



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 : X

Votre nom, prénom et fonction : BONNECARRERE Constance – Chargée de projets marketing et communication

INFORMATIONS SOCIÉTÉ

Dénomination sociale : GENDREAU SAS

Secteur d'activité : Industrie agroalimentaire - Conserverie

Votre code NAF (merci de vérifier votre éligibilité au Grand Prix): 1020 Z

Adresse : 84 route des Sables

Code postal : 85800 Ville : SAINT GILLES CROIX DE VIE

Personne en charge du dossier : Constance Bonnacarrère

Fonction : Chargée de projets marketing et communication
Tél. : 02 51 55 49 88 E-mail : cdpmarketing@gendreau.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
- 2 Offre de produits et services développement durable
- 3 Projet collaboratif de la distribution et de ses partenaires
- 4 Services et informations au bénéfice du consommateur
- 5 Ressources humaines
- 6 Engagement solidaire et sociétal
- 7 Mention spéciale des étudiants
- 8 Grand prix RSE–dossier complémentaire [à télécharger sur le site](#)

Écrire en toute lettre la catégorie concernée par ce dossier : Engagement solidaire et sociétal

Nom de l'initiative : Gamme engagée du Trésor des Dieux

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 : 2013

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 : De la collaboration centenaire avec les pêcheurs de Saint Gilles Croix de Vie est née cette envie d'exprimer la fierté de proposer un produit de qualité et de préserver l'emploi local. Depuis 2014, la boîte *FIERS DE NOS SARDINES* met en avant la filière pêche de Saint Gilles Croix de Vie et le savoir-faire traditionnel de la conserverie Gendreau. De surcroît elle permet aux consommateurs de mettre un visage sur les personnes qui participent à la qualité des sardines et de faire un achat responsable grâce aux 15 centimes par boîte vendue reversés à la S.N.S.M. Société Nationale de Sauvetage en Mer. En 2018, la gamme engagée s'agrandit avec la volonté pour les sardinières de la conserverie de soutenir une association venant en aide aux personnes en situation précaire. C'est chose faite avec la boîte *NOS SARDINIÈRES ONT DU CŒUR*, qui permet de reverser 15 centimes par boîte vendue au Secours Populaire Français.

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 :

Avec la création de cette gamme, c'est la première fois que l'entreprise reverse une partie des bénéfices générés par la vente d'un produit. Elle implique toute une filière, des pêcheurs aux consommateurs en passant par les salariés de l'entreprise et les sauveteurs de la S.N.S.M. Dans l'univers des conserves de poissons, il s'agit des deux seules références dites "produits solidaires": une vraie différenciation par rapport à la concurrence et une offre répondant aux attentes des consommateurs demandeurs d'entreprises et de produits plus éthiques.

Fiers de nos sardines est un soutien principalement financier : don annuel. Avec *Nos Sardinières ont du cœur*, le partenariat va plus loin : du don financier mais pas que. Il comprend deux autres volets de mécénat : du don de produits (plats cuisinés, conserves de poissons) et du don de compétence (libération des salariés volontaires sur leur temps de travail pour participer aux temps forts de l'antenne régionale du Secours Populaire Français).

Critère 2- *Mise en œuvre et communication*

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

Réponse :

Cette gamme est née d'une volonté de l'entreprise de mettre en place un produit mettant en avant les pêcheurs et soutenant une association.

Après une assemblée générale entre la conserverie et les pêcheurs, le projet est validé et un consensus est trouvé pour le partenariat : création d'une boîte de sardines en soutien à la S.N.S.M., précisément aux stations locales de Saint Gilles Croix de Vie et des Sables d'Olonne >> 0.15€ reversés par boîte vendue.

Le pilotage du projet est alors assuré par la direction et l'équipe marketing. Néanmoins la mise en œuvre aura nécessité l'implication de nombreux acteurs : les pêcheurs qui ont accepté d'afficher leurs visages sur les boîtes, les sauveteurs de la S.N.S.M pour la mise en place du partenariat, les sardinières pour la fabrication d'un produit de haute qualité, les salariés et l'équipe commerciale pour relayer l'opération, etc.

Le projet *Nos sardinières ont du cœur* a émané directement des salariées de l'entreprise : « *Il y avait les boîtes avec le port, les phares, puis les marins et Fiers de nos sardines. Tout en rapport avec la mer, sauf les femmes qui mettent les sardines en boîte ! Et puis nous voulions soutenir une cause. Alors l'idée de transformer cela en projet solidaire a vite fait surface dans les discussions en réunions de comité d'entreprise. Nous tenions à ce que l'association choisie agisse en France. Alors lorsqu'on nous a parlé du Secours Populaire Français, tout le monde a adhéré.* » *Virginie Barreau – Ancienne membre du CSE.*

Le pilotage de projet est à nouveau suivi par l'équipe marketing en collaboration étroite avec les équipes du Secours Populaire pour la concrétisation du partenariat et une commission de pilotage dédiée (= salariés de l'entreprise) pour la réalisation de la photo illustrant le produit et pour la mise en place des actions bénévoles pour l'association (Noël à la mer, collecte de produits alimentaires, etc.)

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 :

2013: Projet PLUS VALUE* / création du partenariat avec les pêcheurs et la S.N.S.M. pour lancement du produit partage *Fiers de nos sardines* / naissance de la gamme engagée

Septembre 2013: 1ère production *Fiers de nos sardines*

13 décembre 2013: soirée de lancement du partenariat en présence des pêcheurs, des stations S.N.S.M. locales, des salariés, des élus, des membres de la confrérie de la sardines, de la presse.

Janvier 2014: lancement commercial du produit *Fiers de nos sardines*

Octobre 2014: grande Chasse au Trésor organisée par la conserverie dans tout Saint Gilles Croix de Vie et première remise de chèque à la SNSM - 15 000€ (puis remise annuelle depuis 2015)

2017: genèse d'un nouveau produit partage *Nos Sardinières ont du cœur*, création du partenariat avec le Secours Populaire Français et mise en place d'une commission de pilotage composée de salariés de la conserverie.

Octobre 2018: 1ère production *Nos Sardinières ont du cœur* (50 000 boîtes), rencontre et présentation avec le Secours Populaire Vendée.

Décembre 2018: « Un Noël à la mer » aux Sables d'Olonne : repas et animations pour les personnes seules ou dans le besoin, avec le soutien des salariés volontaires de la conserverie.

Mars 2019: 1ère remise de chèque au Secours Populaire Vendée lors de la réunion annuelle de l'entreprise – 5 000€

*voir réponse à la question 11 pour plus d'informations

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 :

En interne, l'information est d'abord relayée par le journal d'entreprise, diffusé à l'ensemble des salariés de la société et aussi du groupe (+parties prenantes en externe).

En 2014, lors de la grande chasse au trésor pour la première remise de chèque à la S.N.S.M., les collaborateurs ont été invités à participer bénévolement à l'organisation de l'évènement (accueil des visiteurs, guides pour les visites, stands, etc.). De plus, chaque année, les salariés sont conviés à la remise de chèque qui a généralement lieu lors d'un évènement local « Le Printemps de la Sardine ».

En 2019, dans le cadre du partenariat avec le Secours Populaire, une commission de pilotage composée de salariés de la conserverie se met en place. Son rôle est multiple :

- Proposer, décider et valider les actions menées lors de réunions organisées avec les membres du Secours Populaire.
- Participer à l'organisation des temps forts de l'antenne régionale du SPF (ex : collecte de produits)
- Être un relais et communiquer les informations concernant le partenariat auprès des salariés.

De plus, les membres du Secours Populaire étaient invités à participer à notre réunion annuelle en mars dernier pour témoigner de leurs actions et du partenariat avec la conserverie.

7/ Partenariats noués pour mettre en œuvre le projet :

Réponse :

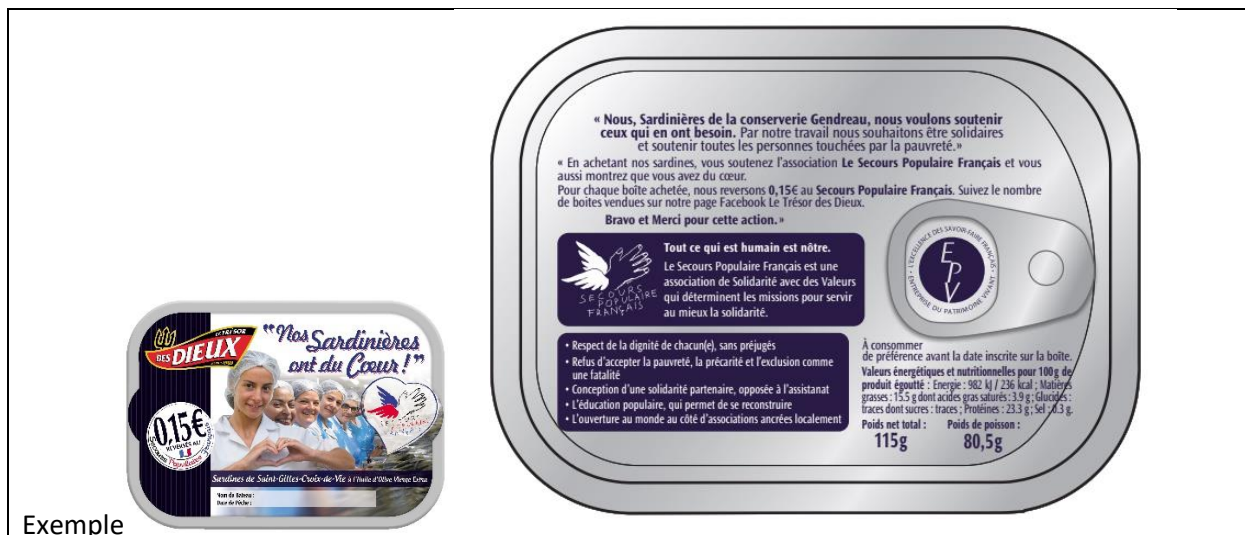
- Un partenariat avec les sauveteurs en mer S.N.S.M. – Stations locales Saint Gilles Croix de Vie et Sables d'Olonne
- Un partenariat avec le Secours Populaire Français – Antenne régionale Pays de la Loire

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 :

- Argumentaire produit et discours directement sur le packaging
- Dossiers spéciaux dans le journal d'entreprise
- Communiqués de presse
- Flash actu pour la force de vente
- Inclusion dans notre book marque
- Candidatures à des concours d'innovation
- Relais sur les réseaux sociaux
- Mise en avant lors d'évènements locaux et de salons nationaux/internationaux



Critère 3 - Impact et résultats

9/ Résultats quantitatifs et économiques de cette initiative

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

Réponse :

- Nombre de boîtes vendues :
Fiers de nos sardines, entre 2014 et 2019 : environ 833 000 boîtes
Nos sardinières ont du cœur, 2019 : environ 33 000 boîtes
Prévisions pour 2020 :
Fiers de nos sardines : 100 000 boîtes
Nos sardinières ont du cœur : 60 000 boîtes
- Dons financiers :
Fiers de nos sardines, entre 2014 et 2019 : près de 125 000€
Nos sardinières ont du cœur, en 2019 : 5 000€
- Dons produits
Secours Populaire Français – Pays de la Loire, 2019 : 5720 UVC

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 :

Nicolas Rivallin, membre de l'équipage du Harissa-Galérien, pêcheur à Saint Gilles Croix de Vie, visage de la boîte Fiers de nos sardines – Octobre 2014 :

« Nous sommes très fiers du partenariat avec la société Gendreau pour les boîtes Fiers de nos sardines. Cette action permet de récolter des fonds pour les bénévoles de la S.N.S.M. et cela nous tient beaucoup à cœur. Nous les marins, nous souhaitons garder cet esprit d'équipe et d'entraide avec la conserverie Gendreau et participer à de nouveaux projets valorisant encore un peu plus la pêche. On compte beaucoup sur la sardine pour maintenir l'action du port de Saint Gilles Croix de Vie et pour notre avenir. »

Joël Congal et Michel Fillon, Présidents des S.N.S.M. des Sables d'Olonne et de Saint Gilles Croix de Vie :

« Nous sommes ravis de l'initiative de la conserverie Gendreau. Les dons remis sont un vrai coup de pouce pour notre organisation dont la santé financière ne dépend que des dons... Les structures qui nous proposent un tel partenariat restent extrêmement rares. »

Marie-France, Marie-Noëlle et Sonia, membres de la commission Nos sardinières ont du cœur – Décembre 2018 :

« Les salariés sont là aussi pour soutenir les engagements de la société. Il faut que tout le monde se mobilise. Cela ne soit pas rester dans les seules mains de la direction. Cela faisait un moment que nous souhaitions adhérer à une association. Parce qu'on aime rendre service ! Alors quand on a présenté le projet, on a saisi l'occasion ! Parce que seules on n'osait pas, spontanément on ne se serait pas présentés au Secours Populaire. Nous ne sommes pas riches mais nous pouvons donner autrement, avec ce qu'on a, déjà rien qu'avec notre sourire ! »

Claude Levoyer – Président régional du Secours Populaire – Pays de la Loire – Mars 2020 :

« Je suis heureux d'avoir partagé les actions et les valeurs du Secours populaire français avec l'ensemble des salariés de l'entreprise et remercie Monsieur Gendreau pour les paroles chaleureuses prononcées. Notre association se reconnaît pleinement dans le partenariat et ne manquera pas de participer au renforcement des échanges pour que nous puissions continuer à faire vivre à l'extérieur comme dans l'entreprise nos valeurs d'humanisme. Le Comité Départemental de la Fédération de Vendée réuni samedi dernier à Saint Hilaire de Riez a tenu à vous remercier pour l'aide financière et matérielle apportée tout au long de l'année pour mieux aider les personnes accueillies dans nos permanences. »

Nos sardinières ont du cœur : produit sélectionné dans le cadre du salon international MADE pour un trophée de l'innovation dans la catégorie Storytelling & Stratégie de marque >>

<https://youtu.be/qNIDHqhtOY8>

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 création de cette gamme solidaire s'inscrit dans le prolongement du projet PLUS VALUE de la société Gendreau dont l'objectif est la valorisation de toutes les richesses de l'entreprise et qui mobilise toutes les équipes autour d'un projet global. L'idée : implication des salariés, transparence sur le savoir-faire et les réussites de l'entreprise, donner à voir sur notre activité, éduquer autour de notre métier et valoriser les salariés. Au-delà de la gamme solidaire, c'est aussi la création du journal d'entreprise, l'instauration des visites d'entreprises, la grande chasse au trésor, etc. Un projet qui a notablement changé les mentalités dans l'entreprise mais aussi le regard extérieur porté sur notre activité.

Tout ceci nourrit et renforce considérablement notre politique de responsabilité sociétale. Il s'agit d'actions concrètes qui permettent de matérialiser le concept de « RSE » auprès de nos collaborateurs et autres parties prenantes, d'éduquer sur le fait qu'il ne s'agit pas que d'environnement mais aussi de la façon dont nous pouvons « faire du bien » à la société.

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 : Ces produits n'ont pas été pensés pour l'intérêt économique qu'ils pourraient générer pour l'entreprise. Ils devaient avant tout répondre à une volonté plus large de mettre en avant le savoir-faire autour de la sardine et de notre métier, tout en soutenant une cause. L'intérêt économique s'adresse surtout aux associations partenaires qui bénéficient directement du succès des deux produits auprès des consommateurs.

Néanmoins on peut noter que ces projets contribuent à soutenir et à faire la promotion d'un faire savoir-faire traditionnel et centenaire. Nous contribuons ainsi à promouvoir et à faire connaître le label EPV Entreprise du Patrimoine Vivant (la conserverie est labellisée depuis 2016). De plus, ils participent à mettre en avant toute la filière de pêche locale contribuant ainsi à la visibilité de notre territoire et à son développement économique.

Critère 4 - Vision

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

Réponse :
Prochaines remises de dons (prévisions 2020 : Fiers de nos sardines 15 000€ / Nos sardinières ont du cœur 9 000€)
Faire vivre et développer la gamme solidaire actuelle en magasins
Faire vivre les partenariats par l'organisation d'évènements/d'actions impliquant les salariés
Envisager d'agrandir la gamme si un autre besoin venait à naître (émanation par les salariés, sollicitation par une association, identification d'un partenariat intéressant et utile, etc.)

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

Réponse :
Comme dit précédemment, cette initiative s'inscrit depuis 2013 dans le cadre du projet PLUS VALUE de l'entreprise et désormais dans notre engagement vers une démarche de RSE structurée et labellisée (PME+ - 2019). Elle fait partie intégrante du pilier sociétal, sur « l'empreinte territoire », c'est-à-dire comment l'entreprise s'investit dans la société avec ses parties prenantes : « [...] avec des engagements forts en matière de partenariats et d'aide aux plus démunis, ainsi que par la promotion des enjeux RSE auprès de nos parties prenantes. A travers ces partenariats [...] nous jouons un rôle essentiel en faveur du développement économique du territoire sur lequel nous opérons » Philippe Gendreau – PDG.

Annexes (2 fichiers maximum)

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

Réponse :
En pièce jointe, notre rapport de responsabilité sociétale 2019 ainsi qu'un PDF regroupant une coupure presse, une présentation illustrée de la gamme solidaire et un exemple de notre journal d'entreprise reprenant un dossier spécial sur Nos Sardinières ont du cœur.

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.grandprixconsommationresponsable.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