







Grand Prix ESSEC des industries de la Consommation Responsable

DOSSIER DE CANDIDATURE

Prix: Filières d'approvisionnement et achat 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 : Filière Préférence Herta

Nom de l'entreprise candidate (et logo): NESTLE/ HERTA



Contact - Personne en charge du dossier : Laurence Enault / Anne-Laure de la Raitrie

PRESENTATION SYNTHETIQUE DE L'INITIATIVE

1. Date de l'initiative : Janvier 2013

2. Pitch:

Résumez en 10 lignes votre projet.

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

Herta s'engage « Filière Préférence » : ensemble pour l'élevage de demain !

La filière est un élément clé pour Herta : Filière Préférence a été lancée en 2013 pour encourager la mise en place de bonnes pratiques dans les élevages de porcs, et renforcer les liens avec les éleveurs engagés dans une démarche d'amélioration continue.

Herta s'engage « Filière Préférence » est un partenariat entre des groupements d'éleveurs, des abatteurs et HERTA. Ce partenariat a pour objectif de favoriser les bonnes pratiques d'élevages sur l'environnement, la nutrition et le bien-être animal, de produire une viande de meilleure qualité technologique mais aussi d'initier un modèle économique différent pour la filière.

Herta souhaite au travers de la filière Préférence contribuer à l'évolution de la filière porcine française





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 ?

La filière Préférence Herta est une démarche innovante de grande ampleur qui se base sur un accord tripartite entre des groupements d'éleveurs, des abatteurs et Herta. Chacun s'engage vis-à-vis des autres. Les éleveurs s'engagent à respecter un guide de bonnes pratiques, les abatteurs s'engagent à livrer à Herta la viande issue de cet élevage et en assurent la qualité. HERTA s'engage sur une durée de 3 ans renouvelables à acheter la viande issue de ces élevages.

L'objectif de la Filière Préférence est de travailler préférentiellement avec des éleveurs engagés dans une démarche d'amélioration continue.

Herta souhaite ainsi améliorer la qualité de la viande reçue dans ses usines. Ce travail s'inscrit dans une dynamique de moyen ou long terme. C'est pour cela que Herta met en place un système de valorisation basée sur une assurance de débouché et une contractualisation dans la durée.

La filière Préférence a pour but de faire évoluer les pratiques de la filière et d'améliorer la qualité technologique des viandes que nous recevons et de tester de nouveaux modèles économique dans un contexte de crise et de renouvellement nécessaire.

Caractère innovant de la démarche :

La Filière Préférence HERTA est une **filière de grande ampleur à la différence des filières existant actuellement sur le marché**. Le volume de jambon concerné par la démarche en 2016 est ainsi de 2 000 Tonnes/an soit 10% des volumes de jambon de HERTA.

Par comparaison aux autres filières françaises existantes sur le marché, ces 2 000 Tonnes/an représentent plus de volume que tous les produits Label Rouge existants sur le marché (10% de volume en plus) et 3 fois plus de volume que toutes les références de jambon « sans OGM et sans antibiotique ».

C'est aussi près de **2 fois plus de volume que l'ensemble des jambons Bio** (qu'ils proviennent de France ou d'autres pays européens).

Il s'agit donc bien d'une initiative majeure.

De plus nous sommes engagés dans le cadre de cette filière à racheter toutes les pièces de découpe pouvant entrer dans la composition de nos produits. Nous achetons ainsi **500 tonnes/an** de viande autre que le jambon issues de la filière Préférence.

Cette filière étant très récente, nous souhaitons bien évidemment continuer à la développer dans les années à venir. La filière Préférence est une démarche volontaire assez différente des filières existantes il nous a donc fallu l'expliquer à tous les groupements. Ce travail pédagogique explique le démarrage progressif du déploiement de la filière. L'augmentation des volumes s'est fortement accélérée en 2016 maintenant que la démarche est bien connue des groupements d'éleveurs (passage de 5 à 10%). Nous prévoyons de poursuivre sur la même dynamique.

Caractère innovant du guide de bonnes pratiques :

Dans le cadre de la filière Préférence, tous les élevages sont visités afin de valider le respect du guide de bonnes pratiques. Il y a donc une sélection de chaque élevage intégrant la démarche et un plan d'amélioration continue est défini avec chaque éleveur.

La sélection est donc encore plus précise que pour nos approvisionnements standards pour lesquels le choix des éleveurs est laissé à l'appréciation de l'abatteur (les éleveurs standards devant tout de même répondre à un cahier des charges de base Herta).

A la différence d'un cahier des charges classique, le guide de bonnes pratiques de la Filière Préférence permet à chaque éleveur de valoriser les bonnes pratiques qui lui sont pertinentes suivant sa zone géographique, la taille de son exploitation, sa surface au sol.

Il s'agit donc d'une **approche holistique** qui ne s'appuie pas sur un seul critère et qui **permet de s'adapter à chaque terroir et mode d'exploitation** tout en ayant un seuil d'exigence à atteindre.

Le guide a été élaboré et adapté avec des partenaires de chaque zone géographique française. Il permet donc de sélectionner les très bons élevages tout en laissant la liberté de choix des investissements et améliorations à l'éleveur.

Les bonnes pratiques figurant dans le guide sont associées à un nombre de point allant de 0 à 3 suivant les degrés de difficulté ou d'investissement nécessaire à leur mise en place.

Les bonnes pratiques rapportant des points (1 à 3) sont des pratiques allant au-delà des contraintes règlementaires. Ainsi, le suivi de la consommation d'eau ou d'électricité ne rapporte que 1 point alors que le lavage de l'air de l'élevage ou la présence de paille rapporte 3 points.

Les élevages doivent atteindre un nombre minimum de points pour entrer dans la démarche.



Ce nombre minimum de points, défini à 35 points aujourd'hui, a été défini lors d'un test avec un groupement pilote afin de sélectionner les meilleurs élevages.

Les bonnes pratiques indiquées dans le guide ont pour objectif d'améliorer l'impact environnemental des élevages et de faire évoluer les pratiques concernant le bien-être animal.

Par exemple au niveau de l'impact environnemental et de la durabilité :

- 80% des éleveurs faisant partie de la filière Préférence HERTA s'approvisionnent en céréales françaises et près de la moitié de ces éleveurs vont encore plus loin en s'approvisionnant dans un rayon de 30 km autour de l'exploitation.
- Concernant l'apport en protéine, pour 30% des éleveurs Préférence, les protéagineux sont en majorité français pendant la phase d'engraissement des animaux.
- Concernant la consommation d'énergie, 35% des éleveurs engagés ont déjà mis en place des installations leur permettant de produire de l'énergie sur l'exploitation ou de fortement diminuer la consommation d'énergie (pompe à chaleur ou échangeurs à chaleur).

Les éleveurs Préférence sont aussi engagés dans l'amélioration des pratiques de bien-être animal. Ainsi par exemple :

- Un quart des éleveurs intégrés dans la démarche ont arrêté de castrer les cochons mâles
- 25 % ont aussi arrêté de limer les dents des porcelets après la naissance
- la moitié ont déjà supprimé les traitements antibiotiques au moment du post sevrage (les animaux malades sont soignés mais de manière individuelle).

En plus de toutes ces pratiques déjà en place parmi les éleveurs Préférence, l'engagement dans la démarche s'accompagne d'un engagement à l'amélioration continue des éleveurs. Un plan d'action est ainsi défini par l'éleveur lors de l'entrée dans la démarche et contrôlé 3 ans plus tard.

Caractère innovant au niveau du fonctionnement de la filière :

L'engagement de débouché :

Les 3 maillons de la chaine s'engagent autour d'un accord tripartite : groupement d'éleveur, abatteur et Herta.

Cet engagement sur trois ans permet d'assurer une visibilité en termes de débouché aux éleveurs et aux abatteurs. Cet engagement de débouché est particulièrement intéressant et novateur pour les éleveurs qui sont certains que leurs cochons pourront partir à l'abattoir à leur poids optimal quel que soit le contexte économique de la filière.

Par exemple lors de la crise de la filière en 2015, les éleveurs Préférence de la zone Ouest étaient assurés du débouché de leur cochon. Cette assurance leur a permis d'éviter les

reports à l'abattage et donc des pénalités financières (cochons plus lourd et quantité de nourriture consommée plus importante)

La contractualisation du prix :

Dans le cadre de la filière Préférence, nous mettons en place progressivement un mode de fixation du prix différent de celui habituellement pratiqué dans la filière.

Aujourd'hui, le prix de la carcasse de porc est négocié de manière hebdomadaire et très fluctuant tout au long de l'année. Les éleveurs qui contractualisent souvent leurs céréales et leur soja sur 1 an n'ont donc pas la visibilité de leur prix de revient.

Dans le cadre des contrats SWAP (« échange » en anglais) de contractualisation, **Herta et les groupements d'éleveurs s'entendent sur un prix**, **sur une durée de contrat et un volume de porc acheté**.

Ce type de contrat a été **co-créé** avec l'aide de l'agrocampus de Rennes en partenariat avec un groupement d'éleveurs Breton, Syproporcs, testé et puis déployé à plus grande échelle. **C'est le premier contrat de ce type à avoir été mis en place dans la filière porcine en France**. Il permet à l'éleveur d'anticiper son bilan de l'année et de se projeter dans des projets d'investissement avec une rentabilité assurée. **Le contrat SWAP agit donc comme une assurance pour l'éleveur.**

Le premier contrat SWAP de la filière a été signé par HERTA et Syproporcs en 2015. Ce type de contractualisation est en train d'être étendu aux groupements faisant partie de la démarche Préférence.

La mise en place de ce contrat a été saluée par tous les maillons de la filière porcine : http://www.letelegramme.fr/economie/porc-syproporcs-et-herta-reconduisent-leur-contrat-28-

01-2016-10936498.php

http://blog.lefigaro.fr/agriculture/2015/06/syproporcs-et-herta-passent-le.html http://www.lafranceagricole.fr/actualites/porc-syporporcs-et-herta-deploient-leur-contrat-1,0,449259447.html

http://agriculture.gouv.fr/marche-du-porc-dans-un-contexte-morose-stephane-le-foll-salue-les-initiatives-de-la-filiere-pour (ministère de l'agriculture)

Ce type de contrat est totalement nouveau aussi au niveau de l'entreprise et a nécessité beaucoup de pédagogie à la fois en interne et à l'extérieur de l'entreprise pour pouvoir être mis en place et développé avec d'autres groupements d'éleveurs.



Critère 2 Mise en œuvre et communication (coeff. 2)

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

Ce projet est né d'une réflexion commune entre équipe marketing et équipe technique.

Suite à la réalisation en 2011 d'une analyse de cycle de vie simplifiée, nous avons mis en évidence l'impact de l'élevage dans le bilan global.

Des projets sur l'emballage (utilisation de plastique recyclé), sur l'optimisation du bilan carbone de nos sites de production (chaudière à bois) étaient déjà avancés. Nous avons donc commencé notre réflexion sur la filière.

Herta a ainsi mis en place un groupe de travail spécifique sur l'élevage regroupant des professionnels de la filière, de l'environnement et du bien-être animal afin d'identifier les principaux leviers permettant de rendre la filière plus respectueuse de l'environnement et du bien-être animal. A la suite de ces réflexions, Herta a lancé en 2013 Filière Préférence avec pour objectifs :

- Renforcer notre lien avec l'amont (les abattoirs, les groupements et les éleveurs) et nous permettre d'agir sur la qualité technologique des viandes.
- Encourager la mise en place d'un certain nombre de bonnes pratiques durables dans les élevages porcins

Depuis l'année 2015, la filière Préférence intègre une nouvelle dimension : aborder la négociation des prix de manière différente en passant d'une vision hebdomadaire à une vision plus long terme.

A partir de novembre 2016, la Filière Préférence va prendre une nouvelle dimension puisqu'elle va enfin « s'incarner » dans des produits et se transformer concrètement aux yeux du consommateur via le lancement de Tendre Noix Charcutier (gamme issue à 100% d'approvisionnements Préférence).

- 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 ?

Etapes clés de la mise en place :

- Les groupes de travail ont été initiés en 2011.
- Le guide de bonnes pratiques a été testé avec le groupement pilote Cirhyo pour nous assurer du niveau d'exigence nécessaire.
- En 2013 : lancement de la démarche avec intégration de l'abattoir Tradival et du groupement Cirhyo, des groupements du Nord, Cobévial et Suidéal, et de l'abatteur Bigard
- En 2014 : intégration du groupement Syproporcs
- En 2015 : intégration de la coopérative COOPERL, des abatteurs Abéra et Bernard
- En 2015 : signature du premier contrat SWAP avec le groupement Syproporcs
- En 2016 : intégration des groupements Triskalia, Porélia et Prestor
- En 2016 : lancement d'une gamme spécifique

Ampleur de la mise en œuvre :

- Consultation d'experts extérieurs (FNE, CIWF, IFIP, directeur de groupements, responsable d'abattoir)
- Une auditrice dédiée + 1 apprentie + le directeur des achats viande + 1 chef de projet technique + 1 responsable marketing
- A mi-septembre : 110 éleveurs ont rejoint la démarche Préférence de Herta. Nous avons signés des partenariats avec 6 abatteurs français et 6 groupements d'éleveurs.
- La viande issue des élevages Préférence est transformée dans nos deux usines de Saint Pol sur Ternoise et Illkirch
- De début 2013 à novembre 2016 : les approvisionnements de la filière Préférence sont répartis dans tous les produits de charcuterie de porc Herta
- Novembre 2016 : lancement d'une gamme Tendre Noix Charcutier à 100% issue de la filière Préférence.

Gestion des enjeux économiques :

Herta souhaite pouvoir fournir des produits Préférence au plus grand nombre sans surcout important.

Nous avons donc fait de la filière Préférence une assurance de débouché et de déploiement des volumes des abatteurs partenaires plus qu'un enjeu financier. L'objectif est de développer la filière dans le long terme en donnant de la visibilité aux éleveurs et aux abatteurs.

Depuis 2015, nous avons rajouté une deuxième étape à la filière Préférence en la couplant, chez certains de nos groupements partenaires, à une contractualisation du prix.



- 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 ?

Au total, une centaine de personnes, réparties comme suit, ont été mobilisée autour du déploiement de cette initiative :

- Une auditrice dédiée + 1 apprentie + le directeur des achats viande + 1 chef de projet technique + 4 personnes du marketing
- Equipe commerce siège (15 personnes)
- Force de vente Herta (100 personnes)

De nombreux moyens et actions ont été mis en place en interne pour motiver et former tous ces collaborateurs :

Tout d'abord, des actions pour motiver et former les collaborateurs concernés par l'initiative :

- Développement d'un film pédagogique expliquant la Filière Préférence (2013)
- Formations/présentations orales en interne sur la démarche Filière Préférence (2013 et 2014) tous
- Point à date sur la démarche lors de présentations annuelles au commerce
- Visites d'élevage Préférence (Responsable de région, responsable de secteur, marketing)- chaque année, visites régulières
- Développement d'un leaflet Filière Préférence mis à disposition de notre force de vente (2016)
- Affiche, kakémonos (2013 à 2016)

Et d'autre part, des actions ont été mises en place pour communiquer chez Herta et plus largement chez Nestlé autour de l'initiative:

- Herta, première entreprise signataire du PNA (Programme National pour l'Alimentation) dans le cadre d'un accord collectif: la filière Préférence est l'un des axes de ces accords PNA.
 - La signature s'est faite en présence d'Arnaud de Belloy, PDG Herta, Guillaume Garot, ministre délégué à l'Agroalimentaire, du préfet de Seine et Marne, des partenaires et des journalistes (février 2014)

http://agriculture.gouv.fr/programme-national-pour-lalimentation-guillaume-garot-signe-le-1er-accord-collectif-avec-herta

- Communication sur la Filière Préférence au siège mondial du groupe Nestlé (Vevey, Suisse) en mai 2013 lors du salon CSV (creating shared value)

- Lettre d'Henri (Newsletter envoyée en interne chez Nesté → 2 000 personnes)
- Développement de 2 films « Eleveur Préférence » relayés en interne lors de réunions, séminaires, évènements internes (2015/2016)
- Participation à un **évènement « journée portes ouvertes » en élevage** + relai en interne avec diffusion du film de la journée (26 juin 2016). Cet évènement a vocation à être déployé auprès du grand public et des consommateurs / voir en PJ.
- Développement d'un reveal présentant l'innovation Tendre Noix Charcutier Préférence (juin 2016)
- Visite d'un élevage Préférence par Hans Joehr (responsable Agriculture Nestlé monde) (3 mars 2016)
- Présentation PNA en usine (14 avril 2014 à St Pol, 25 avril 2014 à Illkirch)
- Goodies, clé USB, etc. (2016)

7. Partenariats noués pour mettre en œuvre le projet.

La filière Préférence Herta repose sur le principe du partenariat. Un partenariat est signé entre HERTA et chaque binôme Abatteur/Groupement d'éleveur. Chaque partenaire s'engage vis-à-vis des autres.

Les groupements d'éleveurs s'engagent à sélectionner des éleveurs répondant au guide de bonnes pratiques Préférence Herta, les abatteurs s'engagent à assurer la qualité de la viande et livrer à HERTA la viande issue de ces élevages. Herta s'engage de son coté à s'approvisionner pour une durée de 3 ans renouvelable auprès de ces abatteurs et élevages.

Partenariats existants:

- HERTA/CIRHYO/TRADIVAL
- HERTA/COBEVIAL/BIGARD
- HERTA/SUIDEAL/BIGARD
- HERTA/ SYPROPORCS/BIGARD
- HERTA/SYPROPORCS/ABERA
- HERTA/SYPROPORCS/BERNARD
- HERTA/COOPERL
- HERTA/ TRISKALIA /SOCOPA
- HERTA/PRESTOR/BIGARD
- HERTA/PRESTOR/BERNARD
- HERTA/PORELIA/BERNARD
- HERTA/PORELIA/BIGARD



- 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)

Plusieurs actions ont également été mises en place en externe auprès de nos parties prenantes et consommateurs :

Information auprès des parties prenantes :

- Réunion experts extérieurs/ parties prenantes (nutrition, filière) : décembre 2013 / 22 septembre 2016
- Petits déjeuners parties prenantes en 2016: 19 mai, 10 juin, 11 octobre, 25 novembre 2016 (30k€)
- Réunion éleveurs en usine (visite, présentation, information) : 2 groupements en 2014, 2 groupements en 2015, 4 groupements en 2016 (20k€)
- Dossiers de presse (PNA/ signature + célébration réussite/ Tendre Noix Préférence)- 30
 k€
- Corner Filière Préférence sur le site herta.fr (10k€)

Information auprès des consommateurs :

- Un corner dédié à Filière Préférence sur le site herta.fr
- 2 vidéos « Eleveur Préférence » relayées auprès du grand public sur youtube et sur notre site internet (octobre 2015 et octobre 2016 – 30k€) / voir en PJ
- Présence en élevage à un évènement « journée portes ouvertes » pour présenter la filière Préférence au grand public/ 3 000 personnes le 26 juin 2016 (20k€)- voir en PJ

- Une activation digitale Filière sur Facebook du 3 au 16 octobre 2016 (110k€)



Un plan de communication spécifique dans le cadre du lancement de Tendre Noix Charcutier est également en cours de construction :

- Visite en usine Herta et en élevage Préférence (10k€)
- Film publicitaire TV Filière Préférence (à venir : décembre 2016/ en cours de tournage)
 1.1 M€



issu d'élevages sélectionnés et réalisé avec de la noix entière :



- Communication on pack avec picto Filière Préférence (180k€)



- Communication digitale (250 k€)





- Leaflet en magasin (4 k€)







- Opérations/PLV/ animatrice en magasin (15k€)

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

Dans le cadre de la démarche Préférence, HERTA s'engage à acheter toutes les pièces répondant à ses besoins. L'indicateur que nous suivons pour nous assurer de la bonne évolution de la filière Préférence est le nombre de jambon.

En juin 2016 nous avons atteint 10% de jambon Préférence dans nos approvisionnements soit 42 000 jambons préférence dans le mois.

A fin 2012, les gammes de produits concernées par la filière Préférence représentaient 152 M€ de CA.

A date (données septembre 2016), ce CA s'élève à : 176 M€ de CA (soit +15%)

- 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

Cette initiative a été très bien accueillie auprès des experts extérieurs/ parties prenantes, et est devenue plus concrète pour nos clients avec la présentation du lancement de Tendre Noix Préférence (prévue au 1^{er} novembre).

Voici des témoignages de nos partenaires :

« Notre coopérative est partenaire d'HERTA depuis le début de la démarche Préférence. Nous avons contribué avec satisfaction, à notre niveau, au test et à l'étalonnage du cahier des charges afin que celui-ci soit adapté aux réalités de l'élevage, soit suffisamment exigent, et soit un outil de progrès pour nos élevages.

La mise en place de la filière Préférence HERTA est un travail de longue haleine, qui se base avant tout sur la volonté d'amélioration continue des éleveurs.

Faire partie de démarche Préférence HERTA est pour nous un gage de progrès sociétal et économique, qui de plus nous assure de la visibilité en terme de débouché, et nous permet d'assoir le développement de nos élevages »- Gérard Dutois, Directeur du groupement Cirhyo

« Savoir-faire et faire savoir, la démarche préférence : le chainon manquant

La production porcine à l'instar de l'agriculture a connu une profonde mutation au cours des dernières décennies. Méconnu, parfois décrié, l'élevage moderne doit répondre à de nombreux défis dont le principal est bien évidemment de fournir une alimentation saine et de qualité aux consommateurs. Herta et sa démarche « Préférence » permet d'établir un lien entre le consommateur et les éleveurs, elle rétablit une proximité qui assure la confiance.

La rencontre entre la première marque française de salaison et les éleveurs de porcs à travers la démarche Préférence a été en soit une sorte de révolution.

Les éleveurs qui rejoignent la démarche Préférence s'inscrivent dans une volonté de transparence et de progrès.

Transparence: Préférence permet aux éleveurs de faire connaître leur savoir- faire et tous les progrès qu'ils ont réalisés tant dans le domaine des conditions d'élevage et du bien-être

16



des animaux que dans celui de l'économie d'énergie et du respect de l'environnement. C'est avec fierté qu'ils ouvrent leurs élevages.

Progrès: La démarche préférence organise également le dialogue entre les consommateurs ou les citoyens et les éleveurs. De ces échanges précieux les éleveurs puisent des informations qui leurs permettrons de mieux intégrer les attentes sociétales pour organiser l'élevage du futur.» - Daniel Bellec, Directeur du groupement Syproporcs.

Cette initiative a également obtenu une reconnaissance de la part du ministère à travers la signature du PNA (Programme national pour l'alimentation). Les pouvoirs publics reconnaissent au travers du PNA la globalité de la démarche Herta s'engage mais surtout l'engagement sur la filière Préférence qui est au cœur de la démarche Herta s'engage. L'engagement pris dans le cadre de la filière Préférence était d'atteindre 10% de nos approvisionnements de jambon sous cette filière à mi-2016. Cet engagement de 10% a été validé par l'administration du fait du caractère novateur et exigeant de la démarche. Cet engagement a été atteint!

Par ailleurs, la démarche a suscité de nombreuses retombées presse, en particulier sur la signature du contrat SWAP avec Syproporcs en raison de l'aspect très novateur de ce type d'approche.

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...

Suite à ce projet, les pratiques ont été modifiées :

- en interne : ce projet a conduit à une multiplication des audits, nous pousse aujourd'hui à de nouvelles réflexions sur la filière (développement de ce type de filière pour la volaille), nous apporte une meilleure connaissance et nous sensibilise tous au monde de l'élevage.
 - De plus, l'approvisionnement de cette filière Préférence pousse à un nouveau tri de la matière première en usine.
- en externe: les méthodes d'achats ont été modifiées en raison de l'engagement de débouché envers les fournisseurs Préférence. Ainsi la quasi-totalité de nos fournisseurs français sont désormais des fournisseurs Préférence.
 L'engagement de contractualisation a de son côté été une véritable révolution dans les méthodes d'achat. C'est une vraie transformation au sein même de la filière et démontre la volonté forte de HERTA de se rapprocher de l'élevage et de ne plus avoir

comme contact unique les abatteurs. Stéphane le Foll a ainsi salué en juin dernier "les

initiatives de la filière pour innover en matière de relations commerciales" indiquant que [au sujet de Herta] "ce type d'initiative permet une sécurisation du débouché pour l'éleveur engagé et une sécurisation de l'approvisionnement pour l'entreprise de transformation".

Critère 4 Vision (coeff. 2)

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

L'objectif à court terme est de répondre à la demande des consommateurs sur les produits Tendre Noix issus de la filière Préférence (2000T de jambon par an). A plus long terme, nos achats issus de la filière Préférence devrait prendre une part de plus en plus importante dans nos achats de viande française. En effet, pour Herta, la filière Préférence est un gage de la qualité de nos produits, ce que ne garantit pas à ce jour le logo « Viande de porc française ».

A plus long terme, l'expérience que nous avons acquise depuis le lancement de la démarche ainsi que le déploiement de la contractualisation aux éleveurs ayant intégré la démarche nous permettent d'augmenter beaucoup plus rapidement le nombre d'éleveurs référencés. Nous sommes ainsi passés de 5% à 10% de jambon Préférence entre 2015 et 2016 et prévoyons d'âtre à 20% en 2017.

Nous planifions donc que 40% de nos approvisionnements se feront sous la filière Préférence d'ici 3 ans.

Cet objectif s'accompagnera d'une augmentation du nombre d'éleveur référencés dans la démarche.

Au niveau économique, nous allons étendre le modèle du SWAP en contractualisant les prix avec une majorité de groupements engagés dans la filière Préférence.

Au niveau marketing, l'objectif à horizon 3 ans est d'augmenter significativement les volumes Tendre Noix Charcutier issus de cette Filière Préférence :

2017 : 2 000T, 2018 : 2 200T et 2019 : 2 420T

Nous allons aussi élargir la gamme en proposant des produits issus de la filière Préférence autre que du jambon (lardons, saucisses, poitrine, ingrédients cuits) et ainsi valoriser cette filière auprès des consommateurs.

Enfin, nous souhaiterions transposer notre démarche de filière Préférence sur le porc aux produits de volaille.

18



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

Depuis toujours, la mission de Herta est d'offrir des produits simples et de qualité au plus grand nombre, ce qui nous a permis d'être aujourd'hui la marque la plus achetée par les Français au total des produits de grande consommation (source Kantar Worlpanel 2015).

L'impact de l'amont sur l'environnement ainsi que le bien- être animal sont des enjeux clé.

C'est pourquoi, par rapport aux filières qui traditionnellement s'arrêtent à l'abattage, Herta a voulu aller plus loin en faisant le choix d'intégrer l'amont de la filière. La Filière Préférence est donc le projet le plus emblématique de la démarche d'amélioration de Herta. C'est pour cela que nous allons poursuivre et amplifier cette démarche au-delà d'une projection financière, car en plus de la sécurité qu'elle apporte aux éleveurs, elle permet d'assurer une pérennité de l'élevage français et du développement de la marque Herta.

La filière Préférence répond à la mission de Herta de créer une filière de qualité accessible au plus grand nombre et non une micro filière orientée vers une élite.

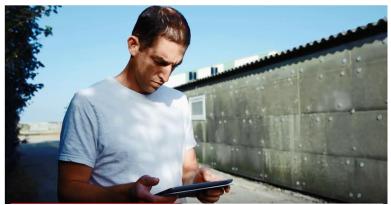
Cette initiative est une grande fierté et une immense motivation pour l'ensemble des personnes qui travaillent chez Herta. Elle s'ancre également dans une dimension plus large au niveau de Nestlé France avec la démarche transversale Filière Préférence Blé et Pommes de Terre sur les céréales du petit déjeuner et sur Mousline.

Annexes

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

Réponse ou PJ en format numérique (2max) :

- Film éleveur Filière Préférence



A télécharger ci-dessous : https://www.youtube.com/watch?v=3q58jSQqtuY

- Film « Tous à la ferme » - journée en élevage Préférence/ 26 juin 2016



A télécharger ci-dessous :

https://www.youtube.com/watch?v=tfZJQDGBNzg&feature=youtu.be



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 :

<u>GPrixRSE-chaireGC@essec.edu</u>