

METTRE LES ENJEUX SOCIO-ENVIRONNEMENTAUX AU CŒUR DE SON OFFRE

DEVELOPPER UNE OFFRE RESPONSABLE

90% des consommateurs attendent des entreprises qu'elles s'engagent et les aident à mieux consommer*



80% des sondés sont prêts à consommer davantage de produits bio, à limiter les loisirs polluants et personnels, à acheter plus cher un produit s'il provient de filières responsables et à préférer les modes de transports alternatifs*

Les clefs pour proposer une offre responsable ?

- Etudier les bénéfices apportés par rapport à l'offre existante, quantifier l'impact
- Ne pas sous-estimer la capacité des clients à basculer vers une nouvelle offre
- Penser le prix selon la qualité du produit/service et non l'inverse

Magalie JOST
co-dirigeante



Nom de l'entreprise : Nature&Aliments
Secteur : Alimentaire
Nombre de salariés : 23 salariés
Localisation : Rezé (44)

Chez Nature & Aliments, nous avons mis les enjeux environnementaux au cœur de l'activité en ne produisant **que des produits bio**. Mais nous ne nous arrêtons pas là puisque nous sommes en cours de calcul d'un **Planet'score** pour **estimer l'impact de tout nos produits** sur le climat, la biodiversité etc. sur tout leur cycle de vie et **l'améliorer**.

L'Atelier ISAC a, dès sa création, **intégré les enjeux socio-environnementaux dans son modèle**. Nous avons choisi de ne travailler qu'avec des **matériaux biosourcés**, par conviction alors que c'était alors extrêmement marginal. Nous avons su convaincre les clients du **bien fondé de ce choix par la pédagogie** ainsi que les **salariés qui gagnent en qualité de vie au travail** en travaillant avec des matériaux plus agréables.



Michel Brochu
Chef d'entreprise

Nom de l'entreprise : Atelier ISAC
Secteur : Construction bois
Nombre de salariés : 50 salariés
Localisation : Nort sur Erdre (44)

Des bénéfices pour vos salariés et votre entreprise



- Une meilleure **valorisation économique** de votre offre
- L'ouverture vers de **nouveaux marchés** à fort potentiel
- Un levier d'**amélioration des conditions de travail** direct (travail avec des produits plus agréables, sur un service plus qualitatif) et indirect (valorisation de travailler pour un produit vertueux)

*Etude ONEY 2020