



## Sensibilisation des clients

Descriptif de l'action	Complexité de mise en œuvre	Potentiel de réduction du GA	Rentabilité
<p>Une des causes fortes du GA est la surmanipulation des produits par les clients des magasins. La Grande Distribution peut donc jouer un rôle fort dans le partage de bonnes pratiques avec leurs clients, sur leurs habitudes de consommation. Cela lui permet aussi de proposer des modalités de vente moins génératrices de GA. Mais la Grande Distribution peut aussi jouer un rôle d'animateur grâce à sa position centrale dans le schéma de l'alimentation en France.</p>	<p><b>Difficile</b></p>	<p><b>+</b></p>	<p><b>/</b></p>

### Retour d'expérience :

Communiquer aux clients les gestes à connaître pour réduire le GA peut être perçu comme un créneau de communication risqué pour la Grande Distribution. « Les clients attendent de leur supermarché une attitude irréprochable sur la politique de Responsabilité Sociétale des Entreprises. Le GA fait partie des préoccupations des Français, nous devons jouer notre rôle dans la communication avec le grand public. » affirme un directeur.

### PARTENAIRES DE L'OPÉRATION



## Modalités de mise en œuvre :

De nombreuses initiatives peuvent être lancées pour sensibiliser les clients au GA. Les actions les plus efficaces sont celles qui aident le consommateur à comprendre, quantifier et améliorer son action chez lui mais aussi dans son comportement d'achat au niveau du magasin.

Comme, par exemple, des campagnes d'affichage, des infographies, la mise en valeur des initiatives prises par les magasins sur le GA, des visites organisées des circuits de recyclage du magasin...



## Points de vigilance :

Le rôle du magasin est d'aider ses clients à mieux appréhender la lutte contre le GA. La communication doit être bilatérale (organisation de table ronde...) afin que les clients consommateurs puissent aussi faire part de leur ressenti et apporter leurs idées. Cette initiative ne doit pas se limiter seulement à un projet de communication car cela risque d'engendrer l'inverse des effets escomptés.

## Ressources utiles :

- Se rapprocher de votre enseigne pour connaître les outils de communication auprès de vos clients.
- [Calculer votre coût complet du GA](#)
- Campagne [casuffitlegachis.fr](http://casuffitlegachis.fr) pour avoir des outils de communication

## PARTENAIRES DE L'OPÉRATION