



GRAND PRIX ESSEC COMMERCE RESPONSABLE 2018

DOSSIER DE CANDIDATURE Gestion durable des activités

- Tous les champs sont à renseigner.
- **Date limite de renvoi des dossiers complétés : 11 octobre 2017**, par mail à l'adresse GPrixRSE-chaireGC@essec.edu
- **Les dossiers seront appréciés selon 4 critères** : caractère innovant de la démarche - déploiement – impact et résultats – Vision.

Nom de l'initiative : Co-innover en faveur de l'agriculture urbaine

Nom entreprise (et logo) : Groupe Galeries Lafayette



Groupe
GALERIES
Lafayette

Personne en charge du dossier : Damien Pellé

PRESENTATION SYNTHETIQUE DE L'INITIATIVE

1/ Date de l'initiative : 2015 (premier potager à Haussmann) et 2017 (potagers BHV MARAIS et Galeries Lafayette Anecy)

2/ Pitch (résumé en 10 lignes max du projet)

Cette description pourra être reprise sur des supports de communication visant à présenter les différents projets.

Le groupe Galeries Lafayette est leader du commerce de ville et en tant que tel se doit de repenser le commerce dans la ville de demain. Un enjeu majeur consiste à réinventer le rôle du bâti urbain, à lui donner une contribution positive dans un écosystème plus holistique qui redonne ses droits à la nature. Le Groupe s'inscrit dans cette démarche en contribuant à l'expérimentation autour de l'agriculture urbaine, avec maintenant trois potagers expérimentaux en partenariat avec Sous Les Fraises, sur les toits des Galeries Lafayette d'Haussmann, du BHV MARAIS et des Galeries Lafayette d'Anecy. Cette expérimentation a porté dans un premier temps sur la démonstration de la viabilité technique d'une solution de permaculture hors sol verticale, elle se concentre maintenant sur la pérennisation d'un tel modèle, en explorant tant les circuits locaux que la création de valeur environnementale et sociétale associée.



PRESENTATION DETAILLEE DE L'INITIATIVE

Critère 1 - Caractère innovant

3/ Caractère rupturiste/ innovant du projet :

En quoi votre réalisation va-t-elle au-delà ou est elle en avance par rapport :

- o Aux pratiques existantes au sein de votre entreprise ?
- o Aux pratiques existantes dans d'autres groupes ou aux usages du secteur ?
- o Aux contraintes légales ou réglementaires ?

Caractère innovant de la solution

La solution mise au point par Sous Les Fraises dépasse largement le potager. Elle emprunte aux principes de la permaculture dans sa recherche de recréation d'un écosystème (travail du choix des variétés pour des complémentarités et protections mutuelles, élaboration d'un système de goutte à goutte et de filtrage d'eau en circuit fermé, aucun intrant, apport de faune auxiliaire) tout en proposant une solution s'adaptant aux contraintes du bâti urbain (panneaux verticaux permettant d'augmenter la surface cultivée, installations en laine de mouton et chanvre pour permettre un développement racinaire optimal tout en limitant la terre pour réduire la charge sur le toit).

Caractère rupturiste au sein de l'entreprise

S'agissant de sujets de valorisation du patrimoine urbain mais aussi d'innovation pour la ville, il n'était pas évident de partir sur un engagement aussi fort en faveur de l'agriculture urbaine. A ses débuts en 2015 avec les Galeries Lafayette d'Haussmann, ce projet expérimental a semblé assez éloigné des préoccupations plus au cœur du secteur d'activité du Groupe – bien que celui-ci ait des activités dans les secteurs de l'alimentation et de la restauration. Cet engagement a suscité une prise de conscience des enjeux de valorisation urbaine et de la responsabilité élargie d'un Groupe comme le nôtre dans la transformation urbaine.

Caractère innovant par rapport aux usages du secteur

L'agriculture urbaine est, elle, en train de se démocratiser, mais le caractère innovant de ce projet ne se situe pas dans le fait qu'une entreprise accueille une expérimentation. Ce projet est innovant par son ampleur, sa recherche d'une proposition viable de circuit court et la co-création entre le Groupe et le partenaire.

Ampleur du projet

Avec ses deux potagers à Paris (BHV MARAIS et Galeries Lafayette Haussmann), d'une surface cumulée de 2 600 m², le Groupe devient la 1^{ère} surface maraîchère végétalisée de toits de la capitale. Cela démontre un engagement d'envergure du Groupe mais aussi, au-delà une vraie recherche de proposition pour la place du bâtiment dans le paysage urbain de demain.

Globalité du projet

Ce projet d'agriculture urbaine ne peut se résumer simplement au fait d'accueillir un potager innovant. Certes, la démonstration de la viabilité technique du modèle, innovant par le mix entre la permaculture et le hors sol, la création d'un système membranes en laine de mouton et chanvre permettant de recréer des écosystèmes comestibles tout en doublant la surface cultivable, constituait un point de départ essentiel. Mais au-delà, c'est bien une proposition de création de valeur environnementale, pédagogique mais aussi de consommation qui est proposée. Des réflexions ont été initiées pour valoriser les bio-déchets de la restauration sur le potager in

situ, ou encore pour réutiliser les eaux grises du magasin, cherchant ainsi à transformer la proposition d'un potager sur les toits comme faisant partie intégrante de l'environnement dans lequel il s'inscrit. Le projet a été valorisé par des panneaux pédagogiques sur le toit, des visites pour les collaborateurs et les clients, mais aussi des ateliers pédagogiques et des formes d'association à la vie du magasin sont toujours en cours d'approfondissement. A titre d'exemple, la Nest Cam au BHV MARAIS a permis aux clients de suivre en temps réel la vie du potager, travaillant ainsi la pédagogie pour des urbains de plus en plus déconnectés de la nature (visites gratuites, « Expérience » avec AirBnb).

Une co-création

Initialement, le projet Sous Les Fraises a été retenu dans le cadre d'un appel à projets de la Mairie de Paris. Les Galeries Lafayette Haussmann ont souhaité accueillir l'expérimentation, et permettre de faire la démonstration à grandeur réelle du fonctionnement de cette technologie innovante. Mais, comme cela s'est entretenu plus haut, ce projet est aussi devenu bien plus que cela, travaillant aussi la sensibilisation, l'engagement des salariés (par le mécénat de compétences), la recherche de boucles vertueuses (en lien avec le restaurant de la Fondation d'Entreprise Galeries Lafayette). C'est aussi une démarche de soutien à la valorisation des produits, des tests de commercialisation pour faire la démonstration de la viabilité économique du modèle.

Critère 2- Mise en œuvre et communication

4/ Qui a initié le projet (département, fonction) - Responsable de la mise en œuvre ?

Initialement les Galeries Lafayette Haussmann ont choisi l'Association Française de Culture Hors sol pour expérimenter le projet Paris Sous Les Fraises proposant une solution d'agriculture urbaine innovante. En 2016, le BHV MARAIS et les Galeries Lafayette d'Annecy ont emboîté le pas pour aider à l'essaimage du projet.

5/ Stratégie de déploiement de l'initiative :

- o Quelles ont été les étapes et dates clés de la mise en place ?
- o Quelle est l'ampleur de la mise en œuvre (nombre de collaborateurs, de sites, de produits concernés etc.) ?
- o Comment avez-vous appréhendé et géré les enjeux économiques dans le déploiement de l'initiative (investissement requis)?

Etapes de mise en œuvre du projet

2013

- Appel à projets « Végétalisation innovante » lancé par la ville de Paris et Paris&CO
- Sélection de 30 projets
- Les Galeries Lafayette Haussmann choisissent le projet « Paris sous les Fraises » proposé par l'AFCH

2014

- Approfondissement de la solution

- Etudes de faisabilité
- Demandes d'aménagement
- Signature de la convention

2015

Mise en place des installations à Haussmann et premières récoltes



2016

- Signature BHV MARAIS et Galeries Lafayette d'Annecy



Projet au BHV MARAIS



Projet d'implantation Annecy et réalisation

2017

- Inauguration BHV MARAIS & Galeries Lafayette d'Annecy
- Premières visites du BHV MARAIS et des Galeries Lafayette d'Hausmann par des écoles
- Mise en place de visites régulières au BHV Marais avec inscription via Airbnb
- Mise en place de teambuilding au BHV Marais
- Brassage des premières bières au houblon des toits de Paris cultivés sur les 3 sites
- Installation de 12 ruches supplémentaires dont expérimentation de 2 ruches alternatives centrées sur le bien-être des abeilles à Annecy
- Mise en place d'activités : par exemple, brunch sur le toit des Galeries Lafayette d'Annecy
- Restructuration de l'activité de vente de produits frais en BtoB à Hausmann et lancement au BHV Marais
- Réflexion au travail en lien avec la restauration de la Fondation (chef Claude Colliot)
- Premières récoltes aux Galeries Lafayette d'Annecy et au BHV MARAIS
(indices d'un écosystème plus mature : nichée de fauvettes, rouge-queue et pigeons à Hausmann)

2018

- renforcement global des activités sur les 3 sites
- collectif d'artistes en résidence sur le toit du BHV Marais et des Galeries Lafayette d'Annecy

Ampleur de la mise en œuvre

Nombre de sites

3 sites concernés : Galeries Lafayette Hausmann, BHV MARAIS, Galeries Lafayette Annecy

Ampleur du projet

3 000 m² de surface cultivée sur les toits :

1200 m² sur le toit des Galeries Lafayette Hausmann

1400 m² sur le toit du BHV MARAIS

600 m² sur le toit d'Annecy

Nombre de plants cultivés

21 000 plants cultivés sur le toit des Galeries Lafayette Haussmann

22 000 plants cultivés sur les toits du BHV MARAIS

16 000 plants sur les toits du Galeries Lafayette Annecy

Ampleur du public touché

Nombre de visites et ateliers : 40 visites, 20 ateliers, 2 distributions de plan (Haussmann)

Nombre de salariés en ayant bénéficié : 1 000

Public varié : expériences AirBnb sur le toit du BHV Marais, accueil d'enfants en centre aérés aux Galeries Lafayette Haussmann, brunch sur le toit des Galeries Lafayette d'Annecy.

Enjeux économiques

Initialement le projet Sous Les Fraises était porté par l'Association Française de Culture Hors-Sol (AFCH), que les Galeries Lafayette ont donc accompagné avec du mécénat pour la mise en place de l'expérimentation technique (étude de faisabilité et installations). Aujourd'hui ce projet associatif s'est structuré sous forme de start-up, cherchant à développer des circuits de commercialisation. Le partenariat s'est donc restructuré pour prendre cette donnée en compte et continuer à écrire cette histoire.

6/ Implication des collaborateurs de l'entreprise dans le déploiement de l'initiative :

- o Quels moyens et quelles actions votre entreprise a-t-elle mis en place pour mobiliser et former les collaborateurs impliqués dans le projet ?
- o De quelle façon communiquez-vous autour de cette initiative en interne ?

Installation des potagers

Sur la phase initiale d'installation des 3 potagers, un accompagnement étroit des équipes de la technique et de la sûreté s'est effectué pour réaliser les aménagements nécessaires à la réalisation du projet, vérifier la charge portante du toit, et au-delà de l'étude de faisabilité, s'assurer de la bonne marche de la fourniture en eau ou en électricité nécessaire au projet.

Les équipes de chaque magasin ont travaillé à la mise en place de ces projets pour que celui-ci s'inscrive dans la réalité du terrain. Chaque site a ainsi proposé des formes de valorisation différentes : visites de scolaires pour le BHV MARAIS, distribution de plants pour les Galeries Lafayette Haussmann, ateliers collectifs des salariés pour les Galeries Lafayette Annecy. Le projet a ainsi permis, sur chaque site, de faire participer des équipes différentes sous des formes différentes, montrant tout le potentiel de développement qu'il pouvait avoir à la fois en interne et en externe.

Accompagnement à la pérennisation du projet

A partir de 2016, une autre phase a démarré dans le projet, celle d'aider une jeune structure à faire la démonstration de la viabilité économique de son projet, compte tenu de facteurs complexes (adéquation entre la surface disponible et le nombre d'espèces cultivées, investissements élevés et coûts de revient importants, besoins élevés en capitaux humains pour l'entretien et la commercialisation des produits, détermination d'un prix de vente adapté...).

Une première piste a consisté à développer des ateliers de présentation du projet et de participation aux

plantations et à la récolte sous forme de team building. Une autre à l'étude est la création de club de jardiniers qui pourraient participer à la vie du potager tout en contribuant à dynamiser le tissu local. Autre aspect en cours de développement : la structuration de la vente. Un premier test de commercialisation a été effectué, et toute une gamme de produits est en cours de développement par Sous Les Fraises, que nous accompagnerons dans le test des débouchés et des différentes formes de commercialisation.

7/ Partenariats noués pour mettre en œuvre le projet

Présentation de Sous Les Fraises



Sous Les Fraises est une société parisienne pionnière dans la conception, la mise en œuvre et la gestion de dispositifs de production biologique de végétaux. Son activité porte sur l'association d'un service de végétalisation à une production urbaine d'aliments frais et de haute qualité, à partir de la valorisation et l'optimisation des ressources disponibles - surfaces, eau, déchets. Les équipes de Sous les fraises ont conçu la technologie de culture mis en œuvre sur les trois bâtiments, ont installé le dispositif et opèrent en propre les potagers. Sous les fraises est autonome dans ses choix d'exploitation même si le partenariat noué invite souvent à co-construire de nouveaux modèles ensemble en prenant en compte les besoins et contraintes de chacun.

8/ Comment avez-vous impliqué vos clients et les parties prenantes liées au projet ?

Quelles actions d'éducation, d'information, de communication aux consommateurs et aux parties prenantes – notamment pour faire évoluer leurs comportements – avez vous mises en place autour de ce projet (supports, moyens, budgets etc.) ? Joindre un exemple de communication.

Sensibilisation et pédagogie

La volonté qui s'est affirmée rapidement après la création du projet a été de sensibiliser largement aux enjeux auxquels il cherchait à répondre. Dès l'origine, des supports de sensibilisation ont été mis en place (mini site, panneaux pédagogiques) pour expliquer le projet, les variétés cultivées et même le principe de la permaculture (qui a fait du chemin depuis mais était relativement inconnu à l'époque).



BIODIVERSITÉ

- Les variétés végétales -

Quelques unes d'entre elles



Osier fleuri

Epilobium angustifolium

En 1793, elle permit au botaniste allemand Christian Konrad Sprengel d'imaginer la théorie de la pollinisation des plantes par les insectes.

- Les compagnons du jardin -

Quelques uns d'entre eux



LES DOMAINES D'ACTION

Eau



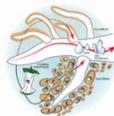
L'eau de pluie est une ressource disponible et peu valorisée en ville. Ici, nous récupérons une partie de l'eau de pluie et consommons toute l'eau apportée aux plantes, sans gaspillage ni rejet.

Déchets



Les déchets ont de la valeur ! Les végétaux sont nourris grâce à un processus naturel de décomposition de matières organique. Les supports de culture sont issus de matériaux recyclés et recyclables.

Vie organique



Tout le monde s'active ! La culture hors-sol biologique repose sur la reproduction en dehors de la pleine terre d'un écosystème complet où végétaux, champignons et micro-organismes cohabitent et s'entraident.

Biodiversité



Ouvrez l'oeil ! Ici, aucun pesticide, herbicide ni engrais chimique ! La pollinisation et la production des végétaux sont assurées par une faune microscopique indispensable à l'équilibre du jardin.

Exemples de panneaux pédagogiques réalisés pour le potager d'Hausmann

Cette action ne s'est pas limitée à de la pédagogie, les équipes de la Direction Alimentation et Restauration ont commencé, après la première récolte sur le potager du toit d'Hausmann à faire le lien avec des partenaires pour imaginer de la transformation de produits, essayant de répondre aussi à des nouvelles attentes des consommateurs.

Implication des clients

Selon la configuration des sites, la visite et donc l'implication des clients dans la démarche n'est pas toujours aussi évidente. La configuration du BHV MARAIS a pour l'instant permis de développer plus avant cet aspect,

tout en tenant compte des contraintes inhérentes au lieu.

Animations clients

Les potagers sont ouverts régulièrement au grand public avec des visites et des ateliers. Par exemple, au Gourmet d'Hausmann, une animation mixant visite des toits et dégustation de tisanes a été organisée lors de la fête de la gastronomie. Des visites dégustation de produits ont aussi été organisées à Annecy.

Visites de public scolaire

Une fois par mois, des visites de scolaires sont organisées pour retisser le lien avec cette nature nourricière que les urbains (et a fortiori les jeunes générations d'urbains) ont perdu.

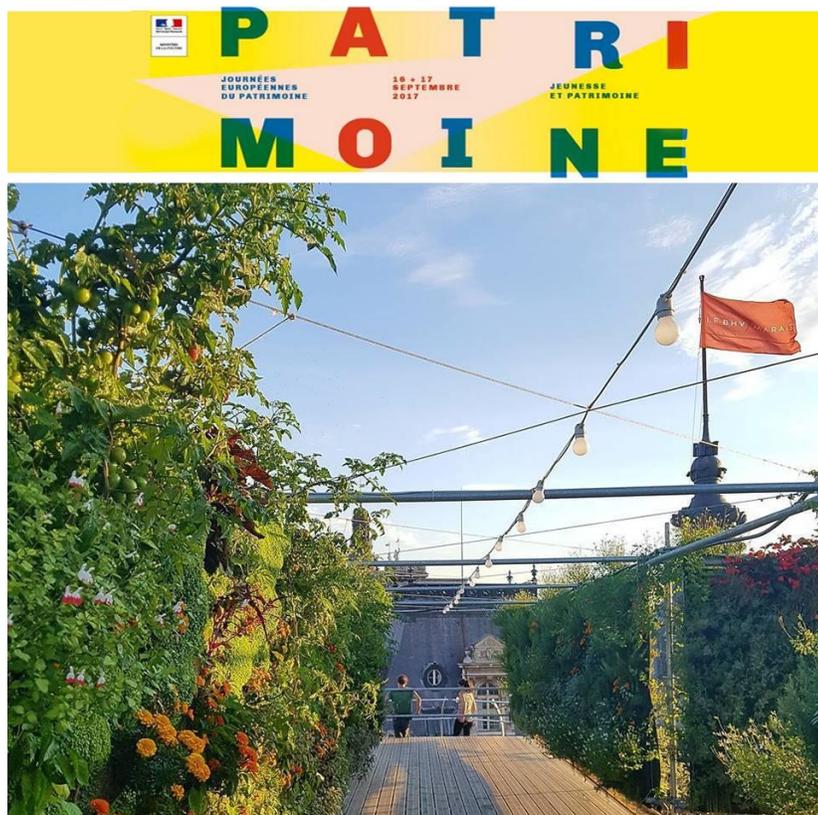


Visite pédagogique sur le toit des Galeries Lafayette Hausmann en 2017

Organisation de visites guidées

Des visites guidées sont organisées à l'occasion d'évènements spécifiques, comme les Journées Européennes du Patrimoine, la Fête de la Gastronomie, la Fête de l'Agriculture Urbaine, à l'occasion desquelles rien qu'en septembre 2017 plus de 200 personnes ont pu visiter le Jardin Perché. Par ailleurs,

chaque mois le potager accueille une visite de 34 personnes dont une session pour les familles, gratuit sur inscription. Pour ceux qui ne pourraient pas s'y rendre, le BHV MARAIS a aussi mis en place une « Nest cam » afin de pouvoir suivre l'évolution du potager et du cycle naturel des plantes.



Critère 3 - Impact et résultats

9/ Résultats quantitatifs et économiques de cette initiative

- o Indicateurs clés
- o Evolution et chiffres bruts (départ/ à date/ évolution).

Aujourd'hui l'efficacité dite technologique du projet a atteint les indicateurs de succès clés qu'elle s'était donnée : le potager vit, et est abondant à la fois dans le nombre de variétés cultivées mais aussi dans le tonnage des récoltes.

Evolution de la surface cultivée

2015 : 1000 m² (Hausmann) / 2016 : 3 400 m² (+BHV MARAIS et Annecy)

Nombre de variétés cultivées

Tonnage des récoltes (moyenne / potager)

Nombre de salariés associés

2016 : 200 (un seul potager, visites et ateliers) / 2017 : 1 000 salariés (visites, ateliers, distribution de plants)

Chiffre d'affaires issus des produits transformés pour Sous Les Fraises : non communiqué aujourd'hui

Il va sans dire que les résultats sur les indicateurs quantitatifs liés à la mise en place du projet (surface, tonnage et nombre de variétés) sont aujourd'hui satisfaisants, et ont déjà fait une démonstration très importante, celle de cultiver en hors sol mais sans retirer totalement le sol, et en cherchant à recréer une harmonie écosystémique entre les éléments qui se protègent mutuellement et fonctionnent presque sans intervention humaine.

Les deux indicateurs à développer maintenant sont ceux de l'association du public (salariés mais aussi clients) pour faire participer à ce changement d'ampleur, mais aussi les indicateurs économiques liés à la démarche.

10/ Comment cette initiative a-t-elle été perçue en interne et/ou en externe (clients, fournisseurs, consommateurs, partenaires etc.) ?

Donnez des exemples (ou témoignages) de sites (ou de personnes) emblématiques de la réussite de la mise en œuvre de l'initiative, reconnaissances obtenues.

Perception en interne

Ce type de projet est très bien perçu, parce qu'il contribue à donner une vision différente du Grand Magasin, il apporte des solutions au commerce de demain tel que nous entendons le pratiquer. Plus encore, c'est la participation des collaborateurs qui est très chère en interne, pour que ce projet ne vive pas à côté du magasin mais que les collaborateurs puissent y être intégrés.



Ateliers de plantations et de récoltes au BHV MARAIS et sur les toits d'Hausmann

Retombées presse

Le caractère innovant du projet et de la relation partenariale entre le groupe Galeries Lafayette a eu une résonance importante dans la presse. Il est intéressant de noter à ce titre que l'angle retenu pour les publications n'est pas la mise en avant d'un projet particulier, mais bien de l'agriculture urbaine dans son ensemble, et de la manière dont le partenariat avec Sous Les Fraises s'inscrit de manière innovante dans cette démarche.

BILAN PRESSE PARIS SOUS LES FRAISES

**TOTAL
RETOMBÉES**
59 RETOMBÉES

27 retombées 

25 retombées 

4 retombées 

3 retombées 



Plus de **100 millions** de lecteurs potentiels
(Diffusion et visite/mois pour le print & web)
50 millions d'auditeurs/télespectateurs
potentiels (Audience TV & Radios)

Un 19h45 de M6

Un reportage **TELEMATIN** sur France 2

59 retombées au global

1 reportage TV étrangère

Un engouement unanime de la presse
généraliste et professionnelle
mode/urbanisme/écologie sur le projet

Bilan fin 2015 après le lancement du potager d'Haussmann



A venir : « Tout compte fait » sur France 2
et « Silence ça pousse » sur France 5

Publications majeures en 2017



22 000 plantes sur le toit du BHV Marais

Place à l'agriculture urbaine. Pour ces 1 500 m² de culture hors-sol, la cueillette est prévue dès juillet. Des visites seront organisées pour le grand public, un samedi par mois.



Dans un milieu urbain, rien de mieux que l'agriculture hors-sol. Pas une once de terre n'est posée sur le toit du **BHV** Marais. L'arrosage de ce système de permaculture

Les toits deviennent jardins

ENQUÊTE De plus en plus de fruits et légumes sont cultivés sur les immeubles

en hauteur des Galeries Lafayette Haussmann, 1.000 m² de fraisiers plantés en 2015 et 1 tonne de fruits rouges récoltée en 2016. Sur le Bazar de l'Hôtel de Ville, ce sont

prendre que cela marche, que les fruits ou aromates ont du goût et ne sont pas pollués, comme l'a montré une étude d'AgroParisTech », explique Yohan Hubert, fondateur

Réseaux sociaux et retour clients

TOP NEWS

Galleries Lafayette



Retours clients

 **Bravo, excellente idée pour l'image et la valeur d'entreprise.** 4 sem ...

Le groupe emblématique Parisien va participer à la prise de conscience collective de cette tendance urbaine de qualité. Après les récoltes de Miel Parisiens issues de quartiers de charmes (Invalides, jardin du Luxembourg, toits d'entreprises...) (Info étonnante après analyses : ces Miels ne contiennent que 2 polluants sur les 76 répertoriés (Analyses Profilomic). Le paradoxe : Les villes polluées n'ont pas les pesticides des champs qui font disparaître 30% des abeilles de nos campagnes!

Pour revenir aux cultures sur les toits des Villes. C'est une tendance mondiale d'écologie intelligente. A San Francisco, au Canada, à Berlin, Tokyo, Londres... Bravo aux Galeries Lafayette d'amener PARIS dans cette démarche qualitative du Futur.

J'aime Répondre | 2 J'aime

LE BHV MARAIS a ajouté 16 photos. 16 septembre, 14:18

C'est parti pour les Journées européennes du patrimoine 2017 : en avant pour les visites du Jardin Perché sur notre toit où poussent secètement 22 000 plantes ! 🍅🍆🌱 #JEP2017






J'aime Commenter Partager

130 Meilleurs commentaires (non filtrés)

16 partages

Votre commentaire...

Superbe visite, nous avons adoré !!
J'aime · Répondre · 2 · 16 septembre, 15:41

LE BHV MARAIS TOP ! Contente que ça vous ait plu ! Bon week-end !
J'aime · Répondre · 16 septembre, 16:16

Sur le toit du BHV génial
J'aime · Répondre · 7 octobre, 09:50

Plus largement sur la perception par les clients, force est de constater (au vu de la vitesse à laquelle se remplissent les créneaux de visite) qu'il y a un engouement à découvrir ce projet innovant et atypique.

11/ Quelles ont été les pratiques modifiées suite à ce projet :

- o En interne (comportements, méthode de travail, perception du changement etc.) ?
- o En externe vis-à-vis des clients, fournisseurs, partenaires etc., envers l'environnement, la société ?

Modification des pratiques en interne

S'interrogeant sur la proposition en matière d'agriculture urbaine, il était normal que la question soit poussée aussi sur la proposition vis-à-vis de nos clients en la matière. Sur les activités d'alimentation et de restauration, une vraie réflexion d'envergure a ainsi été initiée dans le sillage de ce projet. Si naturellement cela participe d'une démarche d'amélioration continue, de vrais engagements se sont structurés autour de la proposition de produits issus de l'agriculture biologique, la mise en avant de produits de qualité sur des circuits courts etc. Ainsi, une réflexion par rapport aux attentes de nos clients s'est structurée dans la foulée de ces projets.

Modification des pratiques en externe

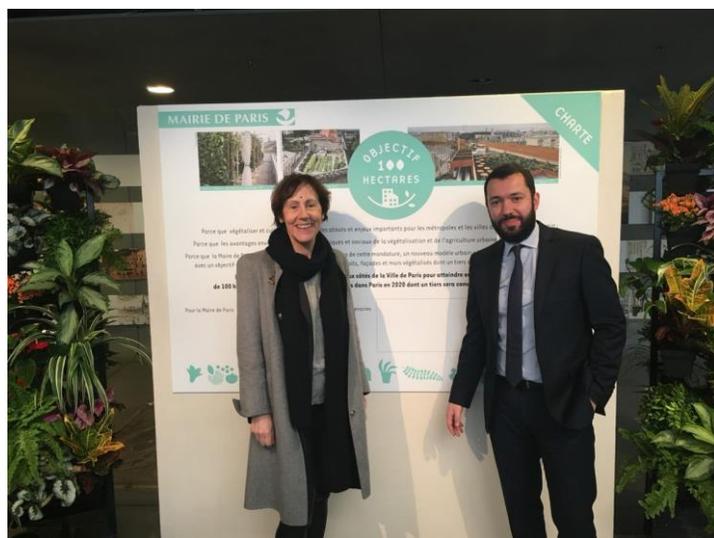
Il est difficile de quantifier un changement de pratique par rapport à un tel projet, mais il est certain que cela a changé le regard que portent les clients sur la proposition qu'a à faire un grand magasin sur la ville de demain, les réponses qu'il peut y apporter.

Construction de circuits courts

Sous Les Fraises a construit des circuits courts en développant les circuits restaurateurs. Aujourd'hui, dans Paris, tous les mercredis des restaurateurs sont livrés de produits frais, cultivés sur les toits des Galeries Lafayette Haussmann et du BHV MARAIS, et sont ainsi approvisionnés en produits frais de manière très locale. Ainsi, le projet contribue à redistribuer les cartes de nouvelles formes de consommation pour les urbains mais aussi dessine, en proposant une nouvelle histoire des produits, des formes de pédagogie innovantes sur l'agriculture urbaine.

Engagement du commerce de ville dans la ville de demain

Ces projets ont, à leur mesure, contribué au changement de fond qui se met en place aujourd'hui, et s'inscrivent dans une dynamique pérenne. A ce titre, l'engagement et des Galeries Lafayette Haussmann et du BHV MARAIS a été renforcé début 2017 par la signature de la Charte Objectif 100 hectares, affirmant plus encore un engagement global sur l'agriculture urbaine.



12/ Le projet a-t-il été rentable pour votre entreprise, ou a-t-il présenté un intérêt économique en plus de la création de valeur RSE ? (Donnez des résultats quantitatifs)

Dans un premier temps, c'est essentiellement l'intérêt de proposition d'une nouvelle vision du bâti dans la ville de demain, un bâti qui devient écosystème et support de vie, qui a enclenché cette démarche. La recherche initiale avec ce type de projet était de montrer qu'une agriculture abondante pouvait fonctionner dans un schéma, urbain, hors sol etc.

La seconde phase du projet s'étant ouverte maintenant, s'ajoute la brique du développement économique. Faire la démonstration de la viabilité technique est un prérequis indispensable, mais ne reste naturellement pas suffisant. Ce type d'agriculture doit faire la démonstration de sa viabilité économique (d'autant qu'elle requiert des investissements initiaux assez lourds), mais aussi de ses apports globaux (capacité à créer des emplois locaux et pérennes, avec la main d'œuvre nécessaire au fonctionnement du potager, création de nouvelles formes de lien social avec les urbains etc.). La démonstration économique de ce projet permettra ainsi de prouver la possibilité de duplication et d'essaimage de ce type d'agriculture urbaine.

Critère 4 - Vision

13/ Quel est l'objectif à court/ moyen/ long terme de votre projet ? (Donnez des indicateurs qualitatifs et quantitatifs)

Objectifs à court terme

- Faire la démonstration de la viabilité économique de ce type d'agriculture urbaine : rechercher le mix de cultures approprié selon les produits transformés qui ont le meilleur équilibre économique, rechercher des débouchés
- Démontrer l'ensemble de la création de valeur locale d'un tel projet : création d'emploi locaux et pérennes, recréation d'écosystèmes en ville, pédagogie sur le grand public ...

Indicateurs clés de succès :

- Equilibre économique
- Création d'emplois locaux
- Nombre de personnes sensibilisées aux enjeux de l'agriculture urbaine

Objectifs à moyen et long terme

- Structurer une proposition d'ampleur du groupe Galeries Lafayette en matière de commerce de ville et définir la place de l'agriculture urbaine dans le commerce de cœur de ville de demain
- Continuer à expérimenter les nouvelles formes d'agriculture et leur proposition de valeur globale
- Intégration du sujet dans la valorisation du patrimoine pour penser une forme de plan vert global

Indicateurs clés de succès :

- Démocratisation des technologies : aujourd'hui une barrière de taille à la démultiplication de ces projets est le coût d'entrée, ainsi que la difficile rentabilité qui en découle
- Présence systématique dans les cahiers des charges sur les nouveaux magasins ou dans les remodelings

14/ En quoi cette initiative s'inscrit-elle dans la vision et dans la mission de votre entreprise, ou la fait-elle évoluer ?

Le groupe Galeries Lafayette ambitionne de devenir la référence mondiale d'un commerce à la française, éthique et responsable. Le développement de la nature en ville, et a fortiori de la nature dans sa forme nourricière, participe des formes de contributions positives que doit développer le commerce de demain. C'est aussi une manière de repenser le patrimoine architectural, de le valoriser en innovant dans l'intérêt de tous. Il s'agit d'une forme de création de valeur nouvelle et globale, qui repense non seulement le modèle du magasin mais aussi son apport à la société.

L'agriculture urbaine apporte aussi à la réflexion globale autour du lieu du magasin, et des solutions mises en place pour proposer un lieu hybride, magasin mais aussi lieu de production, qu'elle soit agricole ou artistique par exemple – pensons ici aux commandes artistiques, à la création d'une galerie d'art au sein du magasin d'Hausmann ou encore aux installations artistiques en magasin.

A ce titre, le développement de l'agriculture urbaine participe pleinement de la réflexion du Groupe et contribue à la maturation de ce que doit être l'entreprise, le commerce et le magasin de demain.

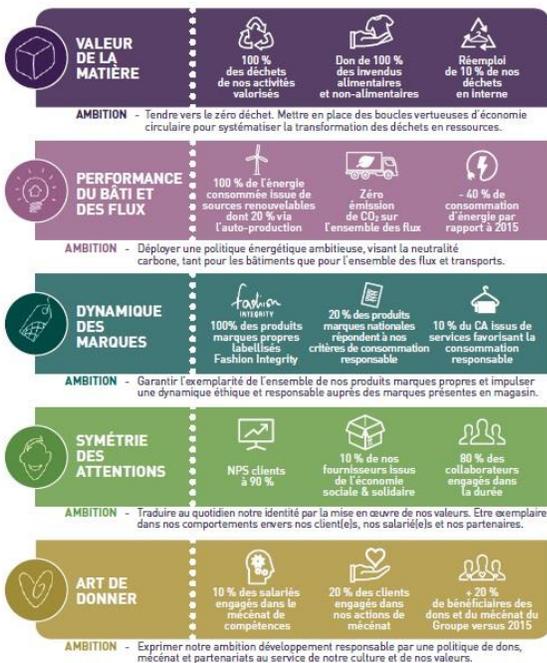
STRATÉGIE

NOTRE STRATÉGIE

DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE

MANIFESTE

NOTRE VISION



LE COMMERCE DE DEMAIN est celui qui apporte une **CONTRIBUTION POSITIVE** à la société, qui repense la **CRÉATION DE VALEUR** en liant innovation, développement et **RESPONSABILITÉ**. C'est un commerce **HUMANISTE** par sa considération des personnes, intelligent et sobre dans son utilisation des **RESSOURCES** qui prend en considération les **GÉNÉRATIONS FUTURES**. Il est au service d'une meilleure **QUALITÉ DE VIE POUR TOUS** et d'un art de vivre à la française fondé **SUR DES EXPÉRIENCES** plus que sur l'accumulation de biens matériels, pour une société ouverte, **RESPECTUEUSE ET JUSTE**.

Annexes (2 fichiers max)

Y a-t-il d'autres éléments utiles que vous souhaiteriez apporter au jury ?

- Rapport RSE

Autorisation de publication des dossiers de candidature

Les participants autorisent l'Organisateur à rendre public leur dossier de candidature, et ce uniquement à des fins pédagogiques et de communication.

Cette autorisation est accordée à la Chaire Grande Consommation de l'ESSEC, sans frais, pour une durée limitée de deux ans à compter de la remise des prix.

La participation au Grand Prix ESSEC du Commerce Responsable inclut une connaissance et une acceptation du règlement du concours. Règlement à télécharger sur le site www.grandprix-distributionresponsable.com

Le dossier de candidature complété est à retourner par mail à : GPrixRSE-chaireGC@essec.edu

Date limite de renvoi des dossiers : 11 octobre 2017

Pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à consulter le site internet <http://grandprix-distributionresponsable.com/>, ou nous contacter GPrixRSE-chaireGC@essec.edu