

## DOSSIER DE CANDIDATURE

# Prix: Emploi et développement des Hommes

- Tous les champs sont à renseigner.
- **Date limite de renvoi des dossiers complétés : 9 novembre 2012**, par mail à l'adresse [contact@grandprix-consommationresponsable.com](mailto:contact@grandprix-consommationresponsable.com)
- **Principe de notation de chaque prix :**  
Les initiatives candidates seront évaluées selon 4 critères : Aspect novateur - Mise en œuvre et communication – Impact et résultats – Vision.  
Une note sur 10 points sera attribuée sur chaque critère.  
Les critères seront pondérés selon des coefficients :  
Caractère innovant de l'initiative : coefficient 3  
Mise en œuvre et communication : coefficient 2  
Impact et résultats : coefficient 3  
Vision : coefficient 2  
Une note globale sur 100 points sera ainsi affectée à chaque initiative candidate.

**Nom de l'initiative:** Passeport vers l'Emploi  
**Nom de l'entreprise candidate :** Coca-Cola Entreprise



## PRESENTATION SYNTHETIQUE DE L'INITIATIVE

**De quand date cette initiative ?**

2003 sur le département des Bouches du Rhône  
2007 au niveau national

## **A quels enjeux précis de responsabilité sociale ou environnementale répond votre initiative ?**

Nous nous sommes engagés depuis 2003 aux côtés des pouvoirs publics sur le thème de l'égalité des chances et l'emploi des jeunes, principalement auprès des jeunes issus des quartiers sensibles, dans le cadre de la politique de la ville du gouvernement français.

## **En quoi consiste l'initiative ?**

«Passeport vers l'emploi» consiste en un plan intégré de la 3<sup>ème</sup> au Bac + 5 permettant de promouvoir l'égalité des chances au travers d'actions ciblées impliquant nos collaborateurs partout en France :

- Présentation 3 heures entreprise et métiers pour des collégiens
- Simulations d'entretiens de recrutement et de jury grandes écoles destiné à des Bac / Bac +2
- Tutorat de jeunes diplômés issus des quartiers sensibles

# **PRESENTATION DETAILLEE DE L'INITIATIVE**

## **Critère 1**

### ***Caractère innovant de l'initiative***

(coeff. 3)

## **1/ En quoi votre initiative est elle innovante par rapport aux pratiques existantes au sein de votre entreprise ?**

Les objectifs Diversité sont intégrés dans le suivi de performance des salariés concernés et des indicateurs clefs sont suivis site par site mensuellement.

Au global 10% de nos collaborateurs sont investis volontairement sur ce programme (soit environ 300 collaborateurs), le temps qu'ils y consacrent est considéré comme du temps de travail.

L'investissement en dehors de la création d'un outil d'animation flash est surtout humain, sur la base du volontariat.

La mise en place de l'opération se fait en collaboration avec 35 associations ou organismes répartis sur l'ensemble du territoire : missions locales, agences pôles emplois, structures des

villes, associations, académies de l'éducation nationales, préfectures, etc...

A noter également l'intégration sur le sud de la France d'autres entreprises : Décathlon, La Poste, GDF Suez, groupement de PME, fédération du bâtiment, avec qui nous tenons régulièrement des comités de pilotage afin d'améliorer nos pratiques.

**2/ En quoi votre réalisation va-t-elle au-delà :**

- de ce qui peut déjà exister dans d'autres groupes ou aux usages du secteur ?
- des contraintes légales et réglementaires ?

Coca-Cola Entreprise est à notre connaissance la seule entreprise à avoir formalisé un plan global de la 3<sup>ème</sup> au bac+5, permettant d'avoir chaque année autant de bénéficiaires que de salariés en France (soit 2 800 jeunes par an).

**Critère 2**

***Mise en œuvre et communication***

(coeff. 2)

**3/ Qui a initié ce projet ? (département, fonction)**

**Qui est responsable de la mise en œuvre de l'initiative ?**

Ce projet est piloté par le service Affaires Publiques et Communication puis mis en place avec le soutien de 35 partenaires locaux, des relais de l'entreprise dans nos régions commerciales et nos usines, avec l'aide de nos salariés volontaires.

**4/ Stratégie de déploiement de l'initiative**

**-Etapes et dates clés de mise en place**

**-Ampleur de la mise en œuvre**

**(nombre de collaborateurs, de marques, de produits, de sites concernés...)**

**-Comment avez-vous appréhendé les enjeux économiques dans le déploiement de l'initiative ?**

Tous les sites Coca-Cola Entreprise sont concernés, cette action, créée initialement en partenariat avec la Préfecture de Marseille afin de faciliter l'intégration des jeunes des quartiers nord, a été étendue à une dizaine d'autres entreprises sur le sud de la France puis lancé à un échelon national en 2007.

## **5/ Implication des collaborateurs de l'entreprise dans le déploiement de l'initiative**

**-Quels moyens et quelles actions votre entreprise a-t-elle mis en place pour motiver et former les collaborateurs concernés par l'initiative ?**

**-De quelle façon communiquez-vous autour de cette initiative en interne ?**

Nous avons formé des collaborateurs relais sur l'ensemble du territoire avec appel au volontariat pour l'ensemble de nos salariés.

Des salariés volontaires agissent en fonction des actions (présentations métiers par tous les salariés, simulations d'entretiens par des managers ou des RH).

En 2012, 10 % de nos salariés se sont investis volontairement sur l'action Passeport vers l'emploi qui a été le thème central de notre semaine de sensibilisation à la RSE en octobre 2012.

Le sujet de la Diversité et l'action Passeport vers l'Emploi font l'objet d'objectifs annuels qui sont suivis mensuellement et intégrés à l'évaluation de la performance des collaborateurs concernés (Cf exemple de tableau de suivi)

La communication en interne se fait au travers d'un appel à volontariat sur notre intranet, un réseau social interne dédié à toutes nos actions de volontariat (site « C nous »), ainsi qu'une communication régulière dans nos publications interne et nos écrans digitaux présents dans chaque site de l'entreprise.

## **6/ Comment impliquez vous le consommateur dans cette initiative ?**

**-Quelles actions d'éducation, d'information, de communication aux consommateurs, notamment pour faire évoluer leurs comportements avez vous mises en place ?**

**(Supports, moyens, budgets ...) Joindre en annexe un exemple de communication**

Pas de communication consommateur à date sur cette opération, mais des communications spécialisées comme l'annuaire de la diversité, la semaine de l'industrie, un film pour les sites de nos partenaires tel le Réseau Egalité des chances, etc...

## **Critère 3**

### ***Impact et résultats***

(coeff. 3)

## **7/ Quels ont été les résultats quantitatifs de cette initiative ?**

- **Indicateurs clés**
- **Chiffres bruts (départ/arrivée)**
- **Evolution par rapport au départ**

2800 bénéficiaires par an, 15 150 jeunes bénéficiaires depuis la création du programme en 2003. 35 partenariats locaux dans toutes les régions en France.

L'analyse quantitative et qualitative réalisée auprès des jeunes montre les résultats suivants :

95 % de satisfaction (satisfait et très satisfait) de la part des bénéficiaires.

En termes de recrutement : nous avons réalisé 12,5 % de nos recrutements auprès des jeunes issus des quartiers sensibles depuis 3 ans et augmenté de + 60% le nombre de contrats d'alternance en 2 ans.

Nous venons d'atteindre en 2012 le 15 000 ième bénéficiaire de l'opération.

**8/ Au départ, comment votre entreprise se situait-elle par rapport aux autres ?  
-En quoi les résultats d'aujourd'hui montrent-ils une réelle avancée de votre entreprise sur ce sujet par rapport à la concurrence, ou par rapport aux normes réglementaires ?**

Avant la mise en place de l'opération, aucune action sur l'égalité des chances n'était formalisée.

Aujourd'hui, nous avons autant de jeunes bénéficiaires que nous avons de salariés et réalisé 12,5 % de nos recrutements auprès de jeunes issus des quartiers sensibles dans le cadre du premier Plan Espoir banlieues (vs un poids de la population habitant ces quartiers de 10 % de la population française).

**9/ Comment cette initiative a-t-elle été perçue en interne et/ou en externe (clients, fournisseurs, consommateurs, partenaires ...) ?  
Exemples (ou témoignages) de sites (ou de personnes) emblématiques de la réussite de la mise en œuvre de l'initiative.**

En interne l'opération constitue un formidable facteur d'engagement pour nos collaborateurs. Nous avons créé un réseau social interne (site «C Nous») qui permet à chacun de témoigner aux autres sa propre expérience et aux salariés intéressés pour participer au programme d'en apprendre davantage.

En externe, l'initiative a été reconnue comme bonne pratique par la HALDE, nous disposons de très nombreux témoignages de bénéficiaires de l'opération ainsi que de nos partenaires externes (missions locales, agences pôles emplois, structures des villes, associations, académies de l'éducation nationales, préfectures, etc...).

**10/ Quelles ont été les conséquences favorables grâce à cette initiative :**

- en interne (comportements, méthode de travail, perception du changement...)
- en externe vis-à-vis des clients, fournisseurs, partenaires...), envers l'Homme, l'environnement, sur les bienfaits sociaux...

**>> reconnaissance (s) ayant déjà été obtenu(es) par cette initiative**

Passeport vers l'Emploi a contribué à la mise en œuvre de nos plans Diversité dont l'égalité des chances est un des volets.

Coca-Cola Entreprise a obtenu en 2011 le «Label diversité» décerné par l'Afnor et le plan égalité des chances a été intégrée au sein de notre stratégie d'entreprise à moyen terme au même titre que les objectifs marketings et commerciaux.

#### Critère 4 *Vision* (coeff. 2)

#### 11/ Quel est l'objectif à court/moyen terme ? (objectifs quantitatifs et qualitatifs)

- Maintien de notre objectif « autant de bénéficiaires que de salariés de l'Entreprise
- Augmentation du nombre de salariés impliqués (10% aujourd'hui) grâce notamment à la mise en place d'un réseau social interne («C Nous»)
- Maintien du taux de satisfaction des jeunes bénéficiaires et de nos partenaires
- Célébrer les salariés volontaires engagés après l'atteinte du 15000<sup>ième</sup> bénéficiaire du programme.
- Intégrer ce programme à la stratégie européenne de Coca-Cola Entreprise (nos collègues suédois sont en train de le mettre en place)
- Développer le programme en l'ouvrant à de nouveaux partenaires entreprise : grandes sociétés et PME.

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

Nous souhaitons être à l'image de la société française dans toute sa pluralité : c'est une condition d'équité et un facteur majeur d'efficacité de nos équipes.

Le sujet de l'emploi des jeunes issus des quartiers sensibles a été choisi car nous souhaitons contribuer à résoudre un taux de chômage de 40 % dans certains quartiers en mettant en place cette opération Passeport vers l'Emploi. C'est notre contribution à ce problème majeur de la société française.

Nos produits s'adressent à tous les français quel que soit leurs sexe, origine, âge etc. ; nous sommes convaincus que plus de diversité c'est plus de performance et

d'innovation.

La diversité constitue donc au même titre que nos ventes ou actions marketing l'un des piliers de notre projet de croissance responsable.

Les engagements pris depuis 2003 tels la signature de la charte de la diversité ou charte d'engagement pour l'égalité des chances et les actions menées concrètement sur le terrain portent aujourd'hui leurs fruits.

En créant un conseil de la diversité, en mettant en place un dispositif d'écoute des salariés, nous avons posés les jalons d'une politique diversité qui se focalise volontairement sur 3 piliers :

- L'emploi des jeunes issus des quartiers sensibles
- La parité Homme / Femme
- Les personnes en situation de handicap

L'initiative Passeport vers l'Emploi s'inscrit donc pleinement dans la stratégie de l'Entreprise et permet de mettre en avant l'ensemble des problématiques diversité en démontrant qu'il est possible d'agir positivement.

### **13/ Quel prolongement de l'initiative (à 3 à 5 ans) ?**

#### **En quoi cette initiative peut avoir un effet d'entraînement sur le marché ?**

Déploiement au niveau de notre groupe en Europe et développement au niveau national de l'opération, comme nous l'avons fait sur le Sud de la France auprès d'autres entreprises (grandes et PME) et de fédérations locales.

## **Annexes**

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

Réponse ou PJ en format numérique (2max) :

- Plan Emploi des jeunes / égalité des chances & visuels semaine RSE en action 2012

La participation au Grand Prix de la Consommation Responsable inclut une connaissance et une acceptation du règlement du concours.

Le règlement peut être téléchargé sur le site [www.grandprix-consommationresponsable.com](http://www.grandprix-consommationresponsable.com)

Le dossier de candidature complété (et annexes) est à retourner à l'adresse suivante:

[contact@grandprix-consommationresponsable.com](mailto:contact@grandprix-consommationresponsable.com)

**Date limite de renvoi des dossiers : 9 novembre 2012**

Pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à consulter le site internet

<http://grandprix-consommationresponsable.com/>

ou à nous contacter à l'adresse :

[contact@grandprix-consommationresponsable.com](mailto:contact@grandprix-consommationresponsable.com)