



## 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 : xx

Votre nom, prénom et fonction : Daniel Chassagnon – Directeur Général.

## INFORMATIONS SOCIÉTÉ

Dénomination sociale : SWANIA

Secteur d'activité : Commerce de gros

Votre code NAF (merci de vérifier votre éligibilité au Grand Prix): 8299Z

Adresse : 22 rue d'Arras Bat A1

Code postal : 92000

Ville : Nanterre.

Personne en charge du dossier : Daniel Chassagnon

Fonction : Directeur Général

Tél. : 06 20 67 30 52

Service DG

E-mail : [dchassagnon@swania.fr](mailto:dchassagnon@swania.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   | <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 Mention spéciale des étudiants  | <input checked="" 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** : Services et informations au bénéfice du consommateur

Nom de l'initiative : YOU VOUS DIT TOUT

**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** : Lancement Juillet 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.*

La Revolution blockchain en produit d'entretien : Alors que 70% consommateurs s'interrogent sur la dangerosité des produits d'entretien (Etude Afise) et qu'il y a une crise de confiance vis-à-vis des marques de produit de grande consommation, YOU est le premier a initié une approche transversale sur ses lessives et produit vaisselle pour regagner la confiance des consommateurs. YOU s'engage à une transparence totale non seulement sur la composition issue du végétal de ses formules et sur la traçabilité de production, mais surtout sur la presence ou non de 40 substances potentiellement à risque pour le consommateurs...et ce à portée de smartphone ! Chaque lot est analysé par un laboratoire indépendant et les resultats sont mis à disposition du consommateur par QRcode et numero de lot via une application blockchainée infalsifiable. YOU est ainsi le seul à aller plus loin que Yuka et autres labels en s'engageant sur la composition réelle de chaque flacon et non pas sur la base d'une liste d'ingrédient théorique.

## PRÉSENTATION DÉTAILLÉE DEL'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 ?

1ere gamme de produit ménager en France (et même peut etre au monde 😊...) à offrir une transparence réelle (et non pas théorique) sur chaque flacon en terme de composition, traçabilité et surtout de présence ou non de 40 substances potentiellement à risque pour le consommateur (allergènes, pesticides, COV, Perturbateur endocrinien, métaux lourds). Afin d'éviter d'être juge et partie et pour garantir l'indépendance des resultats, You a choisi la technologie cryptée blockchain infalsifiable. Ainsi les tests sont effectués par des laboratoires independants et saisis dans une application blockchain afin d'être à disposition du consommateur par QRcode et numero de lot. Apres avoir privilégié une formule d'actifs 100% vegetal et sans pictogramme de danger YOU va plus loin en terme de respect de la santé du consommateur. Et cette transparence est aujourd'hui unique sur le marché des produits menagers qui est de plus en plus challengé pour la composition de ses produits et leurs dangerosités.

### Critère 2- Mise en œuvre et communication

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

Initiative initiée par la Direction Générale de Swania

Mise en œuvre collaborative leadée par le marketing avec une équipe projet multi compétence regroupant à la fois en interne Swania le marketing (voice of the consumer), le sourcing pour piloter les partenaires industriels et l'impact de ce projet sur la production, la R&D afin d'identifier les substances à risques et le process de test et en externe une agence spécialisée dans le BIO + un expert de la blockchain pour le développement de l'application (Liberté Living Lab - LLL)

## 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) ?

Date clés : Q2 2019 : Etudes consommateurs et brief projet – constitution équipe projet Q3 2019: identification substance à risque – benchmark marché & cahier des charges application Q4 2019 : développement application pilote (POC) et impact process production industriel Q1 2020 : développement application et packaging Q2 2020 : production pack et développement communication Juillet 2020 : Mise en linéaire 1<sup>er</sup> lot blockchainé et déclinaison à une offre special magasin Bio (C'est Clair) Sept 2020 : lancement communication « You vous dit tout » et lancement gamme C'est Clair à Natexpo

Ampleur : Interne Swania (DG+mkg+Sourcing+R&D+finance+sales soit 8 personnes soit 1/3 du siège à Nanterre) + Agence Good spécialisé en réseau Bio (3 personnes) + LLL / développeur blockchain (3 pers)

Investissement : Application blockchain + test 40 substances pour chaque lot + impact qualité sur partenaires industriels et leurs fournisseurs (fournisseurs de 2<sup>nd</sup> rang pour Swania)

## 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 ?

Le projet est au cœur de la vision et des valeurs de Swania et a naturellement mobilisé les collaborateurs..

Swania est engagé dans une approche RSE depuis le début ; cette démarche a été reconnue via le label PME+ de la FEEF/Ecocert. Du coup chaque Swanien est particulièrement sensible et engagé dans tous les projets qui visent à mieux prendre soin de notre environnement et de nos consommateurs. Et comme par ailleurs en terme de valeur d'entreprise Swania prône l'innovation et les approches disruptives du marché, c'est assez naturellement que l'ensemble de de la société a adhéré au programme YOU vous dit tout pour offrir plus de transparence au consommateurs au travers d'une technologie résolument innovante (la blockchain)

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

Partenariat avec l'agence Good pour le pilotage du développement de l'application en collaboration avec LLL.

Partenariat avec la société VandePutte et son usine ecoconçue de Boulogne sur Mer qui produit les liquides vaisselle YOU et avec la société Incasa qui produit les lessives. Pour les pistolets ménagers notre partenaire historique (Salveco) n'a pas voulu partagé toute la transparence nécessaire au projet. Par conséquent nous avons du démarrer avec un nouveau partenaire industriel (Hydrachim – Rennes) et les produits seront blockchainés des début 2021.

## 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.

⇒ Communication auprès des consommateurs :  
Réseaux sociaux (Post Facebook et Instagram)



Campagne influenceurs (septembre) générant 900 000 contacts

Campagne affichage en centre commerciaux – format DOOH (860 écrans début octobre)



Opération RP en cours (dossier presse en annexe)

⇒ Operation In store en partenariat avec les clients :

Promotion YOU vous dit tout (ci-dessous exemple Intermarché )



Stop rayon :



### Critère 3 - Impact et résultats

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

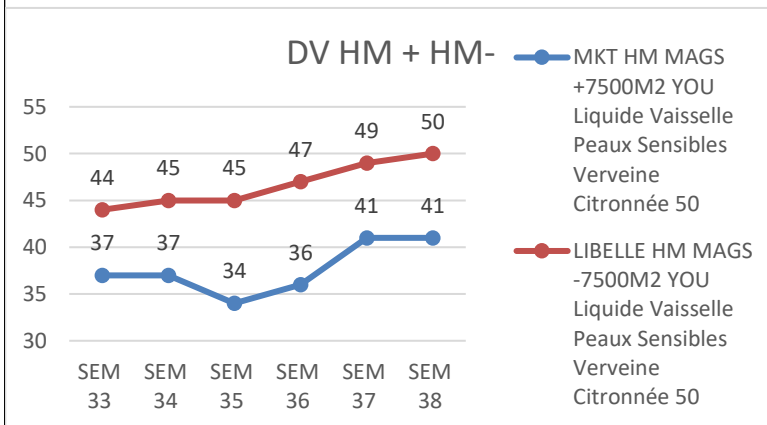
- Indicateurs clés
- Évolution et chiffres bruts (départ/ à date/ évolution).

6 Kpi's :

\*Note moyenne test YOU : 100/100 à date sur 15 lots testés (soit 222 000 flacons produites) – benchmark marché lessive: 87/100

\*Engagement des consommateurs pour YOU sur les réseaux sociaux : 9800 abonnés Instagram (+14% vs avant lancement Blockchain) et 28600 fans facebook (+10%) -> Presence de YOU sur les réseaux sociaux maintenant égal à Arbre Vert le leader du marché (800 abonnés instagram et 35000 fans sur facebook) et > Rainett (30 800 fans Facebook / Pas de présence sur insta)

\*Gain de référencement YOU en Hyper (+12% depuis lancement – graphe ci-dessous Nielsen) / Plus à venir lors des negociations annuelles – Par ex à date feedback tres positif de Monoprix qui avait arreté la gamme



\*Progression de vente par point de vente : +9% (Nielsen – VMH liquide Vaisselle citron moyenne Hyper + Sem 35-38 : 3,7 vs 3,4 avant lancement / A noter programme communication pas encore « à plein »)

\*Mesure de notoriété / image sera faite en janvier sur YOU (tracking annuel – A comparer avec la Notoriété YOU mesurée en Janv 2020 : 20% - Source YouGov)

\*Chiffre d’Affaire en 2021 en magasin Bio avec « C’est Clair » (tbd)

**10/ Comment cette initiative a-t-elle été perçue en interne et/ou en externe (clients, fournisseurs, consommateurs, partenaires etc.) ?**  
de l'initiative, reconnaissances obtenues.

Projet majeur pour Swania en 2020 qui a été unanimement reconnue en interne et auprès de nos partenaires industriels et financiers), et en externe lors de notre audit Ecocert / RSE, par la presse professionnelle (LSA...) ou par la communauté linkedin plus large (cf mail et post ci-dessous)

Et comme la « transparence » est une composante clé de ce projet, nous serions très fiers et heureux d'être reconnus par le Grand Prix Essec de l'industrie de la consommation responsable 2021... 😊

→ Feedback industriel

De : Charles Vanoverschelde <[C.Vanoverschelde@vandeputte.com](mailto:C.Vanoverschelde@vandeputte.com)>

Envoyé : jeudi 11 juin 2020 09:27

À : Clara Bellaïfiore <[cbellaifiore@swania.fr](mailto:cbellaifiore@swania.fr)>

Cc : Elise GIRAUDEAU <[egiraudeau@swania.fr](mailto:egiraudeau@swania.fr)>

Objet : RE: Projet Ghost

Bonjour Clara,

La production des VSL YOU était déjà terminée mardi lorsque Julien VDP était sur place.

Notre nouveau responsable de site, Julien GALON, fera donc la vidéo lors de la prochaine production des VSL YOU. (=> box X24 prévu début juillet)  
Par contre la présentation du projet Ghost a rencontré un vif succès et toute l'équipe de Boulogne est prête à vous soutenir ! ☺

J'espère recevoir très vite les photos et questionnaires complétés pour Audrey et Emmanuelle nos deux responsables CQ.

Bien cordialement,

Charles



→ Feedback client (Frederic Lecoq – Directeur achat PGC Systeme U)

De : Frederic LECOQ <[frederic.lecoq@systeme-u.fr](mailto:frederic.lecoq@systeme-u.fr)>

Envoyé : lundi 8 juin 2020 18:15

À : Richard LEROSEY <[rlerosey@swania.fr](mailto:rlerosey@swania.fr)>

Objet : Re: La nature n'a rien à cacher dans LSA

Richard

C'est vraiment top c'est la ou on attend une marque !!!!

Bonne soirée

Relais presse professionnel (LSA) : <https://www.lsa-conso.fr/les-produits-d-entretien-you-joue-la-transparence-grace-a-la-blockchain.354873>

**Les produits d'entretien You jouent la transparence grâce à la blockchain**

You utilise la blockchain afin que les consommateurs puissent accéder aux analyses de ses produits faites par un laboratoire indépendant. Ils sauront ainsi ce que contient (ou pas) le liquide vaisselle et la lessive qu'ils ont achetés.



→ Feedback linkedin lancement C'est Clair avec plus de 8000 views et 175 likes

**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 ?

Impact indéniable en interne et auprès de nos partenaires industriels

Et on espère que ce projet fera avancer la transparence « réelle » en Grande Conso (vs des labels théoriques basés sur des liste d'ingrédients) : notre toute nouvelle filiale GSS (Sanivert) qui commercialise C'est Clair est d'ailleurs une société à mission avec comme objectif de développer une détergence plus transparente. En attendant que tout Swania bascule en société à mission.

**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)**

Il est difficile de quantifier la rentabilité de ce projet. En terme économique sur le P&L de YOU et C'est Clair seul, ce projet devrait avoir un pay back en 3 ans. Mais l'apport en terme d'image et de création de valeur RSE pour Swania est très fort et ce dès 2021: l'amélioration de nos process aura un effet positif sur nos prix de revient. Et ce projet renforce l'attractivité et l'unicité de Swania auprès de nos clients et le sens, l'engagement recherché par tous les Swaniens d'aujourd'hui et demain.



## Critère 4 - Vision

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

Outre les KPI's déjà partagés en point 9, il est prévu à terme de passer toute la gamme YOU en production blockchainée ainsi que de capitaliser sur cette nouvelle technologie pour l'étendre à d'autres réseaux où les promesses santé sont pertinentes (Bio, pharmacie...)

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

Le projet est au cœur de la vision et des valeurs de Swania et a fait fortement évoluer Swania vers plus de transparence et d'innocuité. La vision de Swania est de faire d'une détergence saine et respectueux de l'environnement et de la santé des utilisateurs le standard de demain.  
En cela You vous dit tout est à la pointe et à déjà donner lieu au lancement d'une offre blockchainée sous la marque C'est Clair en réseau BIO. Et il est d'ors et déjà prévu en 2021 d'aller plus loin dans les substances analysées pour les produit spécialement positionnés pour les Bébés.

## Annexes (2 fichiers maximum)

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

Pour tester le programme vous pouvez acheter une lessive ou un liquide vaisselle YOU et scannez le QRcode. Sinon vous pouvez toujours utiliser ce lien <https://www.youvousdittout.fr/viewProduct/05>, qui lancera l'application et il vous suffira de rentrer le numero de lot suivant : 6059292-006082  
En annexe vous trouverez 2 fichiers pour donner plus de détail sur notre politique RSE et sur l'explication du programme et la presentation de You vous dit tout.  
Enfin je rajouterai un petit clin d'œil : en fait ce projet est donc l'aboutissement de la vision / mission de Swania...mission qui a été écrite suite à la synthèse des cas de la Chaire Produit Grande Conso de L'Essec promo 2017. A l'époque Swania n'était pas aussi cohérent et fort sur l'écologie, la santé et l'environnement et l'ensemble des groupes avaient recommandé de se focaliser sur l'écologie. Bravo et merci à la Chaire de nous avoir fait relever la tête du guidon pour avoir aujourd'hui une stratégie claire et focus qui nous a permis de faire cette innovation de rupture au cœur des tendances d'aujourd'hui.

## 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)