

Dossier de candidature Grand Prix Essec de la Distribution Responsable

PRIX 6. Solidarité

Concerne la responsabilité vis-à-vis de la société civile (mécénat, engagement associatif, ancrage dans la vie locale...)

Tous les champs sont à renseigner.

Des photos et documents complémentaires (quelques slides ou extrait de rapport interne, captures d'écran du site internet, supports de communication, témoignages de parties prenantes tels syndicats, associations etc...) attestant de la validité des informations demandées pourront être joints au dossier de candidature.

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 :

- Aspect novateur : 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.

Présentation générale de l'initiative

>Origine de sa mise en place	Depuis 1997, Boulanger a voulu donner les moyens à ses collaborateurs d'exprimer leur dimension sociale au travers de la Fondation Boulanger.
>Enjeux et problématiques auxquels répond l'initiative	La mission de la Fondation est de mettre à profit le savoir-faire et les valeurs de Boulanger et de ses équipes pour créer du lien entre les personnes pour améliorer la vie de chacun au quotidien. Cela concerne tous ceux qui sont susceptibles d'avoir un lien proche ou non, avec Boulanger, les produits ou les services, qu'il distribue.

Présentation détaillée

Critère 1 - Aspect novateur

En quoi l'initiative est elle novatrice par rapport aux pratiques existantes :

- **Au sein de l'entreprise ?**
- **Chez les autres distributeurs ?**

Cette Fondation d'entreprise ne fonctionne que grâce au bénévolat des collaborateurs Boulanger depuis 1997. Nous avons 700 collaborateurs bénévoles, 150 collaborateurs relais Fondation Permanent et 6 chefs de File présents sur plus de 130 établissements en France sur 8000 collaborateurs (**soit 10% des effectifs**), qui donnent de leur temps en dehors du temps de travail. Nous cherchons à mener des actions qui restent proches de l'activité de l'entreprise pour être cohérents avec notre expertise métier. Notre Directeur Général, Francis Cordelette, est le président de la Fondation d'Entreprise Boulanger.

Toutes nos actions sont portées par la Fondation et donc par les collaborateurs de Boulanger, nous ne subventionnons pas d'autres associations pour agir à notre place.

Critère 2 – Mise en œuvre et communication

Stratégie de déploiement de l'initiative

Étapes et dates clés de mise en place (et étapes restant à accomplir à court terme)

Fondation Boulanger : on ne perd jamais le temps que l'on donne

Depuis 1997, les salariés de Boulanger ont donné une forte visibilité à la dimension sociale de leur enseigne à travers leur Fondation d'entreprise.

À travers trois domaines d'intervention que sont la formation, la solidarité sociale et la prévention, les actions menées ont permis de développer l'esprit de solidarité collectif, développer l'esprit de responsabilité et fédérer les forces vives de la société civile et de l'entreprise.

> La solidarité

Des images plein les yeux

Constat : Chaque année des milliers d'enfants sont hospitalisés et subissent une difficile rupture avec leur environnement familial. Chaque année également, de nombreuses cassettes et DVD sont inutilisés.

Action : Récupération des cassettes et DVD déposés en magasin par les clients et création de vidéothèques pour les enfants hospitalisés.

Peluche Boul

Constat : Lors des interventions de premiers secours, les enfants accidentés sont souvent en état de choc. Mais aussi impressionnés par les uniformes de pompiers.

Action : La Fondation a imaginé la peluche Boul, un "ami" qui permettra de les rassurer. L'enfant pourra aussi montrer sur la peluche où il a mal. Cette mascotte aide ainsi à dédramatiser des situations difficiles. Ce qui facilite l'intervention des sapeurs pompiers auprès de jeunes enfants. La peluche Boul est vendue en magasin Boulanger tous les ans à l'approche de Noël, et à chaque peluche achetée, une peluche est offerte aux pompiers.

> La prévention

Jeu "Famille Bongeste"

Constat : Les 500.000 accidents domestiques annuels représentent la 1^e cause de mortalité infantile, avec plus de 20.000 décès par an. De nombreux accidents sont liés aux appareils électrodomestiques.

Action : Création d'un jeu de carte de 7 familles, distribué principalement dans les écoles, pour apprendre de manière ludique les bons gestes pour éviter l'accident aux enfants.

La carte d'identité scolaire

Constat : Les enfants n'ont pas de papiers d'identité sur eux, ce qui rend difficile leur identification lors d'accident ou quand ils sont perdus.

Action : Création d'une carte d'identité ludique et éducative, par des conseils de sécurité sur l'utilisation d'Internet ou les gestes éco-citoyens, distribuée principalement dans les écoles.

> La formation

Cyberpapy

Constat : Alors qu'Internet est présent dans un nombre croissant de ménages, nos jeunes élèves se sentent bien seuls face aux devoirs scolaires et les seniors de plus en plus exclus.

Action : La fondation Boulanger a créé le premier site Internet gratuit de soutien scolaire intergénérationnel. Encourager les seniors à utiliser Internet en partageant leur savoir et en aidant les élèves à faire leurs devoirs, par un site entièrement modéré.

Personnes en charge de la stratégie de cette initiative au sein de l'entreprise (département, fonction)

Isabelle PELTIER ASSISTANTE DE DIRECTION DU GROUPE et Responsable des actions citoyennes.

Ampleur de la mise en œuvre de l'initiative, sur le territoire français (Nombre de sites concernés...)

Chaque jour, la Fondation agit concrètement pour une meilleure qualité de vie, grâce aux 700 collaborateurs bénévoles, 150 collaborateurs relais Fondation Permanent et 6 chefs de File présents sur plus de 130 établissements en France.

- **Moyens/actions mis en place pour: motiver, former les personnes en charge de la mise en place opérationnelle de l'initiative (description des moyens, budget), mesurer et contrôler cette initiative**

Les chefs de file animent et motivent les relais de leur région lors de réunions téléphoniques mensuelles et trimestrielles. Ils font aussi le point avec eux lors de la synergie régionale annuelle. Acteur principal de la fondation, le relais va agir en externe et en interne pour :

- véhiculer les valeurs de la fondation
- mettre en place et faire vivre les actions de la fondation au niveau local

**Communication en cours ou prévue sur l'initiative (supports, moyens mis en place)
Joindre en annexe un exemple de communication sur cette initiative (page web, catalogue)**

En magasin, nous avons des points de collecte pour les cassettes vidéos et les DVD. Nous vendons à la caisse principale les peluches Boul, nous distribuons les jeux de carte et les cartes d'identité scolaires dans les établissements scolaires.

Nous avons un site dédié à l'accompagnement scolaire : <http://www.cyberpapy.com/>.

Nous avons un site expliquant les missions de la fondation : <http://fondation.boulangier.fr/content/bfr/corporate/fondation/>

Critère 3 – Impact et résultats

Description de l'impact et des bénéficiaires de l'initiative :

- Résultats quantitatifs (indicateurs clés) et qualitatifs
- Progression par rapport à une date de référence ou à une date clé
- Exemples (ou témoignages) de sites (ou de personnes) emblématiques de la réussite de la mise en place de l'initiative

Des images plein les yeux : 120 hôpitaux partenaires, 25 instituts de motricité, 250 téléviseurs magnétoscopes ou DVD offerts, 50 000 DVD et cassettes distribués.

Peluche Boul : Depuis 2002, plus de 30.000 peluches ont été remises aux pompiers, et plus de 1.000 ambulances sont maintenant équipées de la peluche Boul.

Jeu « Famille Bongeste » : 800.000 jeux de cartes distribués depuis le lancement, dont 200.000 sur l'année scolaire 2009 2010.

La carte d'identité scolaire : Plus de 2 millions de cartes d'identité scolaire distribuées depuis sa création en 1998, dont 300.000 sur l'année scolaire 2009 2010.

Cyberpapy : Bilan : 100.000 connexions par mois, 63.000 contributions par mois, 20.400 inscrits dont 19.000 élèves et 1.400 seniors

Pratiques modifiées favorablement par l'initiative :

- en interne (comportements, méthode de travail, perception du changement...)
- en externe sur l'écosystème (clients, fournisseurs, partenaires...) ou envers l'Homme et/ou l'environnement

Des collaborateurs qui peuvent s'investir socialement et participer à des actions de solidarité grâce à la fondation.

Des bénéficiaires de plus en plus nombreux, qui témoignent de leur satisfaction à chacune des actions de la fondation.

Perception de l'initiative en interne (aspects positifs, freins)

Les collaborateurs sont fiers de leur Fondation puisque ce sont eux qui la font vivre !
Les contraintes sont celles du bénévolat : il faut trouver du temps en plus du travail.

Critère 4 – Vision

Vision et prolongement de l'initiative (à 5/10 ans)

La Fondation ne fait que grandir depuis 1997, tant que nos collaborateurs souhaiteront s'investir dans le champ social, elle aura les moyens d'agir. Avec 10% de nos effectifs actifs au sein de la Fondation, nous avons les moyens d'agir pour longtemps.
Nous continuerons de développer nos actions en privilégiant celles bénéficiant aux enfants.

Quels moyens mettez-vous en place pour assurer la pérennité de l'initiative et l'atteinte de la vision ?

Nous faisons connaître la Fondation à tous les nouveaux collaborateurs de Boulanger afin qu'ils puissent eux aussi s'inscrire dans cette démarche.
La Fondation et ses actions sont présentée dans le livret d'accueil et lors de chaque réunion annuelle des collaborateurs.
Elle est également présente sur notre Intranet.
Les relais locaux et les chefs de file sont là pour animer les équipes existantes et recruter de nouveaux bénévoles.

En quoi cette initiative change-t-elle durablement le monde ?

Notre Fondation n'est pas là pour faire « joli » mais pour agir concrètement sur le terrain auprès de ceux qui en ont besoin. Cela change le monde en aidant les enfants à mieux identifier les dangers qui les entourent dans notre monde en perpétuelle évolution et en les accompagnant dans des étapes importantes de leur vie (hospitalisation, scolarité...).

Les enfants sont les générations futures et les sensibiliser dès à présent sur les questions de développement durable, notamment grâce au jeu de la « Famille Bongeste », les prépare à devenir des adultes éco-responsables.

La participation au Grand Prix de la Distribution Responsable inclut une connaissance et une acceptation du règlement du concours.

Le règlement peut être téléchargé sur le site www.grandprix-distributionresponsable.com

Ce dossier de candidature est à retourner à l'adresse suivante :

contact@grandprix-distributionresponsable.com

Pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à nous contactez à cette même adresse :

contact@grandprix-distributionresponsable.com

ANNEXES

Film de témoignages sur la Fondation Boulanger :

<https://sharing.oodrive.com/easyshare/fwd/link=NpfskCBmMnvbsdziFGhtKC>

Des images plein les yeux



Toute hospitalisation, surtout pour un enfant, est synonyme de rupture avec un environnement familial sécurisant et s'accompagne de grands moments de solitude : ce double constat est d'autant plus vrai lors des fêtes de fin d'année.

La Fondation d'entreprise Boulanger contribue depuis plus de 10 ans à améliorer les conditions d'hospitalisation des enfants avec « Des images plein les yeux ». Cette opération de collecte pour créer des vidéothèques a pour but de rendre l'hôpital plus accueillant et le séjour des enfants plus ludique.

Le temps d'un film ou d'un jeu, les enfants s'évadent un peu de l'univers hospitalier et trouvent un peu de réconfort entre les soins.

Tout au long de l'année, la Fondation d'entreprise Boulanger organise partout en France, dans les hôpitaux, centres de soins et institut médicaux éducatifs partenaires, des remises de DVD, de jeux vidéos et de nombreux autres cadeaux à l'occasion d'une fête, autour d'un goûter.

Grâce aux urnes disposées dans les 130 magasins de l'enseigne, chacun peut déposer DVD et jeux vidéos. La Fondation d'Entreprise Boulanger les distribue aux établissements partenaires et offre un lecteur DVD ou une console de jeux vidéos pour assurer le confort et la qualité de la diffusion des supports collectés.

Quelques chiffres :

- 120 hôpitaux partenaires en France
- 15 instituts de motricité
- 150 combinés offerts
- 50 000 cassettes et DVD distribués
- 100% des magasins ont au moins un hôpital ou un institut partenaire

"Toute hospitalisation est rupture et éclatement. Plus la maladie est menaçante, plus la peur est envahissante. Regarder des films connus et aimés assure l'enfant de la permanence sécurisante de certains de ses points de repère..." Françoise Laroussinie - Hôpital Necker

Liste des points de vente Boulanger pour la collecte : www.boulanger.fr

Cyberpapy



Dès 1997, la Fondation d'Entreprise Boulanger innovait en lançant le site www.cyberpapy.com. 12 ans plus tard, Cyberpapy est toujours le premier site Internet gratuit de soutien scolaire.

Aujourd'hui, www.cyberpapy.com évolue pour répondre de façon plus efficace et encore plus pédagogique aux attentes des jeunes internautes.

- Une interface est plus moderne dans sa présentation et plus facile dans son utilisation.
- Des fiches conseils
- 11 rubriques pour couvrir l'ensemble des matières scolaires
- La modération*, réalisée en interne par la Fondation d'Entreprise Boulanger (7j/7 de 8h à 22h) est complétée par la surveillance de 30 cyberpapys.

Les éléments fondateurs de www.cyberpapy.com sont ainsi maintenus et renforcés autour de 3 objectifs :

- Organiser un site de soutien scolaire pour des juniors par des seniors.
- Créer une classe virtuelle et solidaire.
- Proposer un dispositif d'accompagnement pour des enfants qui ont besoin d'un tutorat pour avancer dans leur scolarité.

* *Cyberpapy est un site modéré en publication immédiate, après une inscription obligatoire (Nom, prénom, code postal, adresse mail et pseudo) permettant une identification lors d'un éventuel dysfonctionnement concernant des propos à caractère raciste ou contraires aux bonnes mœurs.*

Quelques chiffres :

- création en avril 1997
- 10 millions de contacts depuis sa création
- 90.000 connexions par mois
- 30.000 contributions par mois
- 95 % des messages obtiennent une réponse

Sécurité domestique



Au quotidien, nous pouvons tous faire de petites actions qui permettent d'économiser les ressources naturelles, d'éviter la pollution et le gâchis d'énergies. Mais, par facilité, qui le fait vraiment ?

La Fondation d'Entreprise Boulanger a choisi d'appendre aux plus jeunes - et aux moins jeunes - les bons gestes pour que trier, recycler, économiser ... deviennent, à terme, de véritables habitudes.

La «famille Bongeste» reprend donc du service. Une façon pédagogique et ludique d'apprendre en famille afin que les bons gestes deviennent un réflexe.

Ainsi, les familles « je trie », « je recycle », « je respecte la nature » ... permettent de sensibiliser les enfants au tri sélectif, à la solidarité, à l'achat de produits citoyens (ampoules basse consommation, piles rechargeables, commerce équitable) ...

Une « famille Bongeste » qui effectue au total 42 bons gestes pour protéger l'environnement à travers 7 thèmes de vie.

Chaque famille s'assemble comme un puzzle.

Diffusé à 400 000 exemplaires, ce jeu gratuit est disponible dans les 130 magasins Boulanger et sur

www.boulanger.fr.

Quelques chiffres :

Jeux distribués dans les écoles :

- 400.000 depuis son lancement en 2002

Carte d'identité scolaire



Difficile pour un enfant aujourd'hui de se passer de jeux vidéo. Les nouveautés en la matière sont nombreuses. Les consoles ne cessent d'évoluer pour proposer des jeux de plus en plus sophistiqués et proche de la réalité.

Mais pour bien profiter de ces outils fantastiques, il est essentiel de sensibiliser les enfants à la bonne pratique de ces jeux.

- Ne pas confondre la fiction avec la réalité
- Utiliser des jeux adaptés à l'âge de l'enfant
- Ne pas jouer trop longtemps
- Arrêter de jouer 30 min avant de se coucher
- Instaurer le dialogue parents /enfants sur ce sujet

C'est l'ambition de la nouvelle Carte d'Identité Scolaire 2010-2011, éditée par la Fondation d'entreprise Boulanger avec le parrainage de la Brigade des Sapeurs Pompiers de Paris.

La Carte d'Identité Scolaire permet également de rappeler les numéros utiles (15, 18 et 112), avec toujours les conseils de la Brigade des Sapeurs Pompiers de Paris pour éviter les accidents de la circulation.

Enfin, chaque enfant porteur de la carte peut noter des informations précieuses le concernant (coordonnées des parents, allergies ...) afin d'accélérer sa prise en charge par les services de secours.

La Carte d'Identité Scolaire 2010-2011 est éditée à 400.000 exemplaires et sera disponible gratuitement dès le mois de septembre dans les 130 magasins Boulanger ou par courrier à :

Fondation d'Entreprise Boulanger – CRT Lesquin – Rue de la Haie Plouvier – 59 273 Fretin.

Depuis 1998, plus de 2 millions de cartes ont été distribuées dans toute la France.

Quelques chiffres :

2 millions de cartes distribuées au total depuis son lancement en 1998

Une thématique différente chaque année

Peluche Boul'



La Fondation d'Entreprise Boulanger se mobilise pour faciliter les opérations de premiers secours auprès des plus jeunes. Boul', le dalmatien sauveteur, revêt son casque à visière et son plus bel uniforme, pour accompagner et rassurer les enfants accidentés.

Lors d'une intervention de premier secours, l'enfant peut montrer sur le corps de la peluche l'endroit précis où il a mal pour que les pompiers puissent agir rapidement.

Avec son aspect chaleureux et amusant, Boul' facilite et dédramatise les échanges entre l'enfant et les pompiers.

Le principe du dispositif est simple : pour une peluche achetée (5 euros), la Fondation Boulanger offre une seconde peluche à la brigade locale des Sapeurs Pompiers ou au Centre Départemental d'Incendie et de Secours. L'objectif étant d'équiper un maximum de véhicules d'intervention.

Pour démultiplier l'opération, la Fondation Boulanger lance un appel à l'ensemble des Casernes à proximité de ses magasins et de ses SAV afin de mettre en place un maximum de partenariat.

Boul' connaît un réel succès depuis son lancement, grâce à l'adhésion et à la générosité du public mais aussi au soutien des médias.

Ces "mini-sauveteurs" attendent impatiemment dans les 91 magasins Boulanger d'embarquer dans les véhicules de pompiers pour remplir leur double mission : apporter chaleur et réconfort aux enfants blessés et faciliter l'intervention des secouristes.

Quelques chiffres :

- 15.000 peluches vendues depuis 2002
- 15.000 peluches à remettre aux pompiers
- + de 800 ambulances équipées de peluche Boul'