

Communiqué

LE 10 DÉCEMBRE, À L'OCCASION DE LA 10^{ÈME} ÉDITION DU NEW RETAIL FORUM, LORS DE LA CÉRÉMONIE DES R AWARDS 2019, LES TROPHÉES DU RETAIL & DE LA RSE ONT ÉTÉ REMIS PAR LE CLUB GÉNÉRATION RESPONSABLE®

En présence des personnalités et des acteurs du développement durable et du commerce organisé, les trophées 2019 ont été remis aux entreprises du retail pour leur initiative et leur démarche d'amélioration continue en faveur du développement durable. Ces prix viennent récompenser une initiative particulièrement remarquable et dont les actions sont compatibles avec les enjeux du développement durable (dimensions économique, environnementale, sociale/sociétale). Les jurys ont récompensé 9 initiatives : Achats Responsables, Eco-Conception, Performance Energétique, Gestion des déchets, Mobilité, Climat, Sociales/Sociétales, Communication Responsable et Point de Vente Responsable.

Le Palmarès R AWARDS 2019

◆ Le R AWARD DE L'ENSEIGNE 2019 est attribué à FRANPRIX, Lauréat du R AWARD SOCIAL RH.

Une solution de présélection des candidats rupturiste, expérientielle et sans CV basée sur la personnalité vs l'expérience, pour favoriser l'égalité des chances.

« Il y a 6 mois nous avons lancé une solution de présélection des candidats rupturiste, expérientielle et sans CV basée sur la personnalité vs l'expérience, pour favoriser l'égalité des chances. Présélectionnés par le jeu, les candidats dont les valeurs matchent avec celles de l'enseigne, se voient proposer des entretiens collectifs et individuels. Une approche positive, digitale et humaine visant à relever 4 objectifs :

- RÉPONDRE : Faire face à un volume important de candidatures et de recrutements
- ÉVOLUER : Chez franprix, s'est opérée une véritable transformation des métiers, nous devons donc travailler sur l'employabilité et l'ouverture à de nouveaux profils.
- CIBLER : offrir la chance et l'opportunité à tous de passer un entretien en se focalisant uniquement sur les valeurs, et ainsi, ne plus passer à côté de profils en accord avec les valeurs et la philosophie de franprix.
- INNOVER : Dynamiser le secteur des RH.

Lorsque le candidat postule à une offre via le canal qu'il souhaite, il reçoit un mail dans la foulée l'invitant à cliquer sur un lien pour jouer. Le candidat est invité à évaluer les 30 affirmations proposées (entre 1 à 5 étoiles) en fonction de son degré d'adéquation aux valeurs.

Une fois toutes les affirmations évaluées, il obtient un retour personnalisé sur ses valeurs et celles de franprix. En fonction de son degré d'adéquation à l'enseigne, il reçoit, soit une convocation à une session de recrutement, soit un appel téléphonique, soit une réponse négative ».

LE CLUB GÉNÉRATION RESPONSABLE REMET À FRANPRIX UN FILM « RÉCOMPENSE » POUR LE R AWARD DE L'ANNÉE ! UNE VIDÉO MET À L'HONNEUR L'ENTREPRISE LAURÉATE DU R AWARD 2019, FRANPRIX, QUI RACONTE SON INITIATIVE REMARQUABLE. RÉALISÉE ET PRODUITE PAR WORLDWHY MÉDIA, SOCIÉTÉ DE PRODUCTION DE GUY LAGACHE ET AUREORE BELSER.
Voir la vidéo : www.generation-responsible.fr

◆ Le GRAND JURY a souhaité remettre à MAISONS DU MONDE pour son engagement global, sur tous les champs de la responsabilité, environnemental, social et sociétal le 1^{er} PRIX DE L'ENGAGEMENT.

La lutte contre le changement climatique et la réduction des émissions de gaz à effet de serre est la priorité de l'engagement environnemental de Maisons du Monde. En 2019, l'enseigne s'est engagée sur une trajectoire de réduction des émissions à horizon 2030, alignée avec les scénarios dits « 2° » : réduction de 50% des émissions directes (scope 1&2) et réduction de 15% des principaux postes d'émissions indirectes (scope 3). Sujet transverse, cet engagement implique la baisse des consommations d'énergie, le recours à des approvisionnement en énergie renouvelable mais aussi de faire évoluer le transport des produits et leur conception, notamment dans le choix des matières premières.

Afin de garantir la crédibilité de cette trajectoire, l'objectif a été soumis et validé en septembre 2019 par la Science Based Target Initiative, organisme co-fondé par le CDP, le WWF ou encore le Global Compact.

◆ **Un R AWARD D'HONNEUR attribué à JEAN-MARC L'HUILLIER, Président Direction Développement Durable, GROUPEMENT LES MOUSQUETAIRES, par Jocelyne Leporatti, Présidente du Club Génération Responsable.**

... « J'ai assisté il y a quelques jours, avec beaucoup d'émotion aux 50 ANS du Groupement des Mousquetaires. La rétrospective de 50 années qui racontent une histoire impressionnante, une aventure audacieuse qui chaque jour place l'humain au coeur de l'entreprise. Le Président Didier Duhaupand face à l'ensemble des collaborateurs du Groupement a renforcé à cette occasion l'engagement fort des MOUSQUETAIRES pour lutter contre le dérèglement climatique et poursuivre une démarche de responsabilité.

Depuis près de 10 ans, le Groupement des Mousquetaires est engagé et soutien les actions et la démarche du Club Génération Responsable. Les Mousquetaires ont été les premiers à répondre présents à l'appel à mobilisation du Club lors de la COP21 en 2015. A cette occasion, ils ont été les premiers à se voir remettre par les Pouvoirs Publics le LABEL ENSEIGNE RESPONSABLE Niveau 3, correspondant à un engagement global sur les champs de la responsabilité de notre référentiel. Et ils sont aujourd'hui engagé dans notre démarche POINT DE VENTE RESPONSABLE, souhaitant que leurs magasins deviennent des acteurs incontournables dans nos démarches sur les territoires.

Mais le Groupement des Mousquetaires a également été le premier à se mobiliser à nos côtés face à l'urgence climatique en engageant 4 de leurs enseignes dans l'opération ENSEMBLE POUR LE CLIMAT l'an passé. Toutes les équipes du Groupement ont joué le jeu, les directions et les services se sont mobilisés, Olivier Touzé et toute son équipe se sont mobilisés sans relâche durant des mois de préparation et durant 15 jours dans l'action et je remercie chacun d'entre eux.

C'est grâce à des hommes comme Jean-Marc l'Huillier, à la tête de la Direction Développement Durable depuis 15 ans au sein du Groupement, que le Club a pu dépasser ses limites. Je suis fière de lui remettre ce R AWARD D'HONNEUR 2019...», Jocelyne Leporatti.

◆ **R AWARD Initiative Achats Responsables : OKAIDI**

« La traçabilité textile, une chaîne de valeur longue et complexe »

◆ **COUP DE CŒUR DU JURY Initiative Achats Responsables : LE GROUPEMENT DES MOUSQUETAIRES**

« Le Village Solaire d'Essaouira : des produits cosmétiques à base d'huile d'argan bio Label Ecocert »

◆ **R AWARD Initiative Éco-Conception : SEPHORA COLLECTION**

« Une nouvelle gamme de soin, Good for skin You All, composé à 90% d'ingrédients d'origine naturelle et à 100% de packagings éco-conçus, le tout à moins de 20€ »

◆ **COUP DE CŒUR DU JURY Initiative Éco-Conception : LE GROUPEMENT DES MOUSQUETAIRES**

« Une stratégie #DéfiEmballages, 100% d'emballages recyclables ou réutilisable en 2025 »

◆ **COUP DE CŒUR DU JURY Initiative Éco-Conception : SEPHORA**

« Le projet d'écoconception de la gondole s'inscrit dans ses priorités »

◆ **R AWARD INITIATIVE GESTION DES DECHETS : NORAUTO**

« Un meuble de tri des produits usagers »

◆ **R AWARD ACTION SOCIETALE : MAISONS DU MONDE**

« Le Partenariat Maisons du Monde & Emmaüs : le réemploi solidaire comme solution de réduction des déchets »

◆ **PRIX SPECIAL DU JURY INITIATIVE GESTION DECHETS : NESPRESSO**

« Permettre aux Français de déposer tous leurs métaux directement dans leur poubelle de recyclage »

- ◆ **PRIX SPECIAL DU JURY INITIATIVE ENERGIE : NORAUTO**
« Une opération de relamping énergétique »
- ◆ **PRIX SPECIAL DU JURY INITIATIVE MOBILITE : ERAM**
« Fluidifier le transport du dernier/premier kilomètre »
- ◆ **R AWARD INITIATIVE COMMUNICATION RESPONSABLE : NESPRESSO**
« Un appel au geste de tri « A Paris, recyclez vos capsules Nespresso dans le bac jaune »
- ◆ **R AWARD INITIATIVE CLIMAT : MAISONS DU MONDE**
« La stratégie climat de Maisons du Monde, validée par la Science Based Target Initiative.
- ◆ **COUP DE CŒUR DU JURY INITIATIVE CLIMAT : LA MIE CALINE**
« La Mie Câline entraîne ses troupes dans son nouveau programme « A Cœur d'Agir ».
- ◆ **R AWARD INITIATIVE SOCIAL RH : FRANPRIX**
« Une solution de présélection des candidats rupturiste, expérientielle et sans CV basée sur la personnalité vs l'expérience, pour favoriser l'égalité des chances »
- ◆ **R AWARD INITIATIVE INNOVATION SOCIALE : NORAUTO**
« Un programme solidaire : Mana Ara qui signifie route solidaire »
- ◆ **COUP DE CŒUR DU JURY INITIATIVE SOCIAL RH : NESPRESSO**
« Un partenariat avec Wake Up Café : accompagner d'anciens détenus à la sortie de prison, en vue d'une réinsertion durable et sans récidive »
- ◆ **R AWARD INITIATIVE POINT DE VENTE RESPONSABLE : INTERMARCHÉ LELUDE**
« L'Intermarché Le Lude se distingue en s'engageant dans la labellisation Point de Vente Responsable avec la mise en avant de sa démarche de partenariat avec des éleveurs et producteurs locaux alimentaires »
- ◆ **COUP DE CŒUR DU JURY INITIATIVE POINT DE VENTE RESPONSABLE : INTERMARCHÉ MONTAUBAN de Bretagne**

