

5^e édition du Grand Prix ESSEC du Commerce Responsable

Système U remporte le Grand Prix 2020

Casino, Cdiscount, Franprix, le Groupe Galeries Lafayette, E.Leclerc, Metro, Monoprix, également récompensés pour leurs initiatives RSE

Cergy, le 5 février 2020 – **Agnès Pannier-Runacher**, Secrétaire d'Etat auprès du ministre de l'Économie et des Finances, en charge du commerce, a reçu hier à Bercy l'ESSEC Business School et plus de 250 représentants de l'Industrie et du Commerce pour la cérémonie du *Grand Prix ESSEC du Commerce Responsable*. Ce prix, original par la forte implication des étudiants de la Chaire Grande Consommation de l'ESSEC dans la sélection des dossiers nommés et dans la mise en œuvre du projet, vise à récompenser les entreprises du commerce et du e-commerce, B2B et B2C, pour leurs initiatives en France en matière de RSE. Pour cette 5^e édition, 50 dossiers ont été déposés par 13 enseignes de toute taille. Le projet est soutenu activement depuis son origine par les fédérations professionnelles FCD, FCA et la FEVAD.



« 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 bio-diversité 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. »

Rémy Gerin, Directeur Exécutif de la Chaire Grande Consommation de l'ESSEC

7 prix dont le nouveau prix de la personnalité de l'année, 2 mentions spéciales et un grand prix pour récompenser les pratiques RSE

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 3 décembre dernier pour les délibérations. Il a désigné par vote les dossiers lauréats des 7 prix et du Grand Prix ESSEC du Commerce Responsable, selon 4 critères de sélection : le caractère innovant, le déploiement, les résultats et la vision.

Le jury 2020 du Grand Prix ESSEC du Commerce Responsable :

- **Laurence Champier**, Directrice Fédérale, Fédération des Banques Alimentaires
- **Olivier Dailly**, Directeur Adjoint de l'Institut National de la Consommation (INC)
- **Xavier Hua**, Directeur Général de l'Institut du Commerce
- **Sylvain Lambert**, Associé responsable de l'activité de conseil en développement durable chez PWC,
- **Elisabeth Laville**, Fondatrice Directrice Utopies,
- **Yves Puget**, Directeur des rédactions des magazines LSA et Neo-Restaurations,
- **Jérôme Schatzman**, Directeur Exécutif Chaire Innovation et Entrepreneuriat Social, ESSEC Business School
- **Margot Blanc** et **Sergio Gallo**, étudiants de la Chaire Grande Consommation promo 34

Système U remporte le Grand prix ESSEC du Commerce Responsable, pour l'ensemble de sa démarche RSE

Système U s'engage pour déployer une démarche RSE ambitieuse et complète. Bâtie sur 5 axes (promotion de produits sûrs, sains et de qualité, accessibles à tous; facilitation d'une consommation responsable pour tous; accompagnement des talents; contribution à la transformation durable du monde agricole; et soutien de la dynamisation des territoires), la politique de l'enseigne est alimentée par deux effervescents chantiers d'innovation promouvant l'alimentation saine et durable et la réduction de l'empreinte plastique.

L'enseigne a ainsi présenté les résultats et ambitions de son partenariat avec Bleu-Blanc-Cœur, ses initiatives pour l'économie circulaire (6 filières de recyclage proposées en magasins & entrepôts ayant valorisé 105k tonnes de déchets en 2018) et son application « Y'a quoi dedans », qui viennent enrichir les engagements RSE de l'enseigne, récompensés par le Grand Prix ESSEC du Commerce Responsable.

« *En quelques années, le Grand Prix ESSEC RSE est devenu une référence et un rendez-vous incontournable pour les acteurs du grand commerce. La Coopérative U et tous ses membres sont très heureux aujourd'hui de se voir récompensés par cette distinction qui vient comme une reconnaissance de nos engagements, et un encouragement à poursuivre nos actions à tous les niveaux* » explique **Dominique Schelcher**, Président-Directeur Général de la Coopérative U Enseigne.

Antoine Lemarchand, PDG de Natures & Découvertes, remporte la première édition du prix de la personnalité de l'année à la cérémonie du Grand Prix Essec 2020 du Commerce Responsable

Antoine Lemarchand, PDG de Nature & Découvertes depuis 2011 incarne les engagements et valeurs de la RSE et dirige son entreprise pour opérer via des pratiques plus responsables. C'est par exemple la volonté de rendre l'entreprise le premier réseau de distribution B-Corp en France en 2015, ou l'engagement profond de la Fondation Nature & Découvertes dans les domaines de la biodiversité, de l'éducation des jeunes, et du soutien au financement des projets associatifs, qui en font un pionnier dans les démarches RSE.

Le nouveau siège de Nature & Découvertes à Versailles, éco-conçu, marque la volonté de faire de son entreprise un modèle pour les autres enseignes de distribution et projette l'entreprise dans le nouvel décennie en favorisant non seulement l'éducation à un mode de travail à moindre impact sur l'environnement (récolte de l'eau pour la climatisation et l'utilisation dans les toilettes), mais aussi des rapports humains plus confortables dans des locaux conçus pour favoriser la communication.

Sa désignation en tant que président du think tank « Entreprise et progrès » en fait le porte-parole des leaders activistes et la meilleure personnalité incarnant les valeurs du Prix de la Personnalité de l'Année du Commerce Responsable.

Antoine Lemarchand déclare : « *Ce prix qui vient me récompenser, est bien sûr le prix de toute une famille. La très grande que forment les équipes, les clients actifs et les fournisseurs, designers, stylistes de Nature et Découvertes. Mais c'est aussi mettre à l'honneur, l'héritage d'une famille qui porte mon nom qui a toujours cru que l'on peut faire du business au service du bien commun. Nous avons choisi la Nature dès le départ par conviction, par amour et par souci de rendre à celle à qui on emprunte pour faire notre métier. Ce prix remis par*

une institution qui m'est très chère, l'ESSEC, servira à influencer tous ceux qui veulent faire partie des 10% d'une population pour devenir des activistes et pour créer un vrai point de bascule vers un projet global plus durable. Merci ! »

Lauréat du prix ESSEC « Réduction de l'Impact Environnemental »

Le projet d'Innovation au service de la réduction de l'empreinte environnementale de la supply chain, par Cdiscount

L'e-commerce est une promesse d'opportunités ayant de forts impacts environnementaux que le leader sectoriel français Cdiscount appréhende en révolutionnant « de bout en bout » sa supply chain. Cdiscount a sensiblement réduit son empreinte écologique en investissant sur des emballages plus « eco-friendly », l'optimisation de l'espace dans les camions, l'emballage 2D et 3D (€10m investi, réduction de 30% des consommables utilisés et 30% de camions en moins sur les routes), l'exploration de modes alternatifs de transport (1er e-commerçant à utiliser le TGV pour ses livraisons du jour même) et la gestion des invendus. Cette initiative a été supportée par un effort de communication interne et la formation des équipes de la supply chain, ce qui a mis la RSE au cœur du quotidien des collaborateurs de Cdiscount.

Emmanuel Grenier, Président Directeur Général de Cdiscount déclare : *« Le Grand Prix ESSEC est une formidable opportunité pour Cdiscount, leader français du e-commerce, de démontrer son engagement à être pionnier du e-commerce responsable. Ce prix permet, à travers le regard que portent les étudiants sur les projets présentés, de confronter nos actions aux attentes des consommateurs et des citoyens. C'est aussi un temps d'échange qui permet d'enrichir notre propre réflexion. C'est enfin un moment où l'audace, l'engagement, l'innovation, l'optimisme sont récompensés et encouragés pour bâtir l'avenir. »*

Lauréat du prix ESSEC « Offre de Produits et Services Développement Durable »

GO FOR GOOD, Pour une mode plus responsable, par le Groupe Galeries Lafayette

Le Groupe Galeries Lafayette signe en 2017 le lancement de son nouveau projet, Go For Good, l'initiative pour une mode plus responsable : un projet qui a pour objectif de mettre en avant les produits ayant un impact positif sur l'environnement, la production locale ou le développement social. C'est un travail titanesque qui est effectué par le groupe : définition du cahier des charges, applicable à l'ensemble des produits référencés par le Groupe Galeries Lafayette (textile, maroquinerie, maison, beauté, alimentation), définition d'une signalétique transparente et claire, modification des métiers Achats, Communication, Merchandising, engagement des marques partenaires de l'enseigne etc.

Deux ans après le lancement du projet, Go For Good réunit 600 marques, concerne près de 12 000 références et représente 6% du CA réalisé par le Groupe Galeries Lafayette. Avec sa campagne de communication innovante, ses idées créatives de déploiement en magasins, l'initiative Go For Good a séduit le Jury du Grand Prix ESSEC du Commerce Responsable qui récompense le Groupe pour la cohérence de sa démarche et son caractère innovant.

« Nous sommes honorés et fiers de nous voir décerner le prix Offre de Produits et Services Développement Durable. Cette distinction vient récompenser deux ans de travail de l'ensemble de l'entreprise autour de Go for Good pour proposer avec nos marques partenaires des produits ayant un réel bénéfice environnemental, social ou local. Cette distinction nous encourage à aller toujours plus loin avec nos partenaires et nos clients » se réjouit **Philippe Houzé**, Président du Directoire.

Lauréat du prix ESSEC « Projet Collaboratif du Commerce et de ses Partenaires »

Récoltons l'Avenir, par E.Leclerc

« Récoltons l'Avenir » est une nouvelle marque lancée par E.Leclerc via Marque Repère pour soutenir les agriculteurs français dans leur conversion vers la production biologique. En partenariat avec les Celliers Associés, cette marque permet aux consommateurs de repérer les produits issus de terrains en transition vers la production biologique (dès la deuxième année de récolte), ce qui leur permet de soutenir directement ces agriculteurs et d'encourager ce processus.

Cette belle initiative, amène à la collaboration des différents acteurs de la chaîne (producteurs, distributeurs et consommateurs) de valeur vers l'objectif commun d'une transition équitable vers le bio. Les

résultats sont prometteurs (130k de bouteilles vendues, 260 hectares convertis et 140 en cours de conversion) et encouragent l'enseigne et Marque Repère à travailler sur la sortie de nouvelles références dans les mois à venir.

« Nous sommes très fiers de remporter ce prix avec les équipes Marque Repère qui ont travaillé main dans la main avec la coopérative Les Celliers Associés pour accompagner des producteurs de pommes français vers une conversion au bio. C'est une belle reconnaissance pour notre démarche de conversion « Récoltons l'Avenir » et cela nous encourage dans cette voie car tout le monde veut du bio français mais encore faut-il le produire ! » explique **Michel-Edouard Leclerc**, président des centres E.Leclerc »

Lauréat du prix ESSEC « Services et Information au Bénéfice du Consommateur »

L'Étiquetage du niveau de Bien-Être Animal, par Casino

Lier information du consommateur et bien-être animal, c'est le projet dans lequel s'est lancé Casino en partenariat avec 3 ONGs référentes sur le bien-être animal (CIWF, LFDA, OABA) sous la forme d'un étiquetage prenant en compte toutes les étapes de la vie de l'animal (naissance, transport, élevage, abattage), le premier « Nutri-score du Bien-être animal ». Le projet lancé en 2017 est depuis février 2019 porté par l'Association Etiquette Bien-Etre Animal, après un travail de 19 mois de co-construction de l'étiquette : 230 critères et 4 niveaux de notation (A, B, C ou D). La première filière concernée par cette étiquette est celle du poulet de chair : 1 million de produits sont désormais porteurs de l'étiquette, de nouveaux acteurs se sont déjà engagés à adopter cette étiquette (Avigers, Les Fermiers du Sud-Ouest, Les Fermiers de Loué).

Cette initiative innovante et collaborative a suscité l'enthousiasme des jurys Professionnel et Etudiant qui ont souhaité mettre en lumière la vision dont témoigne ce projet : produire un référentiel clair et transparent pour le consommateur en termes de bien-être animal qui puisse être étendu à toutes les filières et marques, nationales et aux autres distributeurs.

Tina Schuler, Directrice générale de Leader Price, de Casino Supermarchés, de Géant Casino et de Casino Proximités réagit au prix : « Nous sommes très fiers de remporter ce Prix, car notre démarche est inédite en France et co-construite avec trois ONG (LFDA, CIWF et OABA) : elle vise à renforcer la transparence sur les conditions d'élevage, de transport et d'abattage des animaux, et donner ainsi une information claire et fiable aux consommateurs. C'est une action concrète, qui illustre un engagement historique de la part de nos enseignes : offrir de réelles solutions à nos clients, afin de leur permettre de consommer de manière responsable. »

Lauréat du prix ESSEC « Ressources Humaines »

Emmaüs Défi, par Franprix

Ce projet est celui d'un partenariat entre une enseigne de la grande distribution, Franprix, et une association, Emmaüs Défi, pour lutter contre l'exclusion sociale à travers la réinsertion professionnelle de personnes en situation de précarité. Concrètement, il s'agit de l'embauche, sans sélection RH, de treize anciens « grands exclus » en CDI progressif (10h/24h/36h). C'est une initiative innovante, unique et historique qui témoigne d'un engagement social fort de la part de l'enseigne et que l'on espère voir dupliquer à grande échelle sur les 900 établissements Franprix comme dans les magasins d'autres enseignes de grande distribution.

« C'est une immense fierté pour l'ensemble des équipes de Franprix que de s'illustrer à nouveau lors de cette édition 2020 du Grand Prix du Commerce Responsable. Cette double récompense¹ révèle l'audace de nos initiatives et nous encourage à poursuivre dans cette voie, celle d'un commerce plus engagé, plus inclusif, capable de recréer du lien social et de la solidarité. Ces prix sont enfin le fruit de rencontres humaines et de collaborations réussies, tant avec le monde associatif – c'est le programme « Emmaüs défi » – qu'avec celui des entreprises innovantes avec la startup Phenix » déclare **Jean-Paul Mochet**, Président de Franprix

¹ effectivement Franprix a également remporté une mention spéciale des étudiants

Lauréat du prix ESSEC « Engagement Solidaire et Sociétal »

L'engagement solidaire et sociétal de METRO pour une Restauration anti-gaspillage à double impact – RADIS

METRO est une entreprise faisant de la lutte contre le gaspillage alimentaire un de ses engagements principaux. Avec le projet RADIS (Restauration Anti-gaspi à Double Impact), l'enseigne propose un modèle pour unir à cet engagement l'ambition de soutenir l'insertion sociale et l'économie circulaire. En effet, en mettant un place un partenariat avec Emmaüs Défi, Baluchon, et À Table Citoyens, METRO a su non-seulement valoriser 36 tonnes de d'invendus alimentaires (dont une partie ayant une courte DLC, ou écartés des circuits de la grande distribution), mais aussi améliorer l'offre de restauration proposée aux personnes en situation de précarité tout en créant un parcours d'insertion professionnelle vers les métiers de la restauration, de la logistique et du transport au travers de 5 parcours d'insertion spécifiques.

Mais l'ambition de METRO va bien au-delà, puisque les objectifs pour 2024 sont très ambitieux : augmentation des repas par jour de 1000%, création de 30 emplois supplémentaires et x12 tonnes d'invendus valorisées ; une initiative qui mérite d'être suivie et supportée.

« *L'entreprise d'aujourd'hui doit être digitale, servicielle et responsable. METRO France, au service de ses 400 000 professionnels indépendants des métiers de bouche, œuvre chaque jour au cœur de 98 territoires pour agir en acteur local et engagé, afin de contribuer aux enjeux sociétaux et environnementaux de demain en embarquant à la fois ses clients et ses fournisseurs* » affirme **Benoit Feytit**, Directeur Général METRO France.

Mentions Spéciales des Etudiants

Franprix x Phenix

Phenix est une entreprise sociale qui propose des solutions aux entreprises pour lutter contre le gaspillage alimentaire et donner une seconde vie aux invendus. Depuis plusieurs années (environ 3-4 ans), Phenix assure la collecte des produits invendus Franprix en DLC proche pour en faire don à des associations partenaires.

Bilan 2018 : 1 100 000 repas distribués gratuitement, 980 tonnes de déchets ont été évitées ainsi que 4 433 tonnes de gaz à effet de serre.

Mais depuis juin 2019, le partenariat entre Franprix et Phenix a pris un autre tournant : des « paniers » - surprise, fruits et légumes, salades - sont désormais proposés (moins chers) aux clients Franprix afin d'éviter le gaspillage alimentaire. Après six mois de lancement, 300 magasins Franprix sont concernés par l'initiative (avec l'objectif d'atteindre l'ensemble du parc en 2020, soit 900 magasins), 11 221 paniers ont été vendus et 30 tonnes de nourriture ont été sauvées du gaspillage. Ce projet a également permis de sensibiliser l'ensemble des employés Franprix au gaspillage alimentaire, entraînant une baisse du gaspillage hors usage Phenix.

Les étudiants du Jury du Grand Prix ESSEC du Commerce Responsable ont apprécié le caractère multidimensionnel (social, environnemental, économique) de cette initiative qui remporte une des deux Mentions Spéciales Etudiantes, le « coup de cœur des étudiants ».

Le projet participatif d'insertion des personnes porteuses de Trisomie 21, par Monoprix

L'histoire de ce projet commence à Nice, dans le magasin Monoprix Nice Garibaldi, où, en partenariat avec l'association Trisomie 21 des Alpes-Maritimes, est accueillie en stage une personne porteuse de Trisomie 21. Ce stage se conclut par une embauche en CDI. L'histoire continue à Montpellier, au sein du magasin Comédie, où un deuxième stage est effectué, puis dans un deuxième magasin à Montpellier. Forte de ces initiatives locales, Monoprix décide d'engager une coordination nationale avec l'association Trisomie 21 pour identifier les antennes locales pouvant permettre un accompagnement aussi qualitatif et pérenne que celui des Alpes-Maritimes et du Gard. C'est donc l'histoire d'initiatives locales qui ont initié une initiative nationale ainsi que celle de la collaboration de quatre parties prenantes : la Mission Handicap, les équipes magasins, les partenaires sociaux, et l'association Trisomie 21. Plusieurs magasins ont ensuite manifesté leur intérêt à participer à ce projet.

Le Jury Etudiant a été séduit et touché par cette initiative qui a pour objectif, à terme, de changer la vision du handicap par la proximité.

« *Nous sommes très touchés d'avoir reçu la "Mention Spéciale des Etudiants" pour notre projet participatif d'insertion des personnes porteuses de Trisomie 21. La question de l'emploi des femmes et des hommes en situation de handicap nous tient particulièrement à cœur et je remercie toutes celles et ceux qui ont rendu cette initiative possible. Nous allons poursuivre nos actions dans ce domaine qui constitue un champ important de notre politique RSE.* » **Jean-Paul Mochet**, Président de Monoprix.

Contact presse :

Vitaline Gomes, Relations presse ESSEC Business School, Tél. : +33 1 34 43 30 29 – gomes@essec.edu

À propos de l'ESSEC Business School

L'ESSEC, fondée en 1907, est un acteur majeur de l'enseignement de la gestion sur la scène mondiale qui détient la « Triple couronne » en ayant les accréditations EQUIS, AACSB et AMBA. Avec 6 660 étudiants en formation initiale, une large gamme de programmes en management, des partenariats avec les plus grandes universités dans le monde, un réseau de 60 000 diplômés, un corps professoral composé de 163 professeurs permanents en France et à Singapour dont 19 professeurs émérites, reconnus pour la qualité et l'influence de leurs recherches, l'ESSEC perpétue une tradition d'excellence académique et cultive un esprit d'ouverture au service des activités économiques, sociales et de l'innovation. En 2005, l'ESSEC a ouvert un campus en Asie, l'ESSEC Asia-Pacific, stratégiquement situé à Singapour. Ce campus représente pour l'ESSEC l'opportunité de participer à la croissance de l'Asie et d'apporter son expertise dans cette région en pleine expansion. En 2016, l'ESSEC a ouvert un nouveau campus ESSEC Afrique à Rabat, au Maroc. L'expansion internationale de l'ESSEC permet à ses étudiants et professeurs d'étudier et comprendre les forces économiques en présence dans les différentes régions du monde. Pour toute information complémentaire : www.essec.edu

A propos de la Chaire Grande Consommation

La Chaire Grande Consommation a été la première Chaire créée à l'Essec, en 1985 par Daniel Tixier. Elle l'a été autour d'une vision audacieuse à l'époque: fédérer, autour d'un projet pédagogique unique, industriels et commerçants. Aujourd'hui, la Chaire est devenue le pôle d'excellence, en France, pour la formation des jeunes aux métiers de la consommation; parce qu'elle a su créer, au fil des ans, une communauté unique de professeurs de haut niveau, d'entreprises partenaires très engagées, et d'anciens très fidèles, qui œuvrent au quotidien pour développer les jeunes ayant fait le libre choix de cette filière, à travers un programme ambitieux de cours, de séminaires, de stages, de rencontres, et de recherche. Pour toute informations complémentaires : <http://chaire-grandeconsommation.essec.edu/>