



## 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](mailto: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 : **M. RICHÉ MATTHIEU – Directeur Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)**

## INFORMATIONS SOCIETE

Dénomination sociale : **GROUPE CASINO**

Secteur d'activité : **Commerce – Grande Distribution**

Votre code NAF (merci de vérifier votre éligibilité au Grand Prix): **6420Z**

Adresse : **1 Cours Antoine Guichard**

Code postal : **42008**

Ville : **SAINT-ETIENNE**

Personne en charge du dossier : **M. Matthieu RICHE**

Fonction : **Directeur Responsabilité Sociale d'Entreprise**

Tél. : **04 77 45 45 51**

Service : **Direction RSE**

E-mail : **mriche@groupe-casino.fr**

**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 type="checkbox"/>            |
| 3 | Projet collaboratif de la distribution et de ses partenaires                    | <input type="checkbox"/>            |
| 4 | Services et informations au bénéfice du consommateur                            | <input checked="" 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 <a href="#">à télécharger sur le site</a> | <input type="checkbox"/>            |

Écrire en toute lettre la catégorie concernée par ce dossier : Services et informations au bénéfice du consommateur

Nom de l'initiative : **Etiquetage du niveau de Bien-être Animal**



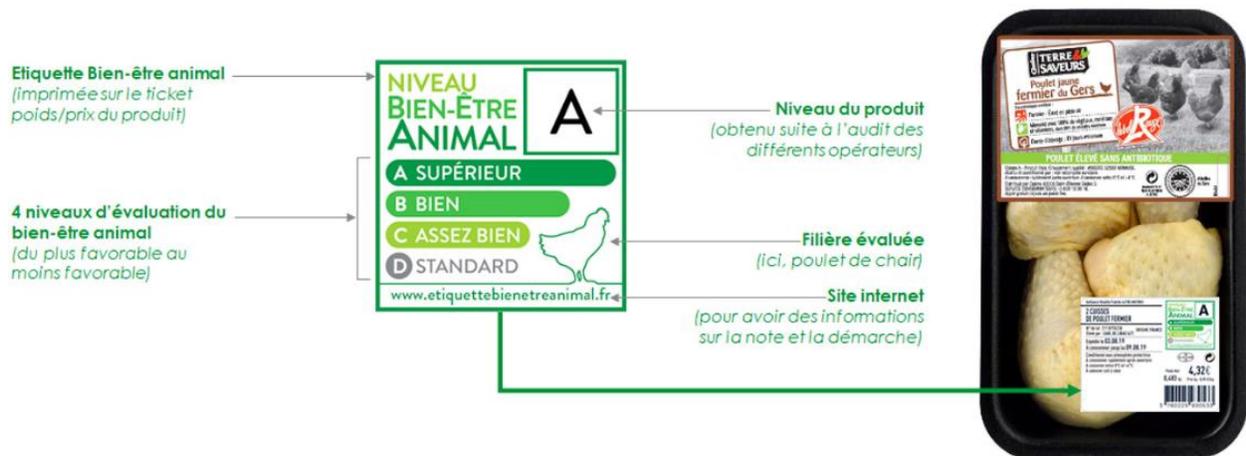


La démarche ▾

L'étiquette ▾

## Comment lire l'étiquette ?

Les produits sont étiquetés au niveau de l'étiquette poids/prix. Le niveau de bien-être animal est évalué sur l'ensemble des étapes de la vie de l'animal (naissage, élevage, transport, abattage).



## PRESENTATION SYNTHETIQUE DE L'INITIATIVE

1/ Date de l'initiative : Février 2017

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.*

Notre démarche d'**étiquetage** a débuté en 2017, avec l'objectif de contribuer à la mise en place d'un **étiquetage harmonisé sur le Bien-être animal en France voire en Europe**, qui prenne en compte **toutes les étapes de la vie de l'animal** (naissage, transport, élevage, abattage).

Convaincus que l'information du consommateur sur le bien-être animal est indispensable et peut contribuer à l'amélioration des conditions de vie des animaux, Casino, et **3 ONGs référentes sur le Bien-être animal - CIWF, LFDA, OABA** - ont décidé de lancer une démarche commune pour mettre en place un étiquetage du niveau de bien-être animal. Le but est de proposer un étiquetage **clair, fiable et robuste** qui permette aux consommateurs, lors de leur achat, de connaître le niveau de bien-être animal et de protection des animaux de la naissance jusqu'à l'abattage, en incluant l'élevage et le transport. La volonté commune des partenaires est de faire en sorte que cette démarche puisse être utilisée par tous les acteurs : fournisseurs et distributeurs. En résumé, l'objectif est de contribuer à créer le «**Nutri-score du Bien-être animal**».

# 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 ?

#### Par rapport aux pratiques existantes au sein de l'entreprise :

Le groupe Casino est convaincu que les clients souhaitent non seulement une information claire, fiable et robuste sur l'impact nutritionnel et environnemental des produits qu'ils consomment, mais aussi sur le bien-être animal. Aussi, pour lui permettre de faire des choix en toute conscience, Casino, pionnier de l'affichage environnemental, a souhaité relever le défi de participer à la création d'un étiquetage sur le bien-être animal, à la demande des associations non gouvernementales reconnues CIWF, OABA et LFDA. Casino a décidé de co-construire cet étiquetage avec ces 3 ONGs dans une démarche unique. Cette information est d'autant plus pertinente que les consommateurs déclarent dans différentes études que le principe de l'étiquetage du niveau de bien-être animal est indispensable et permet de faire le bon choix.

**Pour la 1ère fois en France**, cette initiative va permettre de choisir des produits en ayant une information claire et fiable sur les critères de bien-être animal. Une démarche pionnière en France. L'enjeu a été de lancer ce projet avec 3 ONGS, nos fournisseurs, et les équipes (achats – marques – communication).

#### Par rapport aux pratiques existantes à l'externe :

Cette opération pérenne a pour objectif de s'étendre en France, auprès des fournisseurs à marque propre et à marque nationale, et auprès des autres distributeurs. Aucun système d'étiquetage n'existait en France.

#### Par rapport aux contraintes légales ou réglementaires :

Aucune contrainte n'existe sur l'étiquetage du Bien-être animal. Par ailleurs, ce projet a été co conçu alors que le débat sur une réglementation pour la mise en place de la vidéo surveillance en abattoir était porté par les parlementaires. Il s'agissait de définir finalement ce qui pourrait devenir un étiquetage porté par les pouvoirs publics demain.

Cette démarche est portée par l'Association Etiquette Bien-Etre Animal, fondée en février 2019. A ce jour, plusieurs acteurs font déjà partie de la démarche. L'Association est ouverte à l'ensemble des acteurs (fournisseurs et distributeurs) intéressés par l'étiquetage de leurs produits selon le niveau de bien-être animal. Pour étiqueter ses produits, l'entreprise adhérente s'engage à respecter l'ensemble des règles définies par l'association.

## Critère 2- Mise en œuvre et communication

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

Le projet a été initié à partir d'un partenariat entre la Direction RSE du Groupe Casino et 3 organisations de protection animale (le CIWF France, la LFDA, et l'OABA) avec, pour objectif, de participer à la mise en œuvre d'un étiquetage national sur le bien-être animal.

Cette démarche a été intégralement co construite avec ces 3 ONGs, avec une très forte implication de leurs dirigeants, notamment de Mr SCHWEITZER, Président de la LFDA, de Mr KIEFFER, Président de l'OABA, et de Mmes LEGRAND et GRIGNOUX pour le CIWF. Plusieurs experts de ces associations ont été mobilisés. Côté Casino, 8 personnes ont été fortement impliquées tout au long de la démarche.

### 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) ?

#### Les étapes et dates clés de la mise en place et l'ampleur de la mise en œuvre :

Ce projet a démarré en mai 2017, et a nécessité plus de 2 ans de coopération avec les 3 ONGs et 30 réunions de travail.

- **Mai 2017** : signature d'un partenariat entre 3 organisations de protection animale – le **CIWF France**, la **LFDA**, et l'**OABA** – et le **groupe Casino** (But de ce partenariat : participer à la mise en œuvre d'un étiquetage national sur le bien-être animal).
- **Et un travail de 19 mois** avec une **trentaine de journées** de co-construction, structuré en différentes étapes :
  - Construire un **référentiel robuste** de contrôle du bien-être animal des poulets de chair,
  - Définir un **système de notation** permettant de définir à partir de ce référentiel un niveau de bien-être animal,
  - Confronter ce référentiel aux **réalités du terrain** et de la filière,
  - Définir le système **d'audits** et de contrôle,
  - Elaborer une **étiquette compréhensible rapidement** pour informer sur le niveau de bien-être animal du produit,
  - Tester auprès du consommateur sa compréhension et ses **attentes vis-à-vis d'un tel étiquetage**,
  - Préparer la **communication** nécessaire à la bonne compréhension du projet par les parties prenantes.
- **Décembre 2018** : le projet a été présenté et les premiers produits ont été étiquetés en magasins. 1 million de produits à marque Casino Terre et Saveurs sont étiquetés.
- **Février 2019** : Création avec les 3 ONGs de l'Association loi 1901 Etiquette Bien-être Animal pour permettre à d'autres entreprises de rejoindre la démarche > <http://www.etiquettebienetreanimal.fr>. Les Fermiers de Loué et les Fermiers du Sud-Ouest annoncent rejoindre la démarche et s'engagent à étiqueter leurs produits poulets de Chairs d'ici fin 2019.

Cet étiquetage repose sur :

- Une évaluation du bien-être animal qui porte sur le **naissage**, l'**élevage**, la **collecte**, le **transport** et l'**abattage** de l'animal. L'ensemble des opérateurs sont « liés » pour obtenir le niveau final (ensemble unique et complémentaire).

- Une première filière animale abordée, celle du **poulet de chair**.
- Une évaluation portant sur près de **230 critères**.
- Des obligations de **moyens** (de type cahier des charges) et de **résultats** (observation de l'animal et de son comportement).
- Des contrôles externes par des organismes de **contrôles indépendants**.
- Chacun des opérateurs (covoiturage, abattoir, transporteur, groupement, élevage) est audité **tous les ans** :
  - 2 produits peuvent donc avoir des niveaux distincts si les opérateurs sont différents.
  - L'étiquetage se fait sur l'étiquette poids/prix à l'abattoir.
- Une échelle de notation du produit à **4 niveaux** (A, B, C ou D), les 3 premiers attestant d'une amélioration significative du bien-être de l'animal.
- Les 230 critères ont été validés par les 3 ONGs, ainsi que l'ensemble de la démarche.



Les principaux facteurs clés de succès ont été :

- L'ambition partagée de départ : participer à la création d'un système d'étiquetage ouvert à tous et non pas spécifique à «Casino».
- Une volonté d'évaluer le bien-être animal sur l'ensemble de la vie de l'animal (naissance, transport, élevage et abattage) et non uniquement l'élevage et de mettre en place un système d'étiquetage et non de labellisation, qui s'applique par conséquent à terme à tous les produits.
- Une méthode de travail reposant sur une transparence totale de tous les échanges entre les parties prenantes, un temps long (2 ans de travail, 30 réunions d'un jour), et un état d'esprit ouvert et constructif y compris dans les moments de tension.

L'originalité repose sur le fait que :

- Ce projet a été intégralement co-construit, chaque critère du référentiel (230) ayant été discuté, débattu et validé par tous.
- 3 ONGs référentes sur le Bien-être animal sont impliquées sur l'ensemble des étapes du projet.
- Le système mis en place est ouvert à tous, y compris aux autres distributeurs et fournisseurs, avec la création d'une association loi 1901 Etiquette Bien-être animal.
- Le 1er étiquetage du Bien-être animal a été mis en place en s'appuyant sur une information claire et robuste portant sur l'ensemble de la vie de l'animal !

Les enjeux :

Les enjeux et difficultés rencontrés ont porté sur :

- La validation des 230 critères, certains critères ayant cristallisé de fortes tensions pendant le projet.
- La définition du système de notation sachant que l'ensemble de la vie de l'animal est pris en compte.
- L'étiquette pour rendre l'information compréhensible en un clin d'œil sachant que nous évaluons 230 critères.

## 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 ?

### Les moyens et actions :

- En interne, mobilisation d'une équipe pluridisciplinaire intégrant la direction de la RSE groupe, la direction marketing Casino, la direction qualité, la direction des achats.
- 3 ONGs sont mobilisées et impliquées tout au long du projet dont le CIWF, ONG spécialiste des conditions d'élevages, la LFDA Fondation Droit Animal Ethique et Sciences et l'OABA, spécialisé sur l'amélioration des conditions d'abatage.
- Un cabinet de conseil en Bien-être animal est aussi mobilisé pour assurer la concertation des parties prenantes et apporter une expertise complémentaire technique.
- Les fournisseurs de la marque Terre et Saveurs sont consultés au cours du projet pour s'assurer de l'opérationnalité des critères retenus.
- Un focus groupe de consommateurs et un panel ont été réalisés afin de comprendre leurs attentes et de s'assurer de la bonne compréhension de l'étiquette une fois le projet défini.

### La communication à l'interne :

- La présentation de la démarche a été mise à disposition des collaborateurs via différents supports de communication interne : vidéos, flyers, intranet, mail,...

<http://www.etiquettebienetreanimal.fr>

<http://www.etiquettebienetreanimal.fr/decouvrir-la-demarche/lessentiel-sur-la-demarche/>



## 7/ Partenariats noués pour mettre en œuvre le projet :

La crédibilité de cette démarche étant clé, celle-ci repose sur un partenariat unique, signé en mai 2017, entre 3 organisations de protection animale – le CIWF France, la LFDA, et l'OABA – et le groupe Casino.



## 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.

### Les actions de communication et d'information aux consommateurs et parties prenantes :

Plusieurs études auprès des consommateurs ont été conduites afin d'évaluer le degré de compréhension et d'attentes sur le sujet du bien-être animal par les clients, qui confirment les enquêtes publiques.

Plusieurs enseignements peuvent en être tirés. Dès lors que les consommateurs échangent sur le sujet de la qualité des produits carnés, ils évoquent spontanément :

- La question de la souffrance animale : le bien-être animal est une problématique en très forte résonance avec leurs questionnements actuels. Cette prise de conscience concerne aussi bien les conditions d'élevage que d'abattage.
- L'idée d'avoir une information fiable sur le bien-être animal : le principe d'une étiquette est attendu et très bien perçu par le consommateur. Une telle information semble susceptible de modifier son comportement à l'achat.
- Le principe d'étiquetage est perçu par plus de 80% des sondés comme une bonne idée, indispensable et permettant de faire son choix.
- Pour la plupart d'entre eux, cet étiquetage aurait un niveau d'importance aussi élevé qu'un autre label.
- La crédibilité de la démarche apparaît comme un point fondamental pour emporter l'adhésion du consommateur avec 2 points majeurs :
  - La démarche doit être validée par des organismes indépendants, experts sur le bien-être animal.
  - L'évaluation du bien-être animal doit être conduite par un organisme de contrôle externe.
- En déclaratif, 77% des sondés se disent prêts à accepter un surcoût si celui-ci implique un meilleur respect du bien-être animal.

Un site d'information à l'interne et grand public [www.etiquettebienetreanimal.fr](http://www.etiquettebienetreanimal.fr) a été lancé le 5 décembre 2019, afin d'apporter toutes les informations sur cet étiquetage.

### Critère 3 - Impact et résultats

#### 9/ Résultats quantitatifs et économiques de cette initiative

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

##### Les résultats :

- 3 ONGs impliquées, 2 ans de travail, plus de 30 réunions d'une journée.
- 1 million de produits étiquetés dans plus de 4 000 magasins.
- L'objectif est d'étendre cette démarche à d'autres produits issus de l'élevage, en France voire en Europe, et auprès des fournisseurs à marque propre et à marque nationale, ainsi que des autres distributeurs.

De nouveaux acteurs se sont d'ores et déjà engagés dans cette démarche au travers de l'association : les **Fermiers du Sud-Ouest**, **Avigers**, les **Fermiers de Loué**, le **Synalaf**.



- Plus de 30 réunions de présentation du projet au Conseil National de l'Alimentation, aux parlementaires. DGAL, INAO, ANSES, INRA, CNOPSAV...
- Plusieurs centaines d'élevages ont été audités, ainsi que les couvoirs et les abattoirs concernés.

#### 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.

La démarche a été très largement présentée auprès des différentes parties prenantes : CNA, DGAL, CNOPSAV, INAO, ANSES, SYNALAF, INTERBEV, ANVOL, INRA, FCD, Parlementaires,...

Cette initiative a été récompensée par le Trophée La conso s'engage de LSA, et le Trophée de la Meilleure Innovation en grande distribution. Ce prix est remis par l'association internationale « Compassion in World Farming » (CIWF) qui délivre chaque année des trophées aux entreprises les plus engagées en faveur du bien-être des animaux.

Fort de cette récompense, le groupe souhaite promouvoir ce type d'étiquetage dans les différentes enseignes nationales mais également au sein de l'Union Européenne, quel que soit le distributeur ou l'industriel.

Cette démarche a été très bien accueillie par les clients. Cet étiquetage proposé par Casino permet d'encourager les consommateurs à privilégier des achats plus respectueux du bien-être animal et de valoriser le travail des éleveurs engagés sur le sujet. Il s'inscrit dans une volonté d'améliorer les pratiques d'élevage, de transport et d'abattage dans les filières animales et de renforcer la transparence sur les produits vendus en donnant une information claire et fiable aux consommateurs sur le niveau de bien-être animal associé aux produits qu'ils achètent.

Les éleveurs quant à eux, sont conduits, en amont de la chaîne de production à améliorer leurs pratiques. Cet étiquetage encourage le retour au « poulet de ferme d'autrefois, en liberté ». Certains ont déjà rejoint l'association : Avigers, l'association des volailles du Gers, les Fermiers du Sud Ouest, et les Fermiers de Loué.

*Pour Christian Laforêt, Président d'Avigers, « En plus de la qualité des produits, le consommateur demande à être rassuré sur le bien-être animal. Cet étiquetage répond à cette attente avec une transparence tout au long de la filière ».*

*Pour Paul Le Bars, Directeur Général des Fermiers du Sud-Ouest, « Partenaires de la 1ère heure du groupe Casino et des ONGs dans la mise en œuvre de cette démarche, notre adhésion à l'association est la continuité de notre engagement pour garantir toujours plus de transparence à nos consommateurs ».*

*Pour Yves de la Fouchardière, Directeur des Fermiers de Loué, « Le bien-être animal mérite plus que des mots, il doit être évalué de manière rigoureuse. La confiance de nos consommateurs le mérite ».*

#### **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 ?

Cet étiquetage permet d'orienter les clients qui le souhaitent, leur acte d'achat vers des produits mieux disant en terme de Bien-être animal. Par ailleurs, le référentiel permet aux producteurs de connaître les critères validés par 3 ONGs référentes à améliorer ou atteindre pour faire progresser les conditions de bien-être animal. C'est utile pour identifier les impacts potentiels pour les producteurs.

Le référentiel comporte pas moins de 230 critères, portant sur les différentes étapes de la vie de l'animal. L'étiquette prévoit quatre niveaux (A, B, C et D). Ces critères sont contrôlés auprès des éleveurs, des groupements d'éleveurs, des couvoirs et auprès de l'abattoir, grâce à des audits réalisés par des organismes de contrôle indépendants. L'étiquetage est présent sur tous les produits de cette gamme, ce qui comprend six références (poulets entiers, cuisses, filets en poulets blancs ou poulets jaunes).

#### **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)**

Notre groupe est engagé depuis plusieurs années dans des politiques et actions en faveur du bien-être animal. C'est une préoccupation importante pour nos consommateurs et nos parties prenantes, qui font partie de notre Responsabilité Sociétale d'entreprise.

L'information des consommateurs permet d'orienter leur acte d'achat vers le « mieux consommer », et cet étiquetage sur le bien-être animal fait partie de nos convictions.

De plus, avec les Applications de type « Openfoodfact », « Scan Up », ou « Yuka », il sera de plus en plus facile de donner accès aux consommateurs à cette information pour l'aider à « mieux consommer ». Ces étiquetages, couplés aux Appli, permettent aux consommateurs de privilégier les produits « mieux disant ».

Le projet a pour objectif de permettre d'orienter les clients vers les produits mieux disant en termes de bien-être animal. Nous disposerons en fin d'année d'études permettant de mieux appréhender la manière dont les clients se sont saisis de cette innovation et de cette information.

## Critère 4 - Vision

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

L'objectif premier est de contribuer à la mise en place d'un étiquetage sur le bien-être animal en France et si possible en Europe. Cette méthodologie a été conçue pour être étendue à d'autres catégories de produits. Elle pourrait servir, par la suite, de référent national (voire européen) pour la mise en place d'un système d'étiquetage harmonisé des produits alimentaires sur le bien-être et la protection animale. En effet, 98% des français considèrent le bien-être des animaux d'élevage comme important voire très important et 96% des Français se déclarent favorables à la mise en place d'un étiquetage des viandes et de produits laitiers selon le mode d'élevage.

Sur le court terme, l'objectif est d'étendre le nombre de marques et de distributeurs utilisant cet étiquetage sur la filière poulet. C'est en cours avec notamment Fermiers de Loué et Fermiers du Sud Ouest qui étiquèteront leurs produits d'ici la fin d'année. De nombreuses discussions sont en cours avec d'autres distributeurs et fournisseurs pour qu'ils s'engagent dans cette démarche.

Sur le moyen terme, l'objectif est de décliner cet étiquetage sur d'autres filières, ce qui nécessite de définir le référentiel. Cela devrait prendre moins de temps que pour la filière poulet, puisque la méthodologie de travail et le format de l'étiquette, de la notation, des contrôles... sont définis.

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

Ce projet répond à 3 enjeux du groupe Casino :

- Améliorer le niveau d'information des clients sur les produits en leur offrant plus de transparence sur les produits en leur donnant accès à une information fiable, claire et robuste.
- Améliorer et mieux prendre en compte le Bien-être animal (à tous les niveaux de la vie de l'animal) dans l'acte d'achat.
- Co créer des solutions aux enjeux alimentaires avec les parties prenantes.

## Annexes (2 fichiers maximum)

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

La réussite de ce projet tient à la capacité de coopération que chaque partie prenante a su mettre en œuvre tout au long du projet et l'implication forte des 3 ONGs, de nos équipes et fournisseurs notamment Fermiers de Loué et Fermiers du Sud Ouest. Si le prix doit être donné à ce projet, il leur revient aussi !

## **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](http://www.grandprix-distributionresponsable.com)

Le dossier de candidature complété est à retourner par mail à : [GPrixRSE-chaireGC@essec.edu](mailto: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](mailto:GPrixRSE-chaireGC@essec.edu)