



## Découvrez le palmarès du Grand Prix Essec des Industries de la Consommation Responsable

YVES PUGET



Rémy Gerin, Directeur Exécutif de la Chaire Grande Consommation de l'ESSEC : « « La Responsabilité de l'industrie et du commerce de Grande Consommation à l'égard du monde est très forte, parce que ce secteur nourrit et fournit au quotidien des dizaines de millions de foyers, »

Thomas Courbe, à la tête de la DGE, placée sous l'autorité du ministre de l'Économie, et des Finances, a reçu mercredi 6 février 2019 à Bercy, l'ESSEC Business School et plus de 280 représentants de l'industrie et du commerce pour la cérémonie du Grand Prix ESSEC des Industries de la Consommation Responsable. Ce prix, original par la forte implication des étudiants de la Chaire Grande Consommation de l'ESSEC dans la sélection des dossiers nominés et dans la mise en oeuvre du projet, vise à récompenser les entreprises fabricantes de produits de grande consommation pour leurs initiatives en France en matière de RSE. Pour cette 4e édition, 64 dossiers ont été déposés par 30 entreprises de toutes tailles. Le projet est soutenu activement depuis son origine par les fédérations professionnelles IleC, Ania et la Feef. « *La Responsabilité de l'industrie et du commerce de Grande Consommation à l'égard du monde est très forte, parce que ce secteur nourrit et fournit au quotidien des dizaines de millions de foyers, impacte massivement les ressources, l'environnement, l'écosystème et la biodiversité et emploie directement et indirectement plus d'un million d'hommes et de femmes en France. C'est pourquoi nous avons choisi d'intégrer les préoccupations RSE dans tous les enseignements, les séminaires et les recherches de la Chaire. C'est ainsi que sont nés les Grands Prix Essec des Industries et du Commerce*



*Responsables, pour mettre en lumière les démarches engagées du secteur de la Grande Consommation au plan de la RSE», a expliqué Rémy Gerin, Directeur Exécutif de la Chaire Grande Consommation de l'Essec.*

A l'issue de la phase de nomination des dossiers finalistes par les étudiants de l'Essec, un jury de personnalités expertes des enjeux liés à la RSE et à la Grande Consommation s'est réuni le 11 décembre dernier pour les délibérations. Il a désigné par vote les dossiers lauréats des 6 prix et du Grand Prix Essec des Industries de la Consommation Responsable, selon 4 critères de sélection : le caractère innovant, le déploiement, les résultats et la vision.

Le jury 2019 du Grand Prix Essec des Industries de la Consommation Responsable :

- Catherine El Arouni, Déléguée Générale, Restos du Coeur
- Pierre Galio, Chef de Services Consommation et prévention, Direction Economie Circulaire et Déchets, ADEME
- Sylvain Lambert, Associé responsable de l'activité de conseil en développement durable chez PWC,
- Elisabeth Laville, Fondatrice Directrice Utopies,
- Sébastien Monard, Directeur Marketing et Communication, NIELSEN France
- Jacques Pasquier, Représentant de la confédération paysanne au CESE
- Yves Puget, Directeur de la rédaction du magazine LSA,
- Jérôme Schatzman, Directeur Exécutif Chaire Innovation et Entrepreneuriat Social, Essec Business
- School
- Agnès Christine Tomas Lacoste, Directrice Générale, Institut National de la Consommation
- Victoire Choissard et Antoine Doussau, étudiants de la Chaire Grande Consommation promo 33

## GRAND PRIX RSE

### Werner & Mertz

Cette entreprise Allemande de plus de 150 ans d'existence propose des gammes de produits de nettoyage respectueux de l'environnement et de la santé des utilisateurs, un double positionnement écologie-santé intéressant et bien mené notamment à travers sa marque Rainett. Cette stratégie s'inscrit dans une démarche globale très forte de respect de l'environnement et de l'utilisateur. Parmi les projets présentés au Grand Prix cette année, l'entreprise présente à la fois sa gamme de produits éco-conçus et ses campagnes de communication et d'information au consommateur, notamment à travers ses emballages fabriqués avec 100% de plastique recyclé et son partenariat avec Système U pour favoriser la consommation responsable. Par ailleurs, Werner & Mertz a investi massivement dans des moyens de production plus économes en eau et en énergie, s'implique dans une démarche d'équité générationnelle et d'égalité des chances et dans des projets de protection de la nature portés par la Surfrider Foundation Europe et la FRB (Fondation pour la Recherche sur la Biodiversité). *“Ce prix permet de valoriser notre politique RSE en interne ainsi qu'en externe. Les consommateurs sont de plus en plus exigeants et sensibles à la manière dont nous conduisons notre démarche éco-responsable et participer à ce type d'évènement renforce notre crédibilité”,* affirme Benoit Renaud, Directeur Général de Werner & Mertz



## **Prix 1 - Gestion durable des Activités**

### **Le projet de relance de la production de miel français, par les Apiculteurs Associés.**

La France consomme environ 40 000 tonnes de miel par an quand elle n'en produit pas plus de 10 000 du fait de la disparition progressive des abeilles dont les colonies s'éteignent un peu plus chaque année. Afin de privilégier le miel français, les Apiculteurs Associés mènent diverses actions pour sauvegarder les abeilles et soutenir les apiculteurs de France. Le programme scientifique de recherche, d'élevage et de diffusion d'abeilles naturellement adaptées à l'environnement et à l'apiculture auquel participent les Apiculteurs Associés en partenariat avec APINOV contribue au repeuplement du cheptel de ruches, et donc, à l'augmentation de la production française. Les objectifs de ce projet sont ambitieux et sa mise en œuvre prometteuse. Le projet s'accompagne d'une véritable volonté de communication et de sensibilisation des consommateurs, notamment grâce au recrutement de chargés de communication. Florent Vacher, président des Apiculteurs Associés témoigne : *"Mon équipe et moi-même sommes très fiers d'être lauréat de ce prix Essec qui nous encourage à poursuivre nos efforts pour construire une apiculture durable. Ce prix conforte également notre position d'acteur majeur au sein de la filière apicole française."*

## **Prix 2 : Projets collaboratifs Industrie-Commerce**

### **L'opération produit-partage de Somapro, avec Métro et Pro à Pro.**

Les opérations produit-partage sont un moyen simple et visible d'associer une perspective commerciale à une action sociale. Les campagnes de ce type sont nombreuses et comptent de beaux succès, et celle de Somapro se démarque particulièrement par son envergure, son aspect spontané et engagé. Avec ses partenaires Métro et Pro à Pro, Somapro a proposé à ses clients finaux de participer à une action de solidarité sans hausse de prix de vente : 1 produit acheté = 1 repas offert aux Restaurants du Cœur. *"Les valeurs que nous avons partagées autour de ce projet ont créé de véritables liens et des satisfactions communes. Notre première expérience intéresse déjà d'autres de nos clients et nous travaillons sur d'autres pistes qui nous permettraient de lier altruisme et business dans d'autres réseaux de distribution que le Foodservice."* a déclaré Xavier Steeg, Directeur Général de Somapro. Cette campagne, qui concerne des MDD et des marques propres de Somapro, a été organisée en un temps record grâce à l'engagement contagieux des participants, et a rassemblé en une opération plus de 280 000€ au profit des Restos du Cœur. Une belle réussite !

## **Prix 3 - Services et informations au bénéfice du consommateur**

### **La campagne #BloodNormal d'ESSITY, par Nana.**

Les règles. Un sujet encore tabou, qui concerne pourtant toutes les femmes. D'après une étude Essentials Initiative réalisée par Essity en 2017, 44 % des femmes françaises éprouvent toujours de la gêne lorsqu'elles ont leurs règles, et 43 % sont gênées lors de l'achat de produits d'hygiène féminine. 9 femmes sur 10 essaieraient de les cacher. #bloodnormal, une campagne forte et rupturiste réalisée par la marque Nana, montre les règles pour la première fois telles qu'elles sont : rouges. Vrai, réaliste et transparent, le film souhaite interpeller pour éduquer et faire évoluer les mentalités. Même si ce n'est pas son but premier, ce film choque. Pourtant les scènes montrent seulement comment les règles font



partie du quotidien. Preuve en est, donc, qu'elles ne sont pas acceptées si facilement. D'ailleurs la campagne n'a pu être diffusée qu'en ligne car non approuvée par les autorités audiovisuelles... *“En matière d'hygiène et de santé, de nombreux tabous persistent dans la société civile. S'y attaquer et les briser c'est contribuer à apporter plus de bien-être aux personnes concernées. Ce prix est un encouragement à aller encore plus loin dans cette direction”*, explique Estelle Vaconsin, Directrice Développement Durable et Qualité Essity France. Ce projet audacieux répond donc à un véritable sujet de société, et les réactions parfois enflammées sur les réseaux sociaux prouvent bien qu'il a su faire réagir : mission accomplie !

#### **Prix 4 : Produits durables et responsables**

##### **Les peintures recyclées de Circouleur**

Chaque année en France, 35 000 tonnes de peinture acrylique sont incinérées, rejetant plus de 37 000 tonnes de CO<sub>2</sub> dans l'atmosphère. Il y a là toute une filière de recyclage à mettre en place, une tâche complexe à laquelle s'est attelée l'équipe de Circouleur. Après un peu plus de deux ans et demi de développement, l'entreprise a proposé à la vente une première gamme de peintures recyclées haut-de-gamme. Cette réalisation technique, réalisée avec brio, s'est accompagnée de valeurs fortes autour de l'écologie et de l'insertion sociale. Une nouvelle pépite à encourager ! Maïlys Grau, PDG réagit : *“Il est très rare de voir des prix qui intègrent les deux dimensions de grande consommation et d'éco responsabilité. Chez Circouleur, nous sommes convaincus que l'un ne peut plus fonctionner l'un sans l'autre, ce prix est donc totalement en phase avec nos valeurs et nous souhaitons y être associés.”*

#### **Prix 5 : RH**

##### **Le projet « Handicap et réactivité » de La Brosse et Dupont.**

L'insertion des personnes en situation de handicap dans les entreprises à hauteur de 6% des effectifs est une démarche rendue obligatoire depuis la loi de 2005. Pourtant, elle reste peu appliquée, les entreprises hésitant à consentir les efforts nécessaires à l'insertion de ces employés ou n'ayant pas les compétences et l'accompagnement nécessaires. Ce n'est heureusement pas un problème pour de nombreuses entreprises, exemplaires dans l'insertion des personnes handicapées. C'est le cas de La Brosse et Dupont, qui répond parfaitement à un besoin de réactivité logistique en présentant un projet d'insertion ambitieux. Après avoir recouru à un ESAT pour effectuer des tâches de conditionnement, La Brosse et Dupont a engagé une démarche plus inclusive en accueillant au sein de ses propres sites un ESAT, dit Indoor. Un aménagement des postes de travail a été nécessaire et puis progressivement un développement des compétences. Les personnes en situation de handicap côtoient ainsi au quotidien les équipes travaillant sur le site ce qui facilite leur insertion « en milieu de travail ordinaire ». François Carayol, Président Directeur Général de La Brosse et Dupont affirme : *“Nous avons concouru car nous investissons depuis plusieurs années dans une démarche d'excellence sociale et environnementale. Cet engagement en matière de Responsabilité Sociale et Environnementale n'est pour nous ni une mode médiatique ni une mode managériale : elle s'inscrit dans des valeurs citoyennes et des pratiques concrètes qui produisent des résultats.”*

#### **Prix 6 : Solidarité**



## **Partenariat Blédina / Programme Malin pour un accès à l'alimentation adaptée pour TOUS les enfants entre 0 et 3 ANS**

Intégré dans la stratégie de prévention et de lutte contre la pauvreté des enfants et des jeunes, le programme MALIN (je M'ALImenNte bien pour bien grandir) s'engage en France pour une meilleure nutrition des enfants en situation de vulnérabilité sociale. Il propose d'une part des informations et des conseils nutritionnels, et d'autre part une offre budgétaire permettant l'achat de produits moins chers dans les circuits de consommation existants. La nutrition des enfants nés dans des familles en situation de précarité (1 enfant sur 5 est concerné) est un enjeu de santé publique en termes de prévention. Blédina fut le premier industriel à soutenir le programme MALIN, et depuis 10 ans l'entreprise soutient l'association financièrement et accompagne et finance des dispositifs spécifiques d'accès aux produits identifiés comme essentiels. Mobilisant le cœur de son activité, le Programme MALIN a dû faire face à certaines limites du cadre légal et réglementaire notamment pour pouvoir identifier les familles éligibles. Cette démarche s'inscrit dans un véritable partenariat et non un simple parrainage car Blédina met à disposition des moyens mais aussi des savoir-faire et des compétences, notamment grâce au fort engagement des collaborateurs. Markus Sandmayr, Directeur Général Bledina SA, Danone Early Life Nutrition explique: *“Cela fait bientôt 10 ans que ce projet grandit, or ce n'est que maintenant que son importance est saluée. Des salariés de Danone ont cru et ont contribué à ce projet depuis longtemps et c'est avant tout leur ténacité et leur engagement qui sont récompensés. A l'externe, je souhaite que cette récompense donne à connaître le programme Malin et que d'autres entreprises, engagées pour le « bien manger », puissent prendre contact avec eux pour leur proposer leur soutien.”* Les résultats sur les foyers concernés par la phase pilote sont très prometteurs car l'on observe une véritable modification des comportements en faveur d'une meilleure alimentation.

### **Mentions spéciales des étudiants**

#### **GROUPE BIC**

##### **La filière de recyclage Ubicuity, par BIC, en partenariat avec Terracycle, Govaplast et Plas'Eco.**

Le marché des fournitures de bureau jetables, largement dominé par BIC au niveau mondial, pose certains problèmes de durabilité de la filière. En effet, aucune solution n'a été trouvée au problème du recyclage du plastique léger et complexe (assemblage de plusieurs résines) qui constitue les fameux stylos BIC. Dans ce contexte, BIC s'est lancé dans un pari ambitieux : créer et financer une toute nouvelle filière de collecte et de recyclage, inexistante jusqu'alors, pour pouvoir collecter et recycler les instruments d'écriture usagés, toutes marques confondues, et réussir à identifier, avec ses partenaires, un moyen de valoriser le plastique recyclé obtenu dans un produit qui offre un nouvel usage. En réunissant les différents acteurs de la filière de recyclage ; des solutions de collecte, de première transformation en un matériau exploitable et de production de mobilier de jardin à partir de plastique recyclé ont vu le jour, donnant naissance au projet Ubicuity. Cette gamme de produits, faite à 100% en plastique recyclée et 100% recyclable, se montre de plus d'une grande résistance. Cette initiative, pour peu qu'elle développe un modèle économique plus viable et pérenne, pourrait bien ouvrir la voie à d'autres filières de recyclage et contribuer durablement à la transformation de l'industrie. Les étudiants de l'ESSEC ont été sensibles à



cette démarche ambitieuse et innovante, et ont souhaité la récompenser par une Mention Spéciale Etudiante. Félicitations !" *"L'originalité et la force de ce prix résident dans le fait qu'il a été lancé par une école. La Chaire de Consommation Responsable créée par l'ESSEC montre que le commerce responsable a maintenant une place de grande importance dans le monde dans lequel on vit et est porté par les jeunes générations"*, réagit Bénédicte Cusinberche, BIC – Project Management Office Director Europe

## **GROUPE SEB**

### **Mention Spéciale des Etudiants**

#### **Booster l'innovation à Impact sociétal - Groupe SEB**

Ce projet a pour vocation de développer l'intrapreneuriat social au sein du Groupe SEB. Une promotion BiiS c'est une équipe néophyte de salariés volontaires qui s'engagent, en plus de leurs missions quotidiennes, dans une expérience entrepreneuriale agile pour construire un projet à impact social pendant 3 mois. Les sujets sont variés allant de l'accès à l'alimentation saine, à la prévention des chutes jusqu'au design inclusif. Comportant plusieurs phases, et suivant une méthodologie agile, les équipes finissent par proposer une preuve de concept qu'elles présentent aux directions des départements concernés, chargées ensuite de développer la solution qui leur a été proposée. Les étudiants ont particulièrement apprécié l'implication de salariés de tous départements dans des projets à impact sociétal, qui ont du sens pour eux, et sur des thématiques qui ne sont pas le coeur de métier du groupe SEB. Ce projet identifie de nouvelles opportunités de marché et transforme l'entreprise de l'intérieur en proposant de nouvelles méthodes de travail. Les techniques d'intrapreneuriat mises en place sont tout à fait pertinentes et ont déjà fait leurs preuves. Les solutions proposées par les groupes sont de qualité, et la vision du projet est prometteuse. Joël Tronchon, Directeur Développement Durable du Groupe Seb déclare: *"Nous sommes ravis d'avoir reçu la mention spéciale des étudiants. Cela illustre l'intérêt qu'ont les nouvelles générations et les futurs cadres dirigeants pour le social business et l'intrapreneuriat social, sujets souvent oublié des politiques RSE, alors qu'ils permettent d'allier business et sociétal."*