



Compte-rendu Atelier 3
« ENSEMBLE POUR LE CLIMAT » 2^{ème} édition
Atelier animé par Grégoire Renevier, Patte Blanche.

OBJECTIF :

Nous vous proposons de venir nourrir notre réflexion sur la 2^{ème} édition de l'opération ENSEMBLE POUR LE CLIMAT. Pour la 1^{ère} édition, nous étions en juin dernier 15 enseignes, 15 000 points et plus de 150 000 collaborateurs sur les territoires. Nous serons en juin 2021, encore plus nombreux et nous animerons 100 villes en France. Les 100 premières villes les plus représentatives du Commerce. Les vitrines de ces milliers de points de vente qui représentent de formidables vecteurs d'information et de communication, pointeront les consommateurs vers un lieu stratégique accessible à tous. Une animation pédagogique sur 100 lieux pour favoriser le passage à l'acte des citoyens autour des thèmes "Antigasillage et Economie circulaire ».

Une dynamique collective où chaque enseigne propose ses solutions « Favoriser la réparation » « Fin du gaspillage » « Améliorer les collectes de déchets » « Elimination des invendus » « Plus d'information sur les produits » « Informer à mieux consommer »

...

En collaboration avec 13 régions, 10 municipalités/agglomérations, les organisations et associations locales/régionales et tous les acteurs du changement qui souhaitent agir sur les territoires.

PARTAGE DE VISION : Reprise des slides qui parlent de l'évolution du club, du pivot 2020, des 13 régions, 13 coordinateurs, 100 villes

Qu'aimeriez vous voir émerger sur vos territoires ? (initiatives existantes à renforcer ou nouvelles). Vos différents points de vue sont précieux à la confluence de vos activités / implantations.

RETRANSCRIPTION DES ÉCHANGES :

- MDM (Rémi-Pierre) : question précision : le local : est ce que c'est les équipes, les clients, chambre de commerce...?
- la connaissance des engagements du siège par l'ensemble des salariés : ce qui est travaillé au siège doit être connu par les représentant locaux (focus RSE)
- Mettre en place des moyens permettant d'apporter de la transparence sur la politique RSE auprès des clients
- Remonter les actions au niveau du siège : mettre en place un outil de partage : faciliter l'échange entre siège et terrain et remonter les initiatives locales des collaborateurs
- sur le terrains former et veiller au respect des réglementations au niveau local
- prendre la parole pour dire en quoi ça consiste d'être responsable : avoir les éléments de langage pour traduire son action RSE

- Maintenir le lien avec les parties prenantes locales: construire et travailler les relation avec les associations à l'échelle locale => l'importance de l'ancrage territorial
- la sensibilisation par rapport au contenu: facile d'accès/ ludique / qui donne envie
- envisager un point par rapport à l'animation : gestion améliorer en amont : trouver les bons interlocuteurs : renforcer le lien entre siège et collaborateurs
- le support : un outil d'animation clair : importance de la lisibilité et la visibilité pour les collaborateurs en premier lieu et en second lieu pour les clients
- Remarque les mousquetaires (retour expérience EPLC) : les collaborateurs pour ensemble pour le climat n'ont pas diffuser l'information comme souhaité auprès des clients car ils ont compris que c'était une action en interne mais ils ont bien compris l'importance de l'action
- Des actions concrètes : à faire chacun à son niveau et de savoir en parler
- Action collective : ne pas fonctionner individuellement mais fonctionner à plusieurs au sein d'un centre commercial par exemple
- Formation des équipes magasins : les collaborateurs doivent être en mesure d'expliquer les engagements de l'enseigne : d'où l'importance de l'outil de communication et de formation afin de relayer les informations entre siège et collaborateurs
- Sensibiliser à l'importance de soutenir les initiatives locales existantes dans cette nouvelle éditions EPLC : agir localement pour le climat avec des porteurs de solutions locales (s'ils existent) exemple : circuit court
- Rappel : EPLC : première édition 2019 : durant la semaine DD : objectif sensibiliser les collaborateurs mais qui a aussi touché les clients chiffres : 55000 euros , 5000 arbres,...
- 2020 : c'est pour structurer l'initiative dans les 13 régions et identifier les parties prenantes qui vont être génératrices du changement et qui vont porter cette initiative dans 100 villes de France

LISTONS ENSEMBLE LES 5 POINTS D'AMÉLIORATION LES PLUS RÉCURRENTS À L'ENDROIT DE NOS **POINTS DE VENTE** X DYNAMIQUE & ANIMATION RSE

Si vous deviez choisir 3 points d'amélioration à affuter en priorité ?

Chaque participant a noté son top 3 (nous avons mixé les deux questions les participants ont cités par ordre les points d'amélioration et les parties prenantes à toucher)

- Optic 2000: clients(: Optic domicile : aller voir les clients chez eux) / ophtalmo (programme de prévention chez les entreprise) / l'école(déficit très importants des recrutements : compliqué aller à l'étranger pour chercher des opticiens)
- Les mousquetaires : collaborateurs et adhérents (on travaille sur différents sujets pour comprendre et adhérer aux engagements du groupe) / clients/ maires et municipalités
- Les mousquetaires : Clients / association (progresser sur les actions de dons alimentaires et non alimentaire) / mettre en place des relais régionaux qualité et DD
- MDM : clients (exercice de transparence) / équipe (diffusion d'information) / association (travailler sur l'ancrage local :d onc on espère travailler sur différents sujets)
- Adhérents intermarché : l'agriculture et production locale / gestion de déchets : individuel et collectif (étudier les possibilité à construire des filières) / questions d'énergie (consommation et approvisionnement)
- Earth-warm : clients / association locale => connecter les monde économique et les monde militant / collaborateurs pour faire passer les message
- Servipac Salazie : clients / tissus associatifs (méconnu pour les enseignes à l'échelle locale) / collaborateurs (besoin d'implication et de formation)

- CGR : les chambres de commerces : renforcer l'ancrage territorial : / clients / les citoyens
- Direction Qualité Intermarché : Producteurs , éleveurs et fédération / clients / contribuables / consommateurs/ collaborateurs / : remarque les collaborateurs sont aussi des consommateurs
- GERES : collaborateurs / les fournisseurs locaux : agriculteurs / clients / les riverains : comment les enseignes interagissent avec les riverains non consommateurs
- SGS : les consommateurs/ les pouvoirs publics / les collaborateurs
- Chantelle : la mairie / Les centres commerciaux / les collaborateurs

EPLC 2021 : Nous entendons activer 100 villes en France, autour de vos points de vente. Parlons de lieux stratégiques et pédagogiques

Avec à chaque fois une présence au coeur de la ville (place / galerie commerçante / autre). Selon vous quelle forme pourrait prendre cette activation, de sorte à ce qu'elle vous soit la plus utile ?

Comment faire fonctionner ce stand? est ce que c'est simplement un animateur / un repair café? / pédagogie et passage à l'action service civique d'animation à l'échelle locale

Idée groupe 1 : se focaliser sur un week-end : une collecte géante des produits : faire intervenir les collaborateurs et les associations: les clients ramènent leurs anciens achats et les associations récupèrent / réparent / revendent peut-être mettre en place un système de bons d'achat pour les gens qui ramènent des produits. Nous travaillerons ainsi sur une thématique transversale pour toutes les enseignes : l'économie circulaire et le réemploi : support de communication au niveau des magasin (publicité au niveau des magasins)

Organiser un escape-game ludique pour sensibiliser le grand public aux actions entreprises par les différentes enseignes participantes à cette journée de collecte apprendre à connaître les initiatives des enseignes, et finir par des cadeaux (passer une journée avec Pierre Rabhi)

Idée groupe 2 :

Lieu : comment rassembler un grand nombre de personnes : les centres commerciaux : un message derrière l'opération commun à toutes les opérations du clubs : un message de projet en commun, ou spécifique région par région pour cibler les bonnes pratiques locales (organiser un concours awards) : le message bien porter par le club et pas par les entreprises : l'objectif n'est pas d'avoir un message achat mais plutôt un message engagement pour le climat : éviter de mettre en avant l'enseigne (je vous donne ce produit en échange de...)

Cibler des centres de formations et impliquer les service civiques et les étudiants des écoles de commerces par exemple : pour travailler sur l'identification des initiatives et mutualisation des efforts des enseignes à l'échelle locale

Action : pas d'action particulière : mettre en avant une association locale ou choisir un sujet commun clair.

Idée groupe 3 :

Faire une action sur une semaine c'est trop court : nous pouvons organiser un tour de France ensemble pour le climat : un tiny house (Objet identifiable par un maximum de personnes / une maison qui explique l'engagement de passage à l'action identifiés par EPLC : à destination du grand public et animer sur place et expliquer par les collaborateurs / elle part pour faire le tour de France pour les collecte de déchets ou présentation de produits des enseignes). Cette manière de faire permet à chacun de s'associer aux projets et d'incarner les actions des enseignes à travers l'idée de la tiny house comment bricoler sa maison, comment recycler et réutiliser, avec qui le faire en terme d'association locale

Avoir sur le site internet qui renseigne sur le parcours de la maison dans les différentes villes

Echange entre participants à l'atelier sur la durée et format

- Caravanes : s'associer au Tour de France ?! (pourrait être une idée mais à voir la faisabilité et l'intérêt de s'associer à cet événement) mise en avant de la partie territoriales
- Un événement sur un jour peut avoir plus d'impact : comme le téléthon
Le téléthon c'est toute l'année : faire pareil pour ensemble pour le climat : entreprendre des actions de sensibilisation (les actions sur le site pourleclimat.org) sur toute l'année et clôturer par un événement final
- Tout dépend du format : si c'est une tournée sur un week-end ça n'a pas de sens : On pourrait faire la tournée et avoir un événement de clôture
- Les canaux de communications sont aussi à prendre en compte en terme de disponibilité et d'efficacité
- Réfléchir à la cible de cet événement : si l'objectif de toucher un maximum de personnes deux jours c'est court
- Nous pouvons envisager les deux formats qui sont complémentaires : une tournée des villes et un événement de clôture de l'initiative
- L'importance de l'implication des parties prenantes locale dans la création du stand / solution : travailler avec des porteurs de projets innovants : start-up qui font des projets de livraisons collaboratives