



**RSE et PED**

Ressources et communauté pour la RSE  
avec les Pays en développement

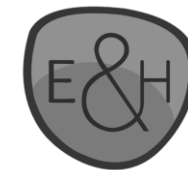
# CYCLE FONDAMENTAUX RSE – #11

## Maîtriser les questions relatives aux consommateurs

23 avril 2019

**Olivier Classiot**

Directeur Associé de Des Enjeux et des Hommes



DES ENJEUX  
ET DES HOMMES



# DES ENJEUX ET DES HOMMES

Cabinet de souche française référent sur la RSE



Deloitte Conseil	★★★★★
Accenture	★★★★
Des Enjeux & des Hommes	★★★★
EY Advisory	★★★★
Greenflex	★★★★
KPMG Advisory	★★★★
Utopies	★★★★
A2DM	★★★
AK2C	★★★
BearingPoint	★★★
EthiFinance	★★★
Mazars	★★★
PwC Advisory	★★★
Solucom-Kurt Salmon (Wavestone)	★★★
The Boston Consulting Group	★★★
Weave	★★★



2004...

12 personnes - 800 missions  
Paris – Montreal – Mexico  
Tananarive – Dakar

## Notre Why ?

Face aux *transformations* requises par les grands *enjeux de durabilité*, nous accompagnons les *hommes et les femmes* des *entreprises* afin qu'ils s'engagent dans une *dynamique positive et collective* au service d'un monde plus *harmonieux*



## Olivier Classiot

Un double parcours en ONG et entreprise  
Une intervention sur 5 continents

# L'iso 26000

## Les questions relatives aux consommateurs

### IMPACTS



### ATTENTES





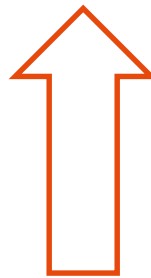
# Marketing responsable : une approche qui dépasse les risques et les obligations pour se saisir de la sphère d'influence



## Une approche à deux niveaux qui va impliquer à la fois l'entreprise et la marque

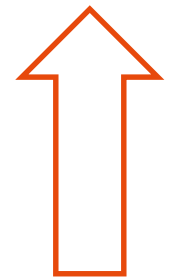


**Ce qui est partagé de manière proactive par la  
marque, avec pour cible principale les consommateurs**



**CREDIBILITE**

**INSIGHTS  
CONSOMMATEURS**



**Ce qui est mise en oeuvre par l'organisation pour  
répondre à ses enjeux RSE matériels**

# Ce qui est attendu... ce qui va au delà

1. Une information claire et pertinente des consommateurs (et relais / prescripteurs)

**Retrouvez tous nos conseils en vidéo sur [www.buitoni.fr](http://www.buitoni.fr)**

SCANNEZ-MOI !



Plus d'informations?  
Nos experts culinaires et nos diététiciennes sont à votre écoute.

**0 806 800 964**  
(Service gratuit • prix appel)

@ [www.buitoni.fr](http://www.buitoni.fr)  
Service Consommateurs Nestlé France  
BP 900 Noisiel 77446 Marne-la-Vallée cedex 2

**A retenir**

BUITONI® cherche en permanence à améliorer la qualité nutritionnelle de ses pizzas. Cette pizza est source de protéines, apportées par le fromage, la pâte à pizza et le jambon.

Good Food, Good Life®  
Bien Manger, Bien Vivre



**Nestlé®**

Comment composer un repas équilibré avec LA GRANDIOSA® ?



= un repas équilibré et gourmand

**Buitoni et ECO EMBALLAGES**  
encouragent le tri et le recyclage

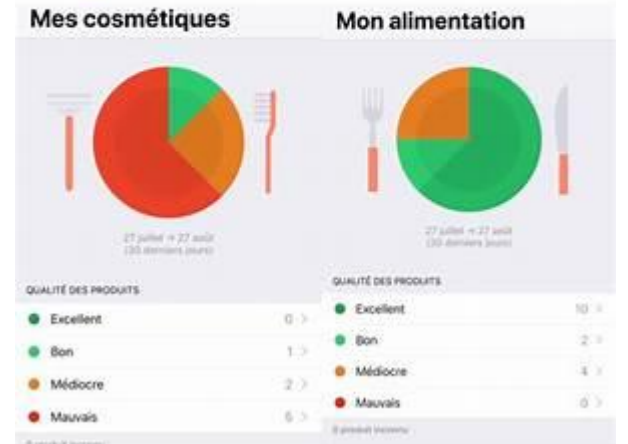
**PENSEZ AU TRI** ENSEMBLE RÉDUISONS L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DES EMBALLAGES

FILM PLASTIQUE À JETER | CUIVRE À RECYCLER

DECLARATION NUTRITIONNELLE / INFORMAÇÃO NUTRICIONAL	Pour / Por 100g	Par portion (1/4 de pizza) / Por porção 142,5g	% AR* / %DR*
Energie / Energia	886 kJ / 211 kcal	1261 kJ / 300 kcal	15%
Matières grasses / Lípidos dont acides gras saturés / dos quais saturados	7,8 g / 3,1 g	11,1 g / 4,5 g	16% / 23%
Glucides / Hidratos de carbono dont sucres / dos quais açúcares	24,4 g / 4,5 g	34,7 g / 6,5 g	13% / 7%
Fibres alimentaires / Fibra	1,8 g	2,6 g	
Protéines / Proteínas	9,9 g	14,1 g	28%
Sel / Sal	1,2 g	1,8 g	29%

\*AR : Apport de référence pour un adulte type (8400 kJ / 2000 kcal). Contient 4 portions. Portions à adapter pour les enfants selon leur âge.  
\*DR - Dose de Referência para um adulto médio (8400 kJ / 2000 kcal). Contém 4 porções. Para crianças as porções devem ser adaptadas à idade.

NUTRITIONAL COMPASS® En accord avec le propriétaire des marques.

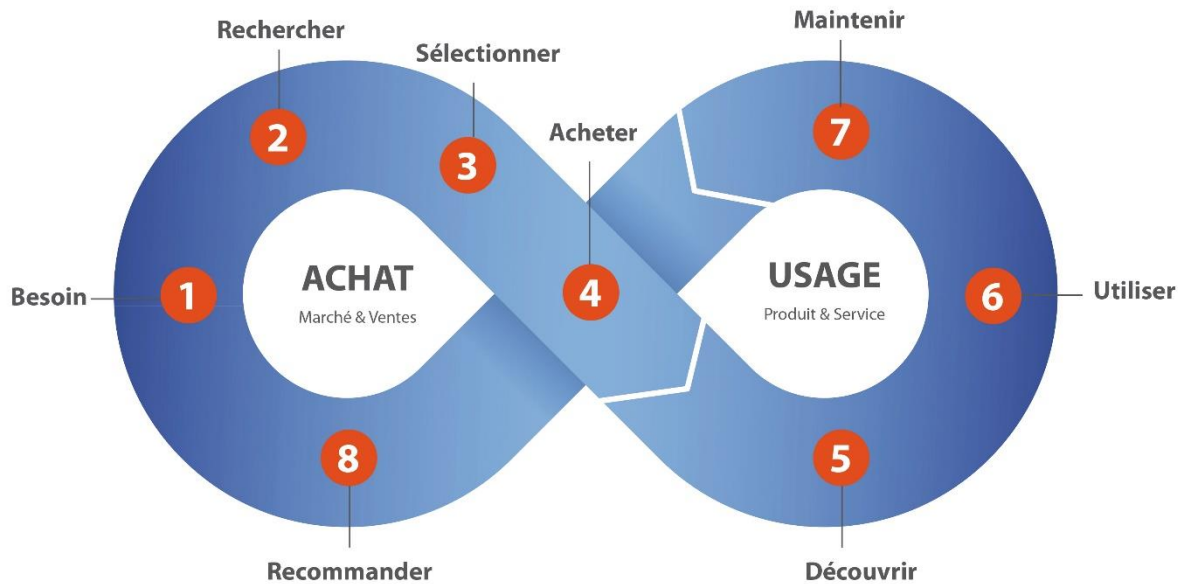


# Ce qui est attendu... ce qui va au delà

- 2. Un traitement transparent des données au bénéfice du client



## Le parcours client



### MULTICANAL



Multiplication des points de contact qui agissent indépendamment les uns des autres

### CROSS-CANAL



Les points de contact sont intégrés au parcours client

### OMNISCANAL



Synergie entre les points de contact, optimisés les uns par rapport aux autres



# Ce qui est attendu... ce qui va au delà



## 2. Un traitement transparent des données au bénéfice du client



Base 1600 kcal

1 yaourt nature type petit suisse (60 g)

1 gâteau moelleux l'Ourson de Lulu au chocolat

1 abricot (45 g)

• 201 kcal (13% RNJ)	• 24 g glucides (11% RNJ)	• 1 g fibres (10 % RNJ)
• 16 g sucres (22 % RNJ)*	• 8 g lipides (14% RNJ)	• 4 g AGS (22 % RNJ)

\*Dont 6 g de sucres du fruit et du produit laitier

Base 1900 kcal

2 biscuits Prince de LU goût chocolat

1 verre de lait demi-écrémé (125 ml)

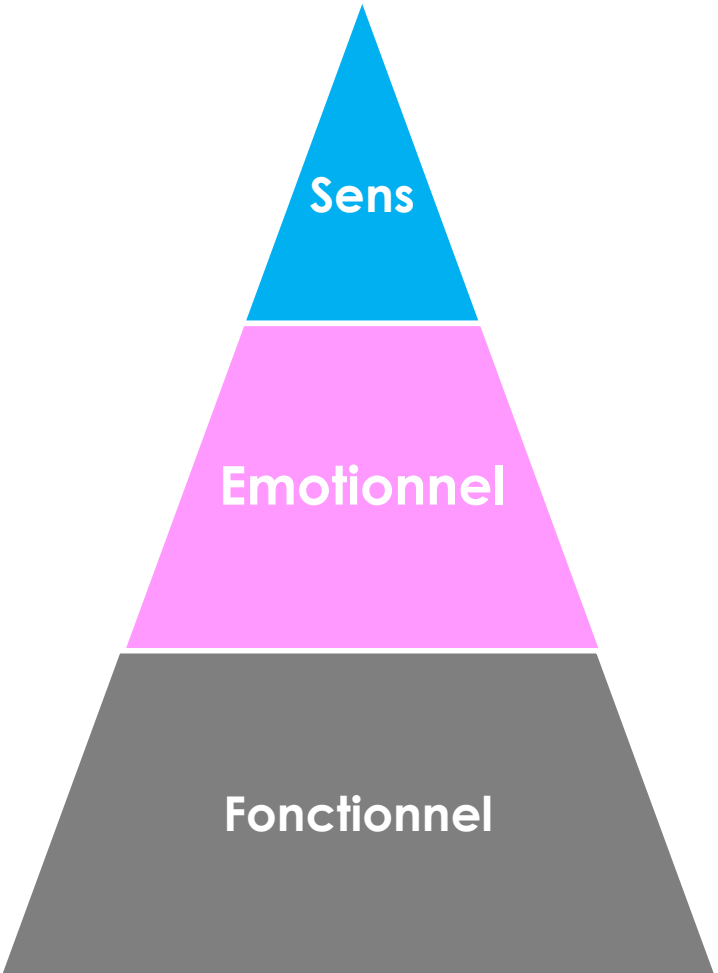
• 246 kcal (13% RNJ)	• 34 g glucides (14 % RNJ)	• 1 g fibres (8 % RNJ)
• 19 g sucres (22 % RNJ)*	• 9 g lipides (13% RNJ)	• 4 g AGS (19 % RNJ)

\*Dont 6 g de sucres du produit laitier



# Ce qui est attendu... ce qui va au delà

3. Un engagement de la marque sur des sujets de société mais en lien avec le coeur d'activité



Pour votre santé, pratiquez une activité physique régulière. [www.mangerbouger.fr](http://www.mangerbouger.fr)



améliorer la résilience des communautés rurales

diversifier les revenus des producteurs

protéger l'environnement

accroître la productivité de l'exploitation

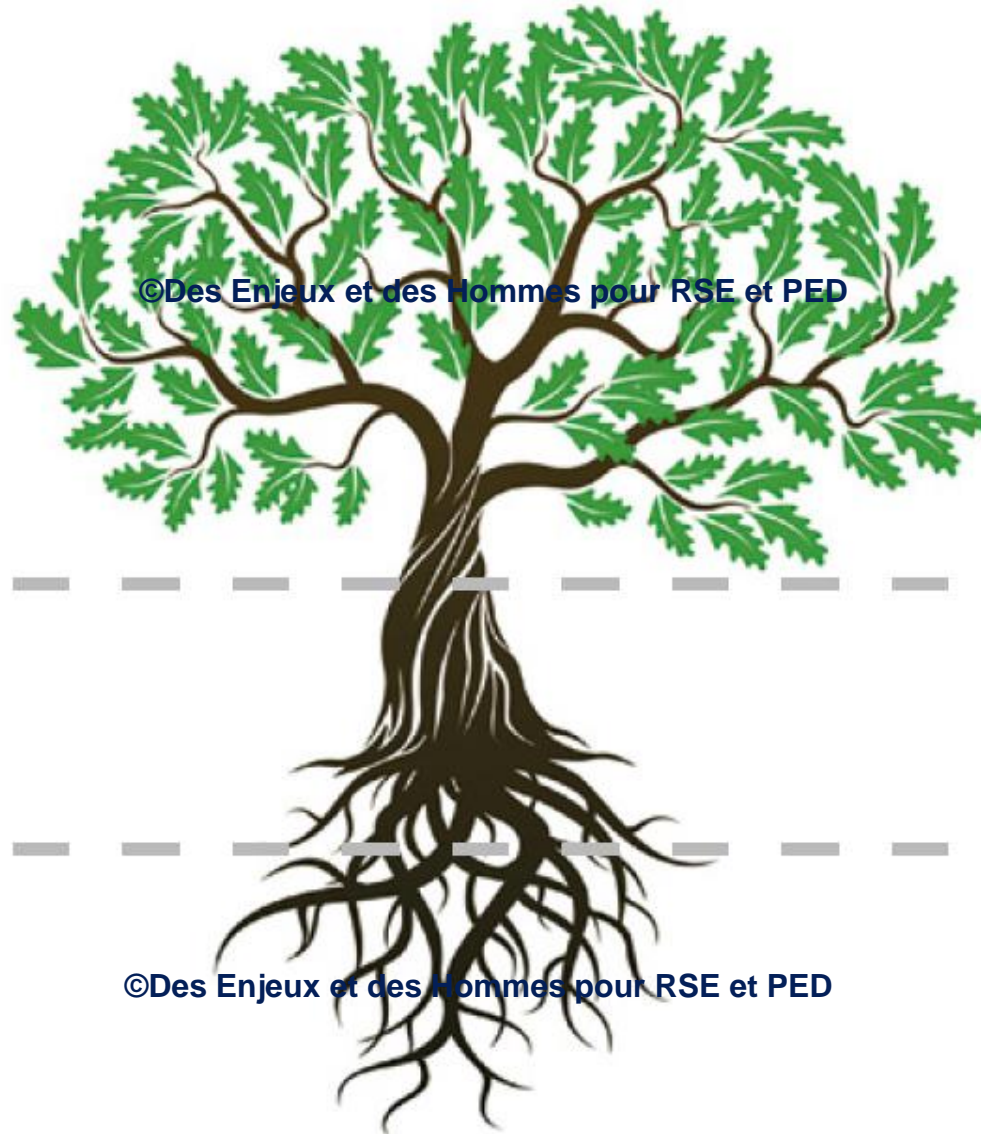
# Le besoin de coordonner les engagements



La RSM de chaque marque



Le socle de crédibilité RSE  
La marque employeur



Innovation/Offres

Insights  
Consos

Storytelling

Process  
Initiatives  
Transverses

Why - Valeurs  
Enjeux RSE Clés  
Attentes des PP



# Réconcilier Business et RSE

via les offres, leur portage et leur partage avec les clients/ consommateurs



*« Le changement ne se décrète pas, il s'accompagne. »*

**Agnès Rambaud**



MERCI

Olivier Classiot  
06 64 62 71 16

[Olivier.classiot@desenjeuxetdeshommes.com](mailto:Olivier.classiot@desenjeuxetdeshommes.com)

desenjeuxetdeshommes-leblog.com  
desenjeuxetdeshommes.com