



GRAND PRIX ESSEC COMMERCE RESPONSABLE 2022

DOSSIER DE CANDIDATURE

à nous retourner pour le 6 octobre 2021

Nous vous remercions de votre intérêt pour le Grand Prix 2022. Cette édition sera menée, sous la responsabilité de Marion Caillard, par Timothé BRIHIER et Darius MIRIAN, 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 **6 octobre 2021** 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 : X

Votre nom, prénom et fonction : LEROLLE Edwige, directrice Communication

INFORMATIONS SOCIÉTÉ

Dénomination sociale : MONOPRIX

Secteur d'activité : Grande Distribution

Votre code NAF (merci de vérifier votre éligibilité au Grand Prix): 7010Z

Adresse : 14-16 rue Marc Bloch

Code postal : 92110

Ville : Clichy

Personne en charge du dossier : Edwige Lerolle

Fonction : Directrice de la communication

Tél. :

Service : DRH / Communication

E-mail : elrolle@monoprix.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 | X |
| 2 | Offre de produits et services développement durable | <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 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 à télécharger sur le site | <input type="checkbox"/> |

Écrire en toute lettre la catégorie concernée par ce dossier : Réduction de l'impact environnemental

Nom de l'initiative : **La livraison à domicile écologique**

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

MONOPRIX

PRÉSENTATION SYNTHÉTIQUE DE L'INITIATIVE

1/ **Date de l'initiative** : Cliquez ici pour taper du texte.

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 :

Implanté au cœur des villes, Monoprix s'efforce depuis 30 ans de réduire l'impact de ses activités sur l'environnement et a pour ambition de diviser par 2 ses émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030 en vue d'atteindre zéro émission nette en 2040.

En lien avec cet objectif, des choix radicaux ont été faits en matière de livraisons à domicile : à Paris, 100% des livraisons depuis les magasins sont réalisées en chariots-piétons ou en vélos-cargo en partenariat avec la start-up Stuart : elles sont donc 100% décarbonées et contribuent à réduire la pollution, le bruit et les embouteillages en ville. Au niveau national, ces nouveaux modes de transport représentent 60% des livraisons.

Et les livraisons au départ de l'entrepôt e-commerce de Fleury-Mérogis (Monoprix Plus) sont réalisées à 100% par des véhicules roulant au biogaz, générant -80% d'émission de GES vs le diesel et zéro particules fines !

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 :

Monoprix place le respect de l'environnement au cœur de ses priorités. En matière de transport, cela passe par tous les échelons de la chaîne, du grand import au transport entrepôts-magasins, en passant par la livraison à domicile des clients.

Il y a plus de 10 ans, les premières livraisons à domicile marquent la volonté de Monoprix d'initier une démarche durable. Il s'agit d'offrir un nouveau service à nos clients tout en s'appuyant sur des prestataires qui optimisent leurs tournées. Monoprix facilite ainsi le quotidien de ses clients en proposant une alternative à l'utilisation de leur véhicule.

Également, le modèle e-commerce choisi historiquement par Monoprix – celui de la livraison à domicile – est intrinsèquement plus vertueux d'un point de vue environnemental que celui de la plupart de ses concurrents qui ont fait eux le pari du DRIVE : le déplacement en voiture vers un magasin physique génère entre 3 et 6 fois plus de CO2 que l'achat en ligne d'un produit (étude Oliver Wyman 2021).

Aujourd'hui, Monoprix va plus loin en proposant à ses clients un service de livraison à domicile écologique. Les livraisons effectuées depuis les magasins sont réalisées à 100% en chariots-piétons ou en vélos-cargos K-Ryole (Stuart, filiale du groupe La Poste) à Paris / 60% au niveau national.

Au départ de l'entrepôt e-commerce *Monoprix Plus* de Fleury-Mérogis, les livraisons sont réalisées via une flotte de camions 100% biogaz, pour une baisse de 80% des émissions de GES vs le diesel et zéro particules fines. Ces véhicules disposent également d'une carrosserie développée sur mesure afin de maximiser la charge utile, et sont conçus pour optimiser les opérations de chargement et de déchargement.

Une station de rechargement biogaz a été implantée sur place pour limiter au maximum les kilomètres inutiles,

accompagnée d'une station de lavage avec un système naturel de recyclage d'eau permettant de recycler plus de 85% des eaux usées.

Nous avons également mis en place une consigne sur les sacs plastiques pour inciter les clients à les rendre en vue de leur recyclage au sein d'une boucle vertueuse permettant de fabriquer de nouveaux sacs.

Critère 2- Mise en œuvre et communication

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

Réponse :

Au niveau du siège, les équipes développement durable, innovation, supply chain, e-commerce mais aussi communication sont mobilisées sur cette thématique et dispositifs associés.

Au niveau des magasins, les équipes encaissement, accompagnées par les directeurs de magasin, se chargent du déploiement opérationnel de ces actions avec les partenaires.

Il s'agit donc d'initiatives qui mobilisent de manière vertueuse l'ensemble des équipes.

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 :

Il y a plus de 10 ans, les premières livraisons à domicile marquent la volonté de Monoprix de faciliter le quotidien de ses clients urbains et de lutter contre la congestion des centres-villes, en s'appuyant sur des prestataires qui optimisent leurs tournées. 2,2 millions de livraisons à domicile ont été réalisées en 2020 dont 600 000 dans Paris intra-muros. Ces nouveaux modes de livraison écologiques représentaient 80% des livraisons à Paris en 2019, puis 100% en 2020. Au niveau national, ces nouveaux modes de transport représentent 60% des livraisons en 2020.

L'entrepôt e-commerce de Fleury-Mérogis (O'Logistique) est entré en activité en avril 2020. Tous les camions de livraison du site roulent au biogaz (bio-GNV). Nos livreurs sont nos salariés. Ils sont formés par nos soins, notamment à la relation client à laquelle nous attachons une très grande importance chez Monoprix. Nos livreurs représentent notre marque. C'est la promesse d'une qualité de service irréprochable.

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 :

Nos collaborateurs au siège, en magasins et en entrepôts sont essentiels à la réussite de toutes les initiatives que nous déployons. Nous les intégrons systématiquement à nos différents dispositifs afin qu'ils en deviennent de véritables ambassadeurs. A ce titre, ils sont les premiers à être informés par le biais de différents canaux de communication internes : Intranet, mailings, newsletters, radio magasin, webinar mais aussi événements.

7/ Partenariats noués pour mettre en œuvre le projet :

Réponse :

Les livraisons à domicile depuis les magasins parisiens sont opérées par le prestataire **STUART**, filiale du groupe La Poste, plateforme technologique de livraison express qui connecte les commerçants et les e-commerçants à la plus grande flotte de coursiers géolocalisés afin d'accélérer le transport de biens et de marchandises en ville.

Start-up créée en février 2016 par Nicolas Duvaut et Gilles Vallier, **K-Ryole** a développé la première remorque électrique intelligente pour vélo. Parfaitement adaptée au milieu urbain, elle permet à tous les professionnels de transporter jusqu'à 250 kilos sans aucun effort. Les remorques K-Ryole sont fabriquées dans le 19ème arrondissement de Paris, avec des pièces fabriquées pour les ¾ en France.

L'entrepôt e-commerce de Fleury-Mérogis (O'Logistique) est opéré en partenariat avec la société **Ocado Group**, leader mondial de la distribution alimentaire en ligne.

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 :

Pour chacun de nos projets, nous mettons en place des actions de communication soutenues.

Côté clients : mise à disposition d'informations et valorisation de nos actions sur les sites de e-commerce, nos newsletters clients et les réseaux sociaux pour communiquer sur ces initiatives.

Côté journalistes : organisation de conférences ou points presse, diffusion d'outils presse dédiés (communiqués de presse, dossiers de presse...), interviews, table-ronde lors du salon ProDurable...

Critère 3 - Impact et résultats

9/ Résultats quantitatifs et économiques de cette initiative

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

Réponse :

Nous sommes fiers de proposer désormais une offre de livraison 100% écologique au départ de 53 magasins d'Ile-de-France qui s'appuie sur une flotte, unique en Europe, de 100 véhicules K-Ryole et de chariots piétons. Grâce à leur capacité d'emport de 1,3m³ couplée aux algorithmes d'optimisation de tournées de livraison développés par Stuart, nous prouvons l'efficacité de ce moyen de transport qui peut aisément se substituer aux véhicules thermiques, pour le plus grand bien de nos centres-villes.

Cette réussite marque l'aboutissement d'une démarche engagée par Monoprix en janvier 2019 avec son partenaire Stuart. Dès le lancement, 80% des livraisons étaient effectuées à pied pour les trajets de moins d'un kilomètre et, au-delà, à l'aide de véhicules utilitaires électriques. Ceux-ci ont été progressivement remplacés par une flotte vélos cargo K-ryole, plus adaptée à la physionomie des villes.

Depuis nos magasins :

- 2,2 millions de livraisons à domicile ont été réalisées en 2020 dont 600 000 dans Paris intra-muros.
- Livraisons Paris Intra-muros en 2020 : 70 % en chariots-piétons et 30% via des K-Ryole.
- Au niveau national : 60% des livraisons en chariots-piétons ou vélo-cargos

Depuis l'entrepôt e-commerce de Fleury-Mérogis : 100% des livraisons en véhicules biogaz.

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 :

En accélérant la conversion écologique de la logistique urbaine, Monoprix contribue à relever deux défis majeurs pour les villes : réduire la congestion des voies de transport et lutter contre la pollution, dont les conséquences sont considérables tant sur le plan sanitaire qu'environnemental. Ce faisant Monoprix s'inscrit notamment en pleine cohérence avec les ambitions de la mairie de Paris s'agissant de la promotion de modes de transport non-polluants, en particulier du vélo.

« Pour protéger la santé de ses habitants et la planète, la ville de Paris est résolument engagée pour une ville zéro carbone. En témoigne notamment les infrastructures vélo que nous avons déployées depuis 2015. Si les Parisiens sont nombreux à avoir fait le choix du vélo au quotidien, nous sommes encore aux prémices de la transition de la logistique urbaine et dans cette transition, Stuart et Monoprix font figure de pionniers. » souligne David BELLARD, Maire adjoint en charge de la transformation de l'espace public, des transports, des mobilités, du code de la rue et de la voirie.

La livraison est un succès, un service très apprécié avec une qualité de service reconnue et saluée par nos clients urbains. Nous avons des commentaires positifs sur nos réseaux internes et sociaux externes.

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 :

La mise en place de ces services de livraison a nécessité une remise en question de notre supply et de nombreux échanges avec nos prestataires de services afin de coopérer pour trouver les solutions les plus adaptées pour concilier efficacité et durabilité.

Ce projet a également des externalités positives sur la vie des citoyens avec une diminution de la pollution atmosphérique, de la pollution sonore et des embouteillages puisque les livraisons du e-commerce représentent 0,5% du trafic routier dans les agglomérations telles que Paris vs 11% du trafic engendré par le commerce physique (étude Oliver Wyman 2021).

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 :

La livraison n'est pas rentable en elle-même bien qu'elle contribue un avantage comparatif face à la concurrence, d'autant plus lorsqu'elle est écologique.

En magasin, les livraisons sont gratuites pour toutes les femmes enceintes, personnes à mobilité réduite et les porteurs de carte de fidélité à partir de 50€ d'achat.

Sur le site e-commerce, les livraisons sont gratuites à partir de 150€ d'achat. Les tarifs varient de 2€ en heures creuses pour les paniers de 100 à 150€, à 12€ en heures pleines pour les paniers inférieurs à 100€.

Critère 4 - Vision

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

Réponse :

Ce projet s'inscrit dans le projet à court terme de fournir un service de livraison de qualité à nos clients sans pour autant polluer et dégrader leur confort de vie (pollution sonore, embouteillages). A moyen/long terme, la livraison est un enjeu crucial pour les objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre de Monoprix dont 20% sont liés au transport. La livraison décarbonée s'inscrit dans notre trajectoire qui vise à réduire nos émissions de gaz à effet de serre de 50% d'ici 2030 et atteindre un objectif zéro émissions nettes en 2040. De manière plus spécifique sur la thématique du transport, Monoprix est engagé aux côtés de FRET21 afin de diminuer de 20% ses émissions de gaz à effet de serre liées au transport entre 2020 et 2023.

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

Réponse :

Le développement durable / la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) fait partie de l'identité de Monoprix. Notre enseigne a l'ambition de permettre à ses clients de mieux consommer, de réduire son empreinte écologique tout en œuvrant au bien-vivre de ses collaborateurs et en créant du lien social dans les centres-villes. Toutes nos équipes travaillent quotidiennement pour aller toujours plus loin dans la réduction de notre impact environnemental en proposant des concepts et des services innovants.

En tant que commerçant, nous sommes convaincus de l'évolution de notre métier : plus que proposer des produits, nous proposons de nombreux services adaptés à leurs besoins. Nous sommes un facilitateur et un partenaire du quotidien de nos clients. Et la transformation de nos modes de livraison témoigne de notre agilité et de l'importance accordée aux enjeux RSE tels que la réduction des émissions de gaz à effet de serre.

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 : 6 octobre 2021

Pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à consulter le site internet <http://grandprix-distributionresponsable.com/>, ou nous contacter GPrixRSE-chaireGC@essec.edu