



GRAND PRIX ESSEC DE L'INDUSTRIE DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE 2021

DOSSIER DE CANDIDATURE
à nous retourner pour le 6 octobre 2020

Nous vous remercions de votre intérêt pour le Grand Prix 2021. Cette édition sera menée, sous la responsabilité de Marion Caillard, par Emilie Géricot et Thomas Château, 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 2020** 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-consommationresponsable.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 : cliquez ici pour taper du texte.

INFORMATIONS SOCIÉTÉ

Dénomination sociale : GROUPE SEB

Secteur d'activité : Commerce de gros (commerce interentreprises) d'autres biens domestiques

Votre code NAF (merci de vérifier votre éligibilité au Grand Prix): 4649Z

Adresse : 112 chemin moulin Carron

Code postal : 69130

Ville : Ecully

Personne en charge du dossier : Margaux Nihouarn

Fonction : Chef de projet développement durable

Tél. : +33 4 7218-1625

Service : développement durable

E-mail : mnihouarn@groupeseb.com

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 | <input type="checkbox"/> |
| 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 checked="" type="checkbox"/> |
| 5 Ressources humaines | <input type="checkbox"/> |
| 6 Engagement solidaire et sociétal | <input type="checkbox"/> |
| 7 Grand prix RSE–dossier complémentaire à télécharger sur le site | <input type="checkbox"/> |

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

Nom de l'initiative : Guide du Good design

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

PRÉSENTATION SYNTHÉTIQUE DE L'INITIATIVE

1/ Date de l'initiative : Depuis 2018

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 :

Au-delà du handicap permanent, chacun, à un moment de sa vie, peut se retrouver avec une capacité sensorielle, physique ou cognitive limitée : blessure, maladie, âge avancé. Certaines situations peuvent aussi être limitantes, comme un enfant en bas âge dans les bras. Qu'il soit permanent ou temporaire, le handicap peut affecter le toucher, la vision, l'audition, la parole... Dans sa volonté de rendre ses produits accessibles au plus grand nombre, le Groupe a initié en 2018 une démarche pour relever la barre d'inclusivité de l'ensemble de ses produits et a élaboré le guide du Good design en partenariat avec APF France Handicap. Afin de rendre les produits accessibles au plus grand nombre, ce guide recense les règles à respecter (ex : la lisibilité, taille et couleur/contrastes), en s'appuyant sur des normes ou standards reconnus et des bonnes pratiques visant à améliorer l'ergonomie des produits pour laquelle il n'existe pas de normes aujourd'hui.

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 :

Chacun peut, à un moment de sa vie, se retrouver en situation de handicap ; handicap temporaire (bras cassé), handicap situationnel (bébé dans les bras). On ne vise donc pas qu'une population à travers ce projet de design inclusif. Et c'est pour cette raison que ce projet n'a pas pour ambition à développer des gammes spécifiques (et marginalisantes) mais bien à relever la barre d'inclusivité de l'ensemble des produits et des services des entités qui appliqueront les conseils contenus dans le Good Design Playbook.

Le handicap est révélateur et met en lumière des causes de points de blocage ou frustrations auxquelles nous nous accommodons au quotidien : une ouverture de porte peu pratique, une poignée peu ergonomique, une manipulation peu compréhensible... Investir la conception par le champ de l'inclusivité permet d'améliorer les expériences quotidiennes de tous, d'explorer de nouvelles voies et d'innover différemment.

Au-delà de l'inclusion des personnes en situation de handicap, la réponse à un enjeu sociétal : celui du vieillissement de la population. Dans une société où le grand âge est une préoccupation constante, il est intéressant que cette approche « produit » soit utile à une partie de la population amenée à être de plus en plus importante dans les années à venir. C'est donc une réponse à un enjeu de société. La vie à domicile est l'objectif pour la majorité des personnes en situation de handicap, le maintien à domicile le plus longtemps possible des personnes âgées l'est tout autant.

En pensant particularité on pense confort pour tous, rappelons-nous que la télécommande a trouvé son premier usage auprès des patients d'hôpitaux alités qui ne pouvaient pas se lever pour changer de chaîne. Aujourd'hui, elle est utilisée par tous !

Par ailleurs, le guide a vocation à être diffusé en open-source, cela va donc permettre que d'autres associations, entreprises, organismes puissent à leur tour rentrer dans une démarche ambitieuse de design inclusif déjà avancée grâce à ce socle de connaissance et de préconisations. Le design inclusif, l'adaptabilité des produits du quotidien est un enjeu central. Ce socle que le Groupe SEB et APF France handicap proposent permettra d'avancer tous ensemble, plus vite, dans une démarche de co-construction avec des structures autres que des spécialistes du design. C'est l'essence même de l'accessibilité universelle, où des produits pensés pour des personnes avec des besoins spécifiques sont finalement bénéfiques à tous.

Le Groupe SEB est le premier acteur du petit électroménager à s'emparer du sujet. Des projets dans le digital et l'espace ont déjà vu le jour dans d'autres structures, mais c'est la première fois qu'une association et un acteur industriel s'associent pour sortir un guide méthodologique destiné aux produits à usage domestique.

Critère 2- Mise en œuvre et communication

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

Réponse :

C'est d'abord la Direction Design qui a été impliquée dans la mise en place et la réalisation de ce projet. Au-delà du Design, d'autres équipes ont pris part au projet : le Développement durable, la Recherche, le Marketing, le Digital...

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 :

Le Groupe SEB est persuadé qu'en répondant aux besoins d'utilisateurs extrêmes comme les personnes en situation de handicap, il est possible de faciliter la vie et d'améliorer nos produits pour les rendre accessibles au plus grand nombre. Plusieurs initiatives ont été lancées dans ce sens-là.

- En 2007, un premier projet a été développé en partenariat avec l'agence Smart Design dans le but de concevoir une gamme plus inclusive avec des produits faciles à utiliser pour le plus grand nombre. La gamme de produits dessinée a cependant été jugée trop différenciante par nos différents marchés de l'époque et n'a pas vu le jour
- La dynamique et de nouvelles actions ont été impulsées par le service Développement Durable autour d'une feuille de route « Design for all ».
- Le parcours BiiS - Booster l'innovation à impact social - a été la première brique de cette feuille de route. Pendant 3 mois, une équipe pluridisciplinaire de 6 salariés volontaires ont défriché le terrain du design inclusif sur 3 produits : le grille-pain, la cafetière et la bouilloire. Ce projet a permis d'aller à la rencontre de personnes en situation de handicap, d'écouter et de comprendre leurs besoins, d'identifier les difficultés d'usages de nos produits ainsi que de commencer à imaginer des solutions pour y répondre. Ce premier travail a permis au Groupe SEB d'analyser les difficultés d'usage et d'acculturer les équipes à cette dimension ainsi que de prouver l'intérêt d'améliorer nos produits pour le plus grand nombre.

Suite à cet élan, le Groupe SEB a voulu poursuivre ce projet avec trois objectifs :

- inscrire dans la durée cette méthodologie dans les process
- gagner en compétence sur ce domaine;
- et surtout permettre à des personnes de garder, maintenir ou développer leur autonomie dans leur domicile.

Ainsi, le Groupe SEB et APF France Handicap se sont associés pour répondre ensemble à un appel à projet de la Caisse Nationale de Solidarité pour l'autonomie (CNSA) en 2019 permettre le recrutement d'un binôme dédié au projet.

Une fois le projet commencé, les grandes étapes ont été les suivantes :

1/ Phase d'observation

L'objectif est de comprendre les utilisateurs et leurs usages à travers différentes méthodes d'observations (entretiens à domicile, observations en situation, tests d'usages...) et ensuite d'analyser les besoins des utilisateurs.

2/ Phase d'idéation.

Cette phase se construit en intelligence collective pour trouver des solutions qui répondront aux besoins observés à travers des ateliers de cocréation. Ces ateliers de cocréation réunissent des profils et des expériences différentes : des personnes en situation de handicap, des aidants, des ergothérapeutes, des anthropologues, des designers, des ingénieurs, des chefs de projets...

3/ Phase de prototypage.

Cette phase matérialise en images les solutions imaginées par le biais de maquettes et prototypes.

4/ Phase d'évaluation.

Des personnes avec et sans handicap évaluent les prototypes pour les valider ou les améliorer.

La finalité est de faire progresser le niveau d'accessibilité des standards de conception pour une utilisation par tous. Ce projet permettra d'améliorer la conception et d'inspirer de nouvelles innovations.

Une version anglaise du Good Design Playbook est prévue pour une deuxième phase de déploiement en 2021.

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 :

SERVICES ET PERSONNES IMPLIQUEES

Ce projet a permis de créer de la collaboration entre de nombreux départements (Développement Durable, Recherche, Design, Marketing, Développement) qui ne travaillent pas habituellement ensemble et de casser des silos

- Equipes Design :
→ Pilotent le projet
- Equipes Développement durable & Recherche :
→ Suivent le projet via une feuille de route dédiée au projet
- Biis : (Booster l'Innovation à Impact Sociétal) Programme lancé en 2017 le programme BiiS, porté par la Direction de la Recherche et la Direction du Développement Durable pour booster l'innovation à impact sociétal et qui permet à des équipes pluridisciplinaires de 6 à 8 salariés volontaires d'expérimenter une mission d'intrapreneuriat social sur une durée de 3 mois, à raison de 2 à 4 h de travail hebdomadaire. Leur objectif est de développer une idée répondant à un besoin sociétal et susceptible d'aboutir à un modèle économique pérenne
→ ont animé l'expérimentation sur le set breakfast et accompagné le groupe de travail grâce à leurs méthode de travail. Accompagnent désormais en support
- Equipe pluridisciplinaire de 6 salariés volontaires
→ ont défriché le terrain du design inclusif sur 3 produits : le grille-pain, la cafetière et la bouilloire. Ils sont allés à la rencontre de personnes en situation de handicap, pour écouter et comprendre leurs besoins, identifier les difficultés d'usages de nos produits et commencer à imaginer des solutions pour répondre
- Equipes Marketing de la gamme breakfast :
→ participent à la feuille de route et suivent le projet
- Equipe formation :
→ participent à l'élaboration d'une formation sur le good design pour la France et l'international
- Participants aux ateliers de co-création :

FORMATION ET COMMUNICATION

Une formation auprès des équipes Design a déjà été réalisée en collaboration avec Handicap International, pour tester nos produits et les sensibiliser à cette démarche.

En partenariat avec APF France Handicap, une conférence sur le design inclusif destinée à l'ensemble des collaborateurs du Campus du Groupe SEB a été organisée à l'occasion de la semaine du handicap en 2019. Des webinars seront également déployés à l'international sur ce thème d'ici fin 2020.

D'autre part, une formation sur le design inclusif est en cours de création pour déployer les bonnes pratiques de cette démarche auprès des différents métiers du Groupe SEB : Marketing- Innovation-Développement (bureau d'étude + Recherche) -Design-DSI, Communication Corporate, Communication Financière, etc.

MOYENS INVESTIS

Il est difficile de quantifier l'investissement exact. Cependant, le Groupe SEB a investi à différents niveaux (financier, humain et matériel) dans différents projets :

- BIIS (booster l'innovation à impact sociétal) au sein du Groupe
- Good design Playbook

Au démarrage en mars 2019, l'appel à projet de la CNSA (Caisse nationale de solidarité pour l'autonomie) a permis le financement d'un poste à temps plein au sein du Groupe SEB et d'un autre à mi-temps chez APF France Handicap. Le Groupe a également complété l'investissement du projet pour financer des maquettes (produits, digitales...), la réalisation du Good Design Playbook (guide de bonnes pratiques de conception), etc.

En off : le Groupe a investi environ 20 000€ en plus des 81 720€ versés par la subvention au Groupe

Plus de 30 collaborateurs au sein du Groupe ainsi que des salariés d'APF France handicap et des

bénévoles ont participé au projet de manière collaborative dans différents services comme le Design, le Développement durable, le Marketing, la Recherche et le Digital. Pour le moment, cette démarche a été déployée sur le Campus SEB à Ecully et notre site de Rumilly.
Le Groupe a également mis à disposition des produits pour les tests et ses locaux pour les réunions de cocréation entre les différents partenaires.

Depuis 2020, le Groupe finance entièrement l'ensemble des projets liés au design inclusif. Il ne reçoit donc plus d'aides externes dans le cadre d'un appel à projet.

Pour pérenniser cette démarche, le Groupe a recruté une personne à temps plein en CDI en tant que « User experience lead designer » dans l'équipe Design. Elle a un rôle transversal et est en charge du design inclusif et de l'expérience utilisateur conçue dans nos produits et services.

Par ailleurs, une formation sera déployée dès fin 2020 auprès de nos collaborateurs en lien avec notre service RH. Les équipes marketing sont visées en priorité avec une première phase pilote en France qui sera étendue à l'international en 2021.

En complément, le Good Design Playbook papier sera distribué et une formation associée à la découverte/prise en main de ce support sera organisée.

En complément, le service informatique pour l'accessibilité digitale, les Bureaux d'études pour les produits, etc. seront systématiquement impliqués dans ce processus.

7/ Partenariats noués pour mettre en œuvre le projet :

Ce n'est qu'en s'appuyant sur les expertises de chacun que les livrables peuvent aujourd'hui être une analyse fine des problématiques ainsi que des solutions pertinentes.

Ainsi, ce projet a été développé dès le début dans une démarche de co-construction et a impliqué de nombreux acteurs externes au Groupe SEB dont notamment Handicap International et Apf France Handicap

- Handicap international : Handicap International vient en aide aux populations vulnérables, notamment les personnes handicapées, partout dans le monde où cela est nécessaire. L'association répond à leurs besoins essentiels et spécifiques, améliore leurs conditions de vie et les aide à s'insérer dans la société.

==> Test produit des maquettes réalisées par le Groupe de travail BiiS

==> Ateliers de sensibilisation des équipes Design via une simulation de handicap

- Apf France Handicap : Depuis plus de 80 ans APF France handicap se mobilise pour défendre les droits et accompagner les personnes en situation de handicap et leurs proches au quotidien

==> Participation à l'appel à projet du CNSA

==> Un coordinateur à mi-temps suit le dossier et sa mise en œuvre en binôme avec la designer dédiée au projet pour le Groupe SEB

Autres acteurs :

- Fédération Dyspraxique Mais Fantastique : La Fédération Dyspraxique Mais Fantastique se donne pour objectifs de rassembler, informer et aider toutes les familles touchées par la dyspraxie (ou trouble développemental de la coordination) et les troubles associés (dyslexie, dyscalculie, dysgraphie, dysorthographe, TDA/H)

==> Participation aux interviews et tests des produits

- OSL Œuvre Saint Leonard : foyer de personnes aux troubles psychiques

==> participation aux ateliers avec trois de leurs adhérents.

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 :

La démarche de design inclusif place l'utilisateur au cœur de la conception.

Les personnes en situation de handicap ont donc été intégrées à chaque phase de l'étude. Les expériences et difficultés liées aux différentes déficiences qui les concernent ont éclairé la conception et inspirent de potentielles

innovations.

Les personnes en situation de handicap qui ont participé à cette expérimentation ont formé un panel varié et inspirant avec des âges, des besoins, des envies et des modes de vie différents.

Le choix a été fait au début de l'étude de ne pas cibler spécifiquement un handicap pour éviter de démarrer l'étude avec des stéréotypes et préjugés.

Au fur et à mesure de l'observation et de la compréhension de ces handicaps, l'étude a distingué trois difficultés majoritairement partagées. Ces difficultés représentent surtout les besoins prioritaires ressentis en cuisine :

- ⇒ La manipulation (l'utilisation d'une seule main, les difficultés de dextérité, la fatigabilité face au poids...),
- ⇒ La vision (de la vision basse à la cécité totale),
- ⇒ La cognition (les difficultés de mémorisation ou de compréhension...).

Critère 3 - Impact et résultats

9/ Résultats quantitatifs et économiques de cette initiative

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

Réponse :

- Une gamme inclusive sortira courant 2021
- Diffusion progressive de ces standards de conception dans toutes les nouvelles gammes de produits

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 :

Interne :

- Grand engouement pour participer aux ateliers de co-crédation (plus de demandes que de places disponibles)
- Présentation faite devant le Comité Exécutif qui a amené à une intégration de ce projet à la stratégie du Groupe
- Conférence en amphithéâtre aux employés du siège en ... 2020 et en distanciel sur les autres sites. La salle était plus que pleine.
- Présentation du projet lors de la Semaine du Handicap de 2019, organisée chaque année en novembre. Les avancées du projet seront présentées lors des prochaines éditions.

Externe :

- Ne nombreuses retombées presse suite au CP du 22/09/2020
- Le Groupe SEB a été distingué à deux reprises en 2019 pour cette démarche collaborative sur le good design : il a reçu le prix RSE développement durable de Mines ParisTech & Cegos et le trophée LSA La conso s'engage.
- Le projet a aussi été reconnue comme une bonne pratique 2019 dans le cadre des International Design for All Foundation Awards 2020

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 :

- Ces nouveaux standards seront inscrits petit à petit dans les process de développement produit du Groupe
- Les nouvelles gammes intégreront au fur et à mesure ces nouveaux standards de conception

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 :

Notre ambition est de vendre des gammes inclusives telle que la gamme Includeo ci-dessous.



Cette gamme sera présentée aux clients d'ici fin 2020. Nous anticipons donc un succès commercial pour 2021.

Nous envisageons de lancer d'autres gammes inclusives sur les années 2021/2022

Critère 4 - Vision

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

Réponse :

- avoir un document de référence sur lequel s'appuyer afin de déployer cette démarche au sein du Groupe SEB et d'APF France handicap ;
- que toutes personnes et organisations (commerciales ou institutionnelles) puissent s'approprier le sujet et le pousser au sein de leur structure et en dehors.
- sortir des gammes qui respectent ces nouveaux standards de conception, tester le process et l'améliorer si besoin
- inscrire ces standards dans le process de développement produits du groupe

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

Réponse :

Nous avons l'ambition de répondre aux changements et besoins de demain. En nous préparant dès aujourd'hui, nous serons capables de proposer des solutions pertinentes pour une société qui évolue (ex. accroissement du vieillissement de la population/ 'Silver generation' ; etc.)

Le design inclusif doit faire partie des standards de notre organisation dans l'ensemble de nos processus internes, mais aussi tout au long du parcours d'expérience utilisateur-consommateur, à travers nos 'touchpoints' (produits et services, distribution, on-line, etc.)

Le design inclusif permet de répondre de façon directe à la mission du Groupe qui est de contribuer au mieux-vivre de nos consommateurs et d'adresser nos produits à tous.

Enfin, améliorer l'expérience et le bénéfice de nos produits et services c'est aussi contribuer à la crédibilité de nos marques.

Annexes (2 fichiers maximum)

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

Réponse :

- vidéo expliquant le projet : <https://www.youtube.com/watch?v=h-uOXq2CIQ0>
- version digitale du Good Design Playbook en annexe

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-consommationresponsable.com

Le dossier de candidature complété est à retourner par mail à : GPrixRSE-chaireGC@essec.edu

Date limite de remise des dossiers : 6 octobre 2020

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