



GRAND PRIX ESSEC DES INDUSTRIES DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE

DOSSIER DE CANDIDATURE **Prix: Solidarité**

- Date limite d'envoi des dossiers complétés : **10 octobre 2018** par mail à gprixrse-chairegc@essec.edu
- Toutes les informations sur <http://grandprix-consommationresponsable.com/>
- Votre contact pour toute question: gprixrse-chairegc@essec.edu
- Tous les champs sont à renseigner.

Principe de notation de chaque prix :

Les initiatives candidates seront évaluées selon 4 critères : Caractère innovant (coefficient 3) - Mise en œuvre et communication (coefficient 2) – Impact et résultats (coefficient 3) – Vision (coefficient 2). Une note sur 10 points sera attribuée sur chaque critère.
Une note globale sur 100 points sera ainsi affectée à chaque initiative candidate.

Nom de l'initiative : Booster l'innovation à Impact sociétal
Nom de l'entreprise candidate (et logo): Groupe SEB
Contact - Personne en charge du dossier : Margaux NIHOARN



PRESENTATION SYNTHETIQUE DE L'INITIATIVE

1. Date de l'initiative : 01 mars 2017

2. Pitch : Résumez en 10 lignes votre projet.

Cette description sera reprise sur des supports de communication visant à présenter la démarche.

Réponse:

Booster l'Innovation à Impact Sociétal - BiiS- a pour vocation de développer l'intrapreneuriat social au sein du Groupe SEB, permettant la double création de valeur : économique et sociale. Nous mobilisons des salariés volontaires, par promotion de 6 à 8 personnes, à raison de 2h à 4h par semaine, sur une période de 3 mois. Nous les accompagnons avec une méthodologie spécifique, inspirée du Design Thinking, de méthodes agiles et du principe d'effectuation. Après une phase d'immersion, de compréhension de la problématique sociétale, de rencontre d'acteurs, d'experts et personnes concernées par la problématique, les salariés génèrent des idées, formalisent leur proposition de valeur et conçoivent une solution. Enfin, ils prototypent une solution a minima, et la testent, pour aboutir à une preuve de concept, présentée aux directions Recherche, Marketing, Design, Marques, en charge de la développer par la suite. Les sujets sont variés allant de l'accès à l'alimentation saine, la prévention des chutes jusqu'au design inclusif.

PRESENTATION DETAILLEE DE L'INITIATIVE

Critère 1: *Caractère innovant de l'initiative*

3. 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 ?

Réponse :

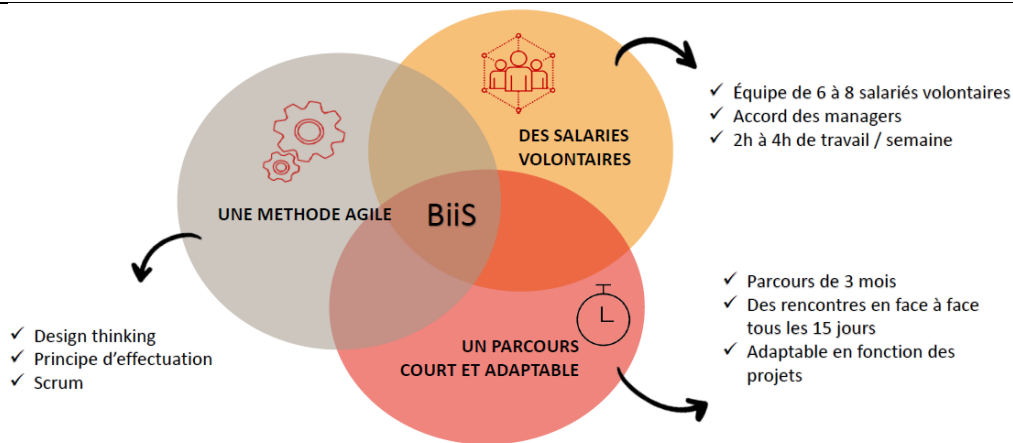
Le Groupe SEB en créant un service interne dédié à l'innovation sociale affiche sa volonté d'explorer de nouveaux terrains peu couverts jusque-là par le groupe ou ses concurrents.

Jusqu'à présent les activités du Groupe SEB se décomposaient en deux, avec d'un côté le business classique porté par les filières commerciales et d'un autre côté les actions de mécénat soutenues par le Fonds de dotation. La démarche BiiS ouvre une 3^{ième} voie en réunissant un modèle économique pérenne et un impact social. Cette démarche, **co-pilotée par le département de la Recherche et le département du Développement durable**, permet de travailler en collaboration pour développer l'innovation sociale.

Ce projet répond à deux enjeux :

- Identifier et défricher de nouvelles opportunités de marché à travers l'analyse de besoins non couverts ayant un impact social
- Transformer l'entreprise de l'intérieur grâce à la diffusion de méthodes agiles tout en favorisant le décroisement des silos et le développement de nouvelles compétences autour d'un projet qui a du sens pour les collaborateurs

Le programme BiiS est en rupture par rapport au processus d'innovation classique puisque c'est une équipe néophyte (hors communauté d'innovation) qui va mener le projet grâce à une méthodologie agile. Cette méthodologie s'appuie sur le design thinking, le principe d'effectuation et le SCRUM.



En conclusion, une promotion BiiS c'est donc une équipe néophyte de salariés volontaires qui s'engagent, en plus de leurs missions quotidiennes, dans une expérience entrepreneuriale agile pour construire un projet à impact social pendant 3 mois.

Critère 2 : Mise en œuvre et communication

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

Réponse :

Un salarié du Groupe SEB, également entrepreneur social à l'extérieur - co-fondateur des Petites Cantines - a proposé aux directeurs de la Recherche et du Développement durable de booster les projets à impact sociaux qui ne voyaient jamais le jour en interne.

Les 2 directions ont décidé de co-piloter cette expérimentation, en la faisant valider par les membres du comité exécutif, puis en créant le poste de Responsable de l'Innovation Sociale.

Cette démarche nourrit à la fois la stratégie RSE, en cherchant un impact social par un nouveau mode d'action, et également la stratégie Recherche/Innovation pour déboucher sur de nouveaux business, mieux connaître certains consommateurs ou non-consommateurs, voire de tester de nouveaux modèles économiques.

5. Stratégie de déploiement de l'initiative :

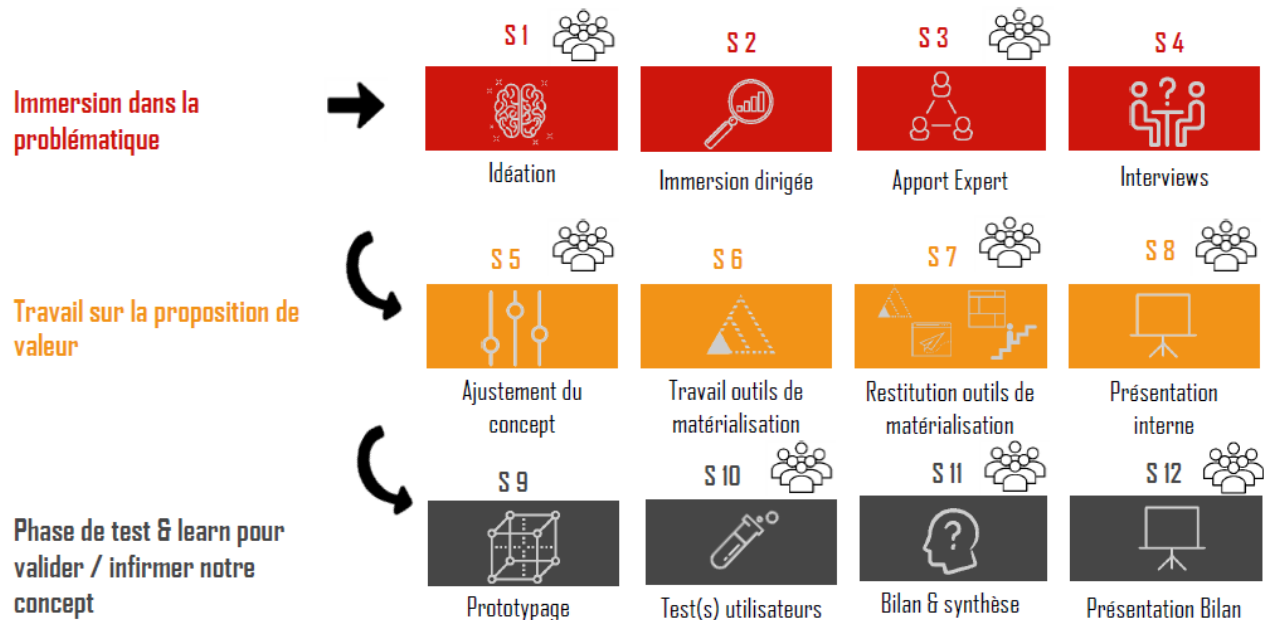
- Etapes et les dates clés de la mise en place de votre projet
- Ampleur du projet (nombre de collaborateurs, marques, produits, sites concernés...)
- Enjeux économiques / financiers nécessités par le déploiement de l'initiative

Réponse :

L'équipe dédiée à l'animation et au déploiement du programme BiiS se compose de 2 personnes.

Mars 2017 – Lancement du projet :

Construction du parcours : La première étape a été en un mois de construire un parcours intrapreneurial cohérent qui permet d'accompagner des collaborateurs aux profils variés dans une réelle expérience entrepreneuriale. Pour cela plusieurs outils ont été développés en fonction des 3 phases du parcours : immersion, modélisation de la proposition de valeur, test du concept. Le but étant d'arriver à une preuve de concept à l'issue de ces 3 mois.



Identification des problématiques : Afin d'identifier les problématiques sur lesquelles travailler, nous avons dans un premier temps référencé et priorisé l'ensemble des projets venant de collaborateurs, de partenaires, de clients... Ce premier travail nous a permis de lister une dizaine de projets, parmi lesquels 3 thématiques ont été choisies avec l'aide d'un COPIL : l'alimentation saine, la prévention des chutes et le design inclusif. Parmi les critères de sélection des projets on retrouve l'impact social du projet, l'expertise interne, la faisabilité technique...

Recrutement des salariés : Une conférence a été organisée sur la thématique de l'intrapreneuriat social pour tester l'intérêt des collaborateurs au sujet. En 2 semaines, 80 collaborateurs ont été sollicités, 30 ont participé à une réunion d'information et 20 ont postulé dans la foulée et ont obtenu l'accord de leur manager pour participer à l'une des 3 premières promotions BiiS.

Avril 2017 – Avril 2018 : 3 promotions lancées : Pour sa première année d'existence, l'équipe BiiS a lancé et animé 3 promotions répondant à une problématique différente :

- **Avril – Juin 2017 : Promo#1** – Face aux problèmes de malnutrition notamment chez les foyers à faibles revenus, comment accompagner ces personnes vers une alimentation plus saine ?
- **Septembre – Décembre 2017 : Promo#2** – 1 personne sur 3 de plus de 65 ans risque de tomber dans l'année, comment favoriser le bien vieillir à travers un outil de mesure de l'équilibre simple et adaptée à la population visée ?
- **Janvier – Avril 2018 : Promo#3** – La plupart des utilisateurs aux besoins particuliers (âge, handicap, maladie...) sont exclus lors de la conception d'un nouveau produit ou service, comment améliorer nos produits pour ces utilisateurs spécifiques, et faire profiter l'ensemble de nos consommateurs de ce design plus inclusif ?



#1 - ACCES A L'ALIMENTATION SAIN

Faciliter le mieux manger en proposant à des personnes à faibles revenus de cuisiner ensemble et de repartir avec leurs plats, des recettes et des produits

AVRIL - JUIN 2017

- 9 millions de personnes en dessous du seuil de pauvreté
- 3 pistes de business à explorer
- 6 mois pour continuer et développer un kit de cuisine partagée



#2 - PREVENTION DES CHUTES

Favoriser le bien vieillir grâce à une solution simple de mesure de l'équilibre et un accompagnement à l'activité physique

SEPT. - DEC. 2017

- 12 000 morts par an, un coût estimé de 2 milliards d'€ par an
- Un besoin pour mesurer ET développer son équilibre
- Une équipe dédiée pour développer le projet dans l'écosystème



#3 - DESIGN INCLUSIF

Identifier les points de frictions à travers une méthodologie pour améliorer l'ergonomie de nos produits pour des personnes en situation de handicap

JANV. - AVRIL 2018

- 18 % de la population française porteuse de handicap
- Travail sur un set breakfast plus inclusif et une notice en ligne
- Une méthodologie « Design inclusif » intégré au process actuel

Au total depuis la création du programme BiiS, 21 collaborateurs venus de tout horizon ont participé au parcours d'intrapreneuriat social BiiS, 18 managers ont suivi l'avancée des projets, 20 collaborateurs ont formé un jury pour challenger les idées des boosters à l'issue de leur première journée d'idéation et une communauté de 180 collaborateurs est informée régulièrement via un réseau social interne (Yammer) des résultats des projets.

Sur les 3 projets, 2 projets ont été repris en interne par des équipes recherche, marketing et design pour être développés. Parmi les boosters, 7 ont souhaité continuer l'aventure et participer à la phase de développement du projet à l'issue de leur investissement sur 3 mois.

Différentes directions ont également été impliquées pour challenger et s'approprier les projets : la direction des marques, Groupe SEB France, la direction des nouveaux business, la direction du design...

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

- Moyens humains et matériels mis en place pour motiver et former les collaborateurs
- Sensibilisation / Communication interne autour de cette initiative

Réponse :

L'engagement des collaborateurs est l'un des moteurs du programme BiiS puisqu'il répond à l'enjeu de transformer l'entreprise de l'intérieur. Peu de moyen matériel et financier ont été mis en œuvre, car l'intérêt pour le social business et les méthodes agiles suffisent à mobiliser fortement les collaborateurs.

Pour le recrutement, une conférence sur l'innovation sociale a été organisée au sein du Groupe SEB avec notamment la présence de Jean-Marc Guesné directeur Ashoka France et Nicolas Cordier en charge de l'innovation sociale chez Leroy Merlin. Plusieurs réunions d'information en interne ont par la suite été organisées pour permettre aux collaborateurs intéressés de poser leurs questions. Suite à cela, tous les collaborateurs intéressés par la démarche se sont inscrits pour participer à un des trois premiers projets.

La participation d'un collaborateur est conditionnée à l'accord de son manager. Les managers participent au kick-off du projet ainsi qu'à la présentation bilan en fin de parcours pour valoriser le travail effectué dans le cadre du projet BiiS par leur collaborateur. L'engagement du salarié est également pris en compte lors des entretiens annuels individuels.

Une fois ces conditions réunies (motivation du collaborateur + accord du manager), les collaborateurs vont pendant 3 mois travailler entre 2h et 4h par semaine sur un projet BiiS. Tous les 15 jours des rencontres en face à face ont lieu pour partager les avancées de chacun et travailler ensemble. Plusieurs outils sont alors utilisés par les boosters dans une logique de learning by doing. Ces outils sont présentés durant les séances de travail grâce à des fiches explicatives et l'équipe BiiS accompagne les collaborateurs si besoin.

Créer un cadre de travail bienveillant et dynamisant est primordial. C'est pour cela que chaque début de séance commence par un jeu de team building, et que des déjeuners d'équipe sont régulièrement organisés pour créer une cohésion entre les participants. Les boosters ont apprécié le fait d'avoir droit à l'erreur, de se sentir écoutés et de pouvoir librement défendre leurs idées. Ils estiment également avoir acquis des compétences nouvelles et vécu une expérience professionnelle différente de ce qu'ils ont connu jusque-là.

Les collaborateurs de la communauté innovation (marketing, recherche, design, développement et nouveaux marchés) sont également impliqués à plusieurs étapes du projet. En amont, nous nous assurons avec eux de la pertinence de travailler sur ce projet. Pendant le parcours BiiS, ils nous apportent leur éclairage en tant qu'experts sur un aspect du projet. Ils sont également présents lors des présentations de mi-parcours et de fin de parcours pour challenger nos idées et être en mesure de reprendre le projet à l'issue des 3 mois.

L'ensemble des collaborateurs du campus est également mobilisé. En effet, à travers un réseau social interne (Yammer), nous sensibilisons une communauté plus large comptant plus de 180 collaborateurs aux avancées des projets, ainsi que sur des problématiques ou des événements de l'économie sociale et solidaire.

7. Partenariats noués pour mettre en œuvre le projet (le cas échéant)

Réponse :

Pour mettre en œuvre les différents projets BiiS, nous nous appuyons sur des partenariats internes et externes.

Internes :

- *Direction de la recherche* : connaissance des problématiques techniques ou des études R&D en cours, open innovation, études anthropologiques...
- *Direction développement durable* : stratégie du groupe en matière de RSE, mises en relations avec des associations, ONG, porteurs de projets externes...
- *Communauté innovation* : marketing, recherche, design
- *Equipe commerciale des nouveaux business* : nouveaux partenaires, techniques de négociation...
- *SEB Lab* : fablab interne avec une expertise en matière de créativité et de prototypage
- *SEB Alliance* : fonds d'investissement dans des start-up innovantes
- *Services internes* : expertise métier propre au Groupe SEB

Externes :

- *Associations et ONG* : analyse du problème, mise en relation avec des bénéficiaires, travailler des projets en co-construction... → exemple : Handicap international a accompagné la 3^{ème} promotion BiiS sur le design inclusif, organisation de test dans un IMPRO, ...
- *Mutuelles* : aller chercher des compétences techniques externes, des nouveaux canaux de distribution... ; → exemple : Groupama suit notre avancée sur le projet de prévention des chutes des seniors
- *Universités* : travailler avec des chercheurs, des labos, des étudiants ... → exemple : étude menée avec l'IAE de Grenoble sur les seniors et les objets connectés
- *Bailleurs sociaux, collectivités locales, centre social* : mettre en place des expérimentations → exemple : mise en place d'atelier culinaire avec le centre social d'Ecully, participation à une commission d'accessibilité de la ville de Saint-Germain-En-Laye, Est métropole Habitat et Vaulx-en-Velin pour construire des ateliers culinaires
- *Réseaux personnels* : chaque booster a utilisé son réseau personnel pour mieux comprendre les problématiques → exemple : médecin, gériatre, kiné, pharmaciens, personnes en situation de handicaps, structure d'accompagnement, personnes âgées...

8. Information du consommateur et des parties prenantes :

- Actions de sensibilisation, d'information, aux consommateurs et aux parties prenantes du projet (supports, moyens, budgets ...). Insérer un exemple de visuel développé.

Réponse :

La démarche étant expérimentale aucune communication externe vis-à-vis du grand public n'a été menée pour le moment. Nous souhaitons concentrer nos efforts sur le développement des projets initiés avant de communiquer des résultats.

Toutefois, la démarche a été présentée à plusieurs reprises en interne notamment à des membres du COMEX, lors du Conseil d'Administration du Groupe SEB ou encore lors des séminaires Recherche.

Nous sommes transparents dans notre démarche et nous participons régulièrement à différents évènements en lien avec l'innovation sociale comme le conseil de développement de la métropole de Lyon qui a pour but d'identifier les initiatives sociales du territoire.

Critère 3 : Impact et résultats

9. Impact et résultats quantitatifs :

- Indicateurs chiffrés économiques et sociaux, évolutions par rapport à la situation initiale

Réponse :

Le programme BiiS était à l'origine une expérimentation de 1 an. À la suite d'une présentation des résultats des 3 premières promotion BiiS à deux membres du COMEX, il a été décidé de poursuivre l'aventure.

- **Innovation sociale** : 2 projets sur 3 ont été repris dans le processus d'innovation classique. Ces sujets n'avaient encore jamais été adressés et les différentes promo BiiS ont permis d'arriver à une preuve de concept au bout de 3 mois de travail
 - o Nous sommes actuellement en train de réaliser des tests d'efficacité sur notre prototype pour mesurer l'équilibre avec Les Séniories. Le projet de prévention des chutes chez les seniors se décline dorénavant en 3 projets :
 - Un produit plus axé sur l'autonomie de la personne âgée à domicile en nouant des partenariats avec des acteurs déjà présents, comme des entreprises de téléassistance ;
 - Un produit spécifique équilibre avec des canaux de distributions nouveaux (pharmacies, mutuelles...);
 - Un produit plus grande consommation avec nos canaux de distribution classique.
 - o Le travail effectué sur le design inclusif a permis d'impulser plusieurs dynamiques :
 - Création d'une nouvelle gamme petit déjeuner inclusive,
 - Réponse à un appel à projet sur la thématique du design inclusif,
 - Intégration de jalons de validation design inclusif dans notre processus de création de l'offre produit,
 - Analyse de l'état des connaissances et formation des équipes design,
 - Définition de l'ensemble des critères « Good Design » qui serviraient de référence aux designers,
 - Mise en place d'un système de vente directe de nos produits à des personnes en situation de handicap
- **Forte implication des collaborateurs** :
 - o Un véritable accélérateur de projet : sur 3 mois avec 400h de travail effectif, une promo BiiS fournit le même travail qu'un binôme projet (marketing et recherche) en 600h sur 1 an.
 - o Une communauté BiiS: 21 boosters, 18 managers, 20 jury bienveillants, 180 followers sur yammer

10. Impact et résultats qualitatifs :

- Retombées internes de l'initiative : comportements, méthodes de travail, fierté etc., ...
- Retombées externes de l'initiative : en quoi vos clients, fournisseurs ou partenaires ont-ils été impactés par le projet ?

Réponse :

En interne, le programme BiiS a permis de faire bouger les lignes en diffusant l'innovation sociale dans le processus de recherche.

Les responsables recherches nous sollicitent aujourd'hui pour adresser de nouveaux projets à impact social. Ils sont également intéressés par la méthodologie et les outils employés dans le but de former l'ensemble de la communauté innovation à ces nouvelles méthodes agiles de travailler et d'innover.

Les motivations des boosters à participer est double : travailler sur un projet qui a du sens et également apprendre de nouvelles façons de travailler. A travers leur engagement, ils ont pu développer des compétences (apprendre à pitcher, mener une interview, clarifier une proposition de valeur...), apprendre de nouvelle manière de travailler (collaboration, teambuilding...) mais également rencontrer des collaborateurs d'autres services avec qui ils n'auraient jamais travaillés.

Parmi les retours des collaborateurs, on retrouve la fierté d'appartenir à un groupe qui propose ce type d'opportunité, des comparaisons positives avec les critères de Great place to Work ou encore une aventure humaine enrichissante. Les managers des boosters ont également souligné un changement de posture et d'engagement de leurs collaborateurs après leur participation à une promotion BiiS.

L'innovation sociale nous a également permis de nouer de nouveaux partenariats en externes. De la rencontre avec APF France Handicap est nait une collaboration pour répondre ensemble à un appel à projet du CNSA sur le design inclusif. Notre action a également été repérée par le Conseil de développement de la métropole de Lyon ce qui nous a permis d'échanger avec d'autres acteurs territoriaux travaillant sur les mêmes thématiques.

L'ensemble des personnes impliquées sont fières de participer à un projet d'impact social et soutiennent la démarche pour permettre au Groupe SEB de développer l'innovation sociale.

Critère 4 : Vision

11. Objectifs à court et moyen terme, perspectives :

Réponse :

Notre premier objectif est d'accompagner ces premiers projets jusqu'à leur phase de développement, en transmettant l'ensemble de nos apprentissages ainsi que les liens noués avec nos partenaires aux équipes innovation. Ainsi les consommateurs bénéficieront en 2019, de solutions concrètes dans la prévention des chutes, ainsi que des premiers produits conçus avec le design inclusif.

En parallèle, nous identifions et priorisons de nouvelles thématiques qui seront traitées en 2019. Nous bâtissons un programme de communication interne et de sensibilisation au social business, par la mise en avant des premières promotions et l'intervention de partenaires externes. Les nouveaux salariés volontaires formeront les 3 prochaines promotions de Boosters en 2019.

Enfin, nous continuons à améliorer notre parcours, par la formalisation d'outils, nous permettant d'accompagner les projets au-delà des 3 premiers mois.

12. Cohérence avec la vision et la mission de votre entreprise :

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

Réponse :

La mission du Groupe SEB est de faciliter et d'embellir la vie quotidienne des consommateurs et contribuer au Mieux-vivre, partout dans le monde. Le Groupe SEB s'appuie sur des principes de management forts, dont :

- La volonté d'entreprendre (vision globale, moteur du changement, détermination, agilité)
- La passion pour l'innovation (amour du produit, précurseur, audace)

- Le respect de la personne (responsabilité sociale)

BiiS - Booster l'Innovation à Impact Sociétal - s'inscrit pleinement dans cette mission et ces principes de management en développant des produits et/ou des services innovants, générant une double création de valeur : sociale et économique.

Annexes

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

Réponse ou PJ en format numérique (2 max) :

Une immersion au sein de la 1ère promotion BiiS autour de la problématique de l'accès à l'alimentation saine. Vidéo de présentation du parcours BiiS.

Autorisation de publication des dossiers de candidature

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.

En cochant la case ci-après, vous acceptez les conditions de participation :

La participation au Grand Prix de la Consommation Responsable inclut une connaissance et une acceptation du règlement du concours, disponible à l'adresse : www.grandprix-consommationresponsable.com.

Les participants communiqueront autour du prix qui leur aura été remis, et notamment via l'utilisation du label lauréat

Date limite d'envoi des dossiers complétés : 10 octobre 2018
par mail à gprixrse-chairegc@essec.edu