

**ESSEC**  
BUSINESS SCHOOLChaire  
Grande Consommation

---

*Grand Prix ESSEC des industries  
de la Consommation Responsable*

---

**DOSSIER DE CANDIDATURE**  
**Prix: Gestion des ressources**

- **Tous les champs sont à renseigner.**
- **Date limite de renvoi des dossiers complétés : 3 octobre 2014 à minuit**, par mail à l'adresse [contact@grandprix-consommationresponsable.com](mailto: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: Le Partenariat d'Agriculture Durable de Knorr****Nom de l'entreprise candidate (et logo): Unilever****Contact - Personne en charge du dossier : Marine Jacquier**

## PRESENTATION SYNTHETIQUE DE L'INITIATIVE

1. Date de l'initiative : Depuis 2010

2. Résumé :

En quoi consiste le projet ?

A quels enjeux précis de responsabilité sociale ou environnementale répond votre initiative ?

Réponse (10- 15l) :

Unilever travaille avec plus de 200 000 fournisseurs partout dans le monde. Nous avons conscience que nos choix d'approvisionnement de ressources agricoles peut avoir de sérieuses répercussions sur les ressources mondiales et le changement climatique. À plus grande échelle, nos décisions peuvent également avoir un impact social et notamment sur les moyens de subsistance de nos agriculteurs et de leurs familles.

Afin d'accompagner concrètement nos fournisseurs de légumes et aromates dans une démarche d'amélioration continue de leurs pratiques agricoles, Unilever a lancé en 2010 le programme « **Partenariat Agriculture Durable** ». Ce programme nous permet de développer nos relations avec nos agriculteurs, partager avec eux nos connaissances et améliorer leurs équipements. L'objectif est de les aider à adopter des pratiques agricoles conformes au Code Unilever d'Agriculture Durable, qui repose sur 11 critères alignés sur les certifications les plus reconnues comme Globla Gap, Rainforest Alliance ou Fairtrade.

En nous approvisionnant en ingrédients issus de l'agriculture durable, nous contribuons à protéger l'environnement et la biodiversité et nous nous assurons que les questions sociales et communautaires sont gérées de façon responsable.

## 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 ?

Réponse :

Le « Partenariat Agriculture Durable » nous permet d'accompagner nos fournisseurs dans une démarche d'amélioration continue en vue d'adopter des pratiques agricoles conformes au **Code Unilever d'Agriculture Durable**. Ce code définit nos critères en matières d'agriculture durable, et évalue les pratiques agricoles de l'ensemble de nos fournisseurs sur 11 indicateurs :

- **Produits agrochimiques** : une utilisation de pesticides justifiée et contrôlée afin de préserver l'environnement et la santé ;
- **Sols** : des pratiques agricoles qui garantissent la protection des sols contre les risques d'érosion et d'épuisement ;
- **Eau** : une consommation d'eau réduite et maîtrisée et qui prévient les risques de pollution ;
- **Biodiversité** : la mise en place d'un programme de protection de la faune et de la flore locales ;
- **Energie** : la réduction des émissions de gaz à effet de serre issus de l'activité agricole et l'emploi de sources renouvelables ;
- **Déchets** : l'augmentation du recyclage et de la valorisation des déchets organiques en engrais ;
- **Conditions de travail** : le respect des droits des travailleurs et des exigences en matière de santé et de sécurité
- **Bien-être animal** : l'interdiction de toute maltraitance envers les animaux sur la plantation ;
- **Viabilité économique** : l'amélioration de la productivité et de la pérennité de l'exploitation agricole ;
- **Formation** : des programmes complets de formation à l'agriculture durable et aux procédures de sécurité ;
- **Amélioration continue** : mise en place d'un plan d'amélioration continue pour un changement durable des pratiques agricoles.

100% de nos fournisseurs de légumes et aromates se sont engagés à respecter ce code à l'avenir et à mettre en place une démarche d'amélioration continue sur leur plantation. Chaque fournisseur est formé à l'utilisation d'un logiciel Quickfire, notre outil d'auto vérification, qui permet d'évaluer si les pratiques sont conformes aux exigences du Code d'Agriculture Durable d'Unilever. Si un fournisseur ne respecte pas un critère il doit justifier pourquoi et mettre en place un projet pour répondre à ce critère l'année suivante. Certains critères sont rédhibitoires, comme le fait de polluer les eaux, sous peine de ne plus pouvoir travailler avec Unilever. Les plantations sont vérifiées annuellement et de façon aléatoire par un audit externe.

Ce programme et ce code vont au-delà de la réglementation en vigueur en France ou en Europe en termes d'approvisionnement ou d'agriculture, et pas uniquement pour les légumes et aromates. Il sert de cadre de référence au niveau mondial, notamment lorsque les pratiques agricoles en place ne correspondent pas aux standards de durabilité d'Unilever.

## 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 ?

Réponse :

Ce projet a été initié par les équipes Sustainability/Développement Durable d'Unilever au niveau global, en collaboration avec le département Supply Chain/Approvisionnement qui ont la responsabilité de la mise en œuvre de l'initiative. Les équipes Marketing Knorr sont également impliquées afin de rendre cette initiative visible aux consommateurs et promouvoir un approvisionnement responsable des matières premières agricoles.

#### 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 ?**

Réponse :

En 2010, après 15 années de travail, Unilever a publié son **Code d'Agriculture Durable**, disponible en libre accès sur internet et communiqué à l'ensemble de nos fournisseurs.

En parallèle, Knorr a lancé le programme « Partenariat Agriculture Durable » avec ses fournisseurs pour les accompagner dans l'adoption de pratiques agricoles durables. Afin de soutenir cette initiative, Knorr a créé un fonds de partenariat d'1 million d'euros par an destiné à aider les fournisseurs dans leur démarche. Plus de 66 projets ont ainsi été financés depuis 2011.

En 2012, tous nos fournisseurs de légumes et aromates avaient rejoint notre programme "**Partenariat Agriculture Durable** " et s'engageaient à mettre en place une démarche d'amélioration continue afin de respecter le Code d'Agriculture Durable d'Unilever.

En novembre 2012, les tomates utilisées pour cuisiner les soupes KNORR sont issues de l'agriculture durable. Nos efforts pour proposer plus de produits ont continué !

En 2014, 62% des recettes de soupes liquides KNORR sont cuisinées avec des légumes issus de l'agriculture durable

En 2015, 100% de nos 13 principaux légumes et herbes aromatiques (poireaux, pomme de terre, carottes, oignon, potiron, tomates, petits pois, champignons, haricots, céleri, persil, ciboulette, basilic) proviendront de sources durables, soit 80% de nos volumes, pour couvrir 100% de nos volumes en 2020.

#### 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 ?**

Réponse :

Nos fournisseurs de légumes et aromates sont les premiers impliqués dans le déploiement de cette initiative. Ils sont formés et accompagnés dans la mise en place d'une véritable démarche d'amélioration continue de leurs pratiques agricoles. Par ailleurs, les fournisseurs qui adoptent le mieux le Code d'Agriculture Durable deviennent des « Knorr Landmark Farms » ou « Fermes Modèles Knorr » qui servent de références pour les autres fournisseurs et inspirent de nombreux agriculteurs. Il en existe 2 en France sur les herbes aromatiques et les oignons.

Les salariés Unilever impliqués dans le projet ont eu la possibilité de visiter la plantation d'un fournisseur d'herbes aromatiques pour Knorr, à Milly La Forêt, afin de voir comment le « Partenariat Agriculture Durable » et plus largement le Code Unilever d'Agriculture Durable se concrétisent au jour le jour pour eux.

## 7. Partenariats noués pour mettre en œuvre le projet.

Réponse :

Tous nos fournisseurs de légumes et aromates ont rejoint notre programme "**Partenariat Agriculture Durable**" à fin 2012, qui les engage à mettre en place une démarche d'amélioration continue afin de respecter le Code d'Agriculture Durable d'Unilever.

## 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**

Réponse :

Notre engagement pour l'agriculture durable est aujourd'hui visible « *on-pack* » à travers une mention sur les emballages des soupes Knorr cuisinées avec des légumes sourcés durablement, à savoir « *issu(e)s de l'agriculture durable* ». En 2014, 62% des soupes liquides KNORR sont déjà porteuses de cette mention en France. Notre démarche de durabilité et tous les détails sur le « Partenariat Agriculture Durable » et les « Fermes Modèles Knorr » sont également visibles en ligne, sur le site de [www.knorr.fr](http://www.knorr.fr), et prochainement en TV.

Le Code d'Agriculture Durable est disponible en ligne en anglais sur le site [www.growingforthefuture.com](http://www.growingforthefuture.com), sur lequel nous engageons tous nos fournisseurs. Nous invitons toutes nos parties prenantes externes et nos concurrents à consulter ce code pour s'en inspirer et faire évoluer leur démarche d'approvisionnement.

**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

Réponse :

A fin 2013, déjà 48 % de nos matières premières agricoles provenaient de sources durables, dont 76% de nos 13 principaux légumes et aromates (80% de nos volumes).

**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**

Réponse :

Cette initiative est très bien perçue par nos fournisseurs partenaires du programme, pour citer quelques exemples (voir la vidéo sur le témoignage de Daregal) :

- « Grâce au « Partenariat Agriculture Durable » j'ai pu développer de nouvelles techniques agricoles qui aident à préserver la nature pour les générations futures »
- « Je suis passionné par mon métier, parce que quand je marche dans les champs d'herbes aromatiques, ça sent bon ! Et je sais que je vais retrouver ces produits et mon travail de la journée dans des marques comme Knorr, je suis enchanté ! »

**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...

Réponse :

Le programme « Partenariat Agriculture Durable » de Knorr et le Code Unilever d'Agriculture Durable modifient durablement les pratiques agricoles de nos fournisseurs de légumes et aromates. Cette initiative sert de cadre de référence au niveau mondial pour définir des standards d'approvisionnement durable de matières agricoles.

**Critère 4**  
**Vision**  
**(coeff. 2)**

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

Réponse :

D'ici 2015, 100 % des achats de nos 13 principaux légumes et herbes aromatiques

proviendront de sources durables. Ce chiffre représente plus de 80 % du volume mondial de nos achats en légumes et herbes aromatiques. Notre objectif est donc de continuer à accompagner tous nos fournisseurs dans leur démarche d'amélioration continue de leurs pratiques agricoles et dans le respect de notre Code d'Agriculture Durable, afin d'atteindre les 100% en 2020.

Nous voulons également intégrer plus de petits exploitants agricoles dans notre chaîne d'approvisionnement en les formant aux pratiques agricoles durables, afin qu'ils puissent être certifiés par nos partenaires comme l'organisme Rainforest Alliance™ pour le thé Lipton et le cacao des glaces Magnum. Ils deviennent ainsi plus compétitifs et améliorent la qualité de leurs moyens de subsistance. A fin 2013, nous avons déjà aidé et formé 570 000 petits exploitants agricoles.

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

Réponse :

Unilever a créé en 2010 le Plan pour un Mode de Vie Durable qui a pour ambition d'ici 2020 de doubler notre activité tout en divisant par deux notre impact environnemental. Notre engagement implique nos approvisionnements puisque nous nous engageons d'ici 2020 à nous approvisionner uniquement en matières premières agricoles issues de l'agriculture durable. A fin 2013, déjà 48 % de nos matières premières agricoles provenaient de sources durables.

En nous approvisionnant en matières issues de l'agriculture durable, nous contribuons à protéger des ressources rares. Nous nous assurons que la déforestation, l'utilisation des terres et les questions sociales et communautaires sont gérées de façon responsable. Nous pouvons également garantir la sécurité de l'approvisionnement et réduire les coûts.

## **Annexes**

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

Réponse ou PJ en format numérique (2max) :

- Le Code d'Agriculture Durable d'Unilever complet en anglais
- Une vidéo sur le fournisseur Daregal à Milly la Forêt qui témoigne sur sa collaboration avec Knorr

## **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](http://www.grandprix-consommationresponsable.com)

Le dossier de candidature complété (et annexes) est à retourner à l'adresse suivante:  
[contact@grandprix-consommationresponsable.com](mailto: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](mailto:contact@grandprix-consommationresponsable.com)

