



# GRAND PRIX ESSEC COMMERCE RESPONSABLE 2018

## DOSSIER DE CANDIDATURE Ressources humaines

- Tous les champs sont à renseigner.
- **Date limite de renvoi des dossiers complétés : 11 octobre 2017**, par mail à l'adresse [GPrixRSE-chaireGC@essec.edu](mailto:GPrixRSE-chaireGC@essec.edu)
- **Les dossiers seront appréciés selon 4 critères** : caractère innovant de la démarche - déploiement – impact et résultats – Vision.

**Nom de l'initiative** : Projet Papillon : recrutement grâce à l'intelligence artificielle et le big data

**Nom entreprise (et logo)** : Distribution Franprix **franprix** 

**Personne en charge du dossier** : Cécile Guillou, Directrice Générale Adjointe

## PRESENTATION SYNTHETIQUE DE L'INITIATIVE

1/ **Date de l'initiative** : Janvier 2017

## 2/ Pitch (résumé en 10 lignes max du projet)

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

Un milliard de personnes sont largement « invisibles » pour les entreprises. Elles n'ont pas de CV, ou un CV qui ne présente pas les certifications et/ou expériences de travail requises pour passer les filtres traditionnels de l'entreprise. Les entreprises de leur côté ont des difficultés majeures à sélectionner les bons collaborateurs, en particulier pour les positions non-managériales. Et s'il y avait une solution commune à ces deux problèmes ? Et si les entreprises pouvaient augmenter leur performance économique tout en devenant les acteurs centraux du développement humain ? Et si nous pouvions vraiment comprendre chaque personne, l'accompagner dans son parcours professionnel et la matcher avec les bonnes opportunités de carrière pour elle ? C'est le défi que s'est fixé la startup Chance, présidée par L. de Gromard et soutenue par le prix Nobel de la paix M. Yunus. Après un 1<sup>er</sup> test au Brésil, Chance signe un partenariat exclusif avec Franprix en France pour mettre au point un système performant de recrutement d'« invisibles » pour travailler dans les magasins. Franprix devient ainsi la 1<sup>ère</sup> entreprise en France à recruter sans CV !

## PRESENTATION DETAILLEE DE L'INITIATIVE

### Critère 1 - Caractère innovant

#### 3/ Caractère rupturiste/ innovant du projet :

En quoi votre réalisation va-t-elle au-delà ou est-elle en avance par rapport :

- o Aux pratiques existantes au sein de votre entreprise ?
- o Aux pratiques existantes dans d'autres groupes ou aux usages du secteur ?
- o Aux contraintes légales ou réglementaires ?

Le projet Papillon, nom de code donné au partenariat Chance / Franprix, consiste à mettre en place une plateforme d'intelligence artificielle qui connecte de manière scientifique les facteurs de performance recherchés de nos top performers avec les profils des candidats.

#### UNE APPROCHE INEDITE : RECRUTER SANS CV

- Ce projet est une véritable innovation de rupture car il réinvente complètement la manière d'appréhender le recrutement. Le process est rupturiste à la fois pour nous chez Franprix, dans le recrutement de nos collaborateurs en magasin, et pour les candidats. Il s'agit d'une approche du recrutement inédite dans le monde de l'entreprise.
- Le process traditionnel dans le recrutement débute toujours par l'envoi d'un CV de la part du candidat, c'est lui qui doit faire la première action et décider de postuler. Avec le système développé par Chance, aucun CV n'est nécessaire et c'est nous qui allons solliciter les candidats potentiels !

#### INTELLIGENCE ARTIFICIELLE, BIG DATA ET CHATBOT

- Le procédé est également innovant par la technologie qu'il utilise : Chance s'appuie sur une intelligence artificielle développée par des équipes de scientifiques pour analyser le comportement des candidats. La technique utilisée relève du big data : chaque candidat qui utilise le service génère en effet plus de 100 données par minute (réponses à des questions, vitesse d'exécution, manière de naviguer ou de corriger des erreurs...).
- Les candidats potentiels sont contactés par un chatbot sur Facebook Messenger, on ne leur annonce pas que des postes sont disponibles chez Franprix mais on les invite à se présenter et à jouer à des « jeux » : logique, réflexion interaction... Les candidats dont le profil se rapproche de ceux de nos top performers peuvent alors se voir proposer des offres d'emploi dans nos magasins Franprix.

## UN VERITABLE INTERET POUR LES CANDIDATS ET POUR LE RECRUTEUR

- Une vraie relation de confiance est créée avec le candidat. Un candidat ne correspondant pas aux profils recherchés par Franprix pourra être redirigé vers un autre secteur ou une autre entreprise. Chance ne laisse personne sans réponse ni sans accompagnement et tout le monde bénéficie de conseils spécifiques pour son orientation professionnelle.
- Ce projet innove en s'appuyant sur le vivier des innombrables « invisibles » en leur permettant de s'insérer dans le monde du travail. Pour Franprix ce système permet de recruter des profils différents de ceux qui candidatent habituellement dans la grande distribution, et de s'assurer que les profils recrutés correspondent bien aux attentes en magasin.
- Enfin, ce système permet de manière sûre d'éviter les discriminations liées à l'origine, au sexe, à la provenance géographique...

## Critère 2- Mise en œuvre et communication

### 4/ Qui a initié le projet (département, fonction) - Responsable de la mise en œuvre ?

Sous l'impulsion de la Direction Générale de Franprix très impliquée au lancement, le projet est mené par le département des ressources humaines.

### 5/ Stratégie de déploiement de l'initiative :

- o Quelles ont été les étapes et dates clés de la mise en place ?
- o Quelle est l'ampleur de la mise en œuvre (nombre de collaborateurs, de sites, de produits concernés etc.) ?
- o Comment avez-vous appréhendé et géré les enjeux économiques dans le déploiement de l'initiative (investissement requis)?

- 1) En décembre 2016, Jean-Paul Mochet, CEO de Franprix entend parler de Chance via des contacts internes, et propose à Ludovic de Gromard, CEO de Chance un call pour en savoir davantage. Immédiatement conquis par la solution il a lancé le projet.
- 2) Identification de ce qu'est un top performer chez Franprix : entretiens avec les managers, questionnaire, évaluation de fin d'année.
- 3) Identification des caractéristiques des top performers : plus de 970 employés de Franprix ont joué aux jeux mis en place par Chance en quelques semaines.
- 4) Premier pilote : Test sur 20 magasins, 5 personnes ont été recrutées.
- 5) Second pilote : Test sur 50 magasins, + de 80 personnes ont été recrutées.  
Franprix investit 100k€/mois pour le développement de cette solution. L'intelligence artificielle derrière le projet est en constant apprentissage, elle nécessite des investissements continus pour monter en compétence régulièrement au fil de ses interactions.

## 6/ Implication des collaborateurs de l'entreprise dans le déploiement de l'initiative :

- o Quels moyens et quelles actions votre entreprise a-t-elle mis en place pour mobiliser et former les collaborateurs impliqués dans le projet ?
- o De quelle façon communiquez-vous autour de cette initiative en interne ?

- Plus de 970 employés ont joué le jeu de tester la solution pour servir de référence et établir des profils types.
- Des notices d'utilisation détaillées ont été distribuées à tous les magasins participants et un employé de Chance s'est déplacé dans tous les magasins pour faire une démonstration.
- Une communication a été faite en interne aux directeurs de réseaux et superviseurs.

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

Franprix a noué un partenariat avec l'entreprise Chance pour réaliser ce projet :

- Dès la première rencontre un "gentlemen's agreement", non contractualisé dans un premier temps, a été mis en place pour permettre de lancer le projet sans perdre de temps.
- Etant donné l'investissement financier et humain de Franprix pour développer et améliorer la solution, une clause d'exclusivité est convenue pour une première phase.

Site internet : <http://www.chance.co/chance-fr>

## 8/ Comment avez-vous impliqué vos clients et les parties prenantes liées au projet ?

Quelles actions d'éducation, d'information, de communication aux consommateurs et aux parties prenantes – notamment pour faire évoluer leurs comportements – avez vous mises en place autour de ce projet (supports, moyens, budgets etc.) ? Joindre un exemple de communication.

Des équipes dédiées à l'information des opérationnels ont été envoyées sur le terrain pour parler du projet aux superviseurs et aux directeurs de magasin. En interne, la communication a été menée conjointement par les réseaux et par le service RH. La communication en interne a aussi impliqué la participation de la CNIL afin de garantir la sécurité des données des candidats.

## Critère 3 - Impact et résultats

### 9/ Résultats quantitatifs et économiques de cette initiative

- o Indicateurs clés
- o Evolution et chiffres bruts (départ/ à date/ évolution).

- 970 personnes ont « joué » en interne
- 173 demandes d'emploi reçues en quelques semaines
- Seules 5 n'ont pas reçu de candidatures, dû à la localisation du magasin demandeur
- Un suivi personnalisé a été effectuée pour 100% des candidatures
- Dans le second pilote, sur 76 personnes recrutées, seules 2 n'ont pas été au bout de leur période d'essai.
- Les 74 personnes employées par Franprix continuent dans leurs fonctions et n'ont pas quitté leur emploi à date
- Le retour des managers est à 98% positif
- 75% des candidats déclaraient « avoir vraiment besoin d'un emploi »

### **10/ Comment cette initiative a-t-elle été perçue en interne et/ou en externe (clients, fournisseurs, consommateurs, partenaires etc.) ?**

Donnez des exemples (ou témoignages) de sites (ou de personnes) emblématiques de la réussite de la mise en œuvre de l'initiative, reconnaissances obtenues.

- Verbatim de directeurs de magasins :
  - « Ça se passe très bien. Ponctuel, souriant, aimable. A besoin d'assurance mais il fait beaucoup de progrès une fois qu'il est mis en confiance. »
  - « C'est parfait, vous avez fait du bon boulot et moi une bonne affaire, c'est exactement ce que j'attendais ! »
  - « Il s'est adapté rapidement, c'est très bien »
  - « Tout se passe bien, je ne m'attendais pas à ça ! »
  - « Prisca est en avance tous les jours et le travail est bien fait »
- Verbatim de candidats embauchés :
  - « Merci à vous de m'avoir donné cette chance »
  - « Merci beaucoup pour toute l'aide, les échanges et les conseils. J'espère que cette expérience me sera bénéfique pour la suite »
  - « C'est grâce à vous, merci beaucoup à toute l'équipe ! »
  - « Merci d'exister »

### **11/ Quelles ont été les pratiques modifiées suite à ce projet :**

- o En interne (comportements, méthode de travail, perception du changement etc.) ?
- o En externe vis-à-vis des clients, fournisseurs, partenaires etc., envers l'environnement, la société ?

- En interne, les directeurs de magasins concernés par les pilotes envoient un message ou appellent la personne en charge du relai entre Franprix et Chance afin de communiquer leurs besoins en ressources humaines directement. L'employé de Chance en charge du relai communique directement avec le magasin à propos de l'avancée du recrutement.
- En externe, les candidats communiquent directement avec les recruteurs et coaches de Chance, ce qui crée une vraie relation de confiance.

### **12/ Le projet a-t-il été rentable pour votre entreprise, ou a-t-il présenté un intérêt économique en plus de la création de valeur RSE ? (Donnez des résultats quantitatifs)**

Le projet a permis de diminuer le turnover et d'augmenter le taux de satisfaction des employés au sein de Franprix : 3% de turnover contre 12% auparavant !  
Les directeurs de magasins sont satisfaits par les profils à 98%.

## Critère 4 - Vision

### **13/ Quel est l'objectif à court/ moyen/ long terme de votre projet ? (Donnez des indicateurs qualitatifs et quantitatifs)**

- A court terme, l'objectif est de finir le pilote 2 et de faire la synthèse des résultats de ce pilote et des points d'amélioration. L'objectif est aussi d'agrandir le périmètre d'intervention de Chance.
- A moyen terme, l'objectif est d'automatiser le match des candidats par proximité avec leur lieu d'habitation et leurs compétences !
- L'objectif à long terme pour Chance et Franprix est que le projet Papillon devienne aussi « user-centric » que possible. Chance doit pouvoir proposer toujours plus d'emplois aux candidats avec d'autres entreprises mais peut être aussi au sein d'autres enseignes du Groupe Casino.

L'objectif est de recruter de cette manière 50% des collaborateurs Franprix en magasin en 2018 et 100% d'ici 2020 !

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

Cette initiative s'inscrit dans la vision de Franprix de donner sa chance à tout le monde, de permettre à chacun de s'en sortir et de dénicher les meilleurs talents pour assurer le meilleur niveau de service au sein de ses magasins. Cette initiative s'inscrit aussi dans la lutte continue de Franprix contre la discrimination. Le concept Mandarine a 4 piliers principaux. L'un d'eux est l'humain. Faire passer les hommes en premier est d'une importance capitale pour Franprix qui a trouvé en Chance un partenaire qui partage ses valeurs.

## Annexes (2 fichiers max)

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

Visuels de la solution (Echanges, Questionnaires, Présentation de Chance, Profils...) et Présentation de Chance

## **Autorisation de publication des dossiers de candidature**

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.

La participation au Grand Prix ESSEC du Commerce Responsable inclut une connaissance et une acceptation du règlement du concours. Règlement à télécharger sur le site [www.grandprix-distributionresponsable.com](http://www.grandprix-distributionresponsable.com)

Le dossier de candidature complété est à retourner par mail à : [GPrixRSE-chaireGC@essec.edu](mailto:GPrixRSE-chaireGC@essec.edu)

**Date limite de renvoi des dossiers : 11 octobre 2017**

Pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à consulter le site internet <http://grandprix-distributionresponsable.com/>, ou nous contacter [GPrixRSE-chaireGC@essec.edu](mailto:GPrixRSE-chaireGC@essec.edu)

