



Nominé



ESSEC
BUSINESS SCHOOL

Chaire
Grande Consommation



Grand Prix ESSEC des industries de la Consommation Responsable

DOSSIER DE CANDIDATURE

Prix: Emploi et développement des Hommes

- Tous les champs sont à renseigner.
- **Date limite de renvoi des dossiers complétés : 3 octobre à minuit**, par mail à l'adresse contact@grandprix-consommationresponsable.com
- **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: **Bilan Social Individuel**

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



Du sourire à partager

Contact - Personne en charge du dossier : Guillaume Chivrac – gchivrac@groupe-bel.com

PRESENTATION SYNTHETIQUE DE L'INITIATIVE

1. **Date de l'initiative** : 2013

2. **Résumé** :

Le Bilan Social Individuel, une initiative originale et individualisée pour permettre à tous nos collaborateurs de mieux comprendre leur rémunération

Pour mieux répondre aux interrogations de nos collaborateurs, nous avons mis en place un « Bilan Social Individuel » : un document pédagogique envoyé à plus de 3200 salariés en France, qui détaille de manière exhaustive les différents éléments de leur rémunération.

En quoi consiste le projet ? A quels enjeux précis de responsabilité sociale ou environnementale répond votre initiative ?

Envoyé au domicile de chaque collaborateur Bel en France au mois de mai, le Bilan Social Individuel (BSI) regroupe dans un même document personnalisé tous les éléments, financiers ou non, de leur rémunération globale : rémunération fixe, complémentaire et collective (participation, intéressement, Plan d'Épargne Entreprise) ainsi que les différents avantages perçus sur l'année écoulée (protection sociale, retraite, avantages réels, etc.).



A travers cette initiative, nous répondons aux attentes exprimées par nos collaborateurs lors de l'enquête d'opinion biennale que nous conduisons auprès de tous nos collaborateurs d'aller vers plus de pédagogie et de transparence sur les règles et la structure des rémunérations. Il s'agit de la responsabilité sociale du groupe Bel en tant qu'employeur engagé.



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 ?

Au sein du Groupe, il s'agit d'une initiative innovante qui va au-delà des pratiques des autres filiales de Bel. La filiale française s'était déjà illustrée par un effort de transparence sur ses politiques de rémunération en publiant un « Guide de la rémunération globale » (voir question 5), tout comme nos filiales en Allemagne et au Royaume-Uni. Avec la création du BSI, la filiale française apparaît comme précurseur au sein du Groupe.

Le groupe Bel n'est pas la seule entreprise du secteur à avoir mis en place un Bilan Social Individuel. Cependant, nous avons souhaité nous différencier par le caractère particulièrement ludique et pédagogique du document (voir exemplaire du BSI en annexe), et par une présentation propre à l'identité du groupe Bel : aux couleurs de Bel et à l'image de notre signature originale « Du sourire à partager ».

Cette pratique va au-delà des obligations réglementaires d'information des salariés sur leur rémunération.

Critère 2

Mise en œuvre et communication

(coeff. 2)

4. Qui a initié ce projet (département, fonction) ? Qui est responsable de la mise en œuvre de l'initiative ?

Ce projet a été initié et est piloté par les équipes Ressources Humaines France, qui sont responsables de la mise en œuvre de l'initiative.

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 ?

Étapes et dates clés de mise en place :

Lors de la première enquête d'opinion effectuée en **2011** auprès de l'ensemble des collaborateurs du Groupe, nous avons identifié une attente particulière de nos collaborateurs : renforcer la transparence et la communication sur les règles et la structure des rémunérations au sein du Groupe.

Suite à cette analyse, nous avons commencé par éditer en **2012** un « Guide de la rémunération globale », qui avait pour objectif d'expliquer comment sont fixés les salaires et de quoi ils se composent (rémunération fixe, primes, bonus, etc).

Nous avons décidé d'aller plus loin en **2013** en lançant pour nos collaborateurs en France le Bilan Social Individuel, encore plus détaillé et personnalisé.

Ampleur de la mise en œuvre :

Tous les sites français (7 usines et le siège) sont concernés, soit plus de 3200 salariés en France.

Enjeux économiques :

Le BSI fait partie des outils de communication qui contribuent à favoriser la motivation et l'engagement, source de performance des équipes.

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

- **Combien de collaborateurs ont été mobilisés ?**
- **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 ?**

Au sein du département Ressources Humaines France, 7 collaborateurs ont contribué à créer et déployer le Bilan Social Individuel. Ce projet s'est étalé sur 28 semaines (de mi-décembre à fin mai).

Communication interne :

Le Bilan Social Individuel est envoyé par courrier au domicile de chacun des collaborateurs. Nous avons souhaité accompagner cette initiative par des communications spécifiques afin d'expliquer le fondement et l'utilité de notre démarche. Par exemple, un affichage spécifique a été réalisé au siège durant la période d'envoi du BSI. Les différents sites ont relayé l'information quelques semaines avant la réception du BSI au domicile grâce à des affiches papier et/ou des affichages sur écran pour les sites en disposant.

Bien que cette initiative concerne le périmètre français uniquement, l'initiative a été communiquée dans l'ensemble des pays du Groupe au travers de notre newsletter électronique, afin de promouvoir le projet et favoriser sa duplication par d'autres pays.



Cette bonne pratique a également été mise en avant lors de la convention annuelle des équipes ressources humaines.



7. Partenariats noués pour mettre en œuvre le projet :

Pour la conduite du projet, la conception et l'impression nous sommes appuyés sur le cabinet de conseil Aon Hewitt.

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 ...).**

Joindre en annexe un exemple de communication

En externe, cette bonne pratique a fait l'objet d'un communiqué de presse (voir annexe), et d'une interview de notre directeur Ressources Humaines France, paru en juillet 2014 dans le magazine Process Alimentaire.

Nous avons également publié un article à ce sujet sur notre site corporate.

En interne : voir question 6.

Critère 3
Impact et résultats
(coeff. 3)

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

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

Le BSI a été distribué à **3 200 salariés** de Bel en France (ouvrier, employé, technicien/agent de maîtrise et cadre) soit l'ensemble des collaborateurs en CDI justifiant d'au moins 6 mois d'ancienneté au 31 décembre 2013.

Dans le cadre de l'enquête d'opinion menée tous les deux ans auprès des collaborateurs, nous avons noté en France une **augmentation de 17 points** (de 32% à 49%) de collaborateurs d'accord et totalement d'accord avec l'assertion suivante «*Je dispose des informations nécessaires pour comprendre comment est calculée ma rémunération et mes avantages*». L'initiative a vraisemblablement répondu à l'attente des collaborateurs à ce sujet et contribué aux progrès observés.

10. 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

Nous avons conduit un sondage spécifique auprès des bénéficiaires du BSI. Cette initiative a été très appréciée des collaborateurs concernés. **99% des collaborateurs ayant répondu trouvent le BSI utile, clair et agréable à lire, et 92% souhaitent le recevoir tous les ans.**

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...

Grâce aux informations détaillées qu'il contient, le BSI favorise la transparence des échanges entre les collaborateurs et leur responsable RH et hiérarchique sur les questions de rémunération, en se basant sur des éléments précis et complets. C'est également un moyen pour chaque manager de valoriser les performances individuelles et collectives de ses équipes.

Cette initiative à destination de nos collaborateurs n'a pas vocation à avoir des impacts vis-à-vis de tiers extérieurs

Critère 4 Vision (coeff. 2)

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

Notre objectif est de poursuivre vers toujours plus de transparence sur notre politique de rémunération. L'initiative sera reconduite en 2015 (sur la base des revenus 2014) et évoluera pour s'adapter aux nouvelles attentes de nos collaborateurs. Ainsi, en 2014, des données complémentaires concernant la prévoyance et la formation ont été ajoutées.

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

Cette initiative s'inscrit dans la vision du Groupe d'être un employeur engagé pour le développement personnel et collectif de ses collaborateurs.

Le BSI s'inscrit pleinement dans les 4 engagements de notre charte sociale People First, et traduit en particulier la volonté de Bel de mettre en place une politique de rémunération transparente, équitable et compétitive (« engagements partager nos succès »). Nous souhaitons permettre à nos collaborateurs de recevoir un juste retour sur la valeur qu'ils ont contribué à créer pour l'entreprise : c'est pour cela qu'il est important qu'ils puissent avoir une vue d'ensemble de leur rémunération et de ses différentes composantes, ainsi que sur les avantages que nous leur proposons dans le cadre de notre politique RH : protection sociale, formation, compte épargne temps, comité d'entreprise, etc.





Annexes

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

Réponse ou PJ en format numérique (2 max) :

- Exemple de Bilan Social Individuel ;
- Communiqué de presse.

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.

Signature de l'entreprise

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:

contact@grandprix-consommationresponsable.com

Date limite de renvoi des dossiers : 3 octobre 2014

Pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à consulter le site internet

<http://grandprix-consommationresponsable.com/>

ou à nous contacter à l'adresse :

contact@grandprix-consommationresponsable.com