

REMISE DE PRIX **INDUSTRIE-COMMERCE**



Les FEEF D'OR
25 ans

10 collaborations PME-Distribution
récompensées le 19 septembre 2023
au Casino de Paris

Partenaires :



<https://www.feef.org/feefdor/>

 La FEEF |  @FEEF_France

Contact presse : Virginie Feuillebois - vfeuillebois@feef.org - 01 47 42 43 33

Sommaire

EDITO	p. 3
LA CEREMONIE	P. 4
UN JURY TRANSGENERATIONNEL	P. 4
LES 10 MEILLEURES COLLABORATIONS	
• HARI&CO et ELIOR - NUTRITION	p. 5-6
• MEO et CHRONODRIVE – E-COMMERCE	p. 7-8
• XO-XO et SYSTEME U – JEUNE POUSSE	p. 9-10
• COVI & CORA-MATCH – SOUTIEN AU LANCEMENT	p. 11-12
• BRASSERIE RABOURDIN et CASINO – DEMARCHE CATEGORIELLE	p. 13-14
• SABAROT WASSNER et CARREFOUR – CREATION FILIERE	p. 15-16
• GROUPE LEMOINE et INTERMARCHÉ – INNOVATION	p. 17-18
• MINOTERIE PLANCHOT – BRIO’GEL et U ENSEIGNE COOPERATIVE CONTRACTUALISATION TRIPARTITE	p. 19-20
• NATURALIM FRANCE MIEL et E.LECLERC/SCAMARK – CREATION FILIERE	p. 21-22
• MAISON CHANCERELLE et AUCHAN – DEMARCHE CATEGORIELLE	p. 23-24
LE PRIX « SPECIAL ENSEIGNE » décerné à CORA	p. 25
LA FEEF, LE MOUVEMENT DES FOURNISSEURS PME-ETI	p. 26

Créée en 1995, la Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France (FEEF) ne cesse d'évoluer. Avec plus de 1000 entreprises adhérentes, la FEEF poursuit son développement. Elle est devenue **un acteur de référence pour améliorer les relations commerciales entre fournisseurs PME-ETI et distributeurs en permettant un meilleur discernement et des relations commerciales collaboratives.**

Les FEEF d'Or, créés en 1998, sont devenus aujourd'hui un événement majeur dans le monde de la distribution.

A l'occasion de cette 25^{ème} édition, les 10 meilleures collaborations sont mises à l'honneur ! Le jury a souhaité récompenser des relations commerciales innovantes et responsables allant au-delà du simple référencement, c'est-à-dire des rencontres humaines entre des entrepreneurs et des commerçants qui ont fait le choix d'une collaboration durable.

Le contexte actuel marqué par les tensions inflationnistes démontre la nécessité de **renforcer des partenariats pérennes entre PME-ETI et Distributeurs**. Cela passe par la juste répercussion des coûts pour assurer l'équilibre économique de nos entreprises et un dialogue ouvert pour développer le courant d'affaires et répondre aux attentes sociétales.

Les industriels PME-ETI sont en avant-garde pour répondre aux défis en matière de souveraineté alimentaire et industrielle, de transition écologique. **Par leur ancrage local et leur engagement sociétal, les PME-ETI sont aussi les meilleurs alliés des distributeurs pour mieux rémunérer l'amont agricole, créer du pouvoir d'achat, se différencier et innover auprès du consommateur.**

En un mot, favoriser un commerce créateur de valeur que les FEEF d'Or viennent pleinement illustrer !

Léonard Prunier, Président de la FEEF



Léonard Prunier (Dauphine, 46 ans) est Président de la FEEF depuis août 2022, réélu le 31 mai 2023. Il en était le Vice-président depuis 2020 et membre du Conseil d'administration depuis 2017. Léonard Prunier est également Président de la maison Prunier, entreprise familiale, fondée en 1931 par ses arrière-grands-parents, spécialisée dans la fabrication de spécialités charcutières haut de gamme à Connerré dans la Sarthe. Très attachée à l'excellence de la filière agroalimentaire française, son entreprise a obtenu 55 médailles au Concours Général Agricole.

La cérémonie

Les FEEF d'Or valorisent les PME-ETI (adhérentes ou non à la FEEF) qui ont développé un partenariat dans la durée qui dépasse l'action du référencement avec une enseigne généraliste, spécialisée ou un opérateur RHD (Restauration Hors Domicile).

La cérémonie récompense **des collaborations originales et durables** qui s'illustrent cette année autour des thématiques suivantes : nutrition, e-commerce, jeune pousse, soutien au lancement, démarche catégorielle, création filière, innovation, contractualisation tripartite.

Des collaborations dans **tous les circuits de distribution** : Enseigne généraliste, spécialisée, RHD, E-commerce.

Sera également décerné "**Un prix spécial Enseigne**" pour ses initiatives en faveur des PME.

Un jury transgénérationnel

Jury 2023

 <p style="font-size: 0.8em; margin: 5px 0;">Emile Ezzeddine PACTE MONDIAL DE L'ONU. Réseau France</p>	 <p style="font-size: 0.8em; margin: 5px 0;">Anne Haine CIRCANA</p>	 <p style="font-size: 0.8em; margin: 5px 0;">Pascale Hebel C-WAYS</p>	 <p style="font-size: 0.8em; margin: 5px 0;">Nicolas Nouchi CHD EXPERT</p>
 <p style="font-size: 0.8em; margin: 5px 0;">Olivier Urrutia FCA</p>	 <p style="font-size: 0.8em; margin: 5px 0;">Victoire Chevallier- Chantepie ESSEC Chaire Grande Consommation Promo 38</p>	 <p style="font-size: 0.8em; margin: 5px 0;">Loha Allemon ESSEC Chaire Grande Consommation Promo 38</p>	 <p style="font-size: 0.8em; margin: 5px 0;">Géraud Nolorgues ESSEC Chaire Grande Consommation Promo 38</p>

Les 10 meilleures collaborations



#NUTRITION

Un prix parrainé par 

Végétaliser les assiettes à l'école



Les points forts de la collaboration

- ✓ **Education au bien manger dès la maternelle.**
- ✓ **Co-développement d'une innovation végétale** fabriquée en France pour la restauration collective qui va dans le sens de la loi EGALim*.
- ✓ 8 mois de R&D pour répondre à un **cahier des charges exigeant** de l'opérateur sur le plan nutritionnel et répondant aux contraintes d'une cuisine centrale.
- ✓ **Concilier un cout matière cohérent pour la restauration collective et des produits sains et français.**
- ✓ **Engagement annuel d'Elior sur 70 tonnes d'égrené végétal.**
- ✓ **Des recettes testées** auprès de plus de 300 enfants et validés par 99% d'entre eux.

*1 menu végétarien au moins une fois par semaine pérennisé et 1 option quotidienne végétale.



Les résultats obtenus

Un volume passé de **3 tonnes en 2017** à une **projection de 70 tonnes en 2023**. Engagement d'Elior sur des volumes pour 12 mois : 70 tonnes d'égrené soit l'équivalent d'1,4 millions de repas. **Des volumes qui se sont multipliés par 2,9** et qui représentent pour l'entreprise 20% du volume réalisé sur le circuit de la restauration collective.



La prochaine étape

D'autres co-développements de produits et de recettes répondant aux enjeux de la loi EGALim sont prévus. Le retravail de certaines recettes avec Elior pour les adapter aux types de remises en œuvre d'Elior et aux goûts des enfants grâce à des tests convives.

HARI&CO

HARI&CO : Entreprise à impact qui milite en faveur d'une alimentation raisonnée et d'une filière agricole vertueuse avec des recettes gourmandes, saines et colorées grâce aux légumineuses issues de filières agricoles françaises (galettes, boulettes, nuggets, falafels, égrené et émincés 100% végétaux).
Région : Auvergne-Rhône-Alpes (69) - **Date de création** : 2014 – **Effectifs** : 35 pers - **CA 2022** : 7 M€ - **Fabrication française** - **Circuits de distribution** : RHD, GMS, GSS et export - **Marque** : Hari&Co

Une PME engagée RSE : Création d'une filiale de légumineuses bio dans la Drôme avec 10 agriculteurs. Des recettes clean, bio, sans additif, sans soja et avec un bon Nutri-score.



Une entreprise labellisée **PME+** depuis 2020.

HARi&CØ

La vie en légumineuses !



CRÉATION **2014**

EFFECTIF **35 PERSONNES**

SIÈGE **LYON (69)**

UNIVERS PRODUIT **VÉGÉTAL**



[Découvrir l'entreprise en vidéo](#)



[NEORESTAURATION](#) est un magazine mensuel professionnel qui traite de l'ensemble des métiers de la restauration.



chronodrive

Un prix parrainé par **NielsenIQ**

Le lancement en exclusivité d'un café plus vert



Les points forts de la collaboration :

- ✓ **10 ans** de collaboration sur le Drive avec un renforcement significatif ces 2 dernières années.
- ✓ **Lancement en exclusivité chez Chronodrive d'un nouveau café Bio équitable, à la marque Koota**, qui vise une empreinte carbone neutre.
- ✓ **Offrir une transparence totale au consommateur grâce à la blockchain** : origine du café, torréfaction, qualités gustative, conseils de dégustation, réemploi et recyclage de la boîte et du marc de café.
- ✓ Une partie du café est **transportée à la voile** avec un objectif à **100% par voile d'ici 3 ans**.
- ✓ Un plan **commun marketing et digital** : réseaux sociaux, jeux concours, application Chronodrive.



Les résultats obtenus

Un CA de 160 k€ réalisé pour la marque KOOKA dont 35% avec Chronodrive. Lancement en mai 2022 de Koota avec 4 mois d'exclusivité chez Chronodrive. Grâce aux différents dispositifs digitaux et une très bonne diffusion, le chiffre d'affaires est multiplié par 2 en 2023. Plus de 2 000 abonnés gagnés sur chaque compte Instagram grâce au concours organisé et aux publications croisées.



La prochaine étape

Le lancement de recharges des boîtes de café en sachet 100% recyclables, le lancement d'une nouvelle recette, pure Origine 100% transportée à la voile et en sachets 100% recyclables. A moyen terme, la mise en place d'une offre de café en vrac et le déploiement de la marque sur d'autres produits d'épicerie (céréales, biscuits...).



MEO : Entreprise spécialisée dans l'achat, la torréfaction et la distribution de café depuis plus de 100 ans.

Région : Hauts-de-France (59) - **Date de création** : 1928 – **Effectifs** : 70 pers - **CA 2022** : 101 M€ - **Fabrication française** - **Circuits de distribution** : Drive et e-commerce (segment bio) – **Marques** : Koota, Méo

Une PME engagée RSE : Développement de gammes biologiques et labellisées commerce équitable sous le label Max Havelaar. Engagée dans une politique sociale et sociétale en matière de réduction des déchets. Objectifs de la marque Koota : atteindre une empreinte carbone neutre, accompagner des pratiques agricoles plus respectueuses de l'environnement, respecter les hommes tout au long de la chaîne, traçabilité des cafés.



CRÉATION **1928**

EFFECTIF **70 PERSONNES**

SIÈGE **LILLE (59)**

UNIVERS PRODUIT **CAFÉ**



 [Découvrir l'entreprise en vidéo](#)

NielsenIQ [NielsenIQ](#) est une plateforme de données distributeurs et consommateurs qui mesure les comportements des shoppers.

Une start up engagée pour les jeunes filles



Les points forts de la collaboration

- ✓ **Projet sociétal à impact** : Premier Kit de découverte des règles accessible dès 8 ans vendu en grande distribution avec 1 pochette « au cas où », un premier questions/réponses et des serviettes plus petites et plus étroites que la taille standard proposée aujourd'hui. Grâce à leur taille et leur composition en coton bio, la gamme de serviettes xo-xo rendent les premières années de règles confortables et sans gêne.
- ✓ **Accessibilité des produits** : un prix de vente accessible vis-à-vis des kits ou box vendus via internet et 1 boîte avec 18 serviettes pour la journée (+30% par rapport au standard).
- ✓ **Soutien de la centrale régionale U Est** qui s'assure de la viabilité économique, de la capacité à se développer et de la traction commerciale générée par la TPE.
- ✓ **Test dans 10 magasins pilotes** et un accompagnement progressif de la centrale pour sécuriser le développement serein du courant d'affaires au régional.
- ✓ **Sensibilisation et pédagogie** sur le lieu de vente avec animations explicatives du kit.
- ✓ **Mise en avant dans le prospectus** « Rentrée des classes ».



Les résultats obtenus

Le prospectus « Rentrée des Classes » du 01 au 13 août : **105 magasins se sont engagés pour un CA HT 35K€**. Le Kit Premières Règles et la boîte de 18 serviettes Jour représente **60% des produits xo-xo commandés**.

Près de **8000 boîtes** sont en vente dans les magasins U EST. **Création d'un emploi** : une Cheffe de Secteur visite l'ensemble des magasins.



La prochaine étape

Renforcer la visibilité de xo-xo en accompagnant les magasins à bien placer les produits en magasin et en animant. **Pérenniser la relation commerciale** en travaillant en étroite collaboration avec la centrale (référencement, opérations...).



XO-XO : Marque française de protections intimes en coton bio ajustées au corps des jeunes filles avec le tout premier « kit découverte des règles » vendu en grande distribution.

Région : Grand Est (68) - **Date de création** : 2021 – **Effectifs** : 5 personnes - **Fabrication** Chine pour leur capacité d'innovation et production - **Circuits de distribution** : GMS, internet – **Marque** : XO-XO

Une PME engagée RSE : Audrey Paris, co-fondatrice du programme **Kiffe Ton Corps** à destination des écoles primaires et collèges. Ce programme propose des ateliers **Kiffe Tes Premières Règles** dont un **Escape Game** en 5^{ème} à destination des filles et des garçons. L'objectif est de rendre accessible l'information et des produits dès le CM2. Des produits en coton bio sans perturbateurs endocriniens, sans allergènes, sans colorant, sans parfum et contrôlés en laboratoire pour s'assurer de leur composition sans effet nocif à la croissance.

XO-XO
la marque jeune et naturelle

CRÉATION 2021

EFFECTIF 5 PERSONNES

SIÈGE MULHOUSE (68)

UNIVERS PRODUIT HYGIÈNE FÉMININE

[Découvrir l'entreprise en vidéo](#)



Un prix parrainé par **SIAL**
INSPIRE FOOD BUSINESS

Un concept innovant pour composer ses menus



Les points forts de la collaboration

- ✓ Plus de **20 ans de collaboration**.
- ✓ **Nouveau concept de repas** alliant plaisir et nutrition issu de 2 ans de recherche.
- ✓ **Encouragement de Provera** lors de la présentation de la gamme « Envie du Jour » de Paul & Louise : 20 recettes permettant de composer 100 plats complets différents avec 10 recettes protéines et 10 accompagnements.
- ✓ **Plan de lancement 360° et déploiement rapide dans les réseaux Cora et Match** (force de vente supplétive, gestion logistique organisée des achats jusqu'aux magasins).
- ✓ Une **communication impactante** en magasin (implantation qualitative, merchandising et théâtralisation) et un **dispositif promotionnel complet** (kakemono, prospectus, bons de réduction).



Les résultats obtenus

Une présence de la gamme dans **160 magasins** Provera (Cora/Match) soit 16% du parc détenteur. La marque Paul & Louise gagne 30% de notoriété. Sur les 4 derniers mois de 2022, Provera réalise au lancement 6% du CA de l'innovation, soit plus de 2 fois sa part de marché. **En 2023, une augmentation de 13% de CA sur les 4 premiers mois vs les 4 derniers mois 2022.** Une action en tête de gondole et prospectus en avril 2023.



La prochaine étape

Poursuivre les actions et le merchandising en magasin pour permettre une bonne compréhension du concept par les consommateurs, élément déterminant de l'accroissement des ventes.



COVI : Société familiale spécialisée dans la production de produits appertisés à marques propres.
Région : Occitanie (82) - **Date de création :** 1960 – **Effectifs :** 250 pers - **CA 2022 :** 100 M€ - **Fabrication française - Circuits de distribution :** GMS, RHD, grossistes, DA, ecommerce, export – **Marques :** Paul & Louise, Hereford, Avon & Ragobert

Une PME engagée RSE : Entreprise engagée sur le bien manger. Travail depuis 10 ans sur les recettes clean et depuis 20 ans en productions Bio. Certifications IFS/ BRC / MSC ASC.



CRÉATION

1960

EFFECTIF

250
PERSONNES

SIÈGE

BRESSUIRE
(79)

UNIVERS
PRODUIT

PLATS CUISINÉS ET
CONSERVES DE VIANDE



 [Découvrir l'entreprise en vidéo](#)



Le [SIAL](#) est une plateforme mondiale d'événements B2B consacrés à l'industrie agroalimentaire.

Innover sur le marché émergent des bières artisanales

Les points forts de la collaboration

- ✓ **1ère MDD de bières artisanales** « La Collective du Houblon » par Casino et des 3 premières recettes avec la Brasserie Rabourdin.
- ✓ **Co-création d'une gamme de 6 et prochainement 8 bières aux recettes complexes et authentiques** répondant au cahier des charges et au positionnement prix de l'enseigne.
- ✓ **Montée en compétences** des équipes de la PME grâce au cadre et au soutien apporté par l'enseigne sur le plan qualité, logistique et marketing.
- ✓ **Adaptation à la variabilité des flux de commande** par les deux parties pendant les premiers mois du partenariat.

Les résultats obtenus

La brasserie a produit 6 bières artisanales pour la MDD Casino. Un CA qui progresse de 34% pour l'entreprise entre 2020 et 2022 avec 300 000 bouteilles vendues en 2022.



La prochaine étape

De nouveaux développements sont en cours.

La PME et l'enseigne ont prévu de travailler ensemble sur la mise en avant de la gamme en rayon afin de gagner aussi bien en visibilité qu'en volumes de ventes, grâce à la **conception d'un meuble original** au nom de la Collective du Houblon. La gamme va évoluer et voir apparaître progressivement des **déclinaisons de formats** 33cl en 75cl, afin de répondre aux tendances de marché qui s'orientent vers des formats de dégustation à partager et vers la convivialité. La PME travaille également sur de **nouvelles bières parfumées** inspirées par les richesses du terroir agricole français.

BRASSERIE RABOURDIN : Entreprise familiale et un des rares « agriculteur-brasseur » de France avec une bière brassée dans un ancien silo à grains. L'orge cultivée dans la ferme sert de matière première à la fabrication des 14 bières.

Région : Ile-de-France (77) - **Date de création** : 2001 – **Effectifs** : 10 pers - **CA 2022** : 2,4 M€ - **Fabrication française** - **Marques** : Briarde, Bière de Brie, Collective du Houblon, Monoprix & Briarde et Terrano.

Une PME engagée RSE : Valorisation des déchets via la méthanisation et en engrais naturel pour enrichir les sols et favoriser la culture de l'orge. Production d'électricité grâce aux panneaux photovoltaïques. Entreprise qui défend le goût du travail bien fait, le respect du rythme des saisons, l'accueil et le partage notamment par l'organisation de visites de la Brasserie.

BRASSERIE
RABOURDIN
PÈRE & FILS

CRÉATION **2001**

EFFECTIF **10 PERSONNES**

SIÈGE **COURPALAY (77)**

UNIVERS PRODUIT **BIÈRES**



 [Découvrir l'entreprise en vidéo](#)



[ARMADA](#) est l'expert en externalisation commerciale pour développer le sell in et sell out des marques et renforcer leur image.

Un prix parrainé par **FIDAL**
AVOCATS

Démocratiser la consommation de légumineuses françaises

Les points forts de la collaboration

- ✓ **60 ans** de collaboration.
- ✓ **Volonté commune** de soutenir la **filière locale** du Petit Epeautre du Velay
- ✓ Développement d'une **filière locale céréalière**, source de revenus complémentaires pour les agriculteurs.
- ✓ **Référencement** d'envergure et supérieur à une innovation classique et déploiement d'une **force de vente dédiée** pour accompagner le référencement du produit
- ✓ **Dispositif promotionnel** complet et attractif (promotions sur catalogues, programme « Mon avis le rend gratuit », bons de réductions)
- ✓ Valorisation de la filière auprès des consommateurs via un **plan media** spécifique engagé par la PME (TV, replay TV, réseaux sociaux).

Les résultats obtenus

Une progression de 140% du CA entre l'entreprise et l'enseigne. A date, **un CA déjà multiplié par 3** vs année 2022 pleine.

La prochaine étape

Poursuivre la démocratisation des légumes secs et céréales via l'élargissement de l'offre.



SABAROT WASSNER : Entreprise familiale depuis 7 générations qui propose une gamme complète de légumes secs, céréales et graines dont « la Lentille verte du Puy A.O.P. » et le « Petit Épeautre du Velay ». Également spécialiste des champignons et des escargots.

Région : Auvergne-Rhône-Alpes (43) - **Date de création** : 1819 - **Effectifs** : 160 pers - **CA 2022** : 75 M€ - **Fabrication française** - **Circuits de distribution** : GMS, RHD, PAI et export - **Marque** : Sabarot

Une PME engagée RSE : Entreprise devenue « société à mission » en 2020. Une politique RSE qui repose sur 4 piliers : un ancrage familial local et fort, l'engagement envers la démocratisation de la consommation de légumes secs et des céréales, la préservation de l'environnement et du patrimoine culturel local, la recherche des meilleurs produits issus de la cueillette.

SABAROT
Maison familiale depuis 1819



CRÉATION **1819**
EFFECTIF **160 PERSONNES**
SIÈGE **CHASPUZAC (43)**
UNIVERS PRODUIT **LÉGUMES SECS, CÉRÉALES, CHAMPIGNONS**



 [Découvrir l'entreprise en vidéo](#)

FIDAL
AVOCATS

[FIDAL](#) est une société d'avocats référence du monde des affaires depuis 1922.

Faire évoluer les usages : du jetable au réutilisable



Les points forts de la collaboration :

- ✓ **45 ans de collaboration** en MDD
- ✓ **Co-conception de la première gamme de cotons lavables MDD Labell Bio tissés et confectionnés en France** répondant à un objectif de réduction des déchets.
- ✓ **Soutien de la filière coton biologique et équitable française**
- ✓ Développement d'une **innovation vectrice de conscience écologique et économique**
- ✓ **Sourcing** de la matière première, process de **confection** et développement d'une machine spécifique par le Groupe Lemoine.
- ✓ **Accompagnement d'Intermarché** sur le plan marketing, qualité et tests consommateurs.



Les résultats obtenus

L'innovation est détenue par plus d'un tiers du parc de magasins depuis son lancement. Courant septembre, mise en avant avec promotion Avantage Carte sur prospectus dans les pages Bio dans tous les hypers.



GROUPE LEMOINE : Entreprise familiale leader européen et n°2 mondial des produits d'hygiène en coton.

Région : Normandie (61) – **Date de création** : 1978 – **Effectifs** : 900 pers - **CA 2022** : 160 M€ - **Fabrication française** - **Circuits de distribution** : GMS, distribution spécialisée, discounters, parfumeries, drogues, sous-traitance, e-commerce. **Marques** : Tippy's, Bella, Cotton, Star Cott

Une ETI engagée RSE : Suppression du plastique et remplacement par du papier et carton issus de forêts gérées durablement (4000 T de plastique en 2019). Réduction de son impact environnemental : empreinte carbone, réduction des déchets, de la consommation d'énergie et d'eau (508 T de CO2 en 2019). Constitution d'une filière durable : circuits courts, matières premières durables création de gammes responsables (1.7M boîtes carton & 20Mds de tiges papier en 2019).



CRÉATION **1978**

EFFECTIF **900 PERSONNES**

SIÈGE **NORMANDIE (61)**

UNIVERS PRODUIT **PRODUITS DE SOIN ET D'HYGIÈNE À BASE DE COTON**



 [Découvrir l'entreprise en vidéo](#)



[GS1 France](#) est la société représentant l'organisation internationale GS1 créée par les entreprises pour faciliter et automatiser les échanges entre partenaires en s'appuyant sur un système d'identification unique.

Une gamme de pain créatrice de valeur pour toute la filière

Les points forts de la collaboration tripartite

- ✓ **13 ans** de collaboration
- ✓ **Co-construction d'une gamme de pains** crus ou précuits surgelés à marque U.
- ✓ Des **valeurs communes** pour un projet synonyme d'ancrage local, de **création de valeur pour tous les acteurs** et avec plus de sens pour le consommateur.
- ✓ **Transparence sur les tarifs** entre les acteurs de toute la filière avec une juste rémunération des agriculteurs.
- ✓ **Fixation des volumes 2 ans en avance** pour donner de la visibilité à l'ensemble des partenaires, leur permettant d'investir et d'innover.
- ✓ **Rôle d'ambassadeur de Système U** pour fédérer les différents acteurs de la filière (agriculteurs, coopératives, meuniers, distributeur, industriel) dans ce projet.

Les résultats obtenus

Le lancement d'une gamme de **22 références** crues et précuites avec une sacherie adaptée et valorisant l'initiative. **Des ventes en volumes qui ont augmenté de 12% en volume** sur l'année 2022 et de 8% sur le premier quadrimestre 2023.

La prochaine étape

Poursuite à la construction de nouvelles filières avec de nouvelles certifications.



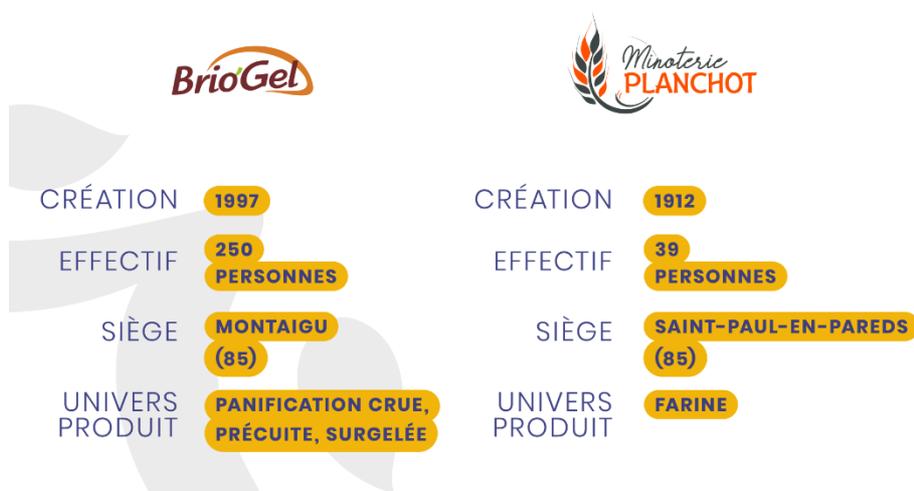


BRIO'GEL : Entreprise familiale et fabricant de brioches, pâtisseries crues et cuites congelées et de gamme de pains crus et précuits congelés.

Région : Pays de la Loire (85) - **Date de création :** 1997 – **Effectifs :** 250 pers - **CA 2022 :** 46,7M€ -

Circuits de distribution : GMS, boulangerie artisanale, industrie, export.

Une PME engagée RSE : Entreprise sociale et engagée avec 12% des salariés en situation de handicap. Elaboration d'un bilan carbone. Mise en place d'une politique de diminution et de recyclage des déchets.



 [Découvrir les entreprises en vidéo](#)



[O2M](#) est un bureau d'ingénierie d'impacts RSE : environnementaux, sociaux, économiques.

Soutenir la production de miel en France

Les points forts de la collaboration :

- ✓ **23 ans de collaboration** avec Marque Repère (MDD E.Leclerc)
- ✓ Un miel français avec une **rémunération juste et un partage de la valeur**
- ✓ **Un contrat de partenariat durable en direct avec les producteurs** avec une rémunération fixée par les producteurs et garantie.
- ✓ **Soutien financier de E.Leclerc** auprès de 38 exploitations agricoles engagées à semer des plantes mellifères face au déclin du cheptel d'abeilles et du nombre d'apiculteurs en France.
- ✓ **Une MDD engagée RSE** avec un cahier des charges qui valorise l'impact environnemental, le bien-être animal et la qualité produit.
- ✓ **Communication impactante et lisible par le consommateur** grâce à l'apport de l'expertise commerciale et marketing de l'enseigne.

Les résultats obtenus

34 tonnes de miel écoulés par la PME en 2021 et 2022 vs 4,5 tonnes en 2020 avec l'enseigne (+655%). Un CA à fin avril de 18 tonnes, soit +29% vs le CA sur la même période en 2022. Un nombre d'exploitations apicoles engagées dans la démarche en augmentation passant de 8 à 18 exploitations entre 2021 et 2023. En 2021, 23 hectares en interculture de semences mellifères et apportant du pollen ont vu le jour grâce au budget alloué par E. Leclerc, puis 32 hectares en 2022.



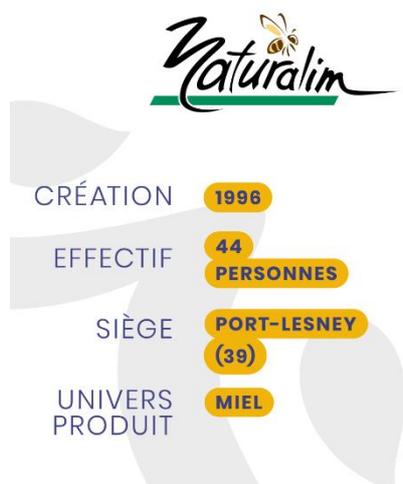
La prochaine étape

Un projet est à l'étude pour planter des haies bénéfiques à la biodiversité et aux abeilles et le lancement d'une référence supplémentaire est confirmé avec une arrivée en magasin au plus tard au T4/2024.

NATURALIM FRANCE MIEL : Entreprise fondée par les apiculteurs de la coopérative Les Compagnons du Miel dans l'objectif de mutualiser le conditionnement et la distribution de leurs récoltes. Filiale de la coopérative, elle assure aujourd'hui la sélection, l'analyse, le conditionnement et la commercialisation du miel.

Région : Bourgogne Franche-Comté (39) - **Date de création** : 1996 – **Effectifs** : 44 pers - **CA 2022** : 31,6 M€ - **Fabrication française** - **Circuits de distribution** : GMS, industrie, pâtisseries, confiseurs, jardinerie, épicerie fines, réseaux spécialisés bio et primeurs. **Marques** : Les Compagnons du Miel, Miel et Miels, L'Abeille Vagabonde, La Ruche, Juramiel, Le Miel de nos Abeilles. Particularité des marques : aucun négoce : uniquement le miel produit par Les Compagnons du miel avec une traçabilité totale de la ruche au pot.

Une PME engagée RSE : Naturalim France Miel est la première filière miel certifiée issue du commerce équitable français et labellisée Agri éthique France. En 2022, obtention du label Bio équitable pour la filière Bio par la coopérative. Un laboratoire d'expertise des miels garantit l'origine florale/géographique, la qualité et l'impartialité dans la rémunération des miels.



 [Découvrir l'entreprise en vidéo](#)



[AURORE BOREALE](#) est une agence de Community Management depuis 2010 qui donne de la visibilité aux entreprises ou collectivité sur les médias sociaux.

Un prix parrainé par 

Redorer l'image de la conserve de poissons

Les points forts de la collaboration :

- Plus de **30 ans** de collaboration
- **Une approche complémentaire MN et MDD pour faire émerger une offre en phase avec les attentes plaisir et RSE des consommateurs.**
- **Co-construction d'une approche filière** responsable et locale en sardines MDD pour promouvoir une pêche vertueuse bretonne avec **traçabilité** des sardines jusqu'au bateau de pêche indiquée sur le packaging
- **Co-création d'une gamme premium** mettant en avant la fabrication artisanale de 6 références à marque « Connétable Sélection Gourmet » (sélection des recettes, packaging, charte graphique, positionnement prix...).
- Une collaboration promotionnelle pour faire connaître la gamme et inciter au 1^{er} achat



Les résultats obtenus

Un référencement permanent au national.
Progression de 75% de l'activité de la PME avec Auchan entre 2008 et 2023. Ajustement du taux de service exigé par l'enseigne de 98,5% à 95% tenant compte du côté aléatoire des approvisionnements issus d'une pêche sauvage.



La prochaine étape : Un projet de développement d'une filière thon blanc français en marque Auchan et lancement d'un thon au naturel à marque Charles Basset avec un positionnement prix accessible grâce à un effort de marge des deux partenaires.



MAISON CHANCERELLE : Entreprise familiale spécialiste des conserves de la mer à Douarnenez. C'est la plus ancienne conserverie de sardines au monde encore en activité et le 1^{er} employeur de conserves de poissons en France.

Région : Bretagne (29) – **Date de création** : 1853 – **Effectifs** : 650 pers – **CA 2022** : 170 M€ - **Circuits de distribution** : GMS, RHD/Cash & Carry, Réseau Bio – **Marques** : Connetable, Le Savoureux, Charles Basset et Phare d'Eckmühl

Une PME engagée RSE : A l'initiative des cahiers des charges [MSC](#) en conserves de la mer pour lutter contre la surpêche. Une démarche de progrès pêche responsable reconnue par Bureau Veritas qui repose sur 4 piliers : qualité des produits, gestion des ressources marines, exigences sociales et transparence.



Une entreprise labellisée [PME+](#) depuis 2018 pour ses valeurs sociales, environnementales et de développement durable.



maison
CHANCERELLE
1828

POUR UN MONDE
PME+
+ ENGAGÉ

CRÉATION **1853**

EFFECTIF **650**
PERSONNES

SIÈGE **DOUARNENEZ**
(29)

UNIVERS
PRODUIT **CONSERVES DE POISSONS**

 [Découvrir l'entreprise en vidéo](#)

 **TALEEN** est la première solution pour les forces de vente du retail développées par les acteurs du retail.

Le prix « Spécial Enseigne »

Depuis 2022, le prix « spécial Enseigne » récompense **les actions menées par une enseigne de distribution en faveur des PME** référencées dans son réseau de magasins ou sur son site marchand depuis 2020.

C'est CORA cette année qui se voit décerner le prix « Spécial Enseigne » pour ses actions menées en faveur des TPE/PME.



- ✓ **La part des marques PME sur le chiffre d'affaires** CORA France représente plus de 26% vs 22% du marché en HMSM (source baromètre Nielsen P06 2023)
- ✓ **Elargissement de l'offre PME** : +1,8% vs un marché qui rationalise (-3,5%)
- ✓ **Absence de pénalités logistiques** pour les PME
- ✓ **Statistiques de vente gracieuses** pour les PME
- ✓ **Jeunes pousses** positionnées en devant de caisses
- ✓ **Boutique PME+ drive** permanente

La FEEF, le Mouvement des Fournisseurs PME-ETI



La Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France, créée en 1995, rassemble plus de 1000 entreprises indépendantes ou familiales, fournisseurs de la distribution.

SES MISSIONS

La FEEF permet à ses adhérents de :

- Développer et diversifier leurs relations commerciales en créant des connexions privilégiées
- Renforcer leur singularité d'entreprise via [PME+](#) (label RSE porté par la FEEF)
- Être défendu auprès de la GD, de la RHD et des pouvoirs publics
- Echanger leurs expériences au sein d'un réseau d'entrepreneurs

UNE APPROCHE COLLABORATIVE

La FEEF, par le dialogue, construit avec l'ensemble des enseignes un cadre de relation commerciale adapté aux PME. Cette discernement PME se concrétise également par des accords avec chaque enseigne.

PME+ , LE LABEL RSE DES ENTREPRISES FRANCAISES A TAILLE HUMAINE



Créé il y a 9 ans et porté par la FEEF, **le label PME+ est le label RSE des entreprises françaises indépendantes**, fournisseurs de la distribution alimentaire et non alimentaire. Il rassemble 215 entreprises engagées dans une démarche de progrès et qui placent l'humain au cœur de la performance de leur entreprise, créent de l'emploi dans leur région et commercialisent des produits associant savoir-faire et qualité.

Le label est soutenu par les grandes enseignes de la distribution qui privilégient un approvisionnement et une consommation responsable.

215 entreprises - 60 000 produits – 24 000 emplois - 377 sites de production - 7,5 milliards de CA

www.feef.org

[Télécharger le logo FEEF d'Or \(png\)](#)

Pour toute demande de photos, d'informations complémentaires :

Contact presse : Virginie Feuillebois – vfeuillebois@feef.org – 01 47 42 43 33 - 06 11 59 13 56