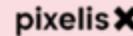


TROPHÉE
RÉUSSIR
2024



RÉVÉLATION DU PALMARÈS 2024

mardi 12 novembre



Merci à **SciencesPo**
ÉCOLE DU MANAGEMENT ET DE L'IMPACT

WIFI :
Mdp:

11 ANS D' ACTIONS POUR ÊTRE PARTIE PRENANTE DES SOLUTIONS A IMPACT



95

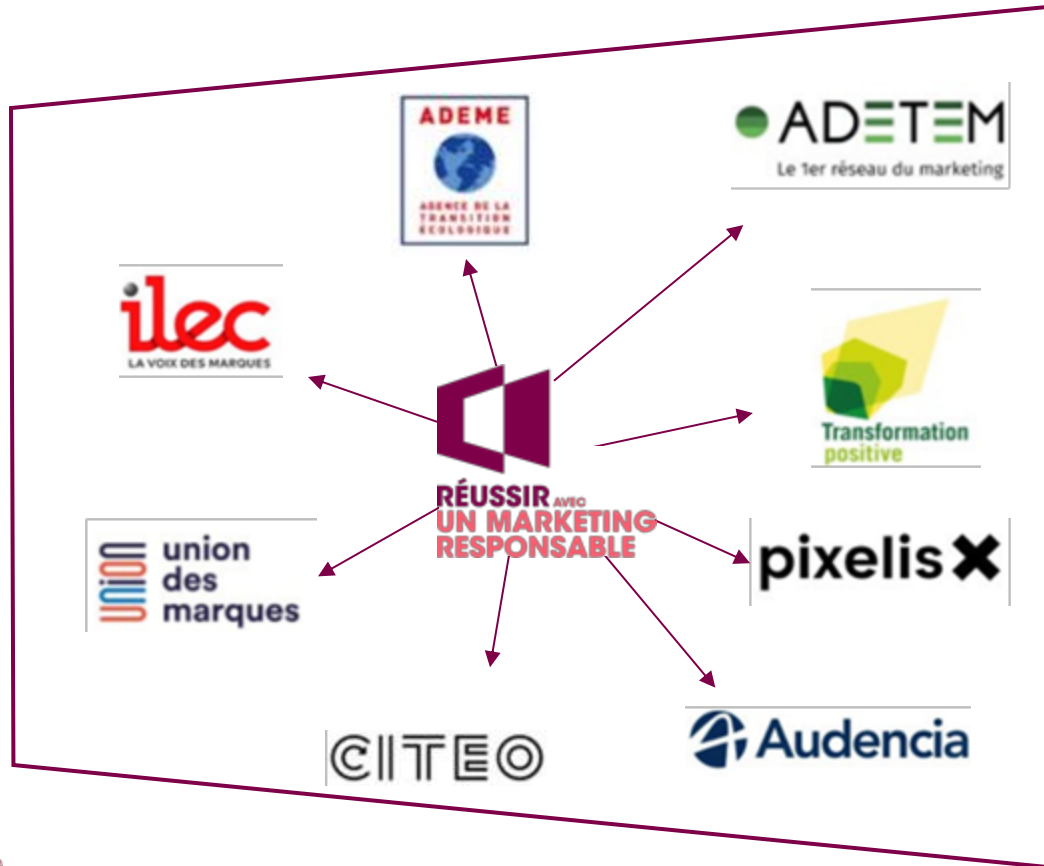
Bonnes pratiques
récompensées
en Open Source

1

Écosystème d'acteurs en
coalition

CONJUGUER
DURABLE
& **DÉSIRABLE**

UN ÉCOSYSTÈME D'ACTEURS ENGAGÉS



DES PARTENAIRES ENGAGÉS DANS L'ÉCOSYSTÈME RÉUSSIR



NOTRE RAISON D'ÊTRE



“ Rassembler un écosystème professionnel autour d’actions de marketing responsables inspirantes pour engager les entreprises à *démultiplier les actions à impact* afin d’*accélérer l’indispensable transition environnementale* et nous offrir la chance d’un avenir *désirable*”

LA SÉLECTION DES DOSSIERS : UN PROCESSUS UNIQUE

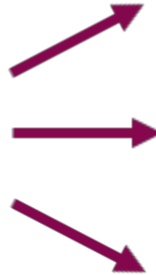
Je dépose mon
dossier de
candidature



Le comité de
sélection l'examine

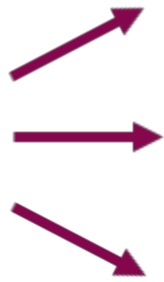


Il me demande
des précisions si
nécessaire



LA SÉLECTION DES DOSSIERS : UN PROCESSUS UNIQUE

Il me demande
des précisions si
nécessaire



Mon dossier est retenu,
Je suis **Lauréat**



Mon initiative est prometteuse mais manque de
résultats,
Je suis **Pépite**
Et je peux recandidater l'année prochaine



Mon dossier
n'est pas retenu

ENTRER DANS L'ÉCOSYSTÈME REUSSIR AVEC UN MARKETING RESPONSABLE C'EST :

Je suis lauréat
du
palmarès annuel



Ma fiche bonne pratique est
publiée sur la plateforme en
Open Source



Mais aussi...



Je peux participer à des
cycles de conférences
thématiques



Mon initiative est partagée
sur les réseaux sociaux



Je peux participer à un
épisode du podcast
En Toute Transparence



NOTRE COMITÉ DE SÉLECTION: DES PERSONNALITÉS ENGAGÉES



Valérie Martin

Cheffe du service Mobilisation
Citoyenne et Médias

NOTRE COMITÉ DE SÉLECTION: DES PERSONNALITÉS ENGAGÉES



David Garbous

Co-fondateur du collectif,
CEO



Bérénice Agonse

Administratrice du
collectif
Coordinatrice de projet

NOTRE COMITÉ DE SÉLECTION: DES PERSONNALITÉS ENGAGÉES



CITEO

Laure Castagnino

Responsable Pôle Insights et conseil
en Marketing Responsable

NOTRE COMITÉ DE SÉLECTION: DES PERSONNALITÉS ENGAGÉES



ilec
LA VOIE DES MARQUES

Sophie Palauqui
Responsable du pôle
marketing & RSE

NOTRE COMITÉ DE SÉLECTION: DES PERSONNALITÉS ENGAGÉES



 union
des
marques

Sophie Roosen
Directrice Marque et
Impact

NOTRE COMITÉ DE SÉLECTION: DES PERSONNALITÉS ENGAGÉES



Florence Touzé

Professeure à Audencia,
Titulaire de la Chaire Impact Positif

NOTRE COMITÉ DE SÉLECTION: DES PERSONNALITÉS ENGAGÉES



Catherine Réju
Déléguée générale

NOTRE COMITÉ DE SÉLECTION: DES PERSONNALITÉS ENGAGÉES





PALMARÈS 2024

RÉUSSIR AVEC
**UN MARKETING
RESPONSABLE**



PALMARÈS 2024

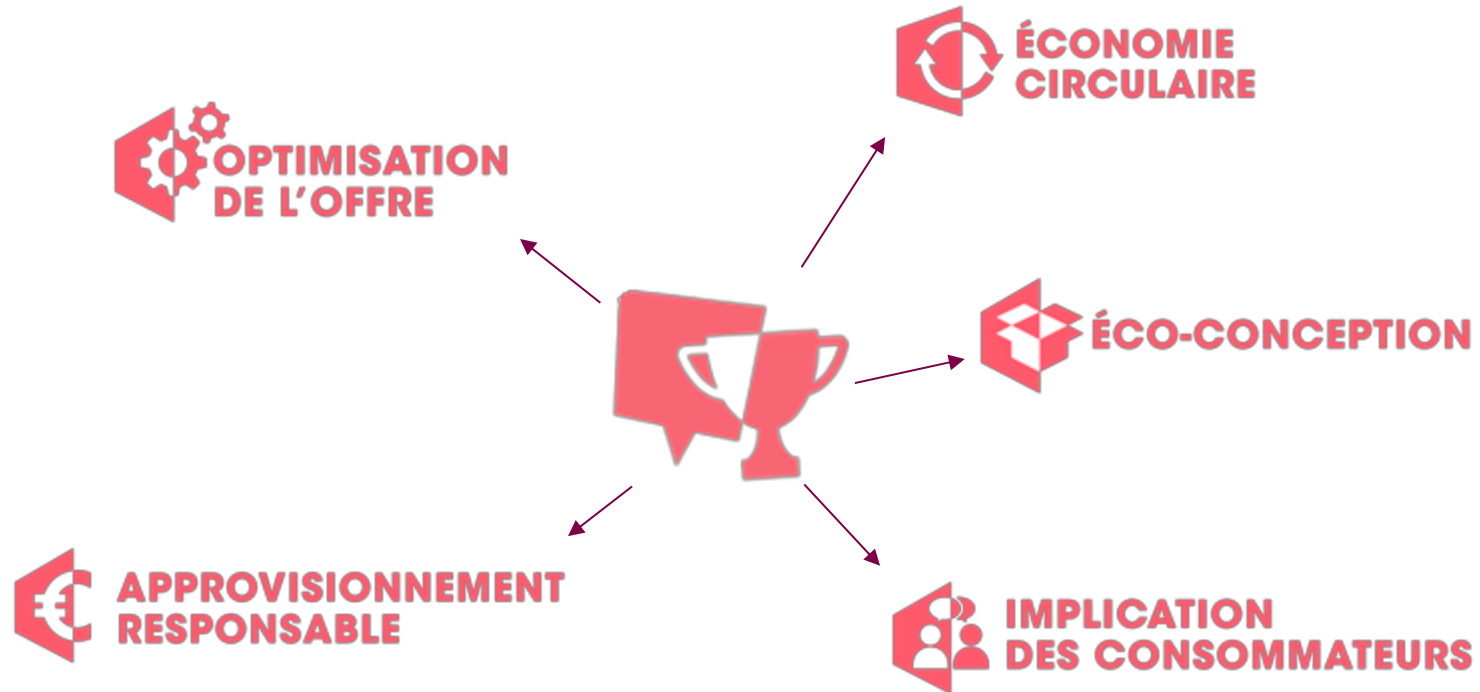
RÉUSSIR AVEC
UN MARKETING
RESPONSABLE

18 acteurs
récompensés



Secteurs
récompensés

UN PALMARÈS, 5 CATÉGORIES





PALMARÈS

RÉUSSIR AVEC
UN MARKETING
RESPONSABLE

QUE SONT DEVENUS NOS PÉPITES ?

SALOMON



Les partenaires vous offrent...



- Formation à la brand academy
- Place pour la fresque du marketing responsable



Sophie Palauqui

Responsable du pôle marketing et RSE

1. APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE

2



2





Intégration de plastique recyclé dans les bouteilles de lait



Principe :

- Démarche d'intégration de plastiques recyclés dans la filière plastique
- Démarche « BIO Pré de Vous » qui va plus loin que le label BIO : pâturage, carbone et protéines françaises
- Une juste rémunération des éleveurs BIO



Résultats :

3,6%

PDM volume
(+0,1pt vs N-1)

+4,3%

Évol volume
(marché : -0,9% vs N-1)

-100T/an



Masse de plastique vierge évitée sur cette opération estimée





Mangeons dans le bon sens

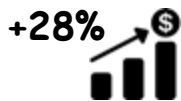
.nod

Principe :

- Remettre dans le **bon. sens** les classiques de l'épicerie : huiles et condiments
- **bon.** pour la santé, le plaisir les producteurs français, la souveraineté alimentaire et la biodiversité



Résultats :



CA 2024 vs 2023



Mayonnaise :
CA en mai 2024
vs 2023

+143%

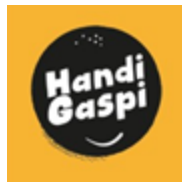
de croissance volume
en sell out à fin
Mai chez Monoprix



Note Yuka
surr le Ketchup



Biscuits issus d'une démarche responsable et solidaire



Principe:

- Biscuits fabriqués et conditionnés par des biscuitiers en situation de handicap mental et psychique
- Recettes élaborées à partir d'invidus de pain bio revalorisés, le tout en bio et en local



Résultats :

450k€

CA 2023
(vs 2022 150k€) avec un
résultat à l'équilibre en 2023

30



Formations de personnes
handicapées

Résultats à consolider
pour un prochain
Palmarès



Gamme "Les Tranches Végés"

Fleury Michon

Maison Fondée & Vendue depuis 1915

Principe :

- Lancement en mars 2024
- Nouvelle offre de protéine végétale dans le rayon charcuterie grâce aux légumineuses
- Accompagnement à la flexitarisation de l'offre en rayons charcuterie



Résultats :



Leader des
"jambons
végétaux" en 3
semaines

74%

de PDM sur le
segment des
jambons végétaux
en 2024

46%

de taux de
réachat
source: Kantar Total
Retailers à P10 2024

-80%

Décarbonation à
hauteur de 80%

Résultats à consolider
pour un prochain
Palmarès

**2.****ECONOMIE
CIRCULAIRE****1****4**



Produits de trail et casque issus de l'économie circulaire

SALOMON

Principe:

- Refonte des produits pour faciliter leur démantèlement et leur recyclabilité
- Mise en place de filières de collecte et de recyclage internes et gratuites pour les clients



Résultats :

11 250



paires de chaussures recyclables vendues

199



retours de paires en Europe



-45% CO₂

Réduction de l'empreinte CO₂ pour une paire INDEX 01 recyclée



Service de recyclage CableLoop



Principe:

- Dispositif phygital de collecte et de recyclage de chutes de câbles en agences, destiné aux électriciens.
- Rachat de 4 catégories de câbles à des prix compétitifs, en assurant transparence, traçabilité, et écoresponsabilité.



Résultats :

5,3t

de câbles récupérés via
5 agences en
9 mois



clients réguliers
(phase de POC dans 3
agences de distribution
spécialisée)

Résultats à consolider
pour un prochain
Palmarès



Le scooter électrique circulaire

mob-ion[®]

CONSTRUCTEUR À #PÉRENNITÉPROGRAMMÉE



Principe:

- Concept de #PérennitéProgrammée circulaire visant à rendre son scooter éco-conçu remanufacturable
- Vente à l'usage du scooter électrique

Résultats :



Avantage prix
par rapport aux
concurrents électriques



Certification
Origine France Garantie
en août 2021



Indicateur volontaire de
réparabilité

Résultats à consolider
pour un prochain
Palmarès



Bureaux standards à partir de bureaux en fin de vie

Revisit
récupérer • réinventer • réemployer



Principe:

- Acte de collecte, conception, transformation, maintien, reconditionnement et installation du mobilier professionnel
- Mobilier réalisé à partir de mobilier professionnel en fin de vie

Résultats :



Création d'une équipe de 7 personnes en emploi délocalisé



Chiffre d'affaires depuis la création en 2020

+35t ≈ 34t CO₂

de mobiliers détournés de la mise en décharge en 2023

Résultats à consolider pour un prochain Palmarès



Service de réparation de vêtements



Principe:

- Plateforme de marque pour accroître la puissance et l'attractivité de la retouche textile
- Favorisation et soutien à l'accès à l'entrepreneuriat

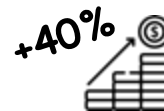
Résultats :

94%

de taux de recommandation pour la formation



nouveaux ateliers en 2022-2023



Chiffre d'affaires de +40%

Résultats à consolider pour un prochain Palmarès

3. ECO - CONCEPTION

3



3



Valérie Martin

Cheffe du service Mobilisation Citoyenne et Médias



CITEO

Laure Castagnino

Responsable Pôle Insights et conseil en Marketing Responsable





Contenus audiovisuels éco-responsables



Principe:

- Création éco-responsable de films pour les entreprises et les institutions
- Démarche éco-responsable tout au long de la chaîne de production

Résultats :

-30%

sur les coûts de production vs une production classique



d'Ecoprod obtenu sur le film « La Dolce Vita de l'Est Parisien »

-75%

sur les émissions carbone



des clients choisissent Eclos-Production pour leur démarche d'éco-conception

+124%

de croissance entre le CA du S1 2024 et celui de l'année précédente

Rowenta Gamme Effitech

Aspirateurs économes en énergie



Principe:

- Empreinte carbone fortement réduite via l'éco-conception d'un moteur Effitech de 400 watts permettant une réduction d'énergie pour une même efficacité à l'usage



Résultats :

13%

de PDM sur les aspirateurs traîneaux en France pour toutes les gammes Effitech(1)



5 aspirateurs Effitech se placent dans le top 10 des vente(1)

Jusqu'à
50%
de réduction
d'énergie à l'utilisation

1. 2^e et 3^e positions sur le segment des aspirateurs vendus entre 150 et 200 €



Réduction de l'impact environnemental des emballages primaires Sucre Daddy

Daddy

Principe:

- Réduction de l'empreinte environnementale des emballages primaires Daddy en agissant sur la quantité de plastique, la recyclabilité et le poids



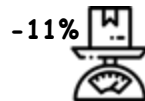
Résultats :

-64%

de la part de plastique fossile vierge des emballages

99%

des emballages désormais recyclables



Réduction du poids moyen des emballages de 11%



de PDM en valeur sur la catégorie goût sucré*

* Circana PDM Valeur Marques Goût Sucré - CAM P8 2024 - HMSM Drive Proxi

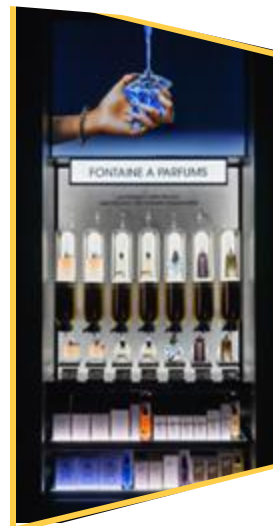


Fontaine à parfums multi-marques Sephora

L'ORÉAL
LUXE

Principe:

- Espace dédié au rechargement de son flacon de parfum multimarques
- Économie sur le prix d'achat et sur les matériaux utilisés pour la confection du parfum
- Education du consommateur à une consommation plus responsable



Résultats :

68%

de part de marché
sur le marché de la
recharge

5/semaine



5 actes de remplissages
(hors Mugler) par semaine
et par point de vente

Résultats à consolider
pour un prochain
Palmarès



Le cadre de vélo en matières végétales

CYCLIK



Principe:

- Eco-conception et fabrication de vélos en matière végétale (bambou et lin)
- De la fabrication des cadres au montage des périphériques, priorité au tissu industriel national

Résultats :

36 x moins

de CO2 émis qu'un cadre équivalent en carbone

200

vélos électriques vendus depuis le début de la commercialisation (2017)

Résultats à consolider pour un prochain Palmarès



Éco-conception des campagnes de média



Principe:

Campagne média éco-conçue, en 3 étapes :

- Un message qui respecte les principes de la communication responsable
- Contenus média éco-conçus
- Diffusion média optimisée et quantifiée en impact carbone



Résultats :

12 Teq CO₂

économisées
vs. une campagne média
classique



Obtention du label
Ecoprod
Niveau 2 étoiles

Résultats à consolider
pour un prochain
Palmarès



Sophie Roosen
Directrice Marque et Impact

4. IMPLICATION DES CONSOMMATEURS

1



1





Les Avis Longue Durée



Principe:

- Contact des clients plus d'un an après l'achat de leur appareil et non plus quelques jours après
- Obtention d'avis beaucoup plus fiables par rapport à la qualité réelle des produits



Résultats :



Taux de clics de 2,2%
contre moins d'1%
habituellement

+10 000



Taux de collecte plus élevé
que la moyenne avec
+10 000 avis recueillis en 2 mois



Réduction de l'obsolescence et de
la 1^{ère} source de déchets au
monde : les produits
électroniques/électriques



Les voitures de future fonction

CareMakers



Principe:

- Initiative solidaire en faveur du retour à l'emploi dans les déserts de mobilité
- Offre de location longue durée ou avec option d'achat pour les personnes en période d'essai

Résultats :

+50%



de nouveaux visiteurs
chaque jour sur le site web
pendant la semaine de
lancement

50

concessions solidaires
créées dans les
"déserts de mobilité"

395



véhicules livrés sur
4 600 dossiers reçus

Résultats à consolider
pour un prochain
Palmarès

5. OPTIMISATION DE L'OFFRE





Client Disclosure Report



Principe:

- Intégration d'objectifs environnementaux pour réduire l'impact SCOPE 3 de l'agence
- Transparence via la publication du CA par secteur
- Adaptation du portefeuille de partenaires et des tarifs selon les implications environnementales

Résultats :



50 demandes de
devis entrantes par
an



Entre 38 et 53% du
CA lié à des
demandes entrantes



Citée dans plusieurs
classement des agences de
communication responsables



PALMARÈS
2024
RÉUSSIR AVEC
UN MARKETING
RESPONSABLE



8 Lauréats

10 Pépites

5 Tendances

5 TENDANCES SE DISTINGUENT



L'art du Prêt-à-utiliser : vers une économie de la fonctionnalité



Accélération des initiatives d'économie circulaire : Old is the new black



Retour aux ressources : quand moins, c'est mieux



"Plaisir sans gueule de bois" : réconcilier commensalité et responsabilité



Faites entrer l'humain : un employé valorisé, un consommateur responsabilisé, des communautés actives

VOUS POURREZ RETROUVER CES TENDANCES

The screenshot shows the website's main page with the following content:

- Navigation menu: Accueil, À propos, Bonnes pratiques, Actualités, Livre blanc, Podcasts
- Buttons: Candidater au palmarès 2024, Consulter le Livre Blanc
- Text: "La plateforme qui rassemble personnalités et partenaires engagés depuis 2013 pour valoriser les initiatives durables et rentables."
- Logos: CITEO, ilec, union des marques, ADETEM, Audencia
- Statistics bar:
 - +90 Bonnes pratiques récompensées
 - 11 Promoteurs depuis la création
 - +38 Organisations engagées
 - 8 Secteurs récompensés

Two callout boxes are shown:

- Top Callout (Green):** "Le palmarès 2024 du marketing responsable" with statistics: 30% de croissance, 2500 entreprises, 10 secteurs.
- Bottom Callout (Yellow):** "Les bonnes pratiques du marketing responsable" with statistics: 300+ pratiques, 46 secteurs, 100+ entreprises.

En Open source sur notre nouveau site [réussir-avec-un-marketing-responsable.com](#)



VOUS POURREZ RETROUVER CES TENDANCES

Découvrir notre Podcast



MAIS AUSSI...

Des conférences
pour passer
à l'action



1 livre blanc
revenant sur
10 ans de
bonnes pratiques

L'AVENTURE RECOMMENCE MAINTENANT



Prochain appel à candidature: Avril 2025

marketing.responsable.reussir@gmail.com