

Communiqué de presse – 27 mai 2024

Découvrez le palmarès des Sirius 2024

La 7^{ème} édition des Sirius a battu son record de participation : 23 dossiers ont candidaté dans les différentes catégories proposées. Les jurys "professionnel" et "consommateurs" ont rendu leur verdict la semaine dernière : découvrez le palmarès ci-dessous, et venez voir les lauréats sur la scène de J2P le 30 mai prochain (lien en commentaire). Le jury professionnel a sélectionné 4 lauréats parmi les 12 finalistes qui ont soutenu leur projet. Félicitations à toutes les équipes pour la qualité des projets présentés sur des sujets très variés, signe de la richesse des initiatives portées par nos adhérents et au-delà.

Sirius Economie Circulaire - Réemploi : La Consigne Pour Réemploi, avec Coopérative U, Leclerc, Coca-Cola Europacific Partners, Eckes-Granini, Lorina, Brasserie Meteor, Nestlé Waters et Pétre

La Consigne pour Réemploi, le 1^{er} consortium multi-marques, multi-distributeurs et multi-canal

Notre ambition est d'inscrire durablement la consigne pour réemploi dans les modes de consommation. Nous nous donnons comme objectif que ce soit **facile** et à **moindre coûts** pour les consommateurs.

Pour cela, Petrel propose un consortium multi-marque (Coca-Cola, Perrier, Vittel, Pago, Lorina, Meteor), multi-distributeurs (Coopérative U et E. Leclerc) et multi-canal (magasins et e-Commerce) dans une approche **pragmatique & interopérable** avec une expérimentation en Ile-de-France pour préparer un passage à l'échelle.

Le consortium bénéficie du support financier de Citeo mais aussi du cadre déontologique et de confiance de l'Institut du Commerce.

Nous sommes très fiers de recevoir le Sirius de l'Institut du Commerce qui reflète le niveau de collaboration des parties prenantes au service des nouvelles attentes des consommateurs pour un commerce plus circulaire.

Sirius Economie Circulaire - Vrac : Pharma Recharge, avec Laboratoire Garancia, Laboratoires Pierre Fabre, La Rosée Cosmétiques, Mustela (Laboratoires Expanscience), NAOS (Laboratoire Bioderma), (RE)SET et Cameleon Group

PHARMA-RECHARGE est le premier meuble de recharge de produits dermo-cosmétiques **multimarques** (8 marques) en pharmacie

Dans un même meuble, le client peut remplir un flacon unique avec **15 produits iconiques de son quotidien** : shampoing, gel douche, huile de douche

PHARMA-RECHARGE est le fruit d'une collaboration entre 5 laboratoires dermo-cosmétiques (**Expanscience** - Mustela, **Pierre Fabre** - Atoderm, A-Derma, Ducray, Eluday, **Naos** - Bioderma, **La Rosée**, **Garancia**) accompagnée d'un cabinet de conseil **(RE)SET** dédié à la transition économique et environnementale et l'expertise d'équipementier VRAC de **Cameleon group**.

Ce concept visible dans 6 pharmacies a permis d'atteindre **2 objectifs** vertueux de l'économie circulaire :

- **Réduire les emballages** : en remplaçant les contenants à usage unique par un flacon en verre réutilisable
- **Recruter des nouveaux shoppers sur le réemploi** : en proposant une offre VRAC plus de **30%** de shoppers ont été séduits par cette nouvelle offre qui d'ailleurs les fidélise ; Après 10 mois de test, **50%** des ventes sont faites avec des flacons réemployés.

Sirius Merchandising : démarche HAPI, avec Herta France

Herta France est fière d'avoir obtenu le Sirius du Merchandising à l'occasion de la 7^{ème} édition des Trophées Sirius décernés par l'Institut du Commerce. Ce Sirius vient récompenser la qualité et l'originalité de la nouvelle démarche merchandising de l'entreprise baptisée «HAPI» pour **Achat-Plaisir-Impulsion**.

Cette nouvelle approche repose sur 2 années d'études, plus de 2000 interviews de parties prenantes (shoppers, distributeurs, éleveurs...) et un concept central : pour redévelopper la fréquence d'achat et donner une nouvelle impulsion à la catégorie charcuterie libre-service, il faut réinsuffler du plaisir.

Les partis-pris retenus pour cette nouvelle approche de présentation des produits consistent à :

- **Réorganiser le rayon CLS autour des moments de consommation** : Le plaisir du quotidien (ex : jambon, saucisses), le plaisir du terroir (rillettes, pâtés, jambon cru, boudins), le plaisir de cuisiner (lardons).
- **Démarrer le rayon avec le segment de charcuteries le plus vendu**, en l'occurrence, les jambons cuits de porc.
- **Segmenter les jambons en 2 pôles** : les **jambons classiques** (standard) et les **jambons certifiés** (Conservation sans nitrite, labels, Bio...) afin de démocratiser ce second pôle.

Après avoir implanté ce nouveau concept dans plus de 100 points de vente en 2023, tous types d'enseignes confondus, les résultats observés sont une augmentation de **+2,1 points en chiffre d'affaires** et +1,8 points en volume et une croissance marquée des jambons (+3,5 points). Le pôle « certifié » contribue significativement à cette croissance, bénéficiant à l'ensemble des intervenants.

Herta est aujourd'hui prêt pour déployer cette nouvelle vision shopper en magasin avec l'ensemble de ses partenaires !

Sirius Economie Sociale et Solidaire : Ramdam social

Ramdam Social, c'est une entreprise à mission fondée en 2023 par Julie Boureau et Luc-Olivier Pieret, animée par une ambition profonde : transformer chaque achat en aide directe pour ceux qui luttent contre la faim. Les produits Ramdam Social, fabriqués en France, deviennent ainsi plus que des produits : des vecteurs de solidarité. En partenariat avec le Samu social de Paris, le Secours Populaire Gironde et Paris, et les Banques Alimentaires, ils permettent à chacun de contribuer à des actions concrètes : un repas, un sourire, un pas vers la dignité.

Depuis leur commercialisation fin janvier, ils sont déjà présents dans 500 points de vente. Six distributeurs leur ont fait confiance : Cora, Leclerc, Carrefour, Monoprix, Franprix et La Tournée. Avec leurs six produits – des chips, des biscuits apéritifs et des cookies, tous hyper gourmands et généreux, et bien sûr produits en France sans substance bizarre – ils ont déjà

réalisé 50 000 dons. Ramdam Social incarne une nouvelle manière de consommer, où chaque geste compte pour créer un impact positif et durable. Leur objectif : 5 millions de dons d'ici 5 ans

Sirius des Consommateurs : Iconogreen pour le recyclage des cassettes de maquillage

Beauté engagée : La cassette de maquillage circulaire.

Selon l'étude menée par CIRCUL'R, 80% des PLVs multimatériaux sont incinérées ou enfouies. C'est pour lutter contre ce constat que L'OREAL et YVES ROCHER s'appuient sur le dispositif ICONOGREEN afin de mettre en place un processus d'économie circulaire, locale et solidaire de leurs cassettes de maquillage.

ICONOGREEN met en œuvre à travers son réseau de partenaires de l'ESS, la collecte et le surtri des cassettes afin de réemployer les cassettes en bon état, réutiliser les composants des cassettes abimées et recycler le plastique des pièces cassées.

Notre objectif commun est de réduire au maximum l'impact écologique de leurs activités par la réduction de l'empreinte carbone (Bilan QuantiGES, méthode ADEME) et la limitation du recours aux matières premières vierges.

Ludovic C. d'Yves Rocher et Johann M. de L'OREAL en sont convaincus, le traitement des PLVs est un réel levier pour atteindre les objectifs de réduction de l'impact carbone de leurs entreprises. En quelques chiffres, depuis le début du projet c'est plus de 30 000 cassettes triées et traitées, 52 Tonnes de CO2 évitées et 630 heures générées pour l'ESS.

Le projet devrait s'étendre sur plusieurs pays Européens à partir de mi-2024.

Enfin l'équipe de l'Institut du Commerce remettra comme tous les ans un **Sirius d'Honneur** à la personne de son choix, en reconnaissance de son implication dans les activités de l'association. Ce Sirius sera dévoilé lors de la cérémonie du 30 mai au sein de la Journée Partage & Prospective !

La cérémonie est parrainée cette année par Thierry Cotillard, Président du Groupement Les Mousquetaires, et Olivier Delaméa, CEO de SAVENCIA

* Les membres du jury professionnel 2024 : Christophe Beaufiles (Via Appia), Nicolas Bommel (Jow), Philippe Cazala (Euralis), Paul Clément (Triple Win), Jean-Jacques Grégoire, Stéphanie Moitié (Urvad), Valérie, Monteiro (Jacquet Brossard), Cécilia Pouliquen (Nocibé), Clément Sutter (Nestlé Waters), Béatrice Quemener (La Martiniquaise), Maxime Richer (Collectif Génération Responsable), Karine Villeneuve (TBS Education). Le jury est composé d'anciens lauréats, de membres des comités de l'Institut du Commerce, de membres d'organisations professionnelles et d'ONG, et d'écoles. Il a pour mission de sélectionner les lauréats de chaque édition. L'équipe Institut du Commerce s'assure de l'équilibre des fonctions / sociétés et de la neutralité des membres du jury.

A propos de l'Institut du Commerce : Association à but non lucratif, l'Institut du Commerce fait coopérer les acteurs du commerce (distributeurs, industriels, prestataires, institutions (fédérations, associations, monde académique...) pour développer un commerce prospère et juste, soutenable écologiquement et socialement, à visée régénérative. L'association accompagne la transformation des pratiques en proposant à la communauté une collection de solutions pour sensibiliser, mobiliser, dialoguer, coopérer et mesurer.

Contact : xavier.hua@institutducommerce.org , 06 80 35 70 74