



---

---

*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:** MAGIES (Mesure Anticipée et Globale des Impacts Environnementaux et Sociaux)

**Nom de l'entreprise candidate (et logo):** PEPSICO France  **PEPSICO FRANCE**

**Contact - Personne en charge du dossier :** Jean-Baptiste Léger  
[jean-baptiste.leger@pepsico.com](mailto:jean-baptiste.leger@pepsico.com)



## PRESENTATION SYNTHETIQUE DE L'INITIATIVE

### 1. Date de l'initiative : Depuis 2012

### 2. Pitch :

#### Résumez en 10 lignes votre projet.

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

MAGIES est un outil permettant de quantifier l'impact environnemental de l'ensemble de notre portefeuille de produits et d'en présenter les résultats sous une forme simple et pédagogique, accessible à un public non spécialiste.  
Grâce à son approche d'Analyse de Cycle de Vie (ACV), MAGIES est un outil matriciel de partage d'information environnementale et d'aide à la décision.  
MAGIES permet non seulement d'avoir une vision de notre responsabilité environnementale, mais aussi de simuler les évolutions et innovations de nos produits afin de piloter les décisions opérationnelles.  
Enfin, MAGIES permet la sensibilisation de nos collaborateurs et la prise de conscience de leur responsabilité de l'impact de leurs décisions sur l'environnement et la société.

## 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 ?

L'émergence de MAGIES au sein de PepsiCo France est innovante en soi : le besoin et la volonté de transparence sur nos produits a été exprimés par nos collaborateurs eux-même qui ont identifié la Responsabilité Sociale de notre Entreprise comme un réel avantage compétitif.

La sensibilisation régulière de nos collaborateurs, portée par la notion de « Performance with Purpose », stratégie du Groupe PepsiCo depuis 2012 nous permet d'impliquer une grande diversité de fonctions dans le développement du projet afin de répondre aux attentes et aux ambitions de chacun.

En matière de reporting environnemental, PepsiCo France n'est qu'à la seule obligation du Bilan des Emissions de Gaz à Effet de Serre des consommations énergétiques directes et

indirectes et à la réalisation d'un audit énergétique. MAGIES va bien au-delà de ce périmètre et s'intéresse à une plus large diversité d'impacts.

Ainsi, MAGIES est un outil :

- Multi-étapes : prise en compte de l'ensemble des étapes de cycle de vie du produit, depuis la production des matières premières à l'utilisation et la fin de vie chez les consommateurs.
- Multi-indicateurs : prise en compte des impacts environnementaux (contribution au réchauffement climatique, consommations d'eau et eutrophisation des milieux aquatiques), mais aussi nutritionnels et sociaux
- Multi-fonctions : MAGIES répond aux besoins des équipes marketing, commerciales, logistiques, finances...

## Critère 2

### *Mise en œuvre et communication*

(coeff. 2)

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

La démarche Développement Durable de PepsiCo France a été initiée dès 2009 à travers le projet P.U.R.E.S – PepsiCo Urgent Response to Environment and Society – regroupant plus de 50 collaborateurs de fonctions diverses, répartis dans 4 groupes de travail (produits/offre ; Process et flux/Opérations ; Talent et société ; Culture Interne, Communication) et piloté par les 2 membres de l'équipe Développement Durable. Ces groupes de travail, basés sur le volontariat, ont permis à l'entreprise de prendre conscience des enjeux du développement durable, de mettre en place les premiers plans d'action et d'obtenir des quick wins.

A partir de 2012, nous avons ressenti un essoufflement de la démarche RSE. Nous avons alors lancé un grand brainstorming qui a mobilisé toute l'entreprise afin de mieux comprendre les besoins de nos équipes en matière de Développement Durable. Très rapidement et de manière très consensuelle est apparu un désir de professionnaliser la démarche et d'avoir accès à plus de transparence sur notre activité et nos produits.

Les bases de MAGIES étaient posées : un outil simple d'utilisation, s'adressant à des collaborateurs sensibilisés au Développement Durable mais non spécialistes, bâti sur une base de données solide et exhaustive de nos produits et permettant d'avoir une vision claire de nos impacts environnementaux, sociaux et nutritionnels.

Le développement de MAGIES a été résolument collaboratif, impliquant des collaborateurs de toutes fonctions ainsi que des équipes françaises et européennes. En 2014, pour la première fois, la possibilité d'un développement global de MAGIES a été envisagée.

#### **5. Stratégie de déploiement de l'initiative**

- **Étapes 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 :

**Projet P.U.R.E.S** : 2009-2012

### **MAGIES partie environnement**

2013 : Constitution d'une équipe projet transverse regroupant 11 collaborateurs de fonctions diverses (4 Marketing, 2 Finance, 1 IT, 2 Commercial, 2 Logistique), gérée par l'équipe Développement Durable. Cette équipe projet a permis d'identifier les besoins de chaque métier, de définir l'ergonomie souhaitée de l'outil et ainsi déterminer un cahier des charges technique. Nous avons également collaboré avec l'équipe R&D Environnement Europe, basée au Royaume Uni, afin de bénéficier de leur expertise en matière d'ACV et d'écoconception.

Novembre 2013 : présentation de la version  $\beta$  de MAGIES et améliorations

Mars – Aout 2014 : création de la base de données permettant de compléter le back-office de MAGIES. A date,

- 100% de nos références sont entrées dans MAGIES (soit plus de 750 SKUs)
- La partie ingrédients complétée pour 65% de nos références
- 100% de nos packagings Boissons (ambiant et frais) sont complétés
- Un scénario moyen de transport a été défini pour le Food et le Frais
- Plus de 95% de notre production est couverte par notre reporting environnemental (soit 21 usines PepsiCo et copackers)

En 2015, notre objectif est d'insérer MAGIES dans la gouvernance de l'entreprise et de déployer l'interface environnement dans d'autres pays européens.

### **MAGIES partie Nutrition**

2014 : Constitution d'un groupe de travail avec les équipes marketing et nutrition afin de déterminer les besoins.

2015 : développement de la partie nutrition permettant de comparer l'impact nutritionnel de 100% de nos références aux moyennes du marché, de PepsiCo France et de nos principaux concurrents.

### **MAGIES partie Sociale**

La partie Sociale de MAGIES a pour ambition principale de répondre aux enjeux du sourcing responsable. En effet, PepsiCo a mis en place une politique globale d'approvisionnement responsable, symbolisée par le Code de Conduite Global des Fournisseurs. Ce code permet d'obtenir une conformité avec les principes généraux de l'approvisionnement responsable (Global Compact, BIT) et de répondre ainsi à nos parties prenantes externes. En revanche, il existe pour nos collaborateurs peu de transparence quant à l'origine des produits, l'impact social des lieux de production. Par exemple, au moment d'élaborer un produit, il leur est apparu important de pouvoir choisir entre le fournisseur A et le fournisseur B en utilisant également des critères de responsabilité. MAGIES leur permettra de faire ces simulations.

Or, à date il n'existe pas de base de données des impacts sociaux de nos fournisseurs, ni même de méthode consensuelle de quantification de ces impacts. Nous avons donc investi dans des projets pilote :

-au sein de PepsiCo : travail mené avec UL Environnement pour une méthode de scoring

des pays/ matières premières. Première étude livrée en juin 2014 pour les aspects environnementaux ; étude sociale en 2015.

-au sein d'UNIJUS (Syndicat Français des Jus de Fruits) : en collaboration avec d'autres fabricants de jus de fruits, nous avons lancé une initiative d'ACV Sociale afin de mesurer les impacts environnementaux et sociaux de nos principales matières premières & zones de production.

2017 : Développement de la partie Sociale permettant de qualifier la durabilité de nos filières d'approvisionnement.

L'année 2016 est consacrée à la fiabilisation et à la consolidation de l'outil :

- Audit de la méthodologie de l'outil,
- Amélioration de la méthodologie en accord avec les résultats de l'audit,
- Développement d'un module d'évaluation de la qualité des données.

### **Enjeux économiques**

MAGIES a été financé en grande partie par le budget Développement Durable, avec une contribution du marketing. Le budget de développement est de l'ordre de 150 000€ sur la totalité du projet.

Les enjeux économiques seront également abordés dans une dimension de comptabilité extra-financière. L'objectif de MAGIES est de révolutionner la gouvernance de l'entreprise en permettant de mesurer la performance de PepsiCo France sur les piliers environnementaux, sociaux et nutritionnels et en créant une équivalence avec les données financières.

A mesure que le projet grandit et s'affirme comme une innovation rupturiste dans le monde des ACV, nous avons la volonté de rendre ce projet public, le partager avec nos partenaires et rechercher des crédits publics.

## **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 ?**

Une équipe projet restreinte de 13 personnes a été créée afin d'identifier les besoins de chaque métier et définir le cahier des charges (2 Développement Durable, 4 Marketing, 2 Finance, 1 IT, 2 Commercial, 2 Logistique). Le recrutement de cette Task Force s'est fait de manière volontaire, chaque service voyant une réelle opportunité et un avantage compétitif dans MAGIES.

Au niveau de PepsiCo France, tous les collaborateurs reçoivent une formation spécifique au Développement Durable qui, outre un rappel historique et philosophique de ce concept, s'applique à le rendre concret en montrant l'impact environnemental et social des produits distribués par PepsiCo France. Lors de cette formation, les collaborateurs sont sensibilisés à la pensée systémique via les résultats de l'analyse de cycle de vie de notre portefeuille de



produits. Cela leur permet de bien comprendre leur rôle dans les efforts de réduction des impacts environnementaux de nos produits ainsi que la nécessité de travailler de manière transversale et collaborative.

Parce que le besoin de transparence est venu des collaborateurs eux-mêmes, le manque de motivation n'a jamais été un frein au projet MAGIES. Les groupes de travail réguliers dans un premier temps (une fois par mois), puis l'implication des collaborateurs à la fois dans la création de l'interface et l'élaboration de la base de données du backoffice, ont permis de tenir les équipes en haleine durant toute la durée du projet. Aujourd'hui, alors que l'interface s'apprête à être opérationnelle pour les équipes, notre équipe projet est impatiente de pouvoir présenter le fruit de son travail et surtout de l'utiliser au quotidien.

Maintenant que MAGIES s'apprête à être opérationnel pour nos équipes, nous allons lancer un vaste plan de communication :

- Communication formelle lors de meetings regroupant l'ensemble des collaborateurs

Accompagnement des membres de l'équipe projet afin qu'ils deviennent des ambassadeurs de MAGIES dans leur métier

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

MAGIES a été conçu avec l'aide de Transitions DD, une agence de conseil spécialisée en conseil et ingénierie du développement durable.

EcoAct est le partenaire technique de Transitions DD. Cette société de conseil propose aux entreprises et collectivités des solutions sur mesure pour les aider à intégrer les enjeux de la transition vers une économie bas carbone et les aider à transformer la contrainte environnementale en opportunité de croissance verte.

Nous envisageons des partenariats futurs avec des organismes publics (ADEME, EU) et des laboratoires de recherche.

## 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)**

L'objectif à court/moyen terme de MAGIES est d'améliorer l'impact global de notre portefeuille. Nous considérons qu'en tant qu'entreprise responsable, il est de notre devoir de proposer des produits plus respectueux de l'environnement et des hommes.

MAGIES permet également d'entamer la discussion avec nos fournisseurs. Dans un premier temps, nous avons demandé à nos principaux copackers de compléter un reporting environnemental afin de mesurer l'impact de leur production. Cela leur a permis de mettre en avant les progrès réalisés en matière d'environnement, et de comprendre que ces questions allaient désormais faire partie intégrante de notre prise de décision.

A plus long terme, nous souhaitons que la majorité des facteurs d'émissions de MAGIES

soient spécifiques à nos fournisseurs. Des questionnaires en ligne leur seront envoyés afin de créer ces facteurs d'émissions spécifiques. Notre volonté est de les accompagner dans leur démarche environnementale et sociale.

Enfin, MAGIES permet de réaliser très rapidement des fiches produits pour nos clients. L'impact environnemental pour l'instant, mais bientôt social et nutritionnel, de chacune de nos références pourra être communiqué très facilement par notre équipe commerciale.

A terme, MAGIES nous permettra de communiquer au consommateur, dans le cadre des projets français et européens autour de l'affichage environnemental. PepsiCo France s'est affirmé depuis 2011 comme une entreprise pionnière et innovante dans le domaine, en participant à l'expérimentation lancée par le gouvernement français.

### **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**

A date, MAGIES nous permet de mesurer les impacts environnementaux de nos 800 SKU sur l'intégralité de leur cycle de vie :

- matières premières
- transport
- production
- packaging
- utilisation & fin de vie

L'interface est très souple, tous les graphiques peuvent être exportés en format Excel, jpeg ou PDF, permettant l'intégration rapide dans des présentations power point.

MAGIES permet également un reporting de nos impacts environnementaux à toutes les échelles (produit, marque, catégorie, portefeuille) sur les critères d'émissions de CO2, de consommation d'eau et d'eutrophisation. Cela permet d'effectuer un benchmark de nos performances environnementales. A terme, MAGIES permettra de fixer des objectifs environnementaux, sociaux et nutritionnels et de les intégrer dans le développement des produits.

#### **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**





Le projet MAGIES répond à un besoin de transparence partagé par de nombreux acteurs de la société. Il s'adresse principalement à nos collaborateurs mais a vocation à s'étendre à l'ensemble de la chaîne de valeurs. Le projet a principalement été présenté à l'interne mais nous commençons à le diffuser à l'externe. Vous êtes d'ailleurs parmi les premiers à découvrir cette initiative rupturiste, alors votre avis nous intéresse !

Voici quelques citations de nos collaborateurs :

Claire, responsable marketing jus : « MAGIES nous permet de connaître la vraie histoire de nos produits, pas seulement la belle histoire. »

Armand, responsable approvisionnement client frais : « Etre fier des produits que l'on vend est l'une des valeurs de PepsiCo. Or sans transparence, la fierté est impossible. Grâce à MAGIES, je peux connaître les impacts environnementaux de mes produits et surtout agir sur eux. »

Cybèle, planning Food : « Le marketing vend une marque, le commercial vend une marge, la finance vend un COGS mais qui vend le produit ? MAGIES me donne en 2 clics une transparence que je n'avais pas auparavant ».

#### 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...

La modification de la gouvernance de l'entreprise est l'objectif final de MAGIES. Des validations sont en cours au sein du comité de direction afin d'intégrer MAGIES dans le processus de développement des produits (Technical Stage Gate Process). En 2015, MAGIES sera intégré à titre expérimental et indicatif dans le TSG. Si les tests sont concluants, MAGIES permettra de fixer des seuils obligatoires et des objectifs nutritionnels et environnementaux pour le développement de nos produits. Cela permettra d'abaisser progressivement l'impact de notre portefeuille.

En externe, MAGIES permettra d'enclencher un cercle vertueux d'amélioration continue des acteurs de notre chaîne de valeurs : nos fournisseurs seront évalués également sur leur capacité à réduire les impacts de leurs produits et services, nos clients pourront voir les résultats concrets de notre politique de développement durable et nos consommateurs pourront être fiers de consommer les produits PepsiCo. Cela permettra de montrer que performance économique, sociale et environnementale vont de pair et ainsi d'incarner les idéaux du développement durable.

### Critère 4 Vision (coeff. 2)

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



MAGIES permettra à PepsiCo France de répondre aux futures contraintes réglementaires (affichage environnemental, reporting extra financier, ...) mais va bien au-delà de ces obligations. En effet, plus qu'un outil de reporting, MAGIES est un véritable outil d'aide à la décision, qui permettra à PepsiCo France de construire une Performance qui a du Sens, en incorporant les enjeux Développement Durable non seulement dans le quotidien des métiers, mais également dans nos discussions avec nos parties prenantes externes.

Objectif à court terme :

- sensibiliser et responsabiliser nos collaborateurs en leur permettant de voir concrètement l'impact de leur décision (impact nutritionnel d'un changement d'ingrédient, impact environnemental d'un changement de packaging, d'une réduction de poids, etc...). Cela signifie, pour PepsiCo France, intégrer le Développement Durable au sein des métiers
- calculer l'ensemble de nos impacts et mettre en place un reporting extra-financier complet
- communiquer sur l'impact environnemental de nos produits en étant le plus spécifique possible => affichage environnemental

Objectif à moyen terme :

- améliorer l'empreinte environnementale, mais aussi sociale et nutritionnelle de notre portefeuille de produits
- être moteur dans la construction d'une chaîne de valeur responsable en développant notre responsabilité élargie.

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

Le groupe PepsiCo s'est engagé dans une démarche RSE, « Performance With Purpose », portant sur 4 piliers : Performance, Nutrition, Environnement, Talents. Cette ambition se traduit dans des objectifs de réduction de notre impact environnemental, d'amélioration de la qualité nutritionnelle de notre portefeuille et d'épanouissement de nos collaborateurs.

MAGIES s'inscrit pleinement dans cette politique d'amélioration de notre impact sur l'environnement et la société.

## **Annexes**

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

Les PJ de ce dossier de candidature sont strictement confidentielles :

Rapport méthodologique\_PEPSICO\_MAGIES.pdf  
20170722\_Captures d'écran.pdf

### 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)