



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 : cliquez ici pour taper du texte.

INFORMATIONS SOCIÉTÉ

Dénomination sociale : FRANPRIX

Secteur d'activité : GRANDE DISTRIBUTION

Votre code NAF (merci de vérifier votre éligibilité au Grand Prix): 4639B

Adresse : 123 QUAI Jules Guedes

Code postal : 94400

Ville : Vitry-Sur-Seine

Personne en charge du dossier : Cécile Guillou

Fonction : directrice générale exécutive

Tél. : 0630434705

Service : Stratégie

E-mail : iechahed@franprix.fr

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

Écrire en toute lettre la catégorie concernée par ce dossier : Projet collaboratif de la distribution et de ses partenaires

Nom de l'initiative : FRANPRIX X PHENIX

INSÉREZ ICI VOTRE LOGO (si vous souhaitez communiquer sur une marque, insérez le logo de la marque):



PRÉSENTATION SYNTHÉTIQUE DE L'INITIATIVE

1/ Date de l'initiative : Janvier 2019

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 :

Phénix est une entreprise sociale proposant deux services en collaboration avec Franprix.

- 3 paniers (surprise, fruits et légumes et salade) proposés moins chers aux clients Franprix afin d'éviter le gaspillage alimentaire. (Depuis juin 2019)
- collecte des invendus en DLC proche pour en faire don à des associations partenaires. Phénix se charge de la collecte des invendus 2 à 3 fois par semaines en fonction de la taille des magasins

PRÉSENTATION DÉTAILLÉE 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 :

En premier lieu, Phénix connaît très bien les magasins car réalise les tournées « invendus » depuis 3-4 ans à raison de 1 à 3 fois par semaine. Franprix, PHENIX et les associations sont en relations constantes pour veiller sur la qualité du don. De ce fait, les acheteurs des paniers sont en lien direct avec les employés Franprix.

Enfin, Phénix met en relation la grande distribution et ses déchets nombreux aux besoins des associations solidaires., c'est en ce sens que la collaboration est disruptive et innovante car avec son application, Phenix propose une alternative, une manière pour les clients de consommer des fruits et des légumes moins chers et participer à l'évolution du gaspillage alimentaire.

Critère 2- Mise en œuvre et communication

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

Réponse :

Il s'agit d'une collaboration chapeauté par le responsable des flux opérationnels Stéphane Tuot et notre responsable RSE Camille Dabouis.

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 :

Déploiement en 4 mois sur la majorité du parc intégré (300 magasins) avec un accueil positif du magasin.
30K de paniers publiés, 11k vendus et 40% de taux de vente

Phenix et Franprix ont mis en place une démarche de co-construction visant à générer des réflexions communes sur l'amélioration et l'apparition de nouvelles formes du don.

Chacun des partenaires a un rôle précis :

Phenix :

Audit terrain : démarchage associations + constitution des grappes magasins de collecte

Formation magasins

Gestion des collectes

Gestion des attestations de dons en lien avec les associations bénéficiaires

Franprix :

Coordination générale du projet :

Validation des circuits de collecte et des associations bénéficiaires

Coordination opérationnelle :

Mise en oeuvre des procédures du don en magasin : sensibilisation aux règles de tri et de dons

Plans d'action pour garantir la fiabilité et la qualité des collectes en magasins (régularité du don, qualité des produits...)

Une équipe de 5 personnes est dédiée à la gestion du partenariat de part et d'autre.

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 : Séminaires d'informations, newsletter, formation au siège : divers moyens sont empruntés pour permettre de sensibiliser et former nos collaborateurs

7/ Partenariats noués pour mettre en œuvre le projet :

Réponse :
Collaboration entre Franprix et Phénix

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.

Réponse : Une publicité importante s'est mise en place pour la création de notre collaboration notamment en magasin mais également via Phénix.

Critère 3 - Impact et résultats

9/ Résultats quantitatifs et économiques de cette initiative

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

Réponse :

BILAN DON : sur l'année 2018 pleine : 1 100 000 repas gratuits distribués dans par les asso ; Plus de 100 associations partenaires ; 980 tonnes de déchets évités seulement avec le don ; 4433 tonnes de gaz à effet de serre évités

BILAN APP : après 6 mois de lancement : 11 221 paniers vendus ; 30 tonnes sauvées

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 : diverse témoignage d'employés magasins qui se sont mis à faire attention à la casse et au gaspillage, entraînant ainsi une baisse de gaspillage hors usage Phenix.

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 : Plusieurs pratique ont pu être modifiées suite à cette collaboration : le gaspillage alimentaire, la diminution de la casse, la sensibilisation des clients à ces thématiques, une aide apportée aux associations partenaires

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 :

Le projet entraîne une création de valeur multiscalaire , en effet :

Valeur économique : moins de casse dans les magasins

Valeur environnementale : moins de produits jetés

Valeur sociétale : sensibiliser les consommateurs à l'achat de produits moins « beaux » (ex : légumes un peu abimés), et éviter le gaspillage .

Critère 4 - Vision

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

Réponse :

Améliorer le taux de vente pour augmenter les paniers

Valorisation de certains produits dont le public est encore frileux (viande notamment)

Déployer le nombre de magasin pour atteindre l'ensemble du parc de Franprix (avec franchisés) soit 900 magasins pour 2020.

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

Réponse :

Elle permet une réelle avancée dans l'engagement de Franprix en faveur de la réduction de la casse et du gaspillage, problématique au cœur du secteur de la grande distribution. Outre son déploiement, elle a également remplie une mission de sensibilisation majeure auprès de nos divers collaborateurs.

Annexes (2 fichiers maximum)

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

Réponse :

2 fichiers bilan détaillés de l'ensemble de la collaboration Phenix x Franprix

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