

Communiqué de presse – 11 juin 2026

## **Economie circulaire, inclusion, innovation : les Sirius 2026 mettent à l'honneur les pratiques qui transforment le commerce**

La 9<sup>ème</sup> cérémonie des Sirius a eu lieu le 11 juin au sein de la [Journée Partage & Prospective](#). Comme chaque année depuis 2018, deux jurys réunissant professionnels\* et consommateurs\*\* récompensent les meilleures pratiques collaboratives industrie-commerce qui répondent aux attentes sociétales et aux attentes des consommateurs. L'objectif poursuivi est de disséminer les bonnes pratiques collaboratives créatrices de valeur et d'accélérer leur mise en œuvre pour faire advenir des nouveaux modèles économiques robustes qui favorisent une consommation sobre, désirable et accessible à tous. Le concours des Sirius est ouvert à tous, adhérents ou non de l'Institut du Commerce, sans droit d'inscription. **Claire Faure-Miller**, Directrice Générale Café Joyeux, marraine de l'édition 2026 a ouvert la cérémonie qui a récompensé les 9 projets suivants :

- **Sirius Economie Circulaire : Groupe Casino - Les Biens en Commun** pour leur initiative au cœur des échanges et de la solidarité locale [Vidéo](#)
- **Sirius Supply Chain Responsable : Tosca** pour son projet d'emballages protecteurs réutilisables, recyclables et partagés pour la famille œufs de consommation [Vidéo](#)
- **Sirius Merchandising** : Yoplait pour leur démarche Lait's Go [Vidéo](#)
- **Sirius Innovation et Inclusion** et **Sirius des Consommateurs** : Kignon pour le biscuit « Handi-gaspi » [vidéo](#)
- **Sirius Filière engagée : Delaferme - Cameleon** pour le projet Bio&Lo, la fontaine vrac réfrigérée pour une alimentation saine, moins de plastique, et une filière agricole redynamisée [Vidéo](#)
- **Sirius Performance Commerciale : Brita – Cameleon** pour la démarche « Hydratation zéro bouteille », un merchandising audacieux pour provoquer l'alternative à l'eau en bouteille à usage unique [Vidéo](#)
- **Sirius Category Management : Nutrition & Santé** pour « L'Épicerie Végétale », création d'un pôle végétal structurant au sein du rayon Épicerie Bio [Vidéo](#)
- **Sirius Encouragement : Necense, 900 Care, Pimpant et Supe** pour Le Muve, mouvement collectif qui veut supprimer l'eau inutilement utilisée et transportée dans les produits du quotidien [vidéo](#)

\* Les membres du jury professionnel 2026 : Christine Barthe (FEEF), Christophe Beauvils (Via Appia), Pauline Boudu (Franprix), Anne Cherbonneau (Make a Switch), Paul Clément (Triple Win), Emmanuelle Exilie (Enov), Jean-Jacques Grégoire, Landry Guy (Coopérative U), Nicolas Klebert (Saint Hubert), Constance Rabany (Café Joyeux), Nikta Vaghefi (Savencia). 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.

\*\* en partenariat avec [Enov](#)

[Découvrir tous les palmarès depuis 2018](#)

### **Sirius Economie Circulaire : Groupe Casino et Les Biens en Commun pour leur initiative au cœur des échanges et de la solidarité locale**

L'entreprise Les Biens en Commun, créée en 2021, s'est donnée pour mission de lutter contre la surconsommation des petits appareils électroménagers tout en démocratisant l'accès à des équipements de qualité au plus grand nombre.

Depuis 2023, le Groupe Casino collabore avec Les Biens en Commun. A ce jour, 74 magasins (franprix, Casino, Monoprix, Naturalia) sont équipés de casiers.

Le principe est simple : le magasin paie un loyer mensuel et Les Biens en Commun s'occupent de la rotation des produits, de leur entretien et du service clients. Le magasin perçoit une rétrocession sur chaque produit loué. Ce projet promeut ainsi une vision circulaire de l'économie et de solidarité. Plus encore, il fait écho à l'ADN du Groupe Casino : être au plus proche des besoins de ses clients et des territoires où il est implanté, et s'engager en faveur de modes de consommation plus engagés.

[Vidéo](#)

### **Sirius Supply Chain Responsable : Tosca pour son projet d'emballages protecteurs réutilisables, recyclables et partagés pour la famille œufs de consommation**

TOSCA est un leader mondial dans le domaine des emballages en plastique réutilisables et des solutions de pooling performantes. En permanence, TOSCA accompagne et innove pour ses clients producteurs et pour ses partenaires distributeurs en les aidant à atteindre leurs objectifs RSE, PPWR et REP EPRO.

Avec ces nouvelles règles entrant en vigueur, Tosca se concentre sur la fourniture de solutions d'emballage innovantes pour la plupart des secteurs alimentaires.

Les capacités de mise en commun de bout en bout de Tosca offrent une solution intelligente et durable aux producteurs, fournisseurs et distributeurs. En utilisant des emballages de transport, des Boxs et des palettes en plastique réutilisables, TOSCA réduit non seulement les coûts, mais améliore également les performances de la chaîne d'approvisionnement.

C'est dans cet esprit que TOSCA est fier de remporter aujourd'hui le Prix Sirius 2026 décerné par L'institut du Commerce dans la catégorie « Supply Chain Responsable » pour ses produits dédiés aux Œufs, grâce à ses nouveaux emballages réutilisables, recyclables, réparables et partagés.

Ces Solutions TOSCA pour cette famille de produits dont la fragilité ne fait aucun doute, permettent une logistique dont la solidité et la résistance sont renforcées, une adaptation des produits aux calibrages naturel des œufs et évitent une grosse partie de la casse de ces œufs dans les phases de transports, de préparations et de mise en rayon.

Chaque Œuf sauvé grâce aux solutions logistiques TOSCA est un œuf de plus disponible sur le marché, une façon pour TOSCA de contribuer à la lutte contre le gaspillage alimentaire.

[Vidéo Plus d'infos sur Tosca](#)

### **Sirius Merchandising : Yoplait pour leur démarche Lait's Go**

Yoplait redessine le rayon ultra-frais pour répondre aux nouvelles attentes de consommation. Avec LAITS GO, Yoplait propose une démarche merchandising qui replace naturalité, nutrition et simplicité de lecture au cœur du parcours shopper.

Conçu à partir d'études consommateurs et de tests terrain menés dans plusieurs enseignes, le concept réorganise le rayon autour des moments de consommation et des besoins clients, tout en renforçant la visibilité des offres les plus saines.

Création d'un pôle nomade pour les jeunes générations, différenciation entre plaisir gourmand et plaisir sain, optimisation des implantations : autant de leviers pensés pour relancer l'attractivité d'une catégorie clé.

Déployée dans plus de 300 points de vente, la démarche génère +3,5 % de croissance sur la catégorie et booste les achats d'impulsion (+8 %). Elle accompagne également le développement des produits bio et des références aux meilleurs Nutri-Scores.

Avec LAITS GO, Yoplait confirme son ambition d'installer un nouveau standard pour un ultra-frais plus lisible, plus utile et plus en phase avec les attentes des consommateurs.

[Vidéo](#)

### **Sirius Innovation et Inclusion et Sirius des Consommateurs : Kignon pour le biscuit « Handi-gaspi »**

Chez Kignon, nous prouvons au quotidien que chaque bouchée peut devenir un acte engagé ! Grâce à notre démarche unique Handi-Gaspi, nous transformons des pains sauvés du gaspillage en délicieux biscuits. Et l'histoire ne s'arrête pas là : nos biscuits sont fabriqués en ESAT par des personnes en situation de handicap mental et psychique, pleinement actrices du projet. Nous luttons ainsi contre deux formes de gaspillage : celui des ressources alimentaires et celui des talents.

Chaque jour ce sont 500 baguettes invendues qui sont valorisées en biscuits sucrés et salés grâce au savoir-faire de nos 30 biscuitier.e.s en situation de handicap.

Kignon, c'est le petit biscuit ki a tout bon ! Parce qu'il est bon pour la planète, bon pour la société et bon pour les papilles

[vidéo](#)

### **Sirius Filière Engagée : Delaferme / Cameleon Group pour le projet Bio&Lo, la fontaine vrac réfrigérée pour une alimentation saine, moins de plastique, et une filière agricole redynamisée**

Toute une filière engagée pour plus de valeur dans les fermes, une alimentation saine avec un service en vrac pour moins de plastique et de gaspillage. Face à l'urgence de réduire les plastiques à usage unique (Loi AGEC) et à la précarité des éleveurs bio, il est temps de changer nos pratiques pour préserver notre souveraineté alimentaire, notre santé et notre planète. D'ici 5 ans, 50% des éleveurs laitiers devraient partir à la retraite. Nous sommes tous concernés : éleveurs, transformateurs, distributeurs, consommateurs, pouvoirs publics.

Delaferme propose une rupture : réduire la dépendance des agriculteurs aux laiteries pour de meilleurs revenus, avec des produits bons, simples, locaux et sains.

La solution ? Investir aux côtés d'agriculteurs partenaires dans des micro-laiteries au niveau de leur ferme et innover avec Cameleon Group pour développer une fontaine vrac réfrigérée de yaourt et compote pour la restauration hors domicile. Les poches de yaourt en vrac certifiés BIO, Agri-éthique et Planet Score AAAA sont fabriquées au sein de 7 fermes partenaires et sont vendues par les équipes commerciale Delaferme à 400 établissements : hôtels, cantines scolaires et autres restaurants d'entreprise.

Résultat à date : 90% de plastique en moins, moins de gaspillage.... et surtout 50% de valeur en plus pour l'éleveur, de quoi pérenniser les élevages et les vocations.

[Vidéo](#)

### **Sirius Performance Commerciale : Brita / Cameleon Group pour la démarche « Hydratation zéro bouteille », un merchandising audacieux pour provoquer l'alternative à l'eau en bouteille à usage unique**

Porté par une croissance de +7 % en 2024, le marché français de la filtration s'inscrit dans une tendance lourde de consommation, soutenue par des attentes de solutions saines, écologiques et économiques.

Dans cette trajectoire dictée par l'urgence climatique et les objectifs de la loi AGEC (-50 % de bouteilles plastiques à usage unique d'ici 2030), BRITA opère une rupture stratégique majeure : sortir de l'isolement du rayon "Petit Électroménager" et s'installer au rayon des eaux, un rayon clé en termes de recrutement, de trafic, de fréquence d'achat. Un mobilier premium conçu avec Cameleon Group assure une visibilité maximale grâce une expérience digitale et pédagogique qui vise à casser la routine d'achat d'eau de 74 % des Français. Un enjeu clé pour réinventer l'usage de l'eau du robinet et tendre vers une hydratation durable, plaisir et 5 fois plus économique que l'eau en bouteille plastique à usage unique.

En termes de performance :

-les magasins en double implantation mobilier au rayon Eaux + Petit Electroménager réalisent une croissance marché 4 fois supérieure à ceux ayant une implantation uniquement au rayon Petit Electroménager (source GfK).

-les fréquences de passage des chefs de secteur ont été augmentées en cours de test pour pallier les ruptures : 1 passage par semaine ou par quinzaine, au lieu de toutes les 3 semaines prévu initialement.

- 4% des passants sont devenus acheteurs, un résultat très encourageant pour un changement d'usage aussi profond

### Vidéo

#### **Sirius Category Management : Nutrition & Santé, pour « L'Épicerie Végétale » avec la création d'un pôle végétal structurant au sein du rayon Épicerie Bio**

L'Épicerie Végétale est une nouvelle démarche catégorielle qui consiste à regrouper l'ensemble des alternatives végétales biologiques en un seul pôle, positionné dès l'entrée du rayon bio. Elle structure l'offre autour de trois usages de consommation : boissons végétales, aides culinaires végétales, repas végétaux. La logique est de remettre les attentes consos au centre (autour de la végétalisation des usages), davantage que la marque. La démarche répond à un triple problème en rayon bio :

- Le végétal existe en rayon mais il est éparpillé, peu lisible et mal identifié
- Le consommateur ne comprend pas l'offre
- Le rayon bio ne recrute plus

La démarche Épicerie Végétale vise à recruter de nouveaux consommateurs et créer de la croissance additionnelle pour le rayon bio.

Construite avec les enseignes, sur le terrain, appuyée sur des études robustes et des tests magasins, la démarche a été testée chez Intermarché et Carrefour en premier lieu.

En 18 mois, elle est aujourd'hui déployée dans 450 magasins, avec des résultats concrets : **+3 points de croissance additionnelle dans les magasins qui ont opté pour la démarche!** Tout l'écosystème distribution/fabricant contribue via ces mises en place à végétaliser les assiettes et à décarboner les paniers de courses. [Vidéo](#) – contact : [fchatir@ns-group.com](mailto:fchatir@ns-group.com)

#### **Sirius Encouragement : Necense, 900 Care, Pimpant et Supe pour Le Muve, mouvement collectif qui veut supprimer l'eau inutilement utilisée et transportée dans les produits du quotidien**

[LE MUVE](#) est un collectif né de cette évidence : dans nos produits du quotidien, arrêtons d'acheter de l'eau ! Le collectif montre la voie et rassemble celles et ceux qui veulent contribuer à changer les normes de consommation à la maison grâce à des alternatives sensorielles, en poudre, à diluer ou à infuser. Fondé par **NECENSE** (boissons bios artisanales à infuser), **900.care** (hygiène beauté rechargeable), **Pimpant** (produits du quotidien éco-responsables) et **Supe** (la soupe sans eau), 4 entreprises françaises engagées aux domaines variés, mais avec un objectif commun : ne pas transporter inutilement l'eau et donc éviter le CO<sub>2</sub> associé à son transport, et diminuer le plastique à usage unique.

[vidéo](#)

---

**L'Institut du Commerce est l'association indépendante d'inspiration, d'anticipation et de co-construction pour tous les acteurs du commerce.** Notre mission est d'anticiper les évolutions du commerce, créer et partager les meilleures pratiques qui favorisent une consommation désirable, raisonnée et accessible à tous.

**Contact :** [xavier.hua@institutducommerce.org](mailto:xavier.hua@institutducommerce.org), 06 80 35 70 74

*L'association indépendante, d'inspiration d'anticipation et de co-construction pour tous les acteurs du commerce*