

Accompagnement RSE pour équipes Commerce & Category Management

Pourquoi cet accompagnement ?

Le contexte RSE s'accélère en GMS.

*Les distributeurs renforcent leurs cahiers des charges, clarifient leurs exigences et attendent des industriels qu'ils sachent **expliquer, prouver et anticiper** leurs engagements RSE.*

Ne pas s'y préparer revient à subir, plutôt qu'accompagner les évolutions à venir.

Les équipes commerciales et category management sont en première ligne, mais elles manquent souvent :

- De repères,
- D'ordres de grandeur,
- De compréhension du rôle concret de la RSE dans le business,
- D'outils de dialogue crédibles avec leurs clients.

Notre conviction

La RSE ne doit pas rester un sujet de « sachants », déconnecté du terrain.

Former aux fondamentaux est utile... mais **insuffisant** si l'on ne part pas **du métier**, du quotidien des équipes, et de la relation commerciale.

Notre objectif :

- **Rendre la RSE intelligible, concrète et directement activable** dans les pratiques commerciales et catégorielles.
- Donner aux équipes le recul nécessaire pour comprendre ce qui compte déjà... et ce qui comptera demain.

Notre rôle et notre ambition

Nous vous aidons à :

- Comprendre ce qui émerge côté enseignes,
- Anticiper les futurs critères et KPIs,
- Positionner vos équipes en **acteurs crédibles de la transition**,
- Embarquer vos clients et votre écosystème.

Notre ambition :

- Clarifier les enjeux RSE,
- Relier les thématiques (carbone, emballage, agriculture, biodiversité...),
- Nourrir une vision durable de votre activité,
- Renforcer votre rôle dans la filière alimentaire.

Pourquoi nous ?

Experts de la grande consommation, du commerce GMS et du category management, nous maîtrisons :

- La réalité des enseignes,
- Leurs niveaux de maturité RSE,
- Les codes opérationnels de la relation commerciale.

Consultants certifiés (ISO 26000, BLeader...), nous travaillons au quotidien sur : carbone, biodiversité, transition alimentaire, écoconception, emballages...

Nous savons dialoguer à la fois avec les équipes RSE **et** les équipes commerciales, pour faire le pont entre stratégie et opérationnel.

Nos accompagnements

Ils s'adaptent à votre maturité, à vos priorités et à vos métiers (KAM, Catman enseigne, Catman marché, direction commerciale).

Parmi les leviers possibles :

1. Comprendre les enjeux RSE

- Développement durable : repères & ordres de grandeur
- RSE & régulations (Agenda 2030, Green Deal...)
- Attentes des parties prenantes : distributeurs, consommateurs, régulateurs

2. Appliquer la RSE à votre métier

- Ce que la RSE change pour un KAM
- Ce que la RSE change pour un Catman
- Les attentes concrètes des enseignes
- Les bons niveaux de discours

3. Appropriation des engagements internes

- Comprendre et verbaliser les engagements de votre groupe
- Ateliers de posture & argumentaires
- Mise en situation : comment répondre, comment convaincre

4. Projection catégorielle & filière

- Maturité enseignes / filière / concurrents
- Cartographie des labels & référentiels (SBTi, Ecovadis, B Corp...)
- À quoi ressemble une catégorie « durable » ?
- Comment anticiper les transformations à venir

Exemples de dispositifs

Formation / atelier 1 jour : “La RSE dans mon métier”

Matin (commun) : enjeux, maturité enseignes & industriels, outils RSE clés

Après-midi :

- Ateliers métiers (KAM / Catman)
- Exercices de verbalisation
- Projection enseignes et sous-groupes

Séquences modulaires

- Comprendre la RSE : 2x2h
- La RSE dans la relation commerciale : ½ journée
- Catman & RSE : ½ ou 1 journée

Accompagnement sur mesure

100% adaptable selon : maturité équipe, plans clients, priorités internes.

Contactez-nous :

Emmanuel Ansoud
emmanuel@growing-ideas.fr

Anne Cherbonneau
anne@makeaswitch.fr

Résultats de notre étude

Attentes des populations commerce pour l'appropriation des pratiques RSE

Dix enseignements clés

Compréhension du sujet limitée



Malgré des formations internes => méconnaissance des ordres de grandeurs

Impact du sujet sur les métiers



Ambiguïté dans les prises en compte du sujet => L'intérêt porté au sujet par l'homme vs l'homme dans son job

Un « savoir » RSE loin des opérationnels



Les enjeux DD sont portées et gérées par les services RSE. Distinction entre les sachants et les opérationnels.

Ce qui entretient la défiance



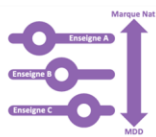
La défiance est clairement ce qui ressort de la perception du sujet RSE dans la relation commerciale.

Avec un enjeu à définir des objectifs et des outils de pilotage



Pas de consensus autour de KPIs et un souhait de définir des critères par catégorie.

Les approches sont hétérogènes



selon l'enseigne, selon l'interlocuteur, selon si on parle MN ou MDD, selon la filière produit et la catégorie !

Et deconnecté du focus conso-shopper



Il y a beaucoup de déperdition entre les actions RSE entreprises et leur communication au consommateur. Les labels (entreprise ou produit) ne suffisent pas. Donc les interlocuteurs sont seuls juges de ce qui est bien.

Mais à quoi pourrait ressembler une catégorie durable ?



Une réelle difficulté à se projeter.

Comment faire bouger les choses ?



Réel consensus autour de cette réponse... une attente forte d'une intervention du législateur

De nouveaux rôles pour la MDD et la MN



La MDD muscle ses cahiers des charges pour coller à la politique RSE mais ce sont les MN qui seront en mesure de porter la transformation de la catégorie.