



Grand Prix ESSEC des industries de la Consommation Responsable

DOSSIER DE CANDIDATURE

Prix : Modes de consommation durable

- **Tous les champs sont à renseigner.**
- **Date limite de renvoi des dossiers complétés : 12 octobre 2016**, par mail à l'adresse suivante : GPrixRSE-chaireGC@essec.edu
- **Principe de notation de chaque prix :**
Les initiatives candidates seront évaluées selon 4 critères : Aspect novateur - Mise en œuvre et communication – Impact et résultats – Vision.
Une note sur 10 points sera attribuée sur chaque critère.
Les critères seront pondérés selon des coefficients : Caractère innovant de l'initiative : coefficient 3 - Mise en œuvre et communication : coefficient 2 - Impact et résultats : coefficient 3 - Vision : coefficient 2.
Une note globale sur 100 points sera ainsi affectée à chaque initiative candidate.



Nom de l'initiative: Eurêcook, un service de location d'appareils culinaires

Nom de l'entreprise candidate (et logo) : Groupe SEB

Contact - Personne en charge du dossier : Joël Tronchon
jtronchon@groupeseb.com

PRESENTATION SYNTHETIQUE DE L'INITIATIVE

1. Date de l'initiative : depuis septembre 2015

2. Pitch :

Résumez en 10 lignes votre projet.

Cette description pourra être reprise sur des supports de communication visant à présenter les différents projets.

Toujours préoccupé de répondre au mieux aux nouvelles tendances de consommation, le Groupe SEB a lancé en septembre 2015 un service innovant de location d'appareils culinaires destiné aux particuliers, en partenariat avec un réseau d'acteurs publics et privés : Eurêcook.

Expérimenté dans un premier temps sur Dijon et son agglomération, Eurêcook permet de louer un large éventail d'appareils culinaires de manière simple et pratique, à partir de 9,99 € seulement.

- Simple à utiliser : il suffit de se connecter sur le site www.eurecook.fr pour réserver son appareil, choisir sa durée de location et son point de retrait.
- Pratique : la récupération et la restitution de l'appareil se font dans l'un des 7 points retrait Eurêcook, localisés sur l'agglomération de Dijon.

Côté produits, Eurêcook propose un choix de 28 références classées en cinq thématiques : Cuisine entre amis, Cuisine de fête, Cuisine Maison, Cuisine Découverte et Cuisine de Chef.

PRESENTATION DETAILLEE DE L'INITIATIVE

Critère 1

Caractère innovant de l'initiative

(coeff. 3)

3. Décrire le caractère rupturiste / innovant du projet

En quoi votre réalisation va-t-elle au-delà :

- des pratiques existantes au sein de votre entreprise ?
- de ce qui peut déjà exister dans d'autres groupes ou aux usages du secteur ?
- des contraintes légales et réglementaires ?

Eurêcook est un service fondé sur les principes de l'économie circulaire en proposant aux consommateurs de profiter du même service avec moins de produits, donc moins de matières premières, d'eau et de sources d'énergie. A ce titre, il se positionne en rupture par rapport aux modèles économiques classiques des industriels du secteur, qui reposent sur la possession et non sur l'usage.

A l'heure actuelle, certaines entreprises comme Lokéo (créé en 2009 par le Groupe HTM, Boulanger) proposent des formules de location de moyenne et longue durées d'électroménager, d'image, son et de micro-informatique mais Eurêcook est le seul service proposant la location de petit électroménager (appareils à raclette, gaufriers...) pour de courtes durées, de une journée à une semaine.

Ce projet est innovant à plusieurs niveaux :

- Une innovation en termes de partenariat : ce nouveau service a été co-construit de manière collaborative avec des partenaires très divers aussi bien issus de l'univers économique (Groupe Casino notamment), que du monde de l'environnement avec l'ADEME et l'UTT, des collectivités locales avec le Grand Dijon ou bien encore du monde de l'insertion avec ENVIE.
- Une innovation sur le plan développement durable : Eurêcook permet d'expérimenter un nouveau business model basé sur l'économie circulaire et l'utilisation mutualisée par plusieurs consommateurs d'un même appareil. L'objectif de cette expérimentation est également de mesurer les impacts environnementaux de ce type de service aux différentes étapes de cycle de vie du produit.
- Une innovation sur le plan logistique : Eurêcook est aujourd'hui le seul service fonctionnant sur la base d'une boucle logistique comprenant :
 - o Un flux aller : l'appareil part de l'entrepôt de stockage avant de rejoindre le point-retrait, puis le domicile du client
 - o Un flux retour : l'appareil est redéposé en point-retrait puis acheminé à l'entrepôt logistique pour son nettoyage, test et reconditionnement.

L'immense majorité des services de livraison à domicile qui ont été créés récemment ne prennent en charge que le flux aller. Or, la complexité de la boucle logistique repose sur le flux retour et la prise en charge du matériel usagé.

- Une innovation sur le plan sociétal : l'entreprise d'insertion ENVIE est pleinement associée au projet comme partenaire économique, avec une logique de création d'emplois locaux bénéficiant à des populations éloignées du monde du travail.

Critère 2

Mise en œuvre et communication

(coeff. 2)

4. Qui a donné naissance à ce projet ? (équipe/département) Dans quel contexte ?

Dès 2013, le Groupe SEB a pris conscience de l'émergence de l'économie du partage. Ainsi, selon l'étude de l'Observatoire Société et Consommation, 83 % des Français s'accordent autour de l'idée "qu'aujourd'hui, l'important c'est de pouvoir utiliser un produit plus que de le posséder". De plus, l'étude Ethicity sur "les Français et la consommation responsable" montre que 8 à 10 % des Français sont prêts à louer des appareils culinaires.

Dans ce contexte, les équipes Développement Durable et Marketing du Groupe SEB ont lancé un groupe de travail visant à valider l'intérêt des consommateurs et définir les modalités d'un service de location des produits du Groupe SEB aux particuliers.

Notre réflexion, accompagnée par le cabinet Synergence, a confirmé l'appétence des consommateurs pour un service de location d'appareils culinaires tout en définissant trois exigences clés vis-à-vis des modes de consommation partagée :

- Simplicité : le service doit faciliter le quotidien, ce qui passe entre autres par une exigence de proximité - accès pratique et rapide à la location.
- Valorisation : le service doit permettre une expérience tout aussi gratifiante que la possession, à la fois d'un point de vue rationnel et symbolique.
- Réassurance : le service doit lever les freins inhérents à la location d'appareils culinaires - hygiène, sécurité et dépersonnalisation de la relation, mais aussi aux interrogations sur le coût, le choix, la disponibilité et la performance.

Ce travail de fond a confirmé la pertinence d'une offre de location d'appareils culinaires mise en place par un industriel, en complément des offres de location entre particuliers qui n'apportent pas les mêmes garanties en matière de simplicité, valorisation et réassurance.

Le groupe de travail s'est ensuite transformé en un Comité de Pilotage en charge de la mise

en place d'une expérimentation sur la région dijonnaise.

Ce comité est composé des équipes Marketing, Développement Durable et SAV du Groupe SEB et de représentants de l'ADEME, Envie Dijon (entreprise d'insertion), l'Université Technologique de Troyes, le Grand Dijon et Synergie.

5. Stratégie de déploiement de l'initiative

- Etapes et dates clés de mise en place

- Ampleur de la mise en œuvre

(nombre de collaborateurs, de marques, de produits, de sites concernés...)

- Comment avez-vous appréhendé les enjeux économiques dans le déploiement de l'initiative ?

2013 - septembre 2015 :

- Vérification de l'intérêt des consommateurs pour un service de location d'appareils culinaires.
- Définition et formalisation des modalités de fonctionnement du service.
- Préparation du lancement :
 - o Offre : sélection des références disponibles à la location, retravail des notices, création de nouveaux emballages adaptés à la location (facilement lavables, réutilisables, permettant un contrôle visuel rapide de la présence de tous les accessoires lors de la restitution de l'appareil).
 - o Fonctionnement du service : identification des partenaires, séquençage de la boucle logistique, mise en place des protocoles de vérification et de nettoyage des appareils, formation des équipes ENVIE et équipement de leurs locaux, formation des équipes en point retrait.
 - o Communication : création du site internet www.eurecook.fr, création et lancement du plan de communication pour promouvoir le service.

Septembre 2015 – aujourd'hui :

- Expérimentation du service sur l'agglomération dijonnaise.
- Bilan et étude sur la pertinence de le déployer à d'autres villes.

6. Implication des collaborateurs de l'entreprise dans le déploiement de l'initiative

- **Combien de collaborateurs ont été mobilisés ? (le cas échéant)**
- **Quels moyens et quelles actions votre entreprise a-t-elle mis en place pour motiver et former les collaborateurs concernés par l'initiative ?**
- **De quelle façon communiquez-vous autour de cette initiative en interne ?**

Une quinzaine de collaborateurs des départements Développement Durable, Marketing et SAV du Groupe SEB ont activement collaboré à la mise en place de ce service.

Lors du lancement, le Groupe a largement communiqué sur cette initiative auprès de ses salariés via l'intranet (news et vidéo) et la revue de presse.

Par ailleurs, les salariés ont pu découvrir Eurêcook en image grâce aux différents reportages TV dont il a bénéficié (ex : 20h – France 2), et qui ont été relayés en interne.

7. Partenariats noués pour mettre en œuvre le projet.

Pour la mise en place de ce nouveau service de location, le Groupe SEB s'appuie sur un réseau complet de partenaires, tant publics que privés.

ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maitrise de l'Énergie)

Les services de l'ADEME Bourgogne soutiennent le projet depuis son origine et apportent toute leur expertise, notamment dans la constitution d'indicateurs et de critères d'évaluation du projet.

Voir le dossier de presse en annexe pour l'interview de Myriam NORMAND, Directrice régionale de l'ADEME Bourgogne.

AGGLOMÉRATION ET VILLE DE DIJON

L'Agglomération de Dijon qui compte plus de 24 communes et 250 000 habitants est largement impliquée sur les problématiques de Développement Durable.

Dijon a été élue à la 6^e place des villes françaises les plus durables par le magazine Terra Eco, à la 4^e place des villes les plus vertes de France par l'Union nationale des entreprises du paysage et à la 1^{ère} place nationale des villes où il fait bon vivre par RTL. Le Grand Dijon a également été labellisé Cit'ergie en 2014 par l'ADEME qui traduit l'engagement du territoire dans les Plans Climat.

C'est donc tout naturellement que la ville et l'agglomération dijonnaises soutiennent le lancement du service Eurêcook, qui initie un nouveau mode de consommation.

Voir le dossier de presse en annexe pour l'interview de Jean-Patrick MASSON, 6^e vice-président du Grand Dijon et référent environnement.

GROUPE CASINO

Soucieux de s'engager dans un projet innovant, le Groupe Casino est représenté au sein du projet Eurêcook par 6 magasins dijonnais, hypermarché, magasins de proximité ou drive servant de point retrait aux consommateurs pour retirer ou restituer leur location. En complément, un atelier culinaire « Avec ou Sans Toque » a rejoint la liste des points retrait grâce à sa boutique de Saint Apollinaire.

ENVIE DIJON

Envie est un réseau d'entreprises d'insertion en France, qui favorise l'accès au monde du travail et de la formation à des personnes éloignées de l'emploi. Convaincu dès les années 80 de l'utilité sociale et environnementale de l'économie circulaire, Envie récupère les équipements électriques et électroniques usagés, pour les rénover et les revendre à petits prix et recycler tous les déchets dans un total respect de l'environnement. Leur devise : mettre la performance économique au service de l'objectif social. Le projet Eurêcook a été construit en partenariat avec les équipes d'Envie Dijon, afin d'optimiser la boucle logistique et de déterminer des processus de nettoyage optimisés.

SYNERGENCE

Synergence, agence d'ingénierie et de communication spécialisée dans le développement durable créée et implantée à Dijon depuis 1981, accompagne le Groupe SEB depuis trois ans, dans toutes les étapes du déploiement du service Eurêcook. De la conception du nouveau modèle économique à l'accompagnement opérationnel, Synergence travaille aux côtés des équipes du Groupe SEB, qui invente avec Eurêcook l'un des plus importants projets d'économie circulaire mené par un groupe international.

UNIVERSITÉ DE TECHNOLOGIE DE TROYES

Reconnue pour sa légitimité en matière environnementale, l'Université de Technologie de Troyes accompagne le projet Eurêcook dans son évaluation multicritère, autant économique que sociale et environnementale.

8. Information du consommateur et des parties prenantes.

- **Quelles actions d'éducation, d'information, de communication aux consommateurs et aux parties prenantes du projet, notamment pour faire évoluer leurs comportements avez vous mises en place ? (Supports, moyens, budgets ...)**
- **Collez un ou deux exemples de communication (visuels développés)**

Le Groupe SEB et ses partenaires ont largement communiqué sur l'agglomération dijonnaise afin de faire connaître le service.

Le plan de communication s'est articulé en deux grandes phases :

- Phase de lancement : septembre – octobre 2015

Une conférence de presse a été organisée le 19 septembre 2015 en présence de

media nationaux et locaux afin d'exposer ce nouveau service. Le projet a suscité des retombées presse extrêmement positives pour l'image du Groupe, touchant plus de 8.5M de contacts grâce à des reportages TV, radio et articles de presse.

En parallèle ; plusieurs initiatives ont également été menées auprès du public dijonnais afin de faire la promotion du service grâce à une campagne d'affichage dans les bus (1/3 du réseau pendant une semaine), la diffusion de spots radio pendant un mois sur une radio locale, la distribution de flyers dans des points de fréquentation clés de la ville et une communication en point retrait avec des affiches en rayon et des flyers en libre service.

- Phase de relance : février - mai 2016

Un second volet de communication a été lancé à partir de février afin d'accroître la notoriété du service. Il a consisté en une nouvelle campagne d'affichage dans les bus dijonnais (1/3 du réseau pendant une semaine), la diffusion de spots radio sur deux chaînes pendant un mois, une nouvelle distribution de flyers et des activations digitales spécifiques grâce à des campagnes de Paid Search et des partenariats avec des bloggeurs dijonnais.

Critère 3

Impact et résultats

(coeff. 3)

9. Quels ont été les résultats quantitatifs de cette initiative ?

- **Indicateurs clés (économiques, financiers)**
- **Chiffres bruts (départ / à date)**
- **Evolution par rapport à la date de démarrage du projet**

Le bilan à 9 mois de l'expérimentation dijonnaise donne les indicateurs de performance suivants :

- Panier moyen : 22 € (+7,2€ par rapport aux prévisions initiales)
- Durée moyenne de location : 3 jours (+1 jour par rapport aux prévisions initiales)
- Note de satisfaction : 8/10 (+1 point par rapport à l'objectif)

Nous ne pouvons malheureusement pas communiquer sur les données macro-économiques du projet.

10. Quels ont été les avantages qualitatifs de cette initiative ?

- Comment cette initiative a-t-elle été perçue en interne et/ou en externe (clients, fournisseurs, consommateurs, partenaires ...) ?

Exemples (ou témoignages) de sites (ou de personnes) emblématiques de la réussite de la mise en œuvre de l'initiative.

>> reconnaissance (s) ayant déjà été obtenu(es) par cette initiative

Le service Eurêcook présente de nombreux avantages :

Pour les consommateurs :

- Profiter d'un produit récent et adapté au moment opportun sans avoir besoin de l'acheter, de le stocker et de l'entretenir.
« *Je pense particulièrement à la tireuse à bière qui doit être très agréable lors d'une soirée entre amis... que je n'aurais pas l'idée d'acheter pour une utilisation familiale. C'est vraiment l'objet qu'on sort de temps en temps... donc c'est bien de l'avoir en location.* » (Marianne, 45 ans)
« *Ce sont quand même des objets un peu encombrants dans une cuisine dont on ne se sert pas tous les jours. Donc voilà, c'est intéressant de louer de temps en temps...* » (Brigitte, 55 ans)
- Tester un produit avant achat afin d'être sûr de faire le bon choix.
« *Cela évite d'acheter l'appareil, celui que j'ai pris, cela coûte assez cher... Ayant déjà plein d'appareils, j'ai testé... et je pourrais réutiliser pour des appareils que je ne connais pas... Je teste pour éviter l'achat... pour essayer l'appareil... quand je ne l'ai pas... »* (Emmanuel, 40 ans)
« *Cela permet de tester et savoir si c'est l'appareil qui convient... Nous vivons dans un appartement... nous avons pas mal d'appareils électroménagers culinaires... avec le temps les placards se sont remplis.* » (Daniel, 70 ans)
- Participer à l'émergence de modes de consommation alternatifs plus respectueux de l'environnement
« *En fait j'utilise le service parce que je préfère louer plutôt qu'acheter à tout va des appareils électroniques... C'est la valeur d'usage qui m'intéresse, pas le fait de l'avoir chez moi...»* (Laëtitia, 40 ans)

Pour le Groupe SEB :

- Promouvoir la consommation responsable grâce à une offre répondant précisément aux besoins des consommateurs, dans le cadre de produits utilisés :
 - o Ponctuellement, comme un appareil à raclette où le prix de la location à partir de 9.99 € reste plus compétitif que l'achat d'un produit premier prix

- Quotidiennement, que les consommateurs souhaitent pouvoir tester avant de transformer leur achat. Il s'agit notamment du cas des blockbusters du Groupe comme le robot multifonction Companion (prix de vente conseillé : 699 €), l'autocuiseur électrique Cookéo (à partir de 179 €) ou encore la friteuse sans huile Actifry (à partir de 119 €).
- Tester de nouveaux modèles économiques et collaborer avec de nouveaux partenaires comme ENVIE tout en renforçant sa relation avec un client-distributeur Casino.
- Acquérir des compétences essentielles dans un monde où l'économie de partage prend une importance croissante.
- Créer un lien direct avec les consommateurs permettant au Groupe SEB d'en apprendre davantage sur leurs pratiques et leurs attentes vis-à-vis de la cuisine.

Pour le point relais (Casino, Avec ou sans toque) :

- Création de trafic en magasin.
- Génération de ventes additionnelles, 1 loueur sur 2 réalise des courses complémentaires lors du retrait de l'appareil.

Eurêcook a été primé dans le cadre de la 5^{ème} édition du colloque national de l'éco-conception.

11. Quelles ont été les pratiques modifiées suite à ce projet :

- **en interne (comportements, méthode de travail, perception du changement...)**
- **en externe vis-à-vis des clients, fournisseurs, partenaires...), envers l'Homme, l'environnement, sur les bienfaits sociaux...**

Ce projet de par sa dimension novatrice a eu des répercussions extrêmement positives pour le Groupe, aussi bien en interne qu'en externe.

En interne, Eurêcook nous a permis de repenser la prise en main de nos produits dans le cadre de locations de courte durée. Cela a permis de faire émerger une nouvelle best practice : les notices sous forme de quick start illustrées par des pictogrammes, désormais généralisées à l'ensemble de nos gammes. Cette initiative nous a aussi incités à réfléchir à de nouveaux packagings éco-responsables, conçus pour être utilisés plusieurs fois.

En externe, ce projet nous a permis de développer notre approche CRM grâce à un contact direct avec une communauté de consommateurs possédant une forte affinité avec l'univers de la cuisine. Il nous a également conduits à travailler avec de nouveaux partenaires publics et privés. Enfin, il nous permet d'affirmer de façon explicite l'engagement du Groupe en matière de Responsabilité Sociale et Environnementale.

Critère 4
Vision
(coeff. 2)

12. Quel est l'objectif à court/moyen terme ? (quantitatifs et qualitatifs)

Les objectifs de l'expérimentation dijonnaise sont :

- Tester l'intérêt des consommateurs pour ce type de service ainsi que les éventuels freins associés.
- Vérifier la faisabilité d'un tel service (boucle logistique, rotation des produits...) et affiner son fonctionnement.
- Mettre au point le modèle économique et la répartition de la valeur créée entre les différents partenaires.

Au-delà de cette expérimentation, l'ambition du Groupe SEB est de proposer ce service dans sa forme la plus efficace et dans les zones géographiques les plus adaptées.

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

Pilier majeur de la stratégie et moteur essentiel de croissance pour le Groupe SEB, l'**innovation** est inscrite dans ses gènes et reste profondément ancrée dans sa culture.

L'histoire du Groupe est en effet jalonnée d'innovations continues ou de rupture ainsi que de concepts inédits, de nouvelles fonctionnalités ou de trouvailles astucieuses. Ces nouveautés se sont traduites par des avancées tangibles dans la vie quotidienne des consommateurs.

Eurêcook s'inscrit complètement dans cette démarche d'innovation. Grâce à cette initiative, le Groupe SEB entre de plain pied dans l'économie de demain en proposant un accès simple, efficace et abordables à ses produits.

Annexes

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

Réponse ou PJ en format numérique (2max) :
Annexe 1 : Dossier de presse du lancement d'Eurêcook
Annexe 2 : Extraits des retombées presse d'Eurêcook

Autorisation de publication des dossiers de candidatures

Les participants autorisent l'Organisateur à rendre public leur dossier de candidature, et ce 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 limitée de deux ans à compter de la remise des prix.

Cocher la case ci-après afin de donner votre approbation :

La participation au Grand Prix de la Consommation Responsable inclut une connaissance et une acceptation du règlement du concours.

Le règlement peut être téléchargé sur le site www.grandprix-consommationresponsable.com

Le dossier de candidature complété (et annexes) est à retourner à l'adresse suivante:
GPrixRSE-chaireGC@essec.edu

Date limite de renvoi des dossiers : 12 octobre 2016

Pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à consulter le site internet
<http://grandprix-consommationresponsable.com/>

Ou à nous contacter à l'adresse :
GPrixRSE-chaireGC@essec.edu