



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 : GARNIER Marie, Directrice Qualité et Développement Durable

INFORMATIONS SOCIETE

Dénomination sociale : METRO France

Secteur d'activité : Commerce de gros

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

Adresse : 5 Rue des Grands Prés

Code postal : 92000

Ville : NANTERRE

Personne en charge du dossier : Marie GARNIER

Fonction : Directrice Qualité et Développement Durable
Durable

Service : Qualité et Développement

Tél. : 01.47.86.59.39

E-mail : marie.garnier@metro.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 checked="" 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 checked="" 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 : Engagement solidaire et sociétal

Nom de l'initiative : RADIS – Restauration Anti-gaspi à Double Impact

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



PRESENTATION SYNTHETIQUE DE L'INITIATIVE

1/ Date de l'initiative : Septembre 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.

Il s'agit d'une démarche alliant insertion sociale et lutte contre le gaspillage alimentaire : le projet RADIS (Restauration à Double Impact Social)

Ce modèle s'appuie sur des acteurs locaux issus de l'économie sociale et Solidaire.

Il pousse un nouveau modèle d'économie circulaire à l'impact multi-dimensionnel alliant insertion professionnelle, qualité nutritive des repas et réduction du gaspillage alimentaire.

Il participe à la professionnalisation et la montée en compétence du secteur de l'ESS.

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 ?

METRO est une entreprise très engagée dans la lutte contre le gaspillage alimentaire.

- Signataire du Pacte Nationale de lutte contre le gaspillage alimentaire depuis 1995
- 100% de nos 98 points de vente ont une convention de don avec un organisme de collecte alimentaire.
- Un niveau de don triplé en 5 ans
- L'équivalent de 15 millions de repas distribués en 2019

Le projet RADIS permet d'aller plus loin dans le don d'inventaires alimentaires et propose un modèle économique plus inclusif.

Il permet ainsi d'inclure deux impacts sociétaux et un objectif à impact environnemental :

- Améliorer l'offre de restauration proposée aux personnes en situation de précarité, accompagnées par des structures sociales
- Créer des parcours d'insertion professionnelle vers les métiers de la restauration, de la logistique et du transport
- Lutter contre le gaspillage alimentaire en réutilisant des produits ayant une courte date de consommation (DLC) écartés des circuits de la grande distribution (fruits et légumes abimés ou des produits en limite de consommation).

Critère 2- Mise en œuvre et communication

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

Baluchon, Traiteur solidaire, s'approvisionnait chez METRO dans le cadre de son activité professionnelle. Le président de Baluchon, François Dechy a échangé avec Benjamin Gelats, Responsable de Secteur sur l'Entrepôt METRO de Bobigny au sujet de son projet solidaire.

Séduit par ce projet à multiples impacts et voyant un lien direct avec notre démarche RSE de lutte contre le gaspillage alimentaire, Benjamin a alors contacté Marie Garnier, Directrice Qualité et Développement Durable.

Une rencontre a été organisée chez Baluchon pour discuter du projet et voir comment METRO pouvait y contribuer. La réunion a confirmé la volonté de soutenir et d'accompagner ce beau projet.

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 :



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 ?

Baluchon réalise ses repas principalement grâce à la récupération d'invendus. Il passe alors chaque semaine sur l'entrepôt METRO de Bobigny récupérer les produits.

L'ensemble des équipes de notre entrepôt est impliqué afin d'isoler et de préparer la marchandise.

- Managers de rayon METRO (Boucherie, Fruits et légumes)
- Directeur de l'Entrepôt METRO Bobigny

- Direction Développement Durable METRO

La direction Développement Durable est en relation avec Monsieur Dechy afin de suivre de développement de ce projet.

7/ Partenariats noués pour mettre en œuvre le projet :

La construction du partenariat entre Emmaüs Défi, Baluchon et A Table Citoyens !

Le projet du RADIS est né de la volonté d'Emmaüs Défi de transformer l'offre de restauration proposée à ses salariés sur leur pause de midi avec plusieurs objectifs :

- Proposer une offre de restauration variée et de qualité
- Respecter la contrainte budgétaire de l'association et de ses salariés
- Développer un projet d'économie circulaire dans l'alimentation

Ce projet concrétise également la volonté d'Emmaüs Défi de proposer des parcours d'insertion dans le secteur de la restauration à ses salariés

METRO Bobigny, s'est joint au projet au cours de l'année 2018 en fournissant des invendus alimentaires et permettant ainsi de valider l'équilibre économique de ce modèle.

En amont et suite à la rencontre entre Marie Garnier et François Dechy, METRO a également soutenu financièrement l'étude de faisabilité du projet.

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.

François Dechy qui porte ce projet a énormément œuvré pour définir et affiner le modèle économique.

Après une première année réussie, la volonté de changement d'échelle va nécessiter d'intégrer de nouveaux partenaires.

METRO qui fait partie de la gouvernance de ce projet va oeuvrer en ce sens.

Critère 3 - Impact et résultats

9/ Résultats quantitatifs et économiques de cette initiative

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

• depuis le lancement du projet et sur l'année 2019 :
Préparation de 280 repas par jour
Création d'une équipe dédiée de 6 personnes dont 5 en parcours d'insertion
36 tonnes d'invendus alimentaires valorisées par an

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.

Fierté des collaborateurs de l'entrepôt de Bobigny.

Nos collaborateurs sont très fiers de ce projet aux multiples dimensions. Elle donne un sens encore plus grand au geste de dons alimentaires.

La relation est régulière avec Baluchon qui vient récupérer les invendus sur l'entrepôt.

Au sein de METRO France, cette démarche est inspirante pour les autres entrepôts.

Nous incitons nos entrepôts à se rapprocher de leurs acteurs issus de l'Economie Sociale et Solidaire.

Des projets de « cuisine solidaire » voient également le jour dans de nombreux entrepôts METRO.

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 ?

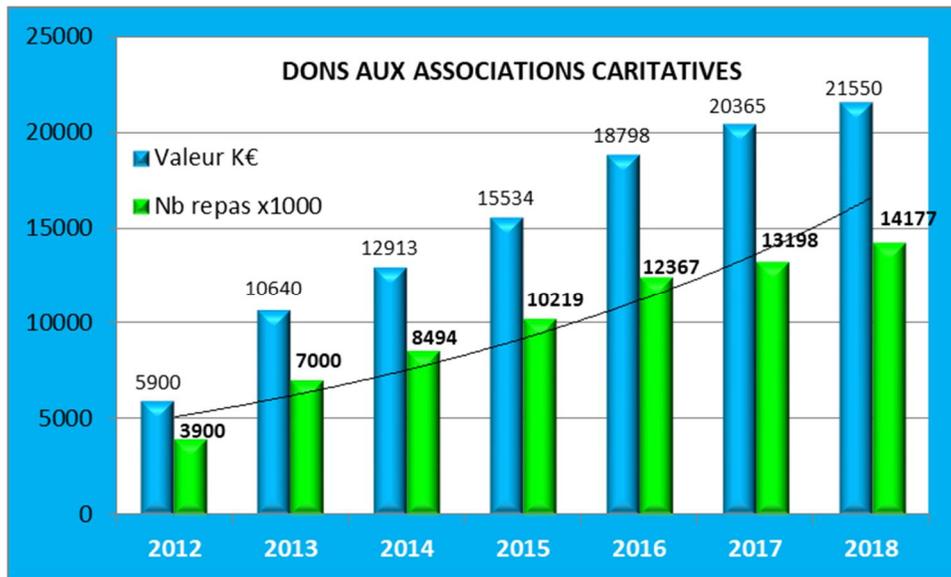
Cette démarche avec Baluchon n'a pas été communiquée à l'externe car nous attendions la première année afin de valider le modèle économique.

Les perspectives de développement pour les années à venir étant enthousiasmantes, nous pouvons désormais mettre en avant ce projet.

Ce projet sera mis en avant dans le prochain rapport RSE de METRO.

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)

Un tel modèle redonne une dynamique forte à notre lutte contre le gaspillage alimentaire. Plusieurs entrepôts ont construit des partenariats, certes moins ambitieux que celui-ci. A fin septembre 2019 et au cumul sur 1 année pleine, nous avons progressé pour atteindre une quote-part de dons aux organismes alimentaires de 36,2% de nos invendus soit une hausse de +2,7pts. La valeur supplémentaire de marchandise ainsi redistribuée aux organismes caritatifs a été de + de 2 Millions d'Euros sur cette dernière année !



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

Perspectives à venir :

- 2020 : Approvisionnement de nouvelles associations en Ile de France
Préparation de 1 000 repas par jour
Investissement dans un laboratoire de transformation dédié
Création de 10 emplois supplémentaires dont 8 en parcours d'insertion
110 tonnes d'invendus alimentaires valorisées par an

- 2021 –2024 : Essaimage du modèle sur le territoire national
Préparation de 3 500 repas par jour
Accompagnement de projets en région
Création de 30 emplois supplémentaires dont 24 en parcours d'insertion
450 tonnes d'invendus alimentaires valorisées par an

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

Comme toutes les entreprises, METRO travaille sur la réduction des impacts liés à son activité économique et construit une feuille de route précise pour permettre l'atteinte de ses objectifs.

Toutefois, la démarche RSE d'une entreprise ne se limite pas à cela mais elle doit à agir en entreprise positive sur son environnement.

En tant qu'acteur important du secteur de la restauration, METRO considère qu'elle a une responsabilité et doit agir comme une entreprise "pollinisatrice" sur les territoires où sont présents ses 98 entrepôts. Ce projet RADIS et de Cuisine Solidaire s'intègre dans cette volonté de contribuer positivement sur et avec notre écosystème.

Annexes (2 fichiers maximum)

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

Réponse :

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