



Candidature au Grand Prix ESSEC du Commerce Responsable

Edition 2026.

Offre de produits et services développement durable.

Enseigne : Carrefour • Secteur d'activité : GMS • NAF : 70.10Z

Adresse : 93 Avenue de Paris - 91300 Massy

Dossier déposé par l'entreprise **Carrefour** via Thomas BOU (Responsable RSE).

thomas_bou@carrefour.com - Tél. : 0631707367

Date de création initiale du dossier : 10 octobre 2025.

Initiative : La Bonne Idée

Date de l'initiative : Janvier 2025

Pitch

Avec la Bonne Idée l'objectif est de proposer aux clients d'aujourd'hui ce qu'il consommeront demain.

Des cosmétiques consignés, des produits d'hygiène à diluer soi-même, des éponges lavables, des sodas sans sucre, du saumon végétal, des couverts qui se mangent, des lessives naturelles ou encore des bonbons sans sucre sont autant de nouveautés proposées avec La Bonne Idée.

Pour commencer, ce sont 27 jeunes marques, sélectionnées à travers notre accélérateur restart.carrefour.com, pour leur innovation en matière de durabilité.

La Bonne Idée est leur tremplin pour booster leurs ventes vers un déploiement national.

Critère 1 - Caractère innovant

La transparence clients, le cheval de bataille de l'initiative.

Chaque produit en rayon est accompagné d'une signalétique qui met en avant le combat de la start-up, qu'il s'agisse de climat, de biodiversité, de nutrition ou d'inclusion.

Cette démarche vise à mieux informer les clients sur les produits qu'ils consomment. Elle leur permet de prendre conscience des enjeux défendus par un écosystème de jeunes entreprises françaises soigneusement sélectionnées, et d'ainsi faire un choix éclairé en rayon.

Critère 2a - Mise en œuvre

Inspiré et testé initialement par le Market Guy Môquet, véritable laboratoire à innovation ayant accueilli les premières références du catalogue La Bonne Idée, le dispositif a vocation à devenir un accélérateur pour les start-ups.

Elles peuvent ainsi faire découvrir leurs produits et animer les points de vente avant leur intégration dans les assortiments régionaux et nationaux, dans la continuité des succès tels que C'est Qui le Patron?!, Ramdam Social, Café Joyeux ou encore 900.care.

Avec la Bonne Idée, Carrefour traduit concrètement ses engagements portés dans le cadre de son programme Act for Food, au service de l'écosystème de start-ups françaises ayant l'ambition de modifier les habitudes pour une consommation plus responsable.

Critère 2b - Communication

Les collaborateurs sont impliqués à chaque étape, pour permettre aux startups d'arriver en rayons partout en France :

1. Analyse des candidatures sur restart.carrefour.com : la plateforme centralise les candidatures et permet une première évaluation des propositions. Celles-ci doivent répondre concrètement aux enjeux de la consommation responsable
2. Intégration du catalogue "La Bonne Idée" : les produits sélectionnés sont proposés aux magasins à travers le catalogue de la Bonne Idée. Ils sont accompagnés des conditions tarifaires et des supports de communication, conçus pour faciliter leur visibilité en magasin
3. Test des ventes dans 100 magasins : pour tester l'appétence des clients et valider les hypothèses d'un déploiement
4. Déploiement au national : comme 900.care ou Ramdam Social, les startups qui ont passé avec succès la phase de test, entrent en contact avec les équipes pour un référencement national.

Critère 3 - Impact et résultats

Les ventes sont un succès commercial grâce à la communication en point de vente et aux animations proposées par les Marques.

La startup qui fonctionne le mieux a généré plus de 100 000€ de CA les 10 premières semaines

chez Carrefour.

Les 27 marques présentes au catalogue La Bonne Idée :

Yoleau

Yumi

Hé!maté

Elsy

Vitaline

Koovee

Beedeli

Brio Maté

Fava

Maia

Monka

NATZ Drinks

Ocean Kiss

Papa Outang

Papa Sauce

MySweetie!

JolieFood

Furifuri

KiiGA

Ya-qa

Jane

Kignon

Goxoa

Ops Clean

ehop !

SUPE

Reify

Critère 4 - Vision

Carrefour renforce une stratégie d'innovation plus globale, au cœur de son plan de transformation et de ses engagements pour une transition alimentaire accessible à tous. Cette démarche s'inscrit pleinement dans la continuité des actions portées par le programme Act for Food, qui vise à proposer une alimentation plus saine, durable et responsable.

En donnant une visibilité nouvelle aux startups à impact, en structurant un écosystème d'innovation de terrain, et en facilitant l'accès des clients à ces solutions, Carrefour affirme sa volonté d'ouvrir la voie à de nouvelles pratiques de consommation.

Annexes

La "Bonne Idée" provient des magasins Cora !

Fichier joint

[Guide-de-mise-en-place-La-Bonne-Idee.pdf](#)