

CONCEVOIR - OPTIMISER LES PERFORMANCES DE VOTRE SOLUTION DE VENTE EN VRAC / RÉEMPLOI

- CHOISIR LE MODE DE DISTRIBUTION ADAPTE A VOS PRODUITS
- EVALUER ET OPTIMISER LES PERFORMANCES DU CONCEPT DE VENTE ASSOCIE

Prochaines dates :

PARIS ou à distance en visioconférence

30-31 janvier 2025 ou 12-13 mars 2025 ou 22-23 mai 2025

Possibilité de participer uniquement à un seul des deux modules

Depuis 2020, la loi AGEC et le Décret 3R contraignent les industriels et les grands distributeurs à lancer de nouveaux concepts de vente permettant l'adoption de modes de consommation plus vertueux.

Pour cela, ils ont ensemble testé :

- **De nouveaux modes de distribution dit « zéro déchet »** pour leurs produits alimentaires, cosmétiques ou de droguerie : recharge, vrac et/ou produit pré-rempli avec réemploi de l'emballage.

Certains choix se sont avérés inappropriés ou peu concluants, en raison d'un manque d'anticipation et d'analyse des caractéristiques de certains produits : collants, périssables, friables, etc.

Cela a malheureusement pu entraîner de mauvaises expériences consommateurs, une perte de confiance, la désaffection des collaborateurs, et parfois même l'arrêt de la commercialisation en mode zéro déchet de certains produits.

- **Parallèlement, il leur a fallu s'entourer d'apporteurs de solutions pour co-construire, au sein de leurs propres concepts de vente retail ou en ligne (boutique de vrac, boucle de réemploi, consigne/caution, etc.).**

Sur leur initiative, et depuis maintenant 5 ans, les expérimentations foisonnent avec plus ou moins de succès... Car pour rendre possible la bascule en masse des consommateurs, il leur faut trouver le combo gagnant :

- **Le bon mode de distribution** pour un produit sûr, sain et responsable.
- **Le bon concept de vente**, incluant :
 - Un parcours client-collaborateur « optimum »,
 - Un parcours logistique inverse associé, le plus vertueux possible d'un point de vue écologique et économique,
 - Un business model prometteur.

Mission Capital Clients et Quaali associent leurs expertises au travers de ce module de formation, pour vous proposer une méthode orientée à la fois « PRODUIT » & « EXPÉRIENCE CONSO-COLLABORATEUR ».

Une méthode qu'elles ont elles-mêmes conçue et éprouvée au travers de différentes missions, permettant :

- **L'arbitrage du bon mode de distribution pour le bon produit**, dans le respect de l'environnement, de la réglementation, et des règles d'hygiène et de sécurité.
- **L'analyse de la performance du concept de vente vrac et/ou réemploi** proposé par les retailers, et au sein duquel s'insèrent les différents produits des metteurs en marché/industriels, pour viser un parcours et une expérience client/collaborateur optimales, tenant compte des contraintes liées au parcours logistique inverse associé.

Public visé

Tout acteur porteur d'un projet lié au lancement et/ou à l'optimisation des nouveaux modes de consommation Vrac et/ou Réemploi, ou collaborateur impacté par ce type de projet dans ses fonctions directes, notamment :

- **Distributeur/Retailer** : Responsables ou chefs de projets Organisation, RSE, QSE, Exploitation, Logistique & Supply Chain, Concept, Expérience Client, Signalétique & Identité Visuelle, Marketing & Communication, CRM, Web, SI, Formation, Achats Marchandises, Pricing, Juridique...
- **Industriel/ Producteurs/ Metteurs sur le marché** de produits alimentaires, cosmétiques et de droguerie : Directeurs et chefs de produits, Responsables Qualité ou RSE, chefs de projet, Responsables R&D...
- **Fournisseurs de Services/AppORTEURS de Solutions en vrac et/ou en réemploi** : fabricants – éco-concepteurs de contenants, merchandiseurs, PLV signalétique, laveurs, usines de remplissage, opérateurs de traçabilité, balanciers...

Quel que soit le degré d'avancement du projet ou de la solution :

- En phase de conception, de prototypage ou de développement
- En test
- Mature pour le passage à l'échelle

Finalités de la formation

- Renforcer vos convictions sur vos arbitrages par catégorie de produits [Retailers, Industriels].
- Prendre du recul et analyser les chances de succès d'un Concept de Vente VRAC et/ou REEMPLOI au sein duquel votre solution/produit devra s'intégrer [Retailers, Industriels, Apporteurs de Solutions].
- Optimiser les chances de succès de votre solution et sécuriser son déploiement à terme [Apporteurs de Solutions].
- Renforcer votre rôle de conseil auprès de vos clients [Apporteurs de Solutions].

Objectifs de formation

- **Comprendre** :
 - Le périmètre du Réemploi et du VRAC.
 - Les différents arbitrages possibles et opérés d'un secteur à l'autre, ou d'une solution à l'autre, par les Retailers et les Industriels.
 - L'interdépendance et la nécessité absolue de corréliser un parcours Client & Collaborateur optimisé avec les contraintes liées au parcours logistique inverse.
 - Les différents modèles de VRAC et/ou de Réemploi actuellement en cours d'expérimentation, considérés parmi les plus prometteurs.
 - Les grands partis pris, leviers d'action, erreurs à éviter et points de vigilance.
- **Réaliser** :
 - Une étude pour identifier le mode de distribution dit « zéro déchet » le plus adapté à votre produit et aux enjeux environnementaux.
 - Un autodiagnostic de votre concept de vente actuel ou futur (VRAC et/ou REEMPLOI).
- **Formuler** vos propres recommandations.
- **Apprendre** la technique de modélisation du parcours Client-Collaborateur et du parcours Logistique inverse sur un outil graphique de pré-expression des besoins, accueillant à terme toutes vos recommandations

Programme

JOUR 1 : Module 1

- **VRAC & REEMPLOI : Rappel des obligations règlementaires Loi Anti-Gaspillage & le Décret 3R**
 - Côté Industriels
 - Côté Distributeurs

- **VRAC, REEMPLOI & RECHARGE : Définition, périmètre, champs d'application**

- **VRAC, REEMPLOI & RECHARGE : Mettre sur le marché des produits responsables, sûrs et adaptés à ces modes de distribution**
 - **Évaluer la compatibilité de son produit alimentaire, cosmétique et de droguerie avec ces nouveaux modes de distribution**
 - Parcourir les cycles de vie des produits vendus en VRAC, en REEMPLOI et en RECHARGE
 - Découvrir les responsabilités de chacun des acteurs (metteur en marché / distributeur / consommateur)
 - Connaître les critères « produit » adaptés au Vrac, au Réemploi et à la Recharge, avec les points de vigilance pour assurer la sécurité des produits.
 - Plonger dans un panorama des propositions à date de Vrac, Réemploi et Recharge par famille de produits avec une analyse des avantages et inconvénients et les raisons d'inéligibilité.

 - **Faire évoluer son produit - son emballage vers l'écoconception pour rendre ce mode de distribution encore plus vertueux et en faire un potentiel axe de communication pour la vente.**
 - Modifier les caractéristiques intrinsèques de son produit pour réduire son impact environnemental.
 - Optimiser ses emballages pour les rendre plus durable et plus sûrs.

 - **Atelier pratique : Mise en pratique - Réaliser un Challenge créatif en équipe pour concevoir un produit prêt pour le vrac, le réemploi ou la recharge**
 - Créer un produit écoconçu et adapté aux modes de distribution Vrac, Réemploi ou Recharge
 - Évaluer son impact environnemental vs. le même produit dans un emballage à usage unique

Programme

JOUR 2 : Module 2

- **PARCOURS & EXPERIENCE CLIENT : définition, périmètre, et intérêt**
- **VRAC & REEMPLOI : panorama - Retail Tour des initiatives/expérimentations en cours, parmi les + prometteuses**
 - Panorama – analyse des initiatives les + prometteuses dans les secteurs de la Grande Distribution alimentaire, DPH, cosmétique & restauration
 - Analyse des grands partis-pris associés en termes de mode de distribution, de choix de contenants, de mesures d'incitation, de dosages produits, de choix technologiques, de traçabilité, de gestion back office...
 - Analyse Parcours Client VRAC & REEMPLOI /Parcours Logistiques Inverse associé
 - Etapes clé à analyser
 - Décodage des futurs potentiels Standards de Marché
 - Bonnes pratiques & erreurs à ne pas commettre
 - Corrélations avec le parcours Logistique inverse associé
- **PARCOURS CONSOMMATEUR-COLLABORATEUR VRAC & REEMPLOI : les étapes clés**
 - Modéliser le Parcours Client et le Parcours Logistique associé
 - Cadrer et orchestrer votre Vague de Recueil de la Voix du Client
 - Identifier vos points d'amélioration
 - Suivre la performance de votre solution : KPI's de suivi / indicateurs de performance
- **VRAC & REEMPLOI : comment favoriser la bascule « 1^{ère} fois », et l'adoption de ce nouveau mode de consommation ?**
 - Les réfractaires & les « autres » : 4 niveaux de maturité consommateurs
 - Retourner le mode de penser, d'agir, de consommer
 - Désancrer les vieux réflexes, valoriser les bons gestes
 - Lutter contre l'inertie, « engager le citoyen consommateur »
 - Eviter toute source d'abandon
 - Identifier les facteurs de bascule, les freins à contourner, les leviers à actionner
 - Activer les leviers de bascule émotionnels & cognitifs : frapper fort, interpeler, jouer sur la corde sensible
 - Créer l'étincelle : démultiplier les supports
- **VRAC & REEMPLOI : comment favoriser l'engagement des collaborateurs, utilisateurs de votre solution ? Principaux irritants collaborateurs**
- **CAS PRATIQUE Exercices de mise en pratique tout au long de la formation :**
 - Modéliser le Parcours Consommateur-Collaborateur / Parcours logistique induit par votre solution au sein du Concept de vente global VRAC & REEMPLOI de votre client.
 - Autodiagnostic et identification des sources d'optimisation
 - KPI's & indicateurs de performance

■ Les partis pris d'animation

- Un programme essentiellement axé autour du retour d'expériences issu de plusieurs missions d'optimisation de solutions de vrac et de réemploi, menées par les intervenantes expertes elles-mêmes, pour le compte d'industriels, de grandes enseignes ou d'opérateurs de solutions
- Un vrai focus sur les erreurs à ne pas commettre & les points de vigilance
- De nombreux exemples illustrés en photo / vidéo

■ Les + de cette formation

- La mise en pratique sur votre propre cas d'entreprise
- L'identification progressive des leviers & actions d'optimisation pour votre solution.

■ Modalités

- **Tarifs**
 - Possibilité de participer uniquement à un seul des deux modules
 - 900€ HT/ jour (un module)
 - 1600€ HT au lieu de 1800€ HT / 2 jours (deux modules)
 - 10% de réduction pour les adhérents de l'Institut du Commerce
 - Financement OPCO possible, des frais de dossier s'ajouteront
- **Dates au choix :**
 - Jeudi 30 et vendredi 31 janvier 2025
 - Mercredi 12 et jeudi 13 mars 2025
 - Jeudi 22 et vendredi 23 mai 2025
- **Lieu : Paris ou à distance**

[Cliquez ici pour vous inscrire](#)

Pour plus d'informations, inscrivez-vous à un des webinars prévu le 19 décembre 2024 ou le 09 janvier 2025 à 12h sur [notre site de l'Institut du Commerce](#) ou contactez les formatrices :

- Nathalie INNOCENTI - ninnocenti@mcclients.fr - 06.62.62.51.74 - 
- Virginie BINUTTI - virginie@quaali.fr - 06.18.01.52.91 - 

Cette formation est proposée en partenariat avec l'Institut du Commerce :



L'Institut du Commerce est un espace unique de dialogue, d'inspiration et de réaligement pour les acteurs du commerce. Depuis 2019, Mission Capital Clients est un partenaire clé de l'Institut du Commerce pour concevoir des [parcours d'achat éco-responsables](#). Nous avons publié en 2020 le [Guide du vrac et du réemploi](#), en téléchargement libre sur notre site. Nous proposons aussi régulièrement des [ateliers de sensibilisation](#) comme la Fresque de l'économie circulaire et la Fresque du Plastique. Nous soutenons cette formation unique pour sortir de l'usage unique et être en phase avec les enjeux règlementaires.

Formatrices



Nathalie Innocenti Dirigeante et fondatrice de Mission Capital Clients



Nathalie anime depuis près de 20 ans des ateliers collaboratifs visant à projeter les collaborateurs dans les parcours et l'expérience client de demain, à anticiper les évolutions pour s'adapter aux nouveaux modes de consommation à venir (digitalisation des parcours consommateurs, projection dans le supermarché de demain, éco-responsable, parcours de bascule en faveur du **zéro gaspi/zéro déchet**, vrac, réemploi...). Forte de sa méthode de modélisation des parcours et de l'expérience client, elle s'appuie sur le croisement des données liées à l'écoute clients-collaborateurs et des données d'inspiration issues de son Observatoire des Tendances (**retail tours**).

Elle est intervenue récemment sur des missions de lancement et d'optimisation des concepts de vente **vrac** et **réemploi** pour le compte de **day by day** (nouvelle gamme de produits consignés), **Carrefour** (parcours Avenue du **vrac**), **Caméléon Pharmacie Opéra** (test de refill de produits d'hygiène-beauté), et le dispositif « **Rapportez-moi** » de **Alpes Consigne** (parcours de bascule dans le **réemploi** sur la région de la Métropole de Grenoble).



Virginie Binutti Dirigeante et fondatrice de Quaali



Virginie allie expertise en **qualité produit**, **distribution** et **développement durable** pour accompagner les entreprises agroalimentaires dans leurs transitions. Forte d'un parcours diversifié, elle a récemment collaboré avec des acteurs majeurs tels que **day by day**, **Uzaje** et **La Tournée**, contribuant à des projets innovants liés au **vrac** et au **réemploi**.

Diplômée d'une école d'ingénieurs spécialisée en agroalimentaire, elle bénéficie de plus de 20 ans d'expérience au sein de groupes de distribution comme **Carrefour** et **Auchan**, où elle a acquis une connaissance approfondie des systèmes qualité, des processus de distribution et des attentes des consommateurs.

Cette solide expertise terrain renforce sa capacité à accompagner les entreprises dans leurs projets d'innovation et d'adaptation de leurs produits aux nouveaux modèles de distribution, tout en répondant aux exigences croissantes des consommateurs en matière de **santé**, de **durabilité** et de **transparence**.