



### Lauréats 2020

Catégories	Duos Lauréats
Démarche filière	Gillot SAS (61) et Auchan Retail France <b>pour le soutien du camembert AOP Normandie.</b>
Engagement sociétal	LBD Maison (93) et Intermarché <b>pour une gamme en plastique 100% recyclé.</b>
Nouveau modèle économique	GEEV (33) et Cdiscount <b>pour démocratiser le don d'objets en ligne.</b>
Soutien économique	Famille Vacher (45) et Intermarché <b>pour soutenir la filière apicole.</b>
Utilité consommateur	La Consigne GreenGo (75) et Franprix <b>pour développer le « zéro déchet » en magasin.</b>
Prix « spécial Coup de cœur » du jury	Borde (43) et Metro France <b>pour leur participation à un élan de solidarité en faveur des soignants.</b>

Un concours organisé par la Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France ([FEEF](#)) en partenariat avec BFM Business.



**Auchan** | RETAIL  
FRANCE



Catégorie : Démarche filière

## Tous les rayons mobilisés pour soutenir le camembert AOP de Normandie

**GILLOT** : Fromagerie familiale indépendante - Région : Normandie (61) - Date de création : 1912 – Effectifs : 162 pers - CA 2019 : 39 M€ dont 7% avec Auchan Retail France

### Les points forts de la collaboration :

- ✓ Soutien de la **dernière fromagerie familiale** fabriquant le **Camembert de Normandie AOP**
- ✓ **Co-construction du cahier des charges** Auchan Filière Responsable pour le camembert de Normandie et le Pont l'Evêque AOP avec un lait de vache de race Normandie à 100%.
- ✓ Auchan s'engage sur **un prix différencié** en fonction du prix du lait et de la saison, valorise les produits dans ses rayons et élargit leur présence aux magasins Atac et Simply.
- ✓ Un partenariat qui **mobilise les producteurs et les différents services et équipes de l'enseigne** (services qualité/marketing/achat/communication, responsables en magasins, rayons coupe et libre-service) autour d'un objectif commun.
- ✓ Le développement de 4 références de lait frais Auchan Filière responsable pour **contribuer à l'équilibre matière de la fromagerie.**



**Une PME engagée RSE** : fabrication de produits authentiques, sains et de qualité, co-construction avec les producteurs pour leur assurer un revenu décent, respect d'une éthique tant économique, qualitative, environnementale que sociale. Une entreprise récompensée par le [label PME+](#) pour ses actions RSE.

**Chiffres clés/Résultats** : Ce partenariat a contribué à **améliorer le taux d'utilisation du lait Gillot** (de 49% en 2017 à 55% en 2019) et à **revaloriser le prix garanti aux producteurs. Le chiffre d'affaires de la fromagerie a été multiplié par 5,5 entre 2018 et 2019** avec Auchan et se maintient depuis la crise sanitaire grâce au soutien et à la valorisation des produits en magasins par l'enseigne.



**Prochaine étape** : Le développement de **2 références de crème fraîche** pour assurer la rentabilité de la fromagerie et la sécurisation de toute la filière.

[>Télécharger les visuels Gillot \(zip\)](#)



La Brosse & Dupont

Catégorie :  
Engagement sociétal

Intermarché



Le concours qui récompense  
les 5 relations PME-Enseigne  
les plus inspirantes en 2020

## Une gamme en plastique 100% recyclé et éco-conçue

**LBD MAISON** : Acteur n°1 du marché de la brosse en France - Région : Ile-de-France (93) -  
Date de création : 1845 – Effectifs : 230 pers - CA 2019 : 56 M€

### Les points forts de la collaboration :

- ✓ Volonté d'intégrer du plastique recyclé dans les produits de fonds de rayon tout en sensibilisant le consommateur sur le plastique hors emballage.
- ✓ LBD Maison remporte le « **Challenge Intermarché RSE** » avec son projet de **gamme événementielle Eléphant éco-conçue en plastique 100% recyclé** (9X moins de CO<sub>2</sub>).
- ✓ **Une gamme qui fait l'objet d'une opération promotionnelle qui fédère** toutes les équipes : relais au national du dispositif et mobilisation de toute la force de vente de LBD Maison.
- ✓ **Un projet vertueux et solidaire qui allie à la fois l'économie circulaire, le recyclage et l'éducation** auprès de l'association [Unicef / Conceptos Plasticos](#) qui participe au développement du recyclage en Afrique et favorise l'éducation en créant des salles de classe.
- ✓ **Une opération reconduite exceptionnellement post-confinement** pour poursuivre la sensibilisation des consommateurs et atteindre les objectifs fixés.



**Une PME engagée RSE** : bien-être et la qualité de vie au travail, inclusion du handicap sur ses sites, maintien de l'emploi local et de la fabrication, préservation de l'environnement avec une réflexion de fond sur le sujet du plastique recyclé en particulier. Une entreprise récompensée par le [label PME+](#) pour ses actions RSE.

**Résultats obtenus** : Relais de l'opération dans **800 points de vente**, croissance de la catégorie dans l'enseigne grâce au chiffre d'affaires de **185 k€ dégagé par l'opération**.

**Prochaine étape** : Intermarché et LBD ont déjà prévu de collaborer de nouveau à l'été 2021. Chacun souhaite avancer sur la question du plastique recyclé : Intermarché avec l'intégration du plastique recyclé dans sa gamme MDD et LBD Maison avec l'objectif de passer 100% son offre brosse Eléphant en plastique recyclé d'ici 2025.

[Télécharger les visuels LBD Maison \(zip\)](#)



Catégorie :  
Nouveau modèle  
économique



## Donner une seconde vie aux objets : une solution éco-responsable et anti-gaspillage

**GEEV** : Start-up qui lance la première application de dons d'objets entre particuliers - Région : Nouvelle-Aquitaine (33) - Date de création : 2016 – Effectifs : 12 pers - CA 2019 : 421 K€

### Les points forts de la collaboration :

- ✓ **Une collaboration entre un acteur leader du e-commerce et une jeune start-up.**
- ✓ La volonté de permettre aux français de **consommer autrement**, en réduisant leur impact environnemental et en favorisant la création de lien humain.
- ✓ Une collaboration qui repose sur l'exposition des produits sur le site **sans contrepartie financière.**
- ✓ 100% des parcours sur le site Cdiscount sont exposés au dispositif notamment grâce à un emplacement **en plein cœur de la page d'accueil du site** qui génère près de 20% du trafic de la start-up.
- ✓ **Un projet mixte** (à la fois sur Cdiscount et sur GEEV) qui nécessite une parfaite concordance des méthodes pour obtenir des résultats parlants.

**Une PME engagée RSE** : pour l'environnement grâce au réemploi des objets jetés, la lutte contre le gaspillage (organisation d'une collecte en faveur de la Banque Alimentaire), le soutien aux associations (soutien des soignants à travers une action collective de startups pour leur délivrer des repas)...



**Résultats obtenus** : **Augmentation du trafic** sur la plateforme GEEV, 50% des personnes qui arrive sur la landing page du site Cdiscount consultent la plateforme soit **une audience de 20 millions de Visiteurs uniques/mois**. Cdiscount renforce sa notoriété par la mise en œuvre concrète de ses engagements RSE.

**Prochaine étape** : Améliorer la fluidité du parcours tout en maximisant le taux de prise de la solution de GEEV. Augmenter le nombre d'objets donnés et instaurer le don d'objets comme un réflexe. **Un nouveau projet de collaboration est en cours** mais reste confidentiel pour le moment.

[Télécharger les visuels GEEV \(zip\)](#)



Catégorie :  
Soutien économique



## Lancement du miel filière « Les Apiculteurs vous disent MERCI ! »

**FAMILLE VACHER** : La 2<sup>ème</sup> marque de miel en France - Région : Centre-Val-de-Loire (45) - Date de création : 1995 – Effectifs : 25 pers - CA 2019 : 14,7 M€

### Les points forts de la collaboration :

- ✓ Le miel « Les Apiculteurs vous disent MERCI ! » est une nouvelle référence dans la gamme MDD d'Intermarché « Les éleveurs vous disent MERCI ! » qui a pour objectif de **renforcer et consolider les liens entre producteurs, transformateurs, distributeurs et consommateurs**.
- ✓ Une collaboration en toute transparence sur les prix, l'origine, la qualité du miel... qui permet de **rémunérer de manière équitable** les apiculteurs, les distributeurs et le conditionneur.
- ✓ Intermarché est la seule enseigne à s'engager sur un **contrat tripartite** (PME, distributeur et apiculteurs) **sur une période de 3 ans**, et qui rémunère le plus cher le miel toutes fleurs de France aux apiculteurs.
- ✓ Implication et visibilité des **apiculteurs ambassadeurs** sur les pots de miel, les box en magasins, et lors d'animations telles que le Salon de l'Agriculture en 2020.



**Une PME engagée RSE** : pour la sauvegarde des abeilles et des apiculteurs français, la qualité et la sécurité des produits, la réduction de son impact environnemental, la transparence consommateur et la solidarité. Une entreprise récompensée par le [label PME+](#) pour ses actions RSE.

**Résultats obtenus** : Une évolution du chiffre d'affaires avec Intermarché de plus de 400% en 8 ans. Depuis le lancement du miel « MERCI », **138 226 pots ont été vendus à fin août 2020**. 35 000 pots pré-commandés pour janvier 2021.



**Prochaine étape** : Développer un miel totalement responsable, sociétal et environnemental avec **un miel français, un pot réutilisable acheté en France avec un faible coût carbone**.

[Télécharger les visuels FAMILLE VACHER \(zip\)](#)



franprix 

Catégorie :  
Utilité consommateur



Le concours qui récompense  
les 5 relations PME-Enseigne  
les plus inspirantes en 2020

## Réduire ses emballages à usage unique grâce à la consigne digitale

**La consigne GreenGo** : Start-up à l'origine de la première consigne digitale personnalisée et clé en main - Région : Ile-de-France (75)  
Date de création : 2018 – Effectifs : 10 pers - CA 2019 : 60 k€

### Les points forts de la collaboration :

- ✓ Une consigne digitale et clé en main qui permet à Franprix de proposer **une nouvelle solution de repas « zéro déchet »** sans contrainte de mise en place et d'usage.
- ✓ Une expérimentation dans **2 magasins pilotes en juillet 2020 à Paris** qui collecte les emballages réutilisables en échange du **remboursement direct du montant de la consigne en bons d'achats**.
- ✓ GreenGo partage à Franprix son expérience pour adapter le parcours de la consigne à ses magasins et lui communique le chiffrage de l'impact environnemental de son service de consigne.
- ✓ L'alignement de plusieurs parties prenantes : les équipes Franprix du siège et magasins avec les prestataires de la Consigne GreenGo, formateurs, logisticiens, laveurs.



**Une PME engagée RSE** : pour le zéro déchet en évitant depuis sa création plus de 50 000 emballages jetables, pour une logistique raisonnée avec l'utilisation de véhicules écologiques, la création d'emploi auprès des ESAT...

**Résultats obtenus** : Des retours encourageants dès les premiers mois de collaboration en juillet 2020. Du 10 juillet au 30 août dans les 2 magasins Franprix situés dans le 7<sup>e</sup> et 8<sup>e</sup> arrondissement de Paris : **465 produits avec emballages consignés ont été vendus et 232 ont été rendus**, soit un taux de retour global de 51%.



**Prochaine étape** : Extension du pilote à une **dizaine de magasins parisiens d'ici fin 2021**, puis à plus grande échelle en 2022. Envie d'embarquer d'autres marques partenaires voulant convertir quelques références en format consigné.

[Télécharger les visuels LA CONSIGNE GREENGO \(zip\)](#)



Le concours qui récompense  
les 5 relations PME-Enseigne  
les plus inspirantes en 2020

Catégorie :  
Coup de Cœur du jury

## Une chaîne d'entraide durant la crise sanitaire pour le personnel soignant

**BORDE** : Entreprise familiale spécialisée dans les champignons sauvages - Région : Auvergne-Rhône-Alpes (43) - Date de création : 1920 – Effectifs : 70 pers - CA 2019 : 18,5 M€

### Les points forts de la collaboration :

- ✓ Participer à une **chaîne de solidarité** destinée à donner du réconfort aux personnels soignants pendant la crise sanitaire en leur préparant des repas. METRO lance un appel à ses fournisseurs dont Borde qui confirme aussitôt sa participation.
- ✓ **Borde sélectionne les produits**, en adéquation avec le cahier des charges établi, et les **expédie aux entrepôts METRO** de Trappes et Vaux en Velin et en direct à certains chefs parisiens, dans une des régions les plus touchées par la crise Covid19.
- ✓ **Une collaboration inédite** qui a mis en relation des intervenants qui n'ont pas l'occasion de travailler sur des projets transverses et une **réactivité** de tous les acteurs dans un contexte de crise.
- ✓ **Fierté** de prendre part à une action en collaboration avec des partenaires dévoués et engagés dans une même cause.



**Une PME engagée RSE** : pour la valorisation du capital humain, l'amélioration de ses performances environnementales (économies d'énergie, part des produits bio en augmentation, valorisation des déchets...), le maintien du tissu économique et social de la région (choix de fournisseurs régionaux, soutien d'associations locales).

**Résultats obtenus** : Un élan de solidarité qui a mobilisé **776 chefs** et permis de livrer **99 786 repas dans 143 hôpitaux**.

**Prochaine étape** : Cette opération donne de nouvelles perspectives pour créer des partenariats forts aussi bien solidaires que commerciaux.

[Télécharger les visuels BORDE \(zip\)](#)

[>Télécharger tous les visuels du dossier \(zip\)](#)

**Contact presse** : FEEF – Virginie Feuillebois – 01 47 42 43 33 – [vfeuillebois@feef.org](mailto:vfeuillebois@feef.org)