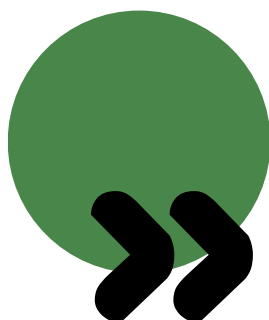
#Marque responsable

#Communication responsable

#Transformation des modèles

 Florence Touzé-Rieu  @F\_Touze\_SCom

*Lançons ce défi d'un marketing pour impliquer et s'impliquer. Un marketing créateur de valeur partagée qui réconcilie l'entreprise avec l'ensemble de ses publics. Exigeant ? Oui. Enthousiasmant surtout !*



## Secteurs d'expertise

- Mode responsable
- Marché de seconde main
- Food
- Communication



# RELATIONS PRESSE & COMMUNICATION CORPORATE



**Sandrine Trichard**

Fondatrice de YELLOW PR - conseil en communication responsable, corporate & sociétale

#Responsabilité des entreprises

#Economie sociale & solidaire

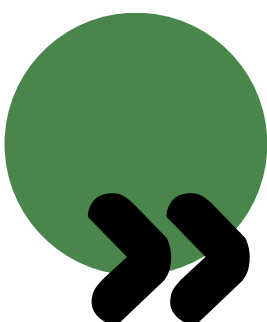
#Santé durable

#Transformation responsable

 Sandrine Trichard

***Les marques doivent aujourd'hui évoluer pour s'adapter aux nouveaux défis de notre époque, qu'ils soient sociaux, sociétaux ou environnementaux.***

***Leur communication RP se doit désormais de donner de la visibilité à ces évolutions avec humilité et transparence pour continuer d'engager leurs parties prenantes à leurs côtés, et ainsi soutenir de façon pérenne leur développement.***



## Secteurs d'expertise

- Multi-secteurs
- Business
- Société
- Social
- Transition



# MODÈLES D'AFFAIRES CIRCULAIRES & MANAGEMENT DES CLIENTS



**Pierre Volle**

Professeur à  
l'université Paris-  
Dauphine

#Économie  
circulaire

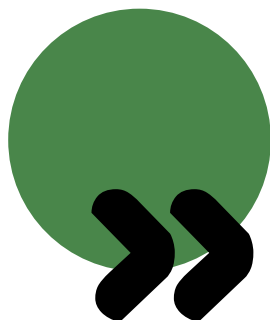
#Usages durables

#Business models

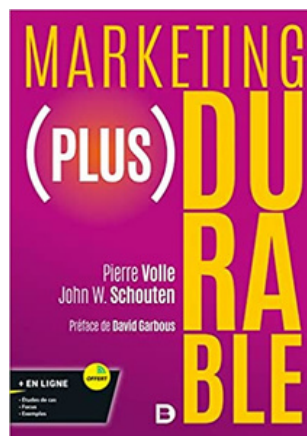
#Relation client  
responsable

 Pierre Volle

*Je suis convaincu que le temps est venu de mettre la connaissance client au service des modèles d'affaires circulaires ; de faire en sorte que les données d'usages nourrissent des offres et des programmes permettant aux entreprises de basculer vers une économie servicielle ; d'accompagner les clients vers des usages plus durables, en transformant leurs expériences des produits et services.*



Auteur de



## Selon la définition du Collectif RESPONSABLES ! by Adetem,

*Le marketing responsable est un marketing engagé,  
respectueux de la planète et des personnes.*

*Dans un contexte de changement global, il impulse  
la dynamique de transition des entreprises vers des  
modèles de création de valeurs qui répondent aux  
enjeux de développement durable.*

# Alors à bientôt... pour des échanges positifs



**Claudie VOLAND-RIVET**  
**Déléguée Générale Adjointe**  
**01 53 32 30 02**  
**claudie.volandrivet@adetem.net**



**Melvyn MANDIAMY**  
**Chef de projet du Collectif**  
**RESPONSABLES ! by Adetem**  
**melvyn.mandiamy@adetem.net**

**NOUS  
CONTACTER**

