**1ER GRAND PRIX**

**DE LA RESPONSABILITE SOCIETALE DES MARQUES®  
\_\_\_**

**FORMULAIRE D’INSCRIPTION**

**Informations sur la Société**

* Dénomination sociale
* Directeur général
* RCS et ville d’enregistrement
* Secteur d’activité
* Logo de la société
* Adresse
  + Voie
  + Code postal
  + Ville
* Téléphone
* Mail
* Site web

**Personne en charge de la candidature**

* Prénom
* Nom
* Fonction
* Téléphone
* Mail

1. **Catégorie dans laquelle la candidature est présentée**

* *Sélectionner un choix*
* Marque de la grande consommation : PRODUIT
* Marque de la grande consommation : SERVICE
* B to B : PRODUIT
* B to B : SERVICE
* Start Up

1. **Description du projet ou de la démarche**

* Nom de la société
* Nom de la marque
* Nom du produit ou du service concerné
* Descriptif du positionnement RSM défini (380 caractères maximum)
* Engagements associés
* Empreinte positive recherchée

1. **Contexte du projet ou de la démarche**

* Quelles sont les problématique(s) ciblée(s)
* Détail des engagements de la marque, indicateurs de mobilisation et/ou de compliance avec les objectifs fixés
* A quels [Objectifs du Développement Durable](http://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/objectifs-de-developpement-durable/) la marque contribue-t-elle ?
* *Sélectionnez un ou plusieurs choix*
* Objectif 1. Pas de pauvreté
* Objectif 2. Lutte contre la faim
* Objectif 3. Bonne santé et bien être
* Objectif 4. Education de qualité
* Objectif 5. Égalité entre les sexes
* Objectif 6. Eau propre et assainissement
* Objectif 7. Energie propre et d’un cout abordable
* Objectif 8. Travail décent et croissance économique
* Objectif 9. Industrie, innovation et infrastructure
* Objectif 10. Inégalités réduites
* Objectif 11. Villes et communautés durables
* Objectif 12. Consommation et production responsables
* Objectif 13. Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques
* Objectif 14. Vie aquatique
* Objectif 15. Vie terrestre
* Objectif 16. Paix, Justice et institutions efficaces
* Objectif 17. Partenariats pour la réalisation des objectifs
* Quel système d’évaluation est mis en place ? La démarche est-elle construite avec des partenaires ou des organismes de certification ?
* Date de lancement et perspective de développement (pérennité de la démarche)
* En quoi la démarche est-elle originale ? En quoi crée-t-elle de la valeur pour la marque, pour ses clients et ses fournisseurs ?
* Quelle est la contribution envisagée à moyen et long terme ?
* Quel est le périmètre géographique de la démarche ?

1. **Stratégie d’engagement et d’adhésion**

* Joindre le Key Visual de la démarche.
* Description détaillée et principales étapes de l’activation auprès des clients / consommateurs / citoyens ?
* Campagnes de communication ou de publicité développées : vers les cibles internes, les leaders d’opinion, communautés, grand public, ou cible BtoB de l’entreprise
* Partenaires et services de l’entreprise impliqués (internes et externes)
* Indicateurs de performances de la campagne
* Quantitatifs
* Qualitatifs
* Difficultés rencontrées
* Prochaines étapes envisagées et objectifs de progrès