

La construction créatrice

La chaire Grande Consommation de l'Essec met en valeur, pour une deuxième édition de son Grand Prix des industries de la consommation responsable, les initiatives RSE 2015. Tour d'horizon, à travers sept prix et deux mentions spéciales...

« Certains d'entre vous ont beaucoup de pouvoir sur l'amont et l'aval, votre responsabilité à l'égard du monde est assez forte. Vos produits sont dans tous nos placards, nous consommons vos marques tous les jours, vous équipez tous nos foyers, vous nourrissez nos enfants, vous rendez nos femmes et nos filles plus belles... vos entreprises emploient directement et indirectement des centaines de milliers d'hommes et de femmes en France et il est acquis que votre responsabilité est considérable au regard de l'impact de votre activité sur l'environnement, l'écosystème, la biodiversité. Vous êtes très nombreux à faire de très belles choses sur le plan de la RSE, au cœur des valeurs de l'Essec. Aussi la chaire Grande Consommation de l'Essec

a-t-elle créé ce Grand Prix, pour modestement donner de l'ampleur à vos très belles initiatives et vous mettre en concurrence, afin de vous inciter à faire un peu plus vite, un peu mieux, un peu plus loin ». Inaugurant en 2015 la deuxième édition du Grand Prix Essec des industries de la consommation responsable¹, Rémy Gérin, directeur exécutif de la chaire Grande Consommation de l'Essec, résume ainsi les enjeux de la RSE : inscrire l'innovation au cœur de la responsabilité des entreprises pour les amener à toujours se dépasser. Quand l'économiste Joseph Schumpeter faisait de la « destruction créatrice » le moteur de l'économie, avançons qu'aujourd'hui, et demain, la « construction créatrice » le soit aussi. Avec une éthique de responsabilité. Responsabilité, responsable... l'étymologie nous guide, qui indique qu'être « responsable » signifie « répondre de ses actes ». Par des preuves à... conviction.

Cinquante dossiers

Singularité de ce Grand Prix (outre qu'il ne demande pas, contrairement à d'autres grands prix – Produits ou Saveurs de l'année, etc. – le moindre centime d'euro aux entreprises qui concourent²), il associe les étudiants (au nombre de seize), futurs dirigeants de demain, à la sélection et à l'évaluation des dossiers. Ceux-ci sont ensuite examinés par deux jurys, l'un conduit par Elizabeth Pastore-Reiss³ et consacré aux questions environnementales et l'autre, animé par Stéphanie Goujon (déléguée générale Agence du don en nature)⁴ aux questions sociétales. Quatre critères départagent les candidats : l'aspect novateur, la mise en œuvre de la démarche, la mesure ou les résultats, et le caractère visionnaire de leur initiative. Cette année, sur cinquante dossiers passés au tamis et soixante-trois entreprises candidates, neuf récompenses ont été attribuées : trois prix environnementaux, trois prix sociétaux, deux mentions spéciales et un Grand Prix RSE sont venus singulariser les bonnes pratiques qui témoignent, par leur diversité, de l'enjeu de la RSE⁵. Depuis sa première édition, en 2013, ce Grand Prix reçoit le soutien de l'Ifec, de l'Ania et de la Feef, sous le haut patronage du ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique, représenté cette année par Benjamin Gallezot, directeur général adjoint de la DGE (direction générale des entreprises).

• Grand Prix RSE



Il revient au groupe Seb pour trois initiatives. Celle, dans le cadre du prix **Gestion des ressources**, de la mise en place de la première filière de collecte pour recycler des articles culinaires métalliques usagers, en partenariat avec sept cents hypermarchés. En 2013, quelque cent cinquante-cinq mille articles ont été recyclés en boucle fermée, soit l'équivalent de quarante tonnes d'aluminium destinées à produire de nouveaux articles. 85 % des matériaux ont été valorisés. L'objectif est de passer d'un mode de collecte ponctuel à un fonctionnement tout au long de l'année, soit un million huit cent mille articles par an. « *Le groupe Seb a tous les atouts pour être un leader sur le plan de la responsabilité* », résume Roch Mehay, chargé de mission du groupe Seb. Celle de sa démarche **Éco-conception produit** pour Rowenta et sa gamme d'aspirateurs « Silence Force Extrême », dotée de moteurs basse consommation à haut rendement et de têtes d'aspiration haute efficacité.

Inscrire l'innovation
au cœur
de la responsabilité
des entreprises pour
les amener à toujours
se dépasser



Rémy Gerin, directeur exécutif de la chaire Grande Consommation de l'Essec

Objectif : offrir des aspirateurs éco-conçus sans que la performance n'en souffre. Avec une puissance située entre 750 et 900 watts, cette gamme offre une capacité de dépoussiérage équivalente à ceux de plus de 2000 watts avec une économie d'énergie supérieure à 50 % (80 % des aspirateurs vendus en France ont une puissance supérieure à 1 600 watts). Troisième initiative saluée dans le cadre de l'**Amélioration du quotidien des consommateurs et de l'alimentation responsable** :

le programme d'accompagnement pour mieux manger, conçu et déployé sur une application mobile (Mon ActiFry), une newsletter hebdomadaire, des notices d'utilisation et des packs de recettes. Le programme a été testé pour en mesurer l'impact sur la consommation de fruits et légumes, la pratique de la marche sportive et la réduction du tour de taille. Au bout de trois mois, les utilisateurs consommaient plus de fruits et légumes frais,

63 % des testeurs se sont mis à la marche sportive et 71 % ont réduit leur tour de taille. Il est prévu d'étendre ce programme auprès du grand public en France et à l'international en 2015.

• Prix Gestion des énergies.



La démarche « Vapeur verte » de Mars Chocolat France a été initiée sur le site de Haguenau par des collaborateurs pour offrir une alternative en énergie verte à sa production de



Photo de famille avec les lauréats de la soirée

7 gagnants, 37 nominés

• Prix Gestion des ressources

Gagnant : Seb. **Nominés :** Coca-Cola, LU'Harmony (Mondelez), SCA, Knorr (Unilever), Groupe Bel, Seb.

• Prix Gestion des énergies

Gagnant : Mars Chocolat France. **Nominés :** Bonduelle, Henkel, SCA, Mars Chocolat France.

• Prix Éco-conception produit

Gagnants : Nestlé Waters et Seb. **Nominés :** Nespresso, Nestlé Waters (Vittel/Dodo), SCA, Seb, Unilever (Dove, Rexona et Monsavon), Rainett.

• Prix Emploi et développement des hommes

Gagnant : Bonduelle. **Nominés :** Bonduelle, Groupe Bel, Nestlé, Unilever et VGS.

• Prix Amélioration du quotidien des consommateurs

Gagnants : Novamex et Seb. **Nominés :** Groupe Bel, Seb, Pepsico (Pepsi Next), Novamex (L'Arbre Vert), Unilever (Skip, Omo et Persil), Aquakid.

• Prix Responsabilité civique

Gagnant : SCA Hygiène Products. **Nominés :** Groupe Bel, Fondation groupe Seb, Mars Chocolat France, Nestlé France Chocolat, Pepsico France, SCA.

• Grand Prix RSE couronnant l'ensemble de la démarche

Gagnant : Seb. **Nominés :** Groupe Bel, Nestlé France, SCA, Unilever, Seb.

L'ensemble des dossiers lauréats peut être visualisé sur le site : www.grandprix-consommationresponsable.com.

chaleur assurée par deux chaudières à gaz. Un partenariat a été scellé avec l'usine d'incinération et de valorisation des ordures ménagères, le centre de valorisation énergétique de Schweighouse-sur-Moder. Cette installation alimente 90 % des besoins en vapeur de l'usine de Haguenau, soit une baisse de 60 % des émissions de gaz à effet de serre et de 90 % de l'utilisation d'énergie fossile. « *Un grand pas dans notre démarche de développement durable* », souligne Alain Munsch, responsable sécurité et environnement de l'usine de Haguenau.

• Prix Éco-conception produits.



Le partenariat entre Vittel (Nestlé Waters France) et Dodo (fabriquant de couettes et d'oreillers) donne une seconde vie aux bouteilles d'eau Vittel en les recyclant à 100 % en garniture d'oreillers, de couettes et de coussins de voyage. Cette démarche collaborative, baptisée Eau'Dodo, participe de l'économie circulaire avec une réduction de 70 % des émissions de CO₂ et représente, en 2014, la production de mille cinq cents couettes, quatre mille oreillers et huit mille coussins, soit le recyclage de quelque cent quatre-vingt-dix-neuf mille bouteilles PET Vittel d'1,5 litres. Les couettes et oreillers en fin de vie sont recyclés en éléments d'isolation pour l'habitat et d'insonorisation pour l'automobile. « *Pour Nestlé Waters, l'aventure ne s'arrête pas là* », précise Philippe Gallard, directeur marketing et catégorie Nestlé Waters

France. Didier Hannaux, président de Dodo, salue pour sa part « un partenariat entre deux entreprises lorraines et un engagement de tous les collaborateurs. Écologie, environnement, économie ne sont pas des mots ennemis ».

• **Prix Emploi et développement des hommes.**



C'est sous l'appellation Handipol que Renescure, le site historique du groupe Bonduelle, s'est engagé dans une démarche d'emploi de travailleurs handicapés déficients intellectuels. Le site a embauché en 2008 trois travailleurs en CDI. Le groupe compte aujourd'hui en France 8,14 % de collaborateurs porteurs de handicap contre 5,35 % en 2006. « Le handicap permet de découvrir les richesses des fragilités », estime Jean-Bernard Bonduelle, directeur des relations extérieures et du développement durable. Hélène d'Huyveter, directrice de Renescure, souligne que « le projet, fédérateur de toutes les parties prenantes, détruit tout tabou sur le handicap dans l'usine ».

• **Prix Amélioration du quotidien du consommateur.**



La marque L'Arbre Vert (groupe Novamex) est primée pour sa démarche « Allergique aux allergènes ». Soucieuse de la problématique des allergènes cutanés dans la consommation quotidienne, la marque a fait créer un référentiel pour sa gamme de produits d'entretien, qui a reçu en 2012 l'approbation « Haute qualité environnementale pour allergiques » de la part de l'ARCAA (Association de recherche clinique en allergologie et asthmologie). L'Arbre Vert est la première marque à obtenir le label Allergènes contrôlés. Michel Leuthy, président de Novamex, souligne « l'engagement très fort, dès sa création, de L'Arbre Vert ; nous avons compris que l'attente du consommateur était au-delà de la pure efficacité et qu'il se portait vers des produits plus respectueux de l'environnement et de la santé (Cf. page 56). »

• **Prix Responsabilité civique.**



SCA Hygiène Products a noué il y a trois ans un partenariat avec la Croix Rouge française pour distribuer trois cent soixante mille kits hygiène aux personnes sans-abris, des trousse de toilette différentes pour les hommes et

STRATÉGIES FORMATIONS

En collaboration avec :



LE RENDEZ-VOUS ANNUEL

TENDANCES COMMUNICATION

DES PROFESSIONNELS DE LA COMMUNICATION



Du 23 au 27 novembre 2015 à Paris

1 conférence d'actualité

35 formations opérationnelles éligibles au DIF

Inscription:

inscriptions@comundi.fr - 01 84 03 04 61

Information: cdupire@comundi.fr

les femmes. Ce partenariat est renouvelé pour une durée de trois ans. SCA organise parallèlement des collectes de vêtements et récolte des dons financiers pour l'association. « Nous redonnons de la dignité aux personnes en grande précarité, à travers l'hygiène. C'est une action forte, qui a beaucoup de sens, les salariés de SCA sont fiers de cette initiative », explique Marc Sanchez, président SCA France.



Michel Leuthy (Novamex), Sophie Goujoun et Rémy Gerin

• Mention spéciale environnementale des étudiants.

Werner & Mertz France SAS lance le premier produit ménager européen à impact positif sur l'environnement et la santé : Rainett Nettoyant Salle de Bain, certifié Cradle to Cradle Gold. Les composants de la formule retournent à la nature sous forme de nutriments pour la refaire prospérer. Benoît Renaud, directeur général Werner & Mertz France précise que « Cradle to Cradle est une vraie démarche, l'économie linéaire est terminée, il faut être dans l'économie circulaire. Notre produit est fabriqué avec 99,6 % de PET recyclé, cela veut dire que l'on peut recycler ce produit à l'infini. L'écologie, ce n'est pas pour faire moins, c'est pour faire directement bien les bonnes choses, être dès l'origine dans un cercle vertueux et positif ». « Nos formules sont issues du bio-sourcing avec des ingrédients d'origine végétale, renouvelables, hautement biodégradables et la formule rejetée dans la nature sert de nutriment », précise Guénola Boulevard, chef de produit Rainett.



Joël Tronchon, directeur Développement durable groupe Seb, gagnant du Grand Prix RSE

• **Mention spéciale sociétale des étudiants.** Par son programme Rise (« élever »), ou grandir ensemble pour la RSE, le Groupe Bel entend accompagner dans dix pays d'Afrique subsaharienne les distributeurs locaux sur le double plan de la formation et de la communication. Deux sujets ont été privilégiés : la sécurité au travail pour leurs employés et la sécurité des produits alimentaires pour les consommateurs. En trois ans, le programme a été développé dans trois pays et plus de trois mille cinq cents vendeurs sont concernés. « Ce programme exprime la conviction que Bel a le pouvoir de déployer sa propre démarche RSE, nous sommes présents dans plus de cinquante pays en Afrique, dont une trentaine en Afrique subsaharienne », explique Gaëlle Launay, directrice Afrique subsaharienne Bel. Prochain rendez-vous en 2017 pour la troisième édition. ■

- 1 - Première édition en 2013, cf. Bulletin de l'Illec n° 433-434, mars-avril.
- 2 - « Un grand prix, ni gadget ni alibi, avec, toujours, une qualité supplémentaire, une expertise plus grande sur la durée », précise Fabienne Chol.
- 3 - Avec Fabienne Chol (directrice de l'Institut national de la consommation), Bruno Lechevin (Ademe), Cécile Ostria (Fondation Nicolas Hulot), Pierre-Alexandre Teulie (Sustain-Able), Yves Puget (LSA), Albane Gaubert (étudiante Essec).
- 4 - Avec Jean-Paul Delevoe (président du CESE), Thomas Laurenceau (60 millions de consommateurs), Léon Salto (Aviso), Élisabeth Laville (Utopies), Marie-Anne Montchamp (agence Entreprises et Handicap), Angela de Santiago (yophil.com), Clémentine Roy et Julie Dubray (étudiantes Essec)
- 5 - Sept piliers de la sagesse, sept arts, sept péchés capitaux, sept vertus, sept jours de la semaine, sept planètes... La RSE rejoint les septénaires avec ses sept piliers : gouvernance, droits de l'homme, relations et conditions de travail, environnement, bonnes pratiques des affaires, relations avec les consommateurs, communautés et développement local.