



## 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](mailto: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 : Estelle VACONSIN – Responsable Développement Durable et Qualité

## INFORMATIONS SOCIÉTÉ

Dénomination sociale : Essity

Secteur d'activité : Grande Consommation

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

Adresse : Rue d'Arsonval – ZI Nord

Code postal : 86100

Ville : Châtellerault

Référent Essity pour les Prix ESSEC à contacter en priorité :

Estelle VACONSIN – [estelle.vaconsin@essity.com](mailto:estelle.vaconsin@essity.com) - +33 6 24 98 28 99

Personne en charge du dossier : M. Frédéric CROS

Fonction : Directeur d'usine

Tél. : 06 10 37 37 82

Service : Direction

E-mail : Frederic.Cros@ESSITY.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 type="checkbox"/>            |
| 5 | Ressources humaines   | <input checked="" 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** : Engagement solidaire et sociétal

**Nom de l'initiative** : Fabrication de masques grand publique

**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 : Mars 2020

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 :

En Mars, au plus fort de la crise de la Covid, alors que les masques textiles étaient indisponibles, les 155 salariés du site Essity de Châtelleraut se sont mobilisés pour adapter leurs outils de production et répondre à la demande dans ce domaine. Après avoir entièrement conçu et fait valider un prototype de masque par la Direction Générale de l'Armement (DGA), l'entreprise a fabriqué en interne et en collaboration avec la ville de Châtelleraut 100,000 masques pour aider à protéger les 2500 salariés Essity et leur famille mais aussi les collaborateurs et la population de la ville de Châtelleraut.

25,000 masques ont ainsi été fournis à la ville dont 5,000 sous forme de don.

Les collaborateurs ont de leur côté reçu une dotation de 6 masques pour leurs propres besoins et de 3 masques par membre de leur cercle familial immédiat.

## 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 :

Le site Essity de Châtelleraut est spécialisé dans la conception et la fabrication de bas de compression. Mi-mars, dès le démarrage de la pandémie de Covid-19, le département de recherche et développement a cherché à concevoir un masque barrière grand public lavable et réutilisable respectant la norme AFNOR SPEC-S76-001 alors que cette même norme était encore en cours de rédaction/publication. Les machines de tricotage à commande numérique du site ont été reprogrammées pour fabriquer ces masques. De nouvelles matières premières ont dû être sourcées. Enfin, de nouveaux procédés de fabrication ont été créés et de nouveaux opérateurs ont été formés à réaliser ces opérations.

C'est donc l'ensemble du site de Châtelleraut et ses collaborateurs qui se sont adaptés pour fournir des masques de protection en un temps record (environ un mois entre le démarrage du projet et le début de la fabrication).

## Critère 2- Mise en œuvre et communication

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

Réponse :

L'origine du projet tient au besoin exprimé par plusieurs salariés du site de se protéger par des masques en textile. La réponse a été apportée par leurs collègues ayant des connaissances en confection. Fort d'un premier résultat positif sur des masques barrière assemblés par confection, une industrialisation a été proposée à la Direction pour répondre de façon large au besoin de tous les collaborateurs d'Essity en France et assumer une responsabilité sociétale en protégeant une partie des habitants de la ville de Châtelleraut. Notre site étant spécialisé en bonneterie, nous avons décidé de tricoter nos propres masques plutôt que de les coudre à partir de tissu. Ce faisant, il fut alors possible de fabriquer ces articles en quantités industrielles.

Ce projet est né en quelques semaines seulement grâce à la collaboration des départements R&D, marketing, communication, réglementaire, achats, qualité et production.

### 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 :

En mars 2020, nous fabriquons des prototypes de masques et après homologation de notre produit par la Direction Générale de l'Armement (DGA), nous avons industrialisé la fabrication dès le mois d'avril. En mai, nous produisons déjà des masques et prenions des premiers contacts avec la mairie de Châtelleraut. Nous avons établi un partenariat avec la ville qui a permis de mettre à contribution certains des salariés communaux dans un projet collaboratif. Après avoir partagé notre savoir-faire en termes de couture, pour les seules quantités de masques destinées à la ville, nous avons partagé le travail de couture entre les salariés de l'usine et les agents communaux. Cette collaboration bénéfique a permis d'augmenter le nombre de masques disponibles pour la ville et d'en réduire le coût de production.

Au final, nous avons produit 100,000 masques : 25 000 ont été fournis pour les salariés et les habitants de la ville de Châtelleraut - dont 5,000 sous forme de don-, 75 000 ont été fournis à tous nos collègues d'Essity en France et à leur famille proche.

La production a été limitée à 100,000 masques pour tenir compte des risques liés à l'incertitude du moment alors que les protocoles gouvernementaux n'évoquaient pas encore la nécessité de porter un masque pour se protéger du virus. Nous avons géré le risque en multipliant les petits achats de matières pour éviter l'obsolescence du stock. Excepté le don, les masques ont été vendus à prix coûtant, y compris en interne. Le projet portant sur 100,000 masques s'est soldé par un impact économique nul pour le site.

### 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 :

Les équipes ont été tenues informées en permanence à la fois du niveau d'activité réduit du site au moment où nous avons lancé l'opération (baisse de la consommation des bas de compression essentiellement achetés en pharmacies), et des développements du projet. La mobilisation étant forte et les objectifs vertueux, nous avons facilement recruté des volontaires en interne pour apprendre à travailler sur de nouveaux procédés de fabrication. Le projet a été présenté en premier lieu au C.S.E. puis à tous les salariés lors de réunions dédiées. Outre la fabrication des masques, le projet a permis de préserver une activité pour les salariés dans un moment difficile et donc d'éviter le recours à une activité partielle.

Le succès de cette entreprise a ensuite été communiqué via des vidéos tant en France qu'au niveau du Groupe. Le

succès du projet a également été diffusé sur nos écrans de communication internes sur tous les sites d'Essity en France, sur le site Intranet de l'entreprise et avec la presse locale et régionale. Plusieurs Tweets et posts LinkedIn ont fait écho au projet ce qui a permis de développer la notoriété du site.

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

Réponse :

Nous nous sommes appuyés sur les relations existantes avec nos fournisseurs habituels. Notre fournisseur de machines a accepté de nous louer des équipements de couture supplémentaires. Notre fournisseur de bandes élastiques a accepté de fabriquer pour nous des élastiques dédiés à fabrication de masques, de même pour nos emballages. Enfin, pour le maintien du nez, nous avons sourcé les bandes métalliques nécessaires à intégrer au masque auprès d'une entreprise spécialisée, en France.

Comme mentionné précédemment, nous avons également créé un partenariat avec la ville de Châtellerauld pour partager les ressources et les coûts. Sur 25,000 masques fournis, nous en avons donné 5 000, en avons fabriqués nous-mêmes 10,000 et avons partagé notre savoir-faire pour produire en collaboration avec la ville 10 000 masques supplémentaires.

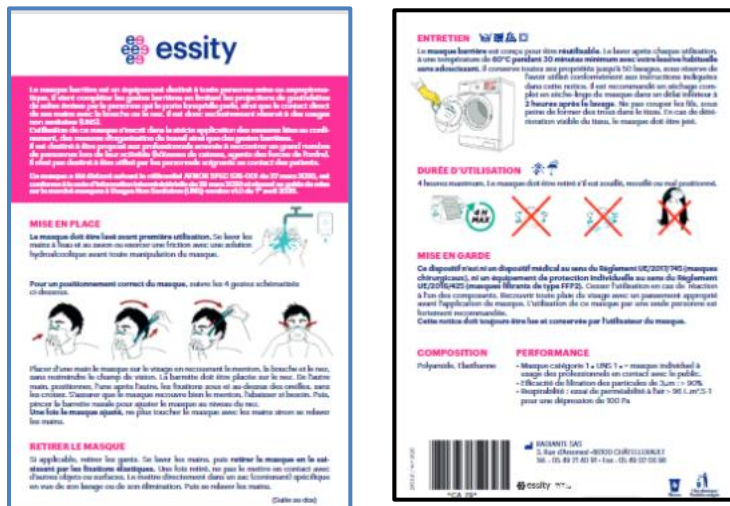
## 8/ Comment avez-vous impliqué vos clients et les parties prenantes liées au projet ?

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.

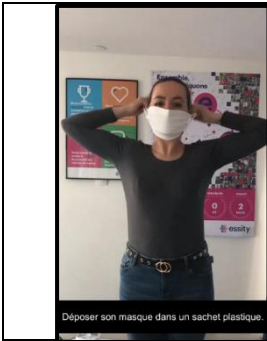
Réponse :

Bien sûr, nous avons conçu et édité un mode d'emploi disponible avec le produit. Nous avons également produit une vidéo pédagogique en interne pour expliquer comment utiliser et manipuler le produit tout en préservant ses caractéristiques sanitaires.

Mode d'emploi disponible avec le produit :



Vidéo pédagogique sur le nettoyage des mains et le port du masque (voir fichier séparé).



### Critère 3 - Impact et résultats

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

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

Réponse :

L'usine a fabriqué 100 000 masques entre avril/mai 2020 et les a donnés ou les a vendus à prix coûtant.

#### 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.

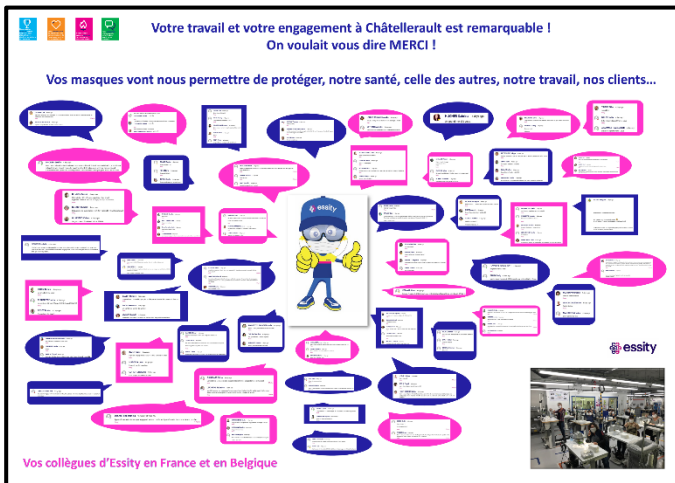
Réponse :

Les équipes de Châtellerault ont accueilli le projet très favorablement puisqu'il procurait une activité à un moment difficile traversé par le site au moment du premier pic d'épidémie. Qui plus est, l'ensemble du personnel Essity a été sensible à la fabrication d'un produit destiné à les protéger et à protéger leurs proches. Les masques ont été réceptionnés par les salariés à domicile, ce qui a impliqué une importante logistique.

Dans le groupe, les retours ont été très positifs. Nous avons reçu un grand nombre de feedbacks positifs concernant notre projet. Ces feedbacks regroupés, ont été affichés sous forme de poster dans nos ateliers.

La presse locale s'est également fait écho de notre projet et l'a présenté au journal bimensuel de la ville.

#### Poster de feedbacks



Solutions monde, business unit à laquelle est rattaché le site Châtellerault au sein d'Essity (voir vidéo – fichier séparé).

#### Presse locale



Feedback positif de la Présidente de l'activité Health & Medical de



Face à l'énorme besoin en masques, l'unité de production châtelleraudaise du groupe Essity a lancé un modèle en textile. Tout un pan de l'outil industriel est mis à contribution pour rendre service à la population en confectionnant ces protections.

#### 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 :

Les processus de fabrication ont été adaptés. Le changement le plus évident concerne le port du masque. S'agissant de fabrication de masques barrière, les mesures d'hygiène ont été renforcées avec le port du masque obligatoire pour tous les salariés affectés à cette production et l'utilisation d'une salle dédiée à l'emballage des produits aseptisés.

A la suite du projet, le port du masque sur le site de Châtelleraut est resté dans les mœurs et fait désormais partie de notre pratique quotidienne. Il est utilisé par tous les salariés Essity, tant en interne de l'entreprise qu'en clientèle.

#### 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 :

L'intérêt du projet réside dans l'apport sociétal et dans la volonté d'aider notre communauté et nos collègues Essity ainsi que leurs familles. Ce projet a été organisé pour ne générer ni profit, ni perte. Les produits ont été vendus à prix coûtant.

Une collaboration avec la ville de Châtelleraut a également été mise en œuvre pour maximiser le nombre de masques cousus tout en réduisant les coûts pour la ville.

Il a en revanche été profitable en termes de motivation et de reconnaissance à la fois parmi notre personnel et dans notre communauté.

### Critère 4 - Vision

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

Réponse :

L'objectif à court terme a été de répondre à une demande pressante de nos collaborateurs et de protéger notre communauté. Au moment du projet, les masques n'étaient pas disponibles. Les initiatives locales étaient très limitées. Les échanges avec le personnel de la mairie faisaient mention de projet de plusieurs centaines de masques tout au plus.

Notre vision a consisté à utiliser des outils industriels pour la fabrication des masques à grande échelle afin d'en faire profiter le plus grand nombre et ainsi contribuer à protéger la population.

Le développement et l'industrialisation ayant été réalisés avec succès, nous savons désormais qu'en cas de besoin impérieux, nous aurons la possibilité de répondre très rapidement à la demande au cas où une situation similaire se présenterait à nouveau.

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

Réponse :

La vision d'Essity est de « contribuer à améliorer le bien-être à travers des solutions essentielles d'hygiène et de santé ». Et notre mission consiste à concevoir et produire des produits d'hygiène et de santé essentiels du quotidien. Notre projet s'est totalement inscrit totalement dans la vision et la mission d'Essity. Il a, par ailleurs, respecté chacune des 4 valeurs de l'entreprise :

**Care** : Le projet nous a permis de prendre soin de nos salariés et de leur famille autant que de notre communauté.

**Commitment** : Nous nous sommes engagés et avons réussi à développer et produire 100 000 masques dans un délai très court.

**Collaboration** : Nous avons fait travailler une équipe multinationale, en local comme dans le Groupe pour mettre au point notre produit (développement, sourcing, marketing, réglementaire...) Nous avons également collaboré avec la ville de Châtelleraut pour partager notre savoir-faire.

**Courage** : Les équipes ont eu le courage de se lancer dans un nouveau domaine, inconnu jusqu'alors. Les opérateurs de production ont relevé le défi de travailler sur de nouvelles activités.

### **Annexes (2 fichiers maximum)**

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

Réponse :

A partir de l'expérience de Châtelleraut, le Groupe Essity a décidé d'investir dans plusieurs équipements pour permettre la fabrication de masques dans plusieurs usines, en particulier dans des pays particulièrement touchés par la pandémie : Mexique, Etats-Unis.

### **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](http://www.grandprix-consommationresponsable.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 : 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](mailto:GPrixRSE-chaireGC@essec.edu)