

## Étude de cas : la communication fournisseurs facteur de leadership

**Problématique : engager ses fournisseurs dans un projet RSE avancé (ex : réduction de l'empreinte carbone, living wage...)**

### Contexte :

- Difficultés à mobiliser les fournisseurs (collecte des données, reporting, mise en œuvre d'actions RSE ambitieuses).
- Nécessité d'entrer dans une démarche d'amélioration partagée (suivi et mesures de l'impact).

**Comment la communication RSE permet d'impliquer ses fournisseurs dans un projet commun de long terme ?**

#### 1. Sensibiliser le fournisseur aux impacts positifs escomptés

Il est primordial de partager le "business case" pour la marque mais également d'envisager les retombées positives escomptées pour les partenaires.

#### 2. Assurer un dialogue permanent

Impliquer les partenaires sur les outils et les modalités de mise en œuvre, en assurant un suivi régulier tout au long du projet.

Il est primordial de sonder régulièrement les partenaires pour identifier les besoins de support, technique notamment, certaines initiatives nécessitant une maturité RSE avancée.

#### 3. Organiser les échanges entre pairs

Événements locaux ou plateformes digitales, permettent de partager les bonnes pratiques, d'identifier les besoins de support et de diffuser ressources et formations.

Sans une collaboration étroite avec les partenaires stratégiques, certaines transformations RSE sont hors de portée des marques

#### 4. Valoriser le fournisseur

Associer le fournisseur à vos communications externes : mise en avant sur site web, communiqués de presse sur la collaboration...

