



## Candidature au Grand Prix ESSEC du Commerce Responsable

Edition 2026.  
Engagement solidaire et sociétal.

Enseigne : FIERS / INTERMARCHE • Secteur d'activité : Agroalimentaire • NAF : 4619b  
Adresse : 80 rue des Haies - 75020 PARIS

Dossier déposé par l'entreprise **FIERS** via Véronique SAUDRAIS (Co-Fondatrice).

vsaudrais@fierslamarque.fr - Tél. : 0610470078

Date de création initiale du dossier : 9 octobre 2025.

### **Initiative : Fiers, la valeur au bon endroit**

Date de l'initiative : Juin 2023

#### **Pitch**

Fiers est la première entreprise d'intérêt général dédiée à engager les consommateurs pour soutenir les ESAT et entreprises adaptées dans leur mission économique et sociale en France. En créant une marque repère pour les produits préférés des français, on peut massivement diriger la valeur vers les acteurs qui placent les personnes en situation de handicap au coeur de notre société. Et alors, les voir non comme des bénéficiaires mais ceux par qui la consommation devient vraiment plus équitable, plus juste. Comment ?

- Engager des millions de français par leur consommation courante, sans leur demander d'autre effort que celui de bien choisir, en imaginant de bons produits pour eux, au prix juste, avec une ligne de conduite claire : mettre la valeur au bon endroit.
- Placer les ESAT et EA au coeur du modèle pour un double impact, économique et social, en les rendant pleins acteurs et bénéficiaires.
- Accélérer, avec les gains générés pour le fonds d'accélération Fiers, les solutions qui favorisent l'emploi pour le handicap, et plus généralement des personnes les plus vulnérables en France.

## Critère 1 - Caractère innovant

Chaque semaine, un ESAT ou une Entreprise adaptée nous contactent pour les aider.

Les objectifs sont doubles : favoriser l'insertion économique et sociale de publics fragiles et créer une activité économique pérenne :

- 50% minimum du prix d'un produit Fiers va directement aux ateliers d'insertion
- Des produits du quotidien, de qualité, vendus au bon prix (dans la moyenne du marché)
- 100% des bénéfices réinvestis via notre fonds pour accélérer encore l'inclusion

Fiers se distingue par une proposition à forte valeur sociale, intégrant inclusion et transparence dans le prix de vente et innove par son business model inclusif : elle transforme la consommation de masse en levier d'insertion.

## Critère 2a - Mise en œuvre

Il y a 2400 ateliers d'insertion en France dont 50% font de l'alimentaire. Le taux de chômage des personnes en situation de handicap est 2x supérieur à la moyenne nationale.

Les ateliers d'insertion en France rencontrent des difficultés économiques, de logistiques, de visibilité et subissent la baisse des subventions de l'état.

Les enseignes de distribution cherchent à renforcer leur image RSE et sont des alliés stratégiques plutôt que de simples distributeurs.

Fiers est porté à 100% par un fonds de dotation sans but lucratif, les co-fondateurs ne sont pas actionnaires, ce qui garantit qu'aucun enrichissement personnel n'est possible. L'intégralité des bénéfices est redistribuée au service de la mission et l'objectif du Fonds de dotation c'est la redistribution juste de la valeur pour la création d'emplois de personnes en situation de handicap. Fiers fonctionne sous un modèle de gouvernance éthique et transparent, aligné avec sa mission d'impact social. Les décisions stratégiques sont prises en concertation avec un comité stratégique, composé de partenaires et d'experts dans le handicap. Ce comité se réunit 2 à 3 fois par an pour conseiller Fiers sur les orientations futures et s'assurer de la bonne exécution de la mission sociale de Fiers.

L'initiative s'appuie sur l'innovation sociale en redessinant les contours d'un modèle économique basé sur la transparence, la solidarité et l'accessibilité.

La première étape clé a été le lancement en grande distribution d'une gamme de produits du quotidien (miel, confiture, café...), solidaires, accessibles à tous (au prix du marché) en juin 2023 dans 200 magasins grâce à des accords signés avec Intermarché, Carrefour et Auchan. Leclerc a rejoint la démarche en 2024 et U en mars 2025. Au total Fiers est présent dans 2000 magasins partout en France en 2025 à l'échelle nationale.

Fiers a également structuré une stratégie d'essaimage territorial afin de répondre à la demande croissante d'ateliers d'insertion souhaitant intégrer le projet. Des contacts réguliers sont établis avec des ESAT et Entreprises Adaptées partout en France, dans une logique de développement national progressif. Cette phase d'expansion est encadrée par une méthode d'intégration rigoureuse, reposant sur la qualité des productions, la traçabilité sociale, et le respect de l'impact recherché.

Parallèlement, Fiers a investi dans le développement de son écosystème : structuration logistique, animation des points de vente, élaboration d'une stratégie de distribution, lancement de nouveaux produits, construction d'un discours de marque responsable, et déploiement d'outils de mesure d'impact.

Cette période stratégique a permis de consolider un modèle reproductible, fondé sur la redistribution juste et transparente de la valeur.

Les produits Fiers, au nombre de 27 fin 2025 ne sont pas seulement bons, mais portent un véritable message d'inclusion et de solidarité. Sans qu'ils coûtent plus chers, les produits Fiers permettent aux consommateurs de devenir acteurs, de favoriser l'inclusion et la valorisation des personnes en situation de handicap. Fiers, c'est plus qu'un simple achat !

En assurant la viabilité économique des structures partenaires (ateliers d'insertion) et en démocratisant l'accès aux produits solidaires, Fiers contribue à normaliser l'accès des produits des travailleurs handicapés dans l'industrie alimentaire. Par ailleurs, en garantissant une production locale et responsable, l'entreprise agit également en faveur d'une économie plus durable et respectueuse des circuits courts.

Fiers bénéficie de l'appui précieux de mécènes (Fondations d'entreprises, entreprises, particuliers), de mécénats de compétence (agence packaging...). Fiers prouve qu'il est possible de combiner impact social et performance économique.

## Critère 2b - Communication

Les actions de sensibilisation de Fiers restent encore limitées par ses moyens financiers, car en tant qu'entreprise à mission, son modèle est conçu pour redistribuer la valeur au maximum vers les plus vulnérables. Chaque euro est pensé pour servir l'impact.

Chez Fiers, nous sommes une toute petite équipe ! Nous sommes 7 salariés. La communication interne est donc plutôt aisée !

Concernant la communication externe :

- Côté BtoB,

o Fiers prépare une campagne de communication en co-branding avec des marques engagées et complémentaires de nos produits, afin de mutualiser les messages et valoriser une consommation inclusive.

o Communiqué de presse lors de lancement de nouveaux produits ou de partenariats stratégiques

o Participations aux salons clients

o Petit déjeuners Fiers avec dégustations de produits Fiers (café, confitures...)

- Côté BtoC,

o Nous sommes sur un projet de communication grand public grâce à une agence de publicité qui nous offre gracieusement le montage d'un spot TV. L'affichage et la diffusion restent encore à trouver.

o Communication durant l'année sur des temps forts tels que la SEEPH (Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes en situation de Handicap), Salon Made In France, Salon du Bon ...

- Côté BtoBtoC,

o En GMS nous communiquons via de la PLV directement dans les rayons des produits d'épicerie.

o Petit déjeuners Fiers avec dégustations de produits Fiers (café, confitures...) en magasin

Ces différentes initiatives visent à faire évoluer les représentations et à encourager une transformation durable et solidaire de notre société.

## Critère 3 - Impact et résultats

Depuis son lancement en juin 2023 en GMS, Fiers c'est :

- Plus de 500 000 unités consommées

- Plus de 2000 magasins distributeurs à l'échelle nationale

- 5 plus grandes enseignes de France sont partenaires de la démarche : Intermarché, Auchan, Leclerc, U, Carrefour

- de 1,6 millions d'euros de valeur économique créée auprès de 10 ateliers d'insertion partenaires

- Plus de 500 emplois de travailleurs en situation de handicap pérennisés.

- Un 1er commercial ETP RQTH en CDI formé et embauché par Fiers en juillet 2025 avec un objectif d'intégrer 4 commerciaux ETP RQTH d'ici 2027 en CDI.

- En octobre 2025, Fiers franchit un nouveau cap en ouvrant sa boutique en ligne pour rendre accessible ses produits aux CHR, épicerie spécialisée, entreprises et aux particuliers.

Une mesure d'impact social a été menée par le cabinet Koréis 2024-2025 et financée par la Fondation Malakoff Humanis.

L'impact de Fiers sur les personnes en situation de handicap :

- Accès à l'emploi durable grâce à la pérennisation de plusieurs postes

- Enrichissement du poste avec de nouvelles tâches et compétences

- Fierté à trouver le fruit de leur travail en magasin

« Grâce à Fiers, j'ai trouvé un emploi et je me sens épanoui » (travailleur en situation de handicap)

L'impact de Fiers sur les ateliers d'insertion :

- Développement et structuration des ateliers

- Hausse du chiffre d'affaires et de la visibilité auprès de consommateurs

« Ils créent des emplois à valeur ajoutée, pour une société inclusive. » (Expert/personnalité qualifiée)

Vous trouverez en pièce jointe une synthèse de cette mesure d'impact.

#### **Critère 4 - Vision**

Changer le monde ne devrait pas coûter un euro de plus.

Fiers est une entreprise d'intérêt général, convaincue que la consommation des français peut changer la vie de dizaines de milliers de personnes en situation de handicap, grâce aux ESAT et entreprises adaptées, qui ont des talents insoupçonnés. A condition qu'ils soient au cœur du système. En créant une marque repère, abordable, pour les produits préférés des français, nous pouvons faire plus qu'être généreux. Nous pouvons remettre la valeur au bon endroit, grâce aux consommateurs, à la distribution, pour près de 2 500 ESAT et entreprises adaptées dans nos régions. Et ça, peut nous rendre, tous, un peu plus... fiers !

## **Annexes**

<https://www.youtube.com/watch?v=u5lawO87fCI>

## **Fichier joint**

[ANNEXES-Grand-Prix-ESSEC-2025.pdf](#)