



ESSEC
BUSINESS SCHOOL

Chaire
Grande Consommation



Grand Prix ESSEC des industries de la Consommation Responsable

DOSSIER DE CANDIDATURE **Prix: Responsabilité Civique**

- Tous les champs sont à renseigner.
- Date limite de renvoi des dossiers complétés : 3 octobre 2014 à minuit, par mail à l'adresse 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: « Programme **R**ISE, grandir ensemble avec la RSE »

Nom de l'entreprise candidate (et logo): Groupe Bel



Du sourire à partager

Contact - Personne en charge du dossier : Guillaume Chivrac – gchivrac@groupe-bel.com

PRESENTATION SYNTHETIQUE DE L'INITIATIVE

1. **Date de l'initiative** : projet lancé en octobre 2013

2. **Résumé** :

Le Programme RISE

Le programme RISE, que nous déployons auprès de nos distributeurs en Afrique subsaharienne, vise à accompagner nos partenaires dans une démarche RSE innovante et créatrice de valeur partagée. Ce programme, original et pragmatique, s'articule autour de deux leviers : la formation et la communication.

Pour la première année de mise en œuvre, nous avons axé le programme sur deux sujets qui font particulièrement sens pour nos partenaires et leurs parties prenantes :

- La sécurité au travail, pour leurs employés ;
- La sécurité des produits alimentaires, pour les consommateurs.

Ainsi, nous accompagnons nos partenaires distributeurs :

- ...en leur proposant des actions « clés-en-main » ;
- ...en mettant à leur disposition l'expertise de Bel sur ces sujets ;
- ...en créant une communauté de partage autour de la RSE.

En quoi consiste le projet ? A quels enjeux précis de responsabilité sociale ou environnementale répond votre initiative ?

Chez Bel, nous sommes conscients que notre responsabilité ne se limite pas à nos activités directes. En Afrique subsaharienne, notre business model est entièrement basé sur un réseau de distributeurs (grossistes importateurs) : nous sommes convaincus que la Responsabilité Sociétale d'Entreprise doit être au cœur de notre relation avec ces partenaires clés.

Nous avons donc décidé de créer et de déployer le programme RISE, qui s'est traduit en 2013 et 2014 par :

- des actions de formation et de sensibilisation ;
- le déploiement d'outils concrets chez nos distributeurs pour renforcer la sécurité des employés et la sécurité alimentaire des produits ;
- la création d'un réseau d' « Ambassadeurs RSE » chez 10 de nos distributeurs.

Ce projet répond à des enjeux sociétaux - être un partenaire engagé auprès de nos distributeurs et travailler avec eux pour assurer qualité, sécurité et traçabilité de nos produits - et sociaux - assurer la santé et la sécurité des employés.

PRESENTATION DETAILLEE DE L'INITIATIVE

Critère 1

Caractère innovant de l'initiative

(coeff. 3)

3. Décrire le caractère rupturiste / innovant du projet :

En quoi votre réalisation va-t-elle au-delà :

- Des pratiques existantes au sein de votre entreprise ?
- De ce qui peut déjà exister dans d'autres groupes ou aux usages du secteur ?
- Des contraintes légales et réglementaires ?

Le pilier « Partenariats et société » de notre démarche RSE vise à construire des partenariats avec nos parties prenantes externes pour établir ensemble le socle d'une croissance durable.

Jusqu'alors, nous travaillions avec nos fournisseurs de matières premières laitières pour mettre en place une production laitière plus durable. En revanche, c'est la première approche de ce type que nous menons avec nos distributeurs.

A notre connaissance, et selon les propos rapportés par les distributeurs bénéficiaires du programme RISE, cette initiative est une première pour eux et il n'existe pas d'entreprise ayant mis en place un projet de cette nature avec leurs partenaires distributeurs en Afrique subsaharienne.

Ce programme n'est pas soumis à des contraintes réglementaires et s'inscrit dans une démarche volontaire.

Critère 2

Mise en œuvre et communication

(coeff. 2)

4. Qui a initié ce projet ? (département, fonction) Qui est responsable de la mise en œuvre de l'initiative ?

Ce projet a été initié par la Directrice Afrique subsaharienne et DOM-TOM.

Une équipe projet pluridisciplinaire a été mise en place pour définir et piloter le programme. Elle se compose d'une dizaine de personnes issues des équipes marketing, commerciales, qualité, ressources humaines, juridique et RSE. Cette transversalité dans le management du projet contribue à sa pertinence et sa viabilité.

5. 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 ?

Étapes et dates clés de mise en place :

2012

- *Août-Décembre* : étude des enjeux RSE en Afrique subsaharienne en partenariat avec l'école Science Po Paris, questionnaire auprès de nos distributeurs pour identifier les axes prioritaires.

2013

- *Janvier* : choix des deux axes prioritaires pour 2014 : Sécurité au travail et Sécurité alimentaire ;
- *Avril* : signature d'une Charte de partenariat durable entre Bel et ses distributeurs ;
- *Octobre* : lancement du Programme RISE en présence des dirigeants de 10 distributeurs, organisation de 2 jours de formation à la RSE pour ces dirigeants.

2014

- *Janvier* : à la demande de Bel, nomination d'un « Ambassadeur RSE » au sein de chacun des distributeurs. Cet Ambassadeur RSE est en charge de déployer le Programme au sein de son entreprise et d'être le contact privilégié de Bel sur les sujets de RSE ;
- *Février* : formation des « Ambassadeurs RSE » pendant 3,5 jours lors d'un séminaire dédié, à Tanger (Maroc) ;
- *Depuis Mars* : déploiement des outils et des actions, reporting régulier des distributeurs sur l'avancée du programme.

Ampleur de la mise en œuvre :

Pilotage du projet : équipe pluridisciplinaire réunissant 10 collaborateurs de Bel.

Bénéficiaires : 10 distributeurs impliqués, de 10 pays différents d'Afrique subsaharienne*. Ils représentent environ 1500 employés.

Enjeux économiques :

Les enjeux économiques sont pleinement pris en compte dans ce projet, qui permet de :

- Renforcer notre relation avec les distributeurs, partenaires commerciaux clés ;
- Répondre aux attentes de nos parties prenantes respectives (client, consommateurs, communautés locales, pouvoirs publics, etc.) ;
- Améliorer nos performances respectives sur des sujets stratégiques liés au business : la sécurité au travail (réduction du taux d'accident et de l'absentéisme) et qualité des produits (réduction des pertes, amélioration de la satisfaction des consommateurs) ;
- Engager l'équipe Bel et les employés des distributeurs dans un projet motivant et fédérateur, qui contribue à l'engagement et donc à la performance des équipes.

* Gabon, Congo Brazzaville, République Démocratique du Congo, Ile Maurice, Madagascar, Mali, Afrique du Sud, Ghana, Cameroun et Côte d'Ivoire

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

- Combien de collaborateurs ont été mobilisés ?
- 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 ?

Collaborateurs Bel impliqués :

10 personnes de l'équipe projet et 25 collaborateurs de l'équipe Afrique subsaharienne sont impliqués chez Bel :

- Le programme RISE a mobilisé la directrice de la zone et la direction juridique dès Août 2012. L'équipe projet, formée en Juin 2013, se réunit une demi-journée par mois depuis cette date pour piloter le projet. Les 10 personnes ont été formées à la RSE. Un budget dédié a été affecté au projet ;
- Il était également nécessaire de motiver et former les 25 collaborateurs de l'équipe Afrique subsaharienne Bel, qui participent au déploiement du programme RISE : ils ont été formés pendant une journée à la RSE et pendant une journée à la sécurité des personnes et la sécurité alimentaire. Ils ont également été conviés au séminaire des Ambassadeurs RSE de nos distributeurs à Tanger (Maroc).

Communication interne :

Le programme RISE est communiqué en interne au travers des différents canaux disponibles au sein du Groupe : article dédié dans la newsletter électronique, interview du porteur de projet dans le magazine interne « DailyBel », 4^{ème} de couverture dans la brochure RSE annuelle, page dédiée dans le Rapport RSE 2013, réseau social d'entreprise...

e-newsletter



Bel CSR Award

Lors du Bel Leaders Meeting 2014, la convention annuelle du top-management, un prix interne a été remis à la **meilleure initiative RSE de l'année 2013**. Le prix est revenu à l'équipe **Afrik'OM** (Afrique sub-saharienne et DOM TOM).

Ce projet, fruit du travail d'une équipe pluridisciplinaire, a permis de mobiliser 10 distributeurs partenaires venant de 10 pays d'Afrique subsaharienne dans une démarche RSE, et ce autour de trois axes clés : Santé, Sécurité et Sécurité ; Transparence et Responsabilité ; Formation et Communication.

Ces distributeurs ont tous signé une Charte de Partenariat Durable et Responsable. Nos équipes ont organisé deux jours de formation pour leurs dirigeants. Des outils pour soutenir une démarche d'amélioration continue en matière de sécurité des personnes et de qualité des produits ont été conçus et leur seront remis en 2014. Les autres équipes nommées pour ce prix étaient **Bel Leerdammer** et **Bel Access**.

FOCUS

Engager nos distributeurs partenaires dans une démarche RSE

Prosuma

Quelle regard portez-vous sur ce projet ?

Le programme RISE Afrik'OM est un projet ambitieux. La RSE répond aux attentes des distributeurs et d'un certain nombre d'entreprises africaines aussi bien du point de vue personnel que professionnel. Ainsi, le groupe Prosuma s'engage en tant qu'entreprise citoyenne, en termes de responsabilité sociale, culturelle et également orientée vers le social business. L'initiative du groupe Bel constitue dès lors une opportunité pour nos partenaires, en les aidant à structurer des initiatives, qui comme dans notre cas, peuvent avoir déjà été initiées. A titre d'exemple, de mandats concordant au lancement du programme RISE Afrik'OM, nous avons en effet défini la charte organisationnelle de notre groupe.

Avec vous initié des actions suite au lancement du projet RISE Afrik'OM ?

Le lancement du programme RISE Afrik'OM qui s'est déroulé en octobre dernier a été suivi d'une réunion de direction qui a permis de créer une commission RISE au sein de notre groupe. L'objectif fixé à cette commission pour l'année à venir est de faire le bilan des actions déjà menées et celles à initier. La direction s'implique totalement dans ce processus, et des réunions mensuelles ont été à présent déjà organisées pour l'année 2014. Par ailleurs, dans une vision de la RSE, de sensibiliser les distributeurs à l'importance de bien choisir ses priorités, de présenter le projet et surtout de partager des bonnes pratiques.

Quels sont les bénéfices attendus du projet ?

La RSE représente une opportunité commune pour Bel et ses distributeurs de répondre aux attentes de nos parties prenantes respectives (clients, consommateurs, salariés, autorités, communautés locales) et de renforcer notre relation au-delà des aspects commerciaux.

Le projet a été lancé à Abidjan et Johannesburg en présence de dirigeants de nos distributeurs. Comment a-t-il été accueilli ?

Très bien ! D'après le questionnaire de satisfaction rempli par les distributeurs participants, tous souhaitent s'investir dans ce projet et participer à la mise en œuvre concrète des actions proposées. Les événements de lancement nous ont permis de partager notre vision de la RSE, de sensibiliser les distributeurs à l'importance de bien choisir ses priorités, de présenter le projet et surtout de partager des bonnes pratiques.

Qu'est-ce que cette démarche apporte selon vous à votre entreprise ?

Cette démarche permettra une plus grande efficacité d'une série d'actions que nous menons dans le groupe, et elle nous permettra également de bénéficier d'outils de mise en application de bonnes pratiques RSE.

* Distributeur des produits Bel en Côte d'Ivoire

Le programme RISE a **remporté le prix interne Bel de la meilleure initiative RSE de l'année 2013**, qui a été remis par le Président-Directeur général lors de la convention annuelle du top-management, lui conférant ainsi une visibilité accrue.

7. Partenariats noués pour mettre en œuvre le projet :

La notion de partenariat est au cœur même du projet. Chaque distributeur a signé une Charte de partenariat durable avec Bel pour formaliser la relation de partenariat et l'engagement réciproque dans le programme RISE.

8. Information du consommateur et des parties prenantes :

- **Quelles actions d'éducation, d'information, de communication aux consommateurs et aux parties prenantes du projet, notamment pour faire évoluer leurs comportements avez-vous mises en place ? (Supports, moyens, budgets ...).**

Joindre en annexe un exemple de communication

Nos partenaires distributeurs et leurs employés sont nos parties prenantes principales dans le cadre de ce projet.

FORMATION : une première étape pour s'assurer que tous les distributeurs partagent le même niveau de connaissance sur la RSE

- Nous avons organisé un séminaire de 2 jours de formation pour 10 dirigeants de nos distributeurs. Cet événement nous a permis de partager notre vision de la RSE, de sensibiliser les distributeurs à l'importance de bien choisir ses priorités, de présenter le programme RISE et de partager des bonnes pratiques. Un de nos objectifs était d'obtenir l'adhésion de tous, et notamment l'engagement à nommer un Ambassadeur RSE au sein de leur entreprise, ce que nous avons obtenu ;
- Nous avons formé pendant 3,5 jours les 10 Ambassadeurs RSE de nos distributeurs afin qu'ils soient capables de déployer les outils fournis par Bel. Les supports d'éducation, d'information et de communication font partie des outils fournis par Bel aux distributeurs : affiches de sensibilisation à la sécurité au travail, affiches de sensibilisation aux bonnes pratiques de sécurité alimentaire, module de sensibilisation à la RSE à destination des employés.



COMMUNICATION : maintenir la motivation des distributeurs et entrainer une dynamique de progrès par le partage de bonnes pratiques

- Les distributeurs partagent chaque mois avec Bel un tableau de bord RSE sur l'avancée du déploiement des actions (9 indicateurs) ;
- Nous avons fourni aux distributeurs une présentation simple sur la RSE pour qu'ils sensibilisent leurs employés et notamment leurs managers ;
- Nous publions quatre fois par an une newsletter dédiée au programme (voir exemple en annexe), dans laquelle nous mettons en avant les avancées du programme, les bonnes pratiques RSE communiquées par nos distributeurs, les bonnes pratiques Bel et une revue de presse sur la RSE en Afrique ;

- Un prix RSE annuel a été créé pour valoriser les meilleures pratiques de nos distributeurs. Le premier prix, remis en février 2014, a été remporté par notre distributeur de Côte d'Ivoire grâce à un projet de social business en faveur de l'emploi des femmes à Abidjan.



Remise du premier « Prix RSE Distributeur »

Critère 3 Impact et résultats (coeff. 3)

9. Quels ont été les résultats quantitatifs de cette initiative ?

- Indicateurs clés ;
- Chiffres bruts (départ / à date) ;
- Évolution par rapport à la date de démarrage du projet.

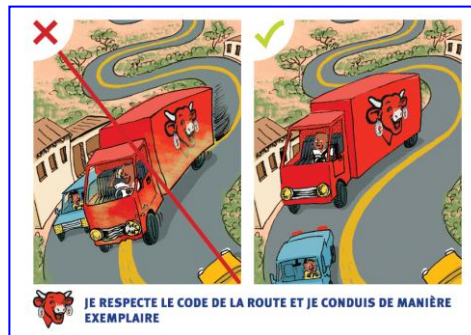
Actions menées dans le cadre du programme RISE :

SÉCURITÉ DES PERSONNES : améliorer le bien-être des employés et réduire les accidents du travail

- Les ambassadeurs RSE ont été formés aux règles de sécurité de base à mettre en place au sein de leur entreprise, puis ils ont été formés à déployer cette formation auprès de leurs propres employés ;
- Nous avons fourni 5 modèles de posters de sensibilisation à mettre en place dans leurs entrepôts ;
- Nous avons fourni gratuitement des gilets de sécurité à distribuer à leurs employés.



*Formation des ambassadeurs RSE :
exercices pratiques en usine*



Exemple d'affiche de sensibilisation à la sécurité



Gilets de sécurité

QUALITE ET SECURITE ALIMENTAIRE: garantir la qualité et la sécurité des produits alimentaires tout au long de la chaîne de valeur jusqu'aux consommateurs

- Les ambassadeurs RSE ont été formés aux processus à mettre en place au sein de leur entreprise pour renforcer la qualité, sécurité et traçabilité des produits, puis ils ont été formés à déployer cette formation auprès de leurs propres employés ;
- Nous avons fourni 5 modèles de posters de sensibilisation à mettre en place dans leurs entrepôts ;
- Nous avons fourni des outils de type « checklist » sur les bonnes pratiques de stockage pour les aider à renforcer la qualité et la sécurité des produits qu'ils commercialisent.



Affiches en place dans l'entrepôt de notre distributeur à Madagascar



Checklist sur les bonnes pratiques de stockage

Résultats des actions menées :

Chaque Ambassadeurs RSE intègre dans sa mission la participation au réseau des Ambassadeurs RSE RISE : cela consiste notamment à partager ses bonnes pratiques, à participer au séminaire annuel (première édition en février 2014) et à transmettre tous les mois à Bel un reporting des progrès accomplis. Ce reporting est notre principale source pour mesurer les résultats du programme.

D'après les informations transmises par nos distributeurs, entre Mars et Juin 2014 (4 mois) :

- **287** de personnes ont été formées à la Sécurité des personnes chez nos distributeurs ;
- **1 063** personnes ont été formées à la Sécurité alimentaire chez nos distributeurs ;
- **7** distributeurs ont mis en place les affiches de sensibilisation dans leurs bâtiments.

Les Ambassadeurs RSE complètent ce reporting chiffré par des illustrations qualitatives de leurs avancements. Par exemple, notre distributeur au Ghana a mis en place un suivi des accidents du travail et a nommé un responsable sécurité pour chacun de ses entrepôts.

10. 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.

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

La démarche a été très bien accueillie par les distributeurs qui se sont lancés dans le programme avec beaucoup d'enthousiasme.

Témoignages des dirigeants des distributeurs (extraits issus du questionnaire de satisfaction réalisé à la suite des 2 jours de formation à la RSE) :

« Je suis convaincu que nous devons prendre le train de la RSE en marche »

« Ce kick-off est très motivant car on voit les bénéfices pour l'entreprise, tout est clair et concret »

« Je suis totalement séduit par le planning. Le rôle de l'ambassadeur est clé et la formation est très importante »

Interview de Karim Fakhry, Directeur général du Groupe Prosuma (Distributeur des produits Bel en Côte d'Ivoire)

Quel regard portez-vous sur ce projet ?

Le programme RSE Afrik'OM est un projet ambitieux. La RSE répond aux attentes des distributeurs et d'un certain nombre d'entreprises africaines aussi bien du point de vue personnel que professionnel. Ainsi, le groupe Prosuma s'affirme en tant qu'entreprise citoyenne, en termes de responsabilité sociale, culturelle et également orientée vers le social business. L'initiative du groupe Bel constitue dès lors une opportunité pour ses partenaires, en les aidant à structurer des initiatives, qui comme dans notre cas, pouvaient avoir déjà été initiées.

À titre d'exemple, de manière concomitante au lancement du programme RSE Afrik'OM, nous avons en effet défini la charte organisationnelle de notre groupe.

Avez-vous initié des actions suite au lancement du projet RSE Afrik'OM ?

Le lancement du programme RSE Afrik'OM qui s'est déroulé en octobre dernier a été suivi d'une réunion de direction qui a permis de créer une commission RSE au sein de notre groupe. L'objectif fixé à cette commission pour l'année à venir est de faire le bilan des actions déjà menées et celles à initier. La direction s'implique totalement dans ce processus, et des réunions mensuelles ont dès à présent été organisées pour l'année 2014. Par ailleurs, dans une volonté de partage des expériences et de communication sur les bonnes pratiques RSE, nous nous impliquons dans les réunions RSE avec la Confédération Générale des Entreprises de Côte d'Ivoire et au niveau sous régional – nous avons par exemple participé au Forum international des pionniers de la RSE en Afrique en novembre 2013 au Ghana.

Qu'est-ce que cette démarche apportera selon vous à votre entreprise ?

Cette démarche permettra une plus grande efficacité et une synergie des actions que nous menions dans le groupe, et elle nous permettra également de bénéficier d'outils de mise en application de bonnes pratiques RSE.

En interne, le programme a également été très bien accueilli (gagnant d'un prix interne cf question 6) et des entités se sont portées volontaires pour répliquer le projet sur leur zone géographique.

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

- 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...

Ce programme représente une opportunité de faire évoluer le dialogue avec nos partenaires, qui va au-delà des relations commerciales habituelles, en abordant des problématiques importantes pour les deux parties (sécurité des aliments, sécurité des hommes).

Le programme RISE a été perçu par les distributeurs comme une formation à valeur ajoutée pour eux. Ils ont d'ailleurs tous financé leur déplacement vers le lieu de formation, ce qui montre leur intérêt pour le programme.

En interne, ce projet est une véritable opportunité de mettre en pratique des modes de travail très transversaux par une équipe pluridisciplinaire avec un objectif unique et partagé : mobilisation d'experts techniques (qualité, sécurité au travail) et des équipes commerciales et marketing en lien quotidien avec les distributeurs. Ce mode de travail a été valorisé par le Prix interne RSE remporté par le projet, et permet ainsi de faire évoluer les pratiques internes.

Critère 4 Vision (coeff. 2)

12. Quel est l'objectif à court/moyen terme ? (quantitatifs et qualitatifs)

L'objectif de ce programme est d'accompagner nos distributeurs sur les enjeux prioritaires identifiés et de partager une culture commune autour de la RSE.

Nous demandons à nos distributeurs d'avoir mis en place les affiches de sensibilisation et les gilets de sécurité et d'avoir formé 50% de leurs employés à la sécurité des personnes et à la sécurité alimentaires d'ici fin 2014. L'objectif est d'atteindre 100% fin 2015.

Par ailleurs, un nouvel axe prioritaire a été choisi pour l'année 2015, en cohérence avec le contexte et le cœur de métier de Bel et de ses distributeurs : la nutrition. Ce thème fera l'objet d'un séminaire animé par les experts Bel et d'outils et actions à déployer par les Ambassadeurs RSE au sein de leur entreprise, sur le même modèle que les outils développés en 2014.

Notre ambition est de capitaliser sur l'enthousiasme dont les distributeurs ont fait preuve en 2014 et de poursuivre le programme d'année en année dans une démarche d'amélioration continue.

Par ailleurs, ce projet est pilote pour le Groupe et a vocation à être répliqué dans nos autres marchés basés sur un business model similaire (Moyen-Orient, Asie,...).

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

Ce projet est emblématique de notre volonté de prendre en compte notre « responsabilité élargie » et de créer de la valeur partagée avec nos parties prenantes.

La démarche RSE du groupe Bel se veut pragmatique, intégrée dans les activités quotidiennes des équipes et dans notre schéma de création de valeur. Le programme RISE s'inscrit totalement dans cette vision.

Annexes

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

Réponse ou PJ en format numérique (2 max) :

- Newsletter RISE.

Autorisation de publication des dossiers de candidatures

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.

Signature de l'entreprise

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

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

contact@grandprix-consommationresponsable.com

Date limite de renvoi des dossiers : 3 octobre 2014

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