



GRAND PRIX ESSEC COMMERCE RESPONSABLE 2020

DOSSIER DE CANDIDATURE à nous retourner pour le 4 octobre 2019

Nous vous remercions de votre intérêt pour le Grand Prix 2020. Cette édition sera menée, sous la responsabilité de Marion Caillard, par Margot BLANC et Sergio GALLO, tous deux étudiants de la Chaire Grande Consommation de l'ESSEC.

Focus sur le règlement :

- Votre / vos dossiers sont à nous retourner à GPrixRSE-chaireGC@essec.edu pour le **4 octobre 2019** accompagné(s) éventuellement de vos annexes.
- Merci de consulter [le règlement](#) et de vérifier votre éligibilité par le **code NAF**. La participation au Grand Prix de la Consommation Responsable inclut une connaissance et une acceptation du règlement du concours, disponible également à l'adresse : <https://www.grandprix-distributionresponsable.com/>
- Les participants communiqueront autour du prix qui leur aura été remis, et notamment via l'utilisation du label lauréat
- Tous les champs sont à renseigner.

Autorisation de publication des dossiers de candidature :

- Les participants autorisent l'organisateur à rendre public leur dossier de candidature 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 illimitée.

En cochant la case ci-après, vous acceptez les conditions de participation :

Votre nom, prénom et fonction : Stéphan Arino, Directeur Qualité et Développement Durable

INFORMATIONS SOCIETE

Dénomination sociale : Société Coopérative Groupement Achat Centre Leclerc

Secteur d'activité : Centrales d'achat alimentaires

Votre code NAF (merci de vérifier votre éligibilité au Grand Prix): 4617A

Adresse : 26 quai Marcel Boyer

Code postal : 94200

Ville : Ivry-Sur-Seine

Personne en charge du dossier : Stéphan Arino

Fonction : Directeur Qualité et Dév. Durable

Tél. : 01 49 87 59 33

Service : Qualité et Dév. Durable

E-mail : stephan.arino@e-leclerc.com

CATEGORIE(S) DANS LA(LES) QUELLE(S) VOUS CANDIDATEZ (Merci de cocher toutes les catégories pour lesquelles vous déposez un dossier en cliquant sur chaque case concernée) :

- | | |
|---|-------------------------------------|
| 1 Réduction de l'impact environnemental | <input type="checkbox"/> |
| 2 Offre de Produits et Services Développement Durables | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 3 Projet collaboratif de la distribution et de ses partenaires | <input type="checkbox"/> |
| 4 Services et informations au bénéfice du consommateur | <input type="checkbox"/> |
| 5 Ressources humaines | <input type="checkbox"/> |
| 6 Engagement solidaire et sociétal | <input type="checkbox"/> |
| 7 Mention spéciale des étudiants | <input type="checkbox"/> |
| 8 Grand prix RSE–dossier complémentaire à télécharger sur le site | <input type="checkbox"/> |

Écrire en toute lettre la catégorie concernée par ce dossier : Offre de Produits et Services Développement Durables

Nom de l'initiative : Démarche Récoltons l'Avenir de Marque Repère



**EN ACHETANT RÉCOLTONS L'AVENIR
DE MARQUE REPÈRE VOUS SOUTENEZ ACTIVEMENT
LES AGRICULTEURS QUI CONVERTISSENT
LEURS EXPLOITATIONS VERS LE BIO.**

PRESENTATION SYNTHETIQUE DE L'INITIATIVE

1/ Date de l'initiative : Février 2018

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.

Réponse :

Dans un marché bio en très forte croissance, Marque Repère et la coopérative Les Celliers Associés ont décidé de renforcer leur partenariat historique pour mener à bien un projet d'accompagnement des agriculteurs Français dans la conversion vers l'agriculture biologique. En effet trois années sont nécessaires à la conversion d'un verger vers une production biologique.

Pour valoriser ce jus dès sa 2e année de récolte (suivant la réglementation en la matière), le Mouvement E.Leclerc a créé une nouvelle marque dédiée à la conversion vers le bio : "Récoltons l'Avenir de Marque Repère". Ainsi, via leur achat de jus de pomme ou de cidre, les consommateurs soutiennent désormais activement les agriculteurs français qui s'engagent dans cette démarche.

Une fois les vergers convertis et certifiés bio, le jus sera vendu sous la marque Bio Village.

Aujourd'hui les équipes Marque Repère travaillent au développement d'autres références pour étoffer la gamme « Récoltons l'avenir de Marque Repère » en 2020.

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 :

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

Réponse :

Un nouveau type d'engagement, à longue durée (5 ans), a été contractualisé avec la coopérative "Les Celliers Associés". Cette nouvelle position a donné de la visibilité aux producteurs de cette coopérative et a permis leur accompagnement dans la transition vers l'agriculture biologique. A moyen terme, ce partenariat favorisera l'approvisionnement en jus de pommes biologiques d'origine France de Marque Repère.

Par ailleurs, cette initiative s'est concrétisée par le lancement de la première Marque de Distributeurs dédiée à la conversion en GMS : "Récoltons l'Avenir de Marque Repère", qui est transverse à différents segments de marché.

Critère 2- Mise en œuvre et communication

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

Réponse :

Le 26 février 2018, Les Celliers Associés rencontrent l'équipe BRSA (Boissons Rafraîchissantes sans alcool) de Marque Repère (salariés et adhérents, propriétaires de magasins référents) afin de leur présenter la possibilité d'accompagner des producteurs français dans la conversion de leurs vergers dès 2019 jusqu'à une production de Pur jus de pomme biologique d'origine France à l'horizon 2022.

5/ Stratégie de déploiement de l'initiative :

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

Réponse :

Une fois cette 1ère rencontre passée, Marque Repère a cherché à construire une offre produit adaptée à ce projet. Pour promouvoir cette démarche de soutien aux agriculteurs français et faciliter la compréhension du consommateur, nos équipes choisissent de créer une marque fille transverse et dédiée. Ainsi, ce jus qui n'est pas encore bio est proposé au consommateur à partir de sa 2e année en conversion (valorisation "en conversion" possible qu'à partir de la 2e année de conversion dans la réglementation actuelle). En revanche, une fois les vergers convertis au BIO, le jus de ces derniers sera vendu sous la marque Bio Village.

En parallèle, l'équipe BRSA a évalué le potentiel d'une telle offre et travaillé rapidement avec d'autres équipes Marque Repère (en charge du jus de pommes frais par exemple) susceptibles de pouvoir utiliser ce jus de pomme en conversion.

Marque Repère s'est ensuite appuyée sur une étude qualitative en juin 2018 pour affiner le concept de son offre en la testant auprès de consommateurs : un brainstorming a définitivement confirmé le nom de la marque, la promesse de marque, la création définitive et le prix de la 1ère référence ont été rapidement validés mi-septembre 2018. Après la validation juridique et une nouvelle sollicitation des consommateurs, le packaging a été finalisé d'octobre à décembre, pour un lancement en magasin fin janvier 2019.

En parallèle, ce projet s'inscrivant dans la démarche d'engagements de Marque Repère, elle a fait l'objet dès la 2ème quinzaine de Janvier d'une campagne presse quotidienne régionale afin de la faire connaître au grand public.

Ce projet a donc principalement mobilisé plusieurs équipes internes, autant qu'elle a mobilisé producteurs et salariés de la coopérative côté Celliers Associés. La concrétisation de ce projet dans un temps court et la réussite de cette démarche innovante et atypique constituaient un beau défi !

6/ 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 mobiliser et former les collaborateurs impliqués dans le projet ?
- De quelle façon communiquez-vous autour de cette initiative en interne ?

Réponse :

Chez Marque Repère, l'équipe BRSA et les responsables Liquides ont rapidement sollicité d'autres équipes susceptibles de s'intégrer dans le projet : jus frais et compotes, avec réunion et argumentaire afin de les embarquer dans le projet. Ce projet de travail transverse dans l'entreprise a constitué une véritable force, nécessaire afin de proposer une réponse au fournisseur pour l'ensemble de ses volumes de pommes en conversion.

Dans sa concrétisation, le projet a finalement fait collaborer 4 équipes : BRSA (jus ambiants), Jus frais, Alcools (cidres) et communication.

Ensuite, les équipes concernées ont mobilisé centrales régionales et magasins pour un déploiement rapide de l'offre via des communications internes synthétisant l'intérêt de cette démarche.

Enfin, afin de définitivement faire connaître cette initiative et favoriser son extension à d'autres catégories, les membres de l'équipe BRSA et les responsables Liquides ont participé à des réunions et des plénières par métier, se sont déplacés en région lors de salon à destination des chefs de rayon et responsables PGC FLS.

7/ Partenariats noués pour mettre en œuvre le projet :

Réponse :

Les Celliers Associés, coopérative et PME, font appel à 13 producteurs en conversion pour une surface de 260 hectares au départ du projet. Ils apportent la matière (pommes cidricoles) et conditionnent le cidre et jus de pomme ambiant en bocal verre à notre marque "Récoltons l'Avenir de Marque Repère".

Nous avons signé un contrat sur 5 années (3 années de conversion et 2 années de production certifiée biologique) permettant aux producteurs de valoriser leur production en conversion (prix d'achat intermédiaire entre une production conventionnelle et issue de l'agriculture biologique).

Sans cet accord, les récoltes seraient valorisables à un prix d'achat conventionnel uniquement, ce qui ne permettrait pas aux producteurs d'investir aussi rapidement dans la transition vers l'agriculture biologique. Ce partenariat encourage ainsi de plus en plus les producteurs de la coopérative à se convertir au bio.

A noter qu'une autre PME (Laiterie de Saint Denis de l'Hôtel) est associée au projet en étant embouteilleur pour le jus de pomme frais provenant des vergers en conversion de Celliers Associés.

Dans le cadre de cette démarche, des comités de pilotage sont organisés avec Celliers Associés pour évoquer :

- Démarche agro-écologique
- Bilan de récolte et cours de la matière
- Développement de l'offre

- En outre la promotion du produit a été assurée par des posts sur les réseaux sociaux de l'enseigne :

- un post instagram sur le compte E.Leclerc
https://www.instagram.com/p/Bylbbq5CGNq/?utm_source=ig_web_copy_link



- un article sur le blog de Michel-Edouard Leclerc :
<https://www.michel-edouard-leclerc.com/categorie/economie/engagements/marque-repere-soutient-la-conversion-au-bio#>

- Ainsi que la mise en avant par des influenceurs :





nicookyoutube • Abonné(e)
Corse, France

nicookyoutube Aujourd'hui pour le petit déjeuner on a opté avec Ella pour le nouveau jus de pomme " Récoltons l'Avenir " de Marque Repère.
@leclerc a lancé il y a quelques mois cette nouvelle marque qui soutient les agriculteurs français durant leur conversion vers l'agriculture biologique.
Vous connaissez bien mon amour pour les produits Bio alors cette démarche de conversion me touche

2 568 J'aime
17 SEPTEMBRE

Ajouter un commentaire... Publier



leopask • Abonné(e)
Paris, France

ma chance avec plaisir 🍀
bonne journée 😊

23 sem Répondre

mathilde.thays @alienormjx
@victoria.mjx @queenitsbenzo

23 sem Répondre

monihoneyey @cocoandcops
@lylypopii @lara_lcr on y croit les filles ! 🍀

22 sem Répondre

pietro69002 🍀🍀🍀🍀

21 sem Répondre

Aimé par floriane_It et 4 104 autres personnes

20 AVRIL

Ajouter un commentaire... Publier

Une opération promotionnelle en novembre permettra de continuer à faire connaître cette référence aux consommateurs E.Leclerc. Cette mise en avant par l'intermédiaire de PLV spécifiques donnera de la visibilité dans le magasin en dehors des rayons !

Le projet a enfin été présenté lors de notre Forum Fabricants à tous les principaux fournisseurs de Marque Repère comme un bel exemple des engagements de l'enseigne E.Leclerc. A cette occasion, Les Celliers Associés ont témoigné de l'intérêt novateur de cette démarche.

En interne, au-delà de sa présentation en séminaire à l'ensemble des salariés Marque Repère, nous avons organisé un concours interne afin de faire gagner la 1ère référence lancée, le jus de pomme en bocal verre.

Critère 3 - Impact et résultats

9/ Résultats quantitatifs et économiques de cette initiative

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

Réponse :

A travers ce contrat, Les CELLIERS ASSOCIES ont confirmé la conversion de 28% de leur volume de pommes soit 260 hectares. En outre, 143 hectares de vergers seront prochainement lancés en conversion.

A date plus de 130 000 bouteilles de jus de pomme et de cidre ont été vendues dans plus de 600 points de vente E.Leclerc. Malgré une offre déjà riche en jus de pomme, il a déjà su trouver sa place !

D'après l'étude réalisée en 2018 avant le lancement, 83% des consommateurs interrogés appréciaient la marque Récoltons L'Avenir de Marque Repère et 73% avaient envie de consommer le jus de pomme en bocal verre en le voyant.

Nous comptons désormais développer l'offre avec d'autres filières de fruits et légumes en conversion vers l'agriculture biologique.

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.

Réponse :

En relation presse, le sujet a fait l'objet de plus de 60 citations dans les média presse, tant économique (Les Echos), professionnelles (Linéaires/LSA...), que grande consommation (Maxi, Version Fémina...). Il nous a aussi permis d'obtenir deux interviews télé, notamment sur France 2 (vidéo disponible en cliquant [ici](#)), avec des témoignages sur notre démarche.

Soit un nombre de contacts potentiels cumulé de 280 millions (audience totale cumulée de chacun des média ayant cité la marque).

Selon Monsieur Musellec, DG des Celliers Associés :

"La coopérative Les Celliers Associés, PME de 125 salariés, est fière d'être le premier partenaire de l'enseigne E.Leclerc dans la création de cette nouvelle gamme. Ce contrat de filière va permettre d'assurer un juste prix de leur travail aux adhérents engagés dans ce mouvement. Il permettra aussi de contribuer à l'embauche de 15 salariés supplémentaires sur les sites de production bretons et normands. La gamme "Récoltons l'avenir" est l'occasion pour nos producteurs de s'engager dans une conversion de leur verger en agriculture biologique avec la certitude d'un débouché futur valorisé dans ce mode cultural".

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

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

Réponse :

Le retour d'expérience mené par l'équipe et partagé globalement avec toutes les équipes internes, a favorisé l'émergence sur d'autres marchés de nouveaux projets relatifs à la conversion qui arriveront prochainement en magasin.

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)

Réponse :

L'objectif initial n'est pas la rentabilité économique à court terme mais de garantir durablement une disponibilité matière de pommes de qualité, issues de l'agriculture biologique et d'origine France. Les parties prenantes gagnent en visibilité (Marque Repère et coopérative) en nouant un partenariat gagnant-gagnant sur le long terme.

Critère 4 - Vision

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

Réponse :

A court terme l'objectif est d'aider les agriculteurs français à se convertir vers l'agriculture biologique.

Avec ce projet de conversion, l'objectif à moyen terme est de nous permettre de proposer un jus de pommes bio d'origine France sous la marque Bio Village de Marque Repère.

Nous avons pour objectif à plus long terme de faire vivre la marque dans la durée en accompagnant d'autres filières vers la conversion pour étoffer la gamme.

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

Conscient de son rôle de prescripteur, acteur engagé au sein de la société, le Mouvement E.Leclerc propose de longue date à ses clients des solutions pour une consommation plus respectueuse de l'Homme et de l'environnement. Marque Repère s'engage sur 15 engagements RSE dont la promotion des bonnes pratiques agricoles, la réduction de l'usage des pesticides, la promotion de l'origine France et des produits issus de l'agriculture biologique.

La marque Récoltons l'Avenir, associée à la démarche de partenariat dans la durée, est une concrétisation supplémentaire de l'engagement de l'enseigne E.Leclerc avec nos fabricants et le monde agricole.

Annexes (2 fichiers maximum)

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

RAPPEL

La participation au Grand Prix ESSEC du Commerce Responsable inclut une connaissance et une acceptation du règlement du concours (cf.: fin de ce document). 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 remise des dossiers : 4 octobre 2019

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