



---

---

*Grand Prix ESSEC des industries  
de la Consommation Responsable*

---

---

## DOSSIER DE CANDIDATURE

# Prix: Réduction de l'empreinte carbone

- **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](mailto: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:** Amélioration de l'empreinte Carbone. Mobilisation de l'entreprise sur sa filière amont bois en France.

**Nom de l'entreprise candidate (et logo):** Nestlé France – Nescafé

**Contact - Personne en charge du dossier :** JM BLUET / MH N'GUYEN

## PRESENTATION SYNTHETIQUE DE L'INITIATIVE

1. Date de l'initiative : 2010-2016

2. Pitch : Mobiliser les acteurs de la filière Bois pour réduire l'empreinte Carbone de l'entreprise (partenariat avec les pouvoirs publics, investissements privé, filière bois, fond de dotation pour la replantation des ressources).

Résumez en 10 lignes votre projet.

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

**Réponse:** A partir d'un projet initial de réduction de notre impact Carbone par l'installation de 4 chaudières biomasse, Nestlé France mobilise des partenaires interne et externe pour créer une dynamique vertueuse autour de la filière bois.

Cette initiative a permis une réduction significative (-32% d'émission de GES par T de produit fini) de notre impact carbone en 10 ans mais a également un impact sur l'emploi local et l'ancrage territorial ; elle illustre comment une innovation technique peut créer de la valeur sur l'ensemble de la chaine de valeur. La Chaudière inaugurée à Dieppe en Juillet 2016 par permettre de diminuer encore ces émissions de GES, plus de 25,000 T de CO2 par an.

Cette initiative va permettre également en 2017-2020 d'impliquer des distributeurs et directement les consommateurs pour que la mobilisation autour du changement climatique s'amplifie encore.

## 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 :

Cette initiative marque un changement important à l'intérieur de l'entreprise dans la prise en compte des éco systèmes dont elle dépend :

**Tout d'abord**, les investissements mis en œuvre ( 34mio€ sur 5 ans) sont significatifs et ont été validés alors qu'ils ne répondaient pas aux critères utilisés habituellement en interne (ROI

bien inférieur à la norme interne en vigueur) de retour sur investissements. Il marque la volonté affirmé du Groupe de s'engager dans la durée sur le changement climatique.

Ils ont bénéficiés d'un support du fond chaleur de l'ADEME (BCIAT) et ce partenariat a permis un rapprochement significatif entre les deux structures ce qui permet aujourd'hui d'envisager une collaboration renforcée sur les sujets de la transition énergétique.

**Le second aspect** concerne l'implication approfondie de l'entreprise dans la fourniture du bois énergie utilisé dans ces 4 installations; nous exigeons dans le cahier des charges une fourniture locale (<100km) ainsi que plus de 80 % de bois certifié PEFC.

Enfin, **dernier aspect innovant**, l'entreprise contribue depuis 2015 à un fond de dotation (mécénat) qui permet de soutenir la replantation d'arbres dans les zones forestières dont l'entreprise dépend en France, tant pour ses packaging (cartons /papier), ses palettes ou son bois énergie.

Cette initiative ne répond à aucune contrainte réglementaire, mais renforce une conviction forte que nos marques doivent pouvoir raconter l'histoire des territoires et de l'ensemble des acteurs dont elles dépendent. On ne se limite pas à la seule responsabilité de l'entreprise pour s'orienter vers la mise en avant de marques positives apportant des solutions concrètes à des problèmes plus généraux.

## Critère 2

### *Mise en œuvre et communication*

(coeff. 2)

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

Réponse :

Le Groupe Nestlé est engagé depuis plus de 10 ans dans une démarche de Création de Valeur Partagée.

La réduction de l'empreinte environnementale de ses produits fait partie des priorités définies par le Groupe et reprise en France de façon spécifique. C'est ainsi que Nestlé France a fait partie des entreprises volontaires pour le pilote sur l'affichage Environnemental en 2011-2012 dont Nescafé (voir pièce jointe Quantis).



Adobe Acrobat  
Document

Dans ce contexte, les équipes d'ingénieurs de la Direction Générale Industrielle en France ont porté ce projet depuis 2009 pour obtenir les investissements en interne auprès de notre maison mère en Suisse ainsi qu'auprès de l'ADEME pour finaliser le support du fond chaleur. Aujourd'hui ces projets sont suivis par la même équipe qui a assuré la mise en place des 4 chantiers et qui continuent à faire le lien avec l'ADEME et avec les acteurs locaux pour la fourniture du bois énergie.

La gestion de 2 de ces chaudières a été internalisée par les équipes Nestlé des sites de

Dieppe et de Challerange tandis que les deux autres sites (Rosière en Santerre et Saint Pol sur Ternoise ) étaient confiées un prestataire externe fournisseur d'énergie : l'entreprise Dalkia.

## **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 :

Cette initiative a vu le jour grâce à la conviction forte qu'un Groupe de la taille de Nestlé se devait d'être exemplaire sur la transition énergétique sur le territoire Français; le soutien et la confiance de l'ADEME ont été décisifs pour emporter la décision.

2009 premier dépôt de dossier et demande d'investissement, 2011 – 2013 constructions et mise en service des trois premières installations ( Challerange, Rosières en Santerre, Saint Pol sur Ternoise), 2016 démarrage de la dernière installation à Dieppe , notre site le plus énergivore en France (les 3 autres faisant partie du top 5 des sites énergivore de Nestlé France).

4 marques ont été associées à ces démarrages : Herta, Nescafé, Mousline, et Ricoré.

Aujourd'hui, toutes ces marques communiquent sur ce projet emblématique (voir les sites internet des marques), même si les ACV nous ont montré que la part « production » ne représentait pas la majorité de l'impact Carbone de nos produits (entre 15 et 30 % selon les cas). C'est pourquoi elles sont toutes engagées dans des démarches fortes sur l'amont agricole ( Nescafé et Ricoré avec la plan Nescafé - Mousline et Herta avec leur démarche «Préférence») pour des pratiques agro –environnemental et garantir également une déconnexion de la déforestation tropicale (pour le café en collaboration avec Rainforest Alliance).

En parallèle du déploiement des projets de constructions, un soin particulier a été mis pour identifier les bons partenaires ( public avec ONF énergie et privé avec des coopératives forestières comme par exemple BENO) qui puisse s'engager dans un approvisionnement local et certifié (PEFC) , essentiel pour améliorer également l'impact social et économique sur le territoire au-delà de l'impact environnemental.

Les équipes impliquées ont été : 3 personnes au siège, les projets de constructions avec plus de 50 personnes\* sur chacun des chantiers qui se sont étalés de 7 à 10 mois selon les sites.

*\*en moyenne*

Enfin plus récemment en 2015 , montée en puissance de l'implication de l'ensemble du Groupe dans des projets de reforestation en France en partenariat avec Alliance Forêt Bois pour soutenir le fond de dotation « Plantons pour l'avenir » (voir plaquette associée).

## **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 ?

Réponse :

Les collaborateurs mobilisés ont été ceux directement en lien avec les projets.

La communication en interne s'est faite à travers le journal interne ( 3 articles sur la durée de projets), des articles dans notre lettre hebdomadaire de communication interne au moment du démarrage des chaudières, des mentions dans les deux derniers rapport CSV du Groupe en France, un film de 5 minutes préparé en 2012 pour notre communication interne, sous-titré en anglais et largement utilisé au sein du groupe Nestlé , notamment sur la Zone Europe. (pièce jointe lourde , envoyée par ailleurs)

Un nouveau film en cours de préparation réalisé lors de l'inauguration de la 4ème installation et qui doit nous servir en interne comme à l'extérieur.

Exemple poster utilisé en interne lors d'une journée spéciale sur la COP21:



Adobe Acrobat  
Document



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

Réponse :

Quatre partenariats principaux sans qui le projet global n'aurait pas le même sens :

- L'Ademe pour le financement , l'accompagnement technique et le suivi de projets.
- Dalkia qui gère aujourd'hui 2 des 4 sites en fonctionnement
- L'Alliance Forêt Bois et le fond de dotation plantons pour l'avenir
- Les coopératives forestières privées et l'ONF



### 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)

Réponse :

Le projet est difficile à communiquer directement aux consommateurs qui considèrent le sujet trop technique ; pourtant de nombreux médias mettent l'accent sur une sur-exploitation des ressources forestières ( Documentaire 2015 sur France5 , « menace sur le forêt française»).  
 → Il est essentiel de faire la pédagogie de ces projets très positifs pour tous quand ils sont encadrés et accompagnés par des partenaires publics et privés.

Sites internet des marques :

<http://www.nescafe.fr/nescafe-plan> voir production responsable

<https://nestlepro.selfmail.fr/envoi/show/4407459/20567/16127/d4aea244340d03fa684d8562fc4c4d17>

Communication ADEME : voir fichiers suivant



Microsoft Word 97 -  
2003 Document



Adobe Acrobat  
Document



Adobe Acrobat  
Document

<http://www.ademe.fr/fondschaleur>

Plaquette Plantons pour l'avenir : voir lien suivant

<http://www.document-en-ligne.fr/plantons-pour-l-avenir/>

### 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

Réponse :

Le principal indicateur est la réduction significative de l'impact Carbone des installations considérées ou les combustibles fossiles (Gaz, Fioul et Charbon) ont été remplacés par du bois énergie sourcé localement. Ces projets ont contribué de façon très significative à la diminution de 32% des émissions de GES pour Nestlé en France sur le période 2005-2015. La mise en place de la chaudière de Dieppe en 2016 va permettre encore d'amplifier cette diminution pour les prochaines années.

	Challerange	St Pol-sur-Ternoise	Rosières-en-Santerre	Dieppe
Mise en service	2011	2013	2013	2016
T CO2 Evitées	6'000	7'500	18'000	27'000
Capacité (Puissance, Débit)	7MW, 10t/h	6MW, 7t/h	19MW, 29t/h	24MW, 28t/h

Le bois consommé correspond à environ 100,000 T de plaquettes forestières qui sont issues de forêt locales. Ces plaquettes correspondent en majorité de sous produits de l'exploitation des massifs forestiers pour du bois construction ou du bois industriel.

A noter que la chaudière de Dieppe, la plus importante, est aussi partiellement un modèle d'économie circulaire puisqu'elle fonctionne avec le marc de café issue de l'extraction du café qui sert à faire le Nescafé.

L'évolution principale entre le début et la fin de ces projets projet a été l'évolution du prix de l'énergie. Le prix du baril de pétrole a significativement baissé entre 2008 (> 130\$ en juillet 08) et 2016 (~50 \$ aujourd'hui) ce qui ne soutient pas la justification économique à court terme de ces projets. Pourtant le 4<sup>ème</sup> installation a été lancée dans ce contexte, prouvant l'engagement long terme de l'entreprise sur la transition énergétique.

L'un des projets mis en avant par l'ADEME pour son sérieux et son impact final.

#### 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

Réponse :

Cette initiative est aujourd'hui présentée à la plupart de nos clients pour illustrer notre engagement dans la durée. Nous souhaitons inciter tous ceux de nos fournisseurs qui dépendent comme nous de la ressource forestière en France à contribuer au fond de reforestation.

Le Groupe Nestlé a été l'un des premiers à signer les 6 engagements du carbon Disclosure Project. Le Groupe a reçu en 2015 un score de 100A au classement DD de l'agence CDP <http://www.nestle.com/csv/performance/external-assessments>

Voir également

<http://www.nestle.com/asset-library/documents/creating-shared-value/cdp-2015-climate-change-information-request.pdf>

:

Ce projet permet de concrétiser en France, l'engagement dans la durée du Groupe Nestlé sur la transition énergétique (dont 20% EnR à horizon 2020 et 100% électricité d'origine renouvelable).

A date pas de reconnaissance externe obtenue. Nous concourrons actuellement pour le prix Ademe de l'intégration du DD dans l'entreprise.

#### 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 :

Plusieurs confirmations suite de ce projet :

- l'intégration du coûts des externalités (positive ou négatives) de l'entreprise permet de prendre de meilleures décisions notamment sur les investissements. Nestlé est impliqué dans plusieurs pilotes sur le « Natural Capital coalition » et « Natural capital protocol»
- L'importance grandissante du lien des marques avec leur territoires , lien avec leur impact environnemental et social . Plusieurs marques de Nestlé en France ( Herta, Mousline, Vittel, Ricoré ...) sont dans une accélération de cette prise de conscience.

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

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

Réponse :

Après la mise en place de ces 4 projets sur le bois énergie, l'ambition est de continuer à travailler avec l'ADEME pour maintenant proposer d'autres projets innovants sur les 19 autres sites industriels de Nestlé en France. Plusieurs réunions en ce sens ont déjà eu lieu avec eux en 2016. Pour contribuer à continuer à baisser nos GES ( objectif – 35% GES par T de produit finis entre 2010 et 2020), pour contribuer à l'objectif de 20% EnR à horizon 2020.

En 2014, le groupe Nestlé a décidé d'intégrer un objectif de 100% d'Electricité d'origine renouvelable (RE100) à moyen/long terme pour alimenter ses activités. Nestlé France élabore actuellement une Stratégie globale d'alimentation Electricité 100% EnR , pour concrétiser cet objectif RE100.

Enfin, et c'est l'une des choses les plus importantes : nous souhaitons proposer à nos fournisseurs et à nos clients de nous rejoindre sur l'initiative de reforestation pour s'assurer à long terme la durabilité des filières forestières. Objectif quantifié à finaliser.

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

Réponse :

Le Groupe Nestlé renforce son lien avec les écosystèmes dont il dépend, dont plus spécifiquement la forêt. Cela s'illustre par des engagements forts sur l'atteinte de l'objectif 0 déforestation (en zone Tropicale) d'ici à 2020, en priorité sur les 12 matières les plus importantes avec des partenaires comme TFT, Rainforest Alliance, UTZ ou Pro forest)

C'est également confirmé dans la mise en place de projets agroforestiers en France (Mousline, Vittel) et dans les pays tropicaux ( Nescafé , Nespresso) avec Pur Projet pour accompagner la transition vers une agriculture moins gourmande en énergie fossile, plus résiliente et socialement plus responsable.

Cette initiative vient illustrer parfaitement le concept de Création de Valeur Partagée pour le Groupe en France. Elle nous oblige également à nous ré investir dans la compréhension des enjeux des territoires et à trouver des partenariats avec l'ensemble des acteurs ( pouvoirs publics, associations, autres Industriels...)



**Annexes**  
**Film 2012**  
**Film 2016**  
**Fiche Quantis**  
**Plaquette Plantons pour l'avenir**  
**Fiches Ademe**  
**Sites Internet des marques**  
**Site Internet Nestlé CSV**

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

Réponse ou PJ en format numérique (2max) :  
Plusieurs pièces jointes intégrées au dossier.

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

Le dossier de candidature complété (et annexes) est à retourner à l'adresse suivante:  
[GPrixRSE-chaireGC@essec.edu](mailto: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 :

[GPrixRSE-chaireGC@essec.edu](mailto:GPrixRSE-chaireGC@essec.edu)