

DOSSIER DE CANDIDATURE

Prix: Gestion des énergies

- Tous les champs sont à renseigner.
- **Date limite de renvoi des dossiers complétés : 9 novembre 2012**, 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: Palette Carton réutilisable et recyclable
Nom de l'entreprise candidate (et logo): Unilever France

PRESENTATION SYNTHETIQUE DE L'INITIATIVE

De quand date cette initiative ?

Réponse : Cette initiative a débutée en 2011.

A quels enjeux précis de responsabilité sociale ou environnementale répond votre initiative ?

Au sein de notre réseau Logistique, nous remplaçons les palettes classiques en bois par des palettes plus légères en carton afin de :

1. faciliter la manutention (amélioration des conditions de travail)
2. réduire le poids et donc les émissions CO2 des camions (optimisation chargement)
3. préserver l'environnement (palette réutilisable et recyclable)

En quoi consiste l'initiative ?

Réponse : Pour nous permettre de répondre à une demande croissante de nos clients tout en réduisant l'impact environnemental de notre réseau logistique et en améliorant la qualité de vie au travail du personnel concerné, nous avons développé l'utilisation d'un nouveau support palette en carton très léger, facile à manipuler, recyclable et réutilisable.

Cette palette innovante présente de nombreuses particularités :

- dimension 80x120 est en carton ondulé
- 100% en papier recyclé et donc 100 % recyclable
- réutilisable 3 à 4 fois
- d'un poids inférieur à 3,5kg (contre 25kg pour une palette classique) mais pouvant supporter 300 kg par couche.
- parfaitement traçable : GS1 128 (Gtin+Dluo) code bar.

En plus d'être recyclable et réutilisable, son incroyable légèreté présente des bénéfices sans précédents sur les 3 aspects du Développement Durable :

- **environnemental** : plus fine et près de 10 fois plus légère qu'une palette classique, elle permet un meilleur remplissage des camions et de réduire les émissions CO2 de nos livraisons (réduction de 52 tonnes par an environ). Elle est en plus en papier recyclé, parfaitement recyclable et réutilisable.

- **social** : elle facilite la manutention et les opérations de picking en entrepôts du personnel concerné et est bien plus agréable à manipuler qu'une palette en bois.

- **économique** : elle est moins chère qu'une palette classique (environ 20% de moins) et réutilisable de nombreuses fois (4 rotations). De plus elle limite la casse produit lors de la préparation des commandes.

PRESENTATION DETAILLEE DE L'INITIATIVE

Critère 1

Caractère innovant de l'initiative

(coeff. 3)

1/ En quoi votre initiative est elle innovante par rapport aux pratiques existantes au sein de votre entreprise ?

Réponse : La palette carton réutilisable et recyclable est la seule palette de ce type en Europe. Jusqu'à 2011 la palette en bois locative faisait référence en matière de préparation

des commandes des produits Unilever. Depuis 1 an nous avons substitué une large partie de ces palettes par des palettes en carton, qui présentent de nombreux avantages d'un point de vue environnemental et social. Près de 15% de l'activité de préparation Unilever est désormais effectuée maintenant en utilisant cette palette en carton, recyclable et réutilisable.

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

- **de ce qui peut déjà exister dans d'autres groupes ou aux usages du secteur ?**
- **des contraintes légales et réglementaires ?**

Réponse : La majorité des entreprises du secteur utilise des palettes en bois, plus lourdes et plus larges. Nous faisons partie des entreprises leaders en France dans l'utilisation de cette palette carton (premier intervenant en 2011), et utilisons aujourd'hui environ la moitié de l'ensemble des palettes carton utilisées en France dans ce schéma (plus de 80 000 palettes sur un total d'environ 160 000). La réglementation oblige les industriels à limiter le chargement des camions à 25 tonnes brutes de produits. Unilever en adoptant la palette en carton optimise ainsi le remplissage de ses camions de livraison en transportant plus de produit fini et moins de bois, limitant ainsi ses émissions de CO2. Cette palette est également la seule palette en carton qui soit réutilisable (4 rotations). Auparavant, les palettes en carton existantes étaient à usage unique.

Cette palette, beaucoup plus légère et maniable qu'une palette classique, répond également à un réel besoins de rendre moins pénible les opérations de préparation et manutention des marchandises en entrepôt (réduction des risques d'accidents du travail, réduction des risques d'arrêts maladie liés aux maux de dos ou blessures aux mains etc.). Elle répond parfaitement aux contraintes réglementaires définis par la législation du travail à ce sujet et va même au-delà aujourd'hui.

Nous estimons que l'utilisation de la palette carton permet de réduire d'environ 1 tonne le poids total manipulé par un opérateur et par jour. En effet, afin de préparer 1400 colis, un opérateur manipule environ 60 palettes sur une journée de 7h. Passer d'une palette de 25kg à 3kg apporte donc une différence considérable pour ces opérateurs en termes de conditions de travail. Elle est fortement plébiscitée.

Critère 2

Mise en œuvre et communication

(coeff. 2)

3/ Qui a initié ce projet ? (département, fonction)

Qui est responsable de la mise en œuvre de l'initiative ?

Réponse : Le département Logistique d'Unilever. L'équipe du service Distribution est responsable de la mise en œuvre de l'initiative auprès de nos clients (distributeurs) avec le support du fabricant de la palette carton.

4/ Stratégie de déploiement de l'initiative

-Étapes 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 ?

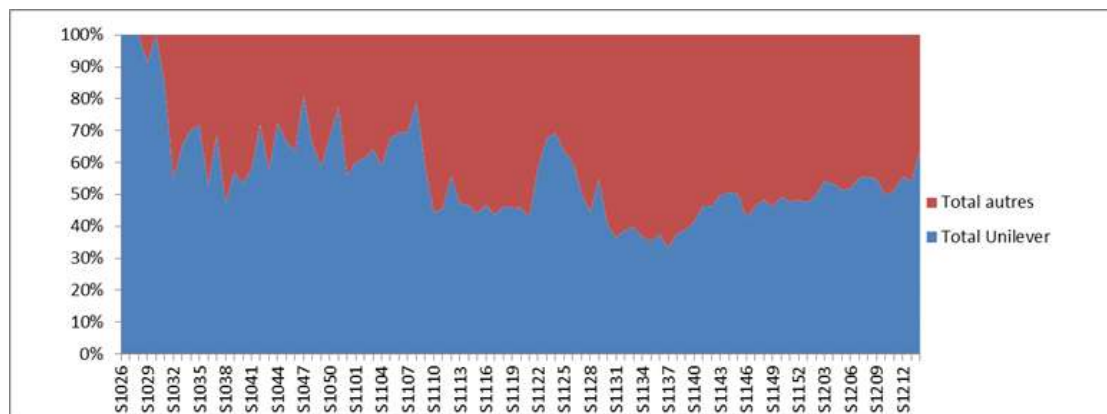
Réponse :

- **Mi-2010** Unilever demande à la société DS SMITH Packaging de réfléchir à un support palette adaptée pour les préparations de commande au détail ou à la couche.
- **Oct 2010** Présentation de l'offre « **Produit & Service** » **KAYPAL® MR** par la Société DS Smith Packaging, intégrant un modèle d'affaires novateur couplé à une application web collaborative « **4S-Services** » (développée par la société 4S Network), pour piloter les flux logistiques (collecte, tri et repositionnement) et optimiser la rotation des palettes.
- **Nov 2010** Unilever et l'un des tous premiers industriels à participer à ce projet.
- **Janvier à Juin 2011** mise en place d'un Pilote sur un panel de clients Unilever pour les préparations des produits frais.
- **Octobre 2011** : Déploiement aux autres clients pour les produits frais.
- **Janvier 2012** : Déploiement aux produits Parfumerie / Dressing / Thé.

Aujourd'hui : 4 dépôts Unilever concernés, avec plus de 1500 références pour plus de 20 marques. Nombreux acteurs impliqués dans nos dépôts et chez nos clients (plus d'une centaine de salariés directement concernés).

Bilan de l'activité KAYPAL® MR sur les sites Unilever à fin 2011.

- 4 Entrepôts expéditeurs (2 frais, 1 épicerie, 1 PC)
- Environ 100 000 palettes expédiées par an (sur la base d'une projection des 3 derniers mois) et 220 000 palettes KAYPAL®MR expédiées tous industriels confondus
- 49 sites distributeurs qui ont été livrés au cours des 12 derniers mois.



Nous avons analysé très précisément les enjeux économiques en prenant en compte la totalité des opérations concernées par le produit. La conception, l'approche sur nos entrepôts, le stockage, les gains de productivité en préparation, la réutilisation via le tri et le réacheminement, le recyclage de la palette.

Nous savons par exemple que nous ne pouvons pas utiliser la palette carton pour 100% de nos préparations, certains produits nécessitant une palette en bois. Le potentiel maximum

Unilever France est estimé à environ 400 000 palettes (soit 50% du nombre total de palettes utilisées par Unilever France).

5/ 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 motiver et former les collaborateurs concernés par l'initiative ?

-De quelle façon communiquez-vous autour de cette initiative en interne ?

Réponse : Cette initiative a fait l'objet de nombreuses présentations à l'ensemble de la société et les collaborateurs concernés. Elle est également citée en Best Practice Unilever auprès des autres pays européens et a reçu un trophée interne. Elle a été très rapidement adoptée par les collaborateurs concernés au regard de sa praticité et l'amélioration des conditions de travail engendrées.

6/ Comment impliquez vous le consommateur dans cette initiative ?

-Quelles actions d'éducation, d'information, de communication aux consommateurs, notamment pour faire évoluer leurs comportements avez vous mises en place ?

(Supports, moyens, budgets ...) Joindre en annexe un exemple de communication

Réponse :

Dans ce projet le « consommateur » est à la fois notre prestataire Logistique et notre client Distributeur. Nous voulons les impliquer pleinement et organisons régulièrement des réunions et des présentations du produit à nos clients dans l'usine Française qui réalise le produit. Les nombreux bénéfices de la palette carton en font un élément différenciateur indiscutable vis-à-vis du client. Nous mettons en avant l'aspect environnemental mais aussi le double coté sociale : d'une part le produit est réalisé dans un CAT (Centre d'Aide au Travail) et d'autre part il est prouvé que le produit lui même réduit considérablement la pénibilité du travail car plus léger (environ 1 tonne en moins manipulée chaque jour par opérateur). Enfin, nous parlons du bénéfice économique (réduction des coûts et de la casse produit, palette réutilisable).

Critère 3

Impact et résultats

(coeff. 3)

7/ Quels ont été les résultats quantitatifs de cette initiative ?

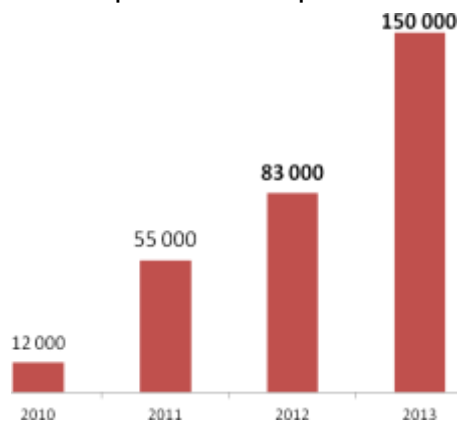
- **Indicateurs clés**
- **Chiffres bruts (départ/arrivée)**
- **Evolution par rapport au départ**

Réponse :

Bilan Carbone très positif : Réduction de 52 tonnes de CO2 par an en moyenne (plus de 100 tonnes avec l'ensemble des industriels). Economie de 0.65 kg CO2 par palette en bois substituée. Amélioration de 5% du taux de remplissage camion.

Bilan économique en ligne avec nos objectifs. Au départ de l'ensemble des entrepôts Unilever vers 42 entrepôts clients. Notre taux de litige est passé de 0.14% à 0.09% entre 2011 et 2012.

Chiffres déploiement et prévisions Unilever :



Aujourd'hui la palette carton constitue 60 % des volumes Unilever utilisées avec Carrefour (utilisation maximale en produits frais). En phase pilote chez Casino, Leclerc et Auchan. En contact avec l'ensemble de nos clients pour déploiement continu en 2013-2014. Large potentiel identifié.

Palettet KAYPAL® sur le périmètre Unilever France et perspectives.										
Distributeurs	Utilisation des supports KAYPAL® MR	Produits frais			Produits ambiants			ENSEMBLE		
		Nombre	%	Estimation Potentiel	Nombre	%	Estimation Potentiel	Nombre	%	Estimation Potentiel
Carrefour	Nb entrepôts livrés	16	100%	16	10	40%	25	26	63%	41
	Nb mouvements / an base juin 2012	35 000		35 000	22 600		60 000	57 600		95 000
Auchan + ATAC	Nb entrepôts livrés	5	45%	11	1		20	6	19%	31
	Nb mouvements / an base juin 2012	10 000		30 000	2 100		50 000	12 100		80 000
Casino	Nb entrepôts livrés	5	42%	12	2	17%	12	7	29%	24
	Nb mouvements / an base juin 2012	7 100		17 000	3 500		35 000	10 600		52 000
Samada	Nb entrepôts livrés	2	40%	5	0	0%	5	2	20%	10
	Nb mouvements / an base juin 2012	2 300		4 000	0		10 000	2 300		14 000
Leclerc	Nb entrepôts livrés	1	6%	18	0	0%	18	1	3%	36
	Nb mouvements / an base juin 2012	1 300		25 000	0		45 000	1 300		70 000
En contact,	Système U	0	0%	12	0	0%	13	0	0%	25
	Intermarché	0	0%	18	0	0%	20	0	0%	38
	Cora	0	0%	2	0	0%	2	0	0%	4
	Nb mouvements / an base juin 2012			35 000			60 000	0		95 000
Totaux	Nb entrepôts livrés	29	31%	94	13	11%	115	42	20%	209
	Nb mouvements / an base juin 2012	55 700	38%	146 000	28 200	11%	260 000	83 900	21%	406 000

Notre objectif est de massifier les volumes en développant ce business model avec plus de clients et plus d'industriels dans une logique de filière.

**8/ Au départ, comment votre entreprise se situait-elle par rapport aux autres ?
-En quoi les résultats d'aujourd'hui montrent-ils une réelle avancée de votre entreprise sur ce sujet par rapport à la concurrence, ou par rapport aux normes réglementaires?**

Réponse : Nous avons dès le début été leader sur ce projet. 50% des palettes carton utilisées aujourd'hui en France le sont par Unilever.

9/ 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.

Réponse : Projet accueilli de manière très positive en interne car c'est un bel exemple de collaboration avec nos clients et de travail d'équipe en interne. Voir le film et le témoignage de notre client et d'une opératrice de notre prestataire.

10/ Quelles ont été les conséquences favorables grâce à cette initiative :

- 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...

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

Réponse :

Cette initiative est fortement appréciée par les opérateurs et préparateurs de commande. C'est pour eux un signe fort d'écoute et de mise en place de réponse adaptée à la pénibilité du travail. De plus cette initiative amène aussi des gains de productivité qui sont également rendus visibles pour les opérateurs. La légèreté et la facilité d'utilisation de cette palette améliore le rendement des préparateurs. Ils en sont très satisfaits.

Les opérateurs de nos Clients partagent le même avis. Nous ne cessons d'implémenter de nouvelles palettes carton auprès de nos clients distributeurs qui les ont pleinement adoptées au sein de leurs entrepôts et voient dans cette initiative un bel exemple d'engagement concret et impactant d'un fournisseur industriel.

Critère 4

Vision

(coeff. 2)

**11/ Quel est l'objectif à court/moyen terme ?
(objectifs quantitatifs et qualitatifs)**

Réponse : Nous avons estimé un large potentiel de déploiements supplémentaires chez nos clients (voir tableau plus haut), mais également chez plus de clients. Nous travaillons avec nos homologues afin de déployer ce projet France dans d'autres pays Européens Unilever et Monde (Afrique du sud / Brésil). Nous espérons que d'autres industriels y compris nos concurrents adopteront cette palette carton.

Au niveau France notre objectif est d'utiliser 150 000 palettes en 2013 (l'équivalent de 100 tonnes de CO2 économisés) et de continuer d'augmenter le volume progressivement et d'encourager l'ensemble des industriels et distributeurs à adopter la palette carton. Objectif total France : 1 million de palette carton soit une réduction de 680 tonnes de CO2.

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

Réponse : Ce projet s'inscrit pleinement dans la démarche environnementale et sociétale élaborée par le Plan Unilever pour un Mode de Vie Durable. Créé en 2010, ce plan fixe 60 objectifs précis et chiffrés afin d'atteindre 3 ambitions majeures d'ici 2020 :

1. Aider 1 milliard de personnes à améliorer leur santé et leur bien-être
2. Diviser par 2 l'impact environnemental de la fabrication, du transport et la consommation de nos produits
3. Nous approvisionner à 100% en matières premières agricoles issues de l'agriculture durable.

Ce projet participe à réduire les émissions de gaz à effet de serre de notre réseau logistique, élément-clé de notre démarche d'un point de vue environnemental, mais également social puisqu'il améliore grandement les conditions de travail du personnel concerné.

**13/ Quel prolongement de l'initiative (à 3 à 5 ans) ?
En quoi cette initiative peut avoir un effet d'entraînement sur le marché ?**

Réponse : Réduction massive de l'usage de la palette en bois en faveur d'une palette carton recyclable et réutilisable. Cet effet d'entraînement peut venir de nos clients avec qui nous collaborons sur ce projet, afin qu'ils encouragent d'autres industriels à adopter la palette carton. Ont rejoint le projet : L'Oréal, Henkel, Colgate et Bel (en phase pilote). Pour Unilever, la palette carton peut révolutionner la Logistique, en France et partout dans le monde.

Annexes

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

Réponse ou PJ en format numérique (2max) : une vidéo + une présentation ppt

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 : 9 novembre 2012

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