



CAHIER DES CHARGES

Phénix : diversifier et accroître son efficacité

JULIE ALIX
JULIE LACOMBE
JUDITH TSIMI
GMO2
GROUPE G

ANNÉE 2016-2017

Table des matières

INTRODUCTION	3
ABSTRACT	4
Phénix : une société singulière implantée sur un secteur en plein essor	5
Phénix une entreprise avec une double mission : économique et sociale	5
La redistribution des déchets : un marché de l'économie circulaire doté d'un fort potentiel	6
Des missions qui permettent à Phénix d'augmenter leur efficacité et d'accroître leur visibilité	9
L'audit du parcours GMS qui montre une circulation peu efficace	9
L'aménagement de la cour intérieure des locaux afin de renforcer la culture d'entreprise	10
L'évènementiel, un atout majeur pour sensibiliser au gaspillage alimentaire	10
III) les différents moyens mis à notre disposition pour atteindre nos objectifs	12
Les actions qui rendent plus efficace le trajet des chauffeurs	12
Un budget et de nouvelles idées pour renforcer l'esprit d'équipe et la culture d'entreprise	12
Différents types d'évènements pour accroître la notoriété de Phénix et diversifier l'action de Phénix	13
CONCLUSION	14
ANNEXES	15-20

INTRODUCTION

Le gaspillage alimentaire dans les grandes surfaces alimentaires est désormais sanctionné en France par une loi d'avril 2016 qui interdit les supermarchés de jeter leurs invendus et de rendre leurs produits impropres à la consommation. En effet, chaque français gaspille en moyenne chaque année 20 à 30 kg de nourriture, ce qui permettrait d'aider de nombreuses personnes dans le besoin. En ce qui concerne le marché de la grande distribution 20kg serait jeté en moyenne par supermarché et par jour.

C'est donc dans une logique de diminution du gaspillage alimentaire que l'entreprise sociale Phénix, dans laquelle nous effectuons notre stage, s'est lancée en 2014 à la suite d'un constat de terrain. Cette entreprise permet de récupérer les invendus de la grande distribution puis de les redistribuer dans des associations partenaires.

Phénix a de nombreux partenariats mais malgré une notoriété croissante, cette dernière rencontre quelques difficultés sur différents points. Cette entreprise veut gagner de plus en plus de parts de marché et surtout sensibiliser le plus grand nombre de personnes à la réduction du gaspillage alimentaire et à l'écologie, pour se faire nous avons pour mission d'organiser des événements de style team building.

De plus, la culture d'entreprise chez Phénix et le bien être de ses salariés sont très essentiels. Les locaux de Phénix situés rue Darcet dans le 17^{ème} arrondissement de Paris disposent d'une grande cour intérieure qui n'est pas du tout exploitée, nous devons donc faire de cette cour un endroit à la fois de détente pour les salariés mais également un

endroit pour accueillir les différents clients de l'entreprise. Cette cour devra donc faire référence à la culture de l'entreprise basée sur l'écologie et les produits recyclés. Enfin, la mission la plus importante de notre stage est la partie logistique. En effet, de la récupération des déchets à la redistribution dans les associations, l'entreprise connaît de nombreuses difficultés. Notre mission serait donc de faciliter le trajet des produits et ainsi réduire le nombre d'erreurs lors des parcours de grande et moyenne surface.

Nos missions seront donc principalement effectuées dans le but d'accroître la notoriété et le bien être des employés chez Phénix mais également de faciliter la redistribution des invendus.

ABSTRACT

Aujourd'hui, le gaspillage alimentaire est un problème majeur de notre société, ce dernier provient majoritairement des grandes surfaces alimentaires telles que Franprix, Carrefour, etc...

L'entreprise Phénix dans laquelle nous effectuons notre stage de deuxième année est une entreprise sociale qui lutte contre le gaspillage alimentaire. Pour se faire cette dernière récupère les invendus de la grande distribution alimentaire afin de les reverser à des associations ou des festivals.

Nos missions s'organisent autour de la culture d'entreprise, l'évènementiel mais aussi la partie logistique. Ces différentes missions ont pour but de sensibiliser au gaspillage alimentaire aussi bien les professionnels que les particuliers mais aussi de faciliter le parcours de grande et moyenne surface afin d'accroître l'efficacité de la redistribution des différents produits.

I) Phénix : une société singulière implantée sur un secteur en plein essor

a) Phénix une entreprise avec une double mission : économique et sociale

Phénix est une société par actions simplifiées en activité depuis 3 ans. Située à Paris dans le 17^{ème} arrondissement, elle est spécialisée dans le secteur d'activité du conseil pour les affaires et autres conseils de gestion, notamment la redistribution d'invendus alimentaires. Son équipe est composée de 25 salariés. Phénix souhaite s'étendre à l'international et met en place des démarches afin de s'implanter en Espagne et au Portugal. En plus de sa finalité économique qui vise à créer du bénéfice à partir d'invendus alimentaires, Phénix se définit comme une entreprise à but social et démocratique, en effet Phénix se dote d'une double mission qui se veut économique et sociale. L'entrepreneuriat social est une manière d'entreprendre qui place l'efficacité économique au service de l'intérêt général. Leurs dirigeants font du profit un moyen de faire passer leur message et non une fin en soi.

L'entreprise se différencie des autres opérateurs de gestion des déchets en ajoutant une mission sociale à ses objectifs. Pour se faire, Phénix veut sensibiliser le grand public au gaspillage. La stratégie marketing de l'entreprise passe principalement par son image. Phénix se veut proche du grand public et espère par la même occasion que les grandes enseignes la choisiront comme opérateur plutôt qu'une entreprise classique justement parce que son image auprès du grand public est différente. Pour un grand distributeur, avoir son enseigne associée au logo de Phénix a une valeur ajoutée puisque le public a déjà été sensibilisé au gaspillage par le biais des opérations de Phénix. Les consommateurs ont donc l'impression de s'engager davantage dans la lutte contre le gaspillage avec Phénix comme opérateur de gestion des déchets plutôt qu'avec un autre. Sans une sensibilisation des employés, la conduite du changement serait moins effective. Phénix met l'accent sur l'économie circulaire. En tant que société à but démocratique, Phénix met en avant son implication dans l'économie circulaire en redistribuant une partie des surplus aux associations. Même si la plupart des opérateurs de gestion de déchets le font, Phénix dans toutes ses actions met en évidence son souci du « vivre mieux ensemble ». Une entreprise de la nouvelle économie qui accompagne les entreprises qui rencontrent des problèmes d'invendus en les connectant via une plateforme Web avec des associations qui savent les utiliser à bon escient.

L'entreprise sociale s'organise autour de 4 principes simples :

- Un projet économique viable

L'entreprise à but social doit répondre à la demande et participer à la création de richesses et d'emplois. Ici, Phénix répond à la demande du gaspillage alimentaire. La société crée de la richesse grâce à ses taux de transformation et la redistribution des invendus alimentaires. La société crée des emplois par le simple fait d'exister et d'embaucher des salariés.

- Une finalité environnementale ou/et sociale

Phénix s'engage dans la réduction et la revalorisation des déchets. Sa finalité est environnementale dans le sens où elle a une portée écologique. Phénix souhaite également sensibiliser la population au gaspillage alimentaire et œuvrer pour redistribuer les invendus aux plus démunis, ce qui fait de Phénix une société à but social.

- Une gouvernance participative

Phénix travaille et met en relation plusieurs acteurs de la chaîne de distribution. En effet l'entreprise travaille avec l'industrie de la grande distribution et les grossistes dans le cadre de la redistribution des invendus. Les entreprises qui font appel à Phénix dans le cadre de l'organisation d'évènements sont une façon pour la société de faire passer un message d'anti gaspillage et de sensibiliser les populations. Ces événements servent également à la revalorisation des déchets. Sur certains évènements Phénix récupère des matières premières afin de les redistribuer. Les associations et les collectivités territoriales participent à la redistribution des invendus. Ces acteurs tous très différents de par leurs activités participent au bon fonctionnement de l'entreprise.

En somme Phénix est une entreprise qui génère des bénéfices tout en servant l'intérêt général. Sa finalité n'est donc pas uniquement économique.

b) La redistribution des déchets : un marché de l'économie circulaire doté d'un fort potentiel

Les invendus de la grande distribution restent mal gérés en France. Tous les aliments mis en rayon ne terminent pas dans nos assiettes. Certains passent de la production à la destruction. Une fois la date de péremption dépassée, un produit ne peut plus être vendu. Ce gaspillage a un coût économique, environnemental et social. Le coût économique direct estimé des produits perdus ou gaspillés s'élève à 900 milliards d'euros par an. Si on ajoute le coût environnemental et social, il s'agit de 2340 milliards d'euros. Le secteur de la revalorisation des déchets est donc une activité à fort potentiel car il fait partie de l'économie circulaire. Ce marché a donc très peu de chance de se retrouver sur le déclin. L'opérateur de gestion des déchets intervient auprès de la grande distribution afin de maximiser le potentiel des déchets via des filières de valorisation et de destruction des déchets. L'organisme est l'interlocuteur principal entre l'enseigne de distribution et tous les acteurs du processus de destruction et de valorisation. C'est-à-dire les plateformes logistiques, les entrepôts de déstockage, les associations etc...

Phénix est donc un intermédiaire dont le modèle économique repose sur le fait qu'il récupère une partie de la défiscalisation liée au don perçu par le distributeur, qui évite par ailleurs les coûts d'élimination des déchets (de 120 à 150 euros la tonne). Ainsi, depuis 2014, l'entreprise a réussi à monétiser et à rendre utilisables 2 000 tonnes d'invendus.

Un chiffre prometteur qui ne cesse d'augmenter. Phénix et ses concurrents s'approvisionnent majoritairement auprès de la grande distribution (hypermarchés, supermarchés), des industriels (la SNCF) et des organisateurs d'événements comme les festivals.

Leurs invendus ou déchets mobiliers sont ensuite redistribués aux entreprises, aux associations de l'économie sociale et solidaire ainsi qu'aux centres de recyclage qui en font bénéficier les plus démunis ou bien remettent certains produits reconditionnés dans le circuit.

L'association récupère les déchets industriels banals. C'est à dire, qui n'ont pas trouvé preneur parce qu'ils sont trop proches de leur date de péremption, ou parce qu'ils sont mal emballés, abîmés, passés de mode, ou encore en fin de série et qui, malgré leur qualité intacte, finissent leur vie à la poubelle. Cette catégorie de déchets est très majoritaire dans la grande distribution et est pourtant très utile pour les associations.

La société Phénix est une entreprise qui propose des solutions adaptées à leur problématique de réduction de gaspillage et de valorisation des déchets. En effet, la société phénix met en relation plusieurs acteurs de la chaîne de redistribution des invendus alimentaire et met tout en œuvre pour élaborer des solutions efficaces pour revaloriser les invendus et réduire le gaspillage alimentaire de la façon la plus efficiente possible grâce à ses différents pôles.

- Le pôle partenariats associatifs qui a pour but de démarcher des associations afin de cibler leurs besoins pour ensuite les mettre en relations avec des magasins de la grande distribution.
- Le pôle événementiel qui permet d'accroître la visibilité de Phénix et de transmettre leurs message anti gaspillage.
- Le pôle GMS et proximité qui s'occupe de toute la partie logistique des invendus alimentaires afin de la redistribuées aux associations.
- Le pôle développement commercial dont le rôle est de d'augmenter les partenariats avec des magasins de la grande et moyenne distribution ainsi que des épiceries.

Ces pôles ont tous un objectif et des missions différentes mais ouvrent pour la même cause qui est celle de réduire le gaspillage quel qu'il soit.

Le parcours GMS et proximité s'organise essentiellement autour des besoins des acteurs. Phénix s'occupe de la logistique en mettant en place des collectes quotidiennes de denrées alimentaires, pour valoriser la casse et réduire le volume des bennes des magasins. Ces denrées sont redistribuées via du don aux associations, mais aussi d'autres filières complémentaires si besoin (animaleries, transformation). Par exemple, la société récupère des éléments de décor (cartons, verres) sur certains évènements pour les redistribuées à ceux qui souhaite les utiliser.

Ces récoltes d'invendus ou/et de déchets permet aux entreprises et aux magasins de la grande distribution de :

- Réduire le volume de leur bennes en mettant en place un programme de don aux associations caritatives ou en optimisant votre programme de don existant. Sachant que plus le volume des déchets est important, plus l'entreprise qui le génère doit payer une certaine somme. Phénix permet donc aux entreprises de réduire le coût de votre casse grâce à la réduction d'impôts générée par le don. Pour ce faire Phénix travail avec une société de transport qui s'occupe du ramassage des déchets.
- Développer des filières de revalorisation complémentaires pour vos déchets grâce à des partenaires qui récupèrent les déchets ou les matières premières non utilisées.
- Mettre en avant les démarches anti gaspillage, ce qui pour certaine entreprise est une façon de valoriser ou revaloriser leur image. La société met également en place des formations afin de sensibiliser les équipes des magasins au gaspillage et leur assure un suivi de leurs actions.

Les associations partenaires sont au centre de l'activité de l'entreprise, en effet Phénix accompagne gratuitement ses associations partenaires dans la redistribution des invendus alimentaires. Elle œuvre afin de :

- Accroître les apports en produits (alimentaires et non alimentaires)
- Améliorer la qualité et la diversité des produits grâce aux partenariats des magasins
- Faciliter la prise en charge des produits en proposant un service de livraison gratuit. Ce processus permet aux associations de Réduire leurs temps de prospection et permet aux associations de se concentrer l'accompagnement des personnes en difficulté. Tous les points ci-dessus permettent aux associations de réduire leurs achats dans le cadre de leurs activités caritatives.

Afin d'étendre son rayonnement et de faire passer son message de lutte contre le gaspillage alimentaire Phénix participe à divers évènements :

Phénix est en relations avec différentes structures du secteur de l'évènementiel : traiteur, entreprise organisatrice d'évènement interne ou externe... La société les accompagne dans l'organisation de leurs évènements. En organisant des activités tendant vers le « zéro déchet », et permet ainsi aux entreprise et organisateurs des évènements de diminuer leurs déchets, valoriser leurs donc et de communiquer sur leur engagement.

Phénix a pour l'instant 3 activités principales au choix qu'elle propose à ses clients.

- Un concours apéro anti-gaspi
- Un atelier de smoothie et de salade
- Quelques animation et jeux concours.

Phénix appartient aux entreprises de l'économie circulaire, et met en avant sa finalité sociale et démocratique grâce ses différentes intervention et ses discours qu'elle tient face à ses partenaires. C'est ce qui différencie phénix des autres opérateurs de gestion des déchets.

II) Des missions qui permettent à Phénix d'augmenter leur efficacité et d'accroître leur visibilité

a) L'audit du parcours GMS qui montre une circulation peu efficace

Un vendredi de décembre, nous avons suivi les chauffeurs chargés de transporter les invendus alimentaires. Leur rôle est d'aller chercher les produits dans les supermarchés et des les acheminer jusqu'à une association, de préférence proche du supermarché. Les parcours des chauffeurs sont décidés par Phénix, par le secteur GMS (grande et moyenne surface). Ils décident des parcours en fonction des distances, de la probable mauvaise circulation à cette heure là, de l'endroit où les chauffeurs commencent leur parcours...

Lors de notre passage, nous avons pu voir comment se passait une livraison de produits alimentaires. Nous avons rendez vous à 9 heures devant le premier supermarché avec le chauffeur qui nous avait été désigné. Tous les trois sont arrivés en retard, entre 30 minutes et une heure et demie de retard. Cela est de la faute du transporteur, qui a tardé à désigner les chauffeurs du jour, ce qui arrive très souvent. Une fois qu'ils sont arrivés, ils demandaient au responsable du magasin de leur donner les invendus. Les magasins doivent trier au préalable les produits autorisés au don et les ranger dans les boîtes données par Phénix avant que les chauffeurs passent. Ensuite, ceux là transportent les boîtes dans le camion. Ils doivent faire signer des papiers au responsable et ensuite ils peuvent continuer leur trajet. Ils ont un parcours à respecter, et la fin de celui-ci ils doivent ramener toutes les boîtes dans l'association désignée, et également faire signer des papiers au responsable avant de repartir.

Les chauffeurs ne font pas partie de Phénix, l'entreprise fait appel à une société de transporteurs. Ils ne sont donc pas souvent au courant de ce que Phénix fait et quel message l'entreprise veut transmettre. Le problème est que la procédure de don est compliquée administrativement, et les chauffeurs n'étant pas au courant, ils ne font pas signer les bons papiers, ou se rendent compte qu'il faut faire signer des papiers au bout du troisième supermarché. Lors de notre suivi du parcours, seulement un chauffeur sur trois savait quelle était la procédure, et seulement parce qu'il avait déjà travaillé avec Phénix.

Le but de cet audit doit permettre à l'entreprise de gagner du temps, d'éviter les problèmes administratifs et de retourner dans les supermarchés afin de faire signer les papiers. Nous avons du appeler plusieurs associations lors d'un vendredi pour que les gérants des associations viennent dans les locaux signer les papiers nécessaires à la réduction d'impôts des supermarchés, papiers qu'ils auraient du signer lors de la réception des marchandises. Ce genre d'appel rend les associations méfiantes et réticentes, et Phénix doit beaucoup insister pour faire venir les directeurs d'associations dans ses locaux. Cela prouve un manque d'efficacité dans l'organisation du parcours.

b) L'aménagement de la cour intérieure des locaux afin de renforcer la culture d'entreprise

Il y a quelques semaines, le codirigeant de l'entreprise, Jean Moreau, nous a confié une mission particulière importante pour lui, à la suite de recommandation de la responsable de la partie événementiel, qui a été très satisfaite de notre travail le jour du team building au centre des jeunes dirigeants. Jean souhaite que nous aménagions la cour intérieure des locaux dans le 17^{ème} arrondissement de Paris. Cette cour ne comporte aujourd'hui qu'un babyfoot et une table en bois. Il nous a donné un budget de 500 euros, sachant que la cour fait à peu près 100 mètres carrés. Il nous donne ensuite carte blanche pour les idées, même s'il nous a précisé le minimum souhaité : une grande table, des chaises, le tout issu du recyclage. La volonté du dirigeant est la même que la nôtre : plaire aux clients, qui sont souvent reçus dans les locaux de Phénix. La cour doit donc renvoyer une image moderne, écologique mais également signe d'une entreprise qui prend soin de ses employés et qui leur permet de prendre des pauses ou de déjeuner dans un endroit agréable.

c) L'événementiel, un atout majeur pour sensibiliser au gaspillage alimentaire

L'entreprise Phénix se compose de différents pôles, parmi ces derniers on y trouve le pôle événementiel géré depuis peu par Cécile Bidon. En effet, cette dernière se retrouve seule pour gérer les différents événements de l'entreprise à la suite du départ de sa manager qui a du partir suite à des difficultés familiales rencontrées. L'entreprise sociale Phénix organise principalement des missions de type team Building avec de grandes entreprises comme Coca-cola ou encore avec des plus petites entreprises.

Une mission team building permet de favoriser la cohésion entre les membres d'une équipe par le biais d'activités culturelles, artistiques ou encore créatives.

Dans le cadre de notre stage, nous avons organisé avec l'aide de trois salariés de Phénix, un team building avec le centre des jeunes dirigeants de France, ils étaient une centaine. Le but de cette journée était de permettre aux différents dirigeants de se rencontrer, de discuter ensemble de leurs différentes activités mais surtout de les sensibiliser à réduire le gaspillage alimentaire.

En effet, durant cette journée nous avons organisé trois activités différentes lors d'une réunion à laquelle nous avons assisté afin de partager nos idées et de trouver le moyen le plus efficace pour que les jeunes dirigeants s'amuse tout en réalisant l'importance de faire attention au gaspillage alimentaire. La première activité était un atelier « apéro anti-gaspi » dans lequel chaque équipe devait réaliser en 1h30 un apéritif fait uniquement à l'aide produits invendus tels que les fruits ou encore les légumes.

La deuxième activité permettait de réaliser des salades de fruits et de légumes qui ont ensuite étaient redistribuées dans deux associations, les activités durant cet événement représentaient parfaitement la logique Phénix qui est de rendre l'utilise à l'agréable.

Enfin, l'après-midi nous avons organisé une sorte de conférence avec les jeunes dirigeants afin de les faire devenir à long terme des chefs d'entreprise écologiques par le biais d'astuces ou d'idées à mettre en place au sein de leur propre entreprise. Cet événement a été un véritable succès car les personnes ont pris conscience de la part importante du gaspillage alimentaire dans notre société.

Nous avons également eu pour mission d'aller passer une matinée sur un marché afin de sensibiliser cette fois-ci pas seulement les professionnels mais davantage les populations. Lors de cette journée, nous devions distribuer des sacs recyclés afin de sensibiliser les personnes à la fin du sac plastique qui pollue chaque année de plus en plus. La personne devait répondre à un questionnaire qui traitait de l'écologie et du gaspillage alimentaire, une bonne réponse permettait de gagner le sac recyclable.

Notre commande est donc d'aider et d'organiser des événements de la même envergure que celui présenté ci-dessus. En effet, la principale difficulté de l'entreprise est que Cécile se retrouve toute seule pour organiser de nombreux événements. L'entreprise Phénix est connue des supermarchés et des associations mais très peu des autres entreprises et des populations. Cependant, la préoccupation majeure de notre entreprise d'accueil est la réduction du gaspillage alimentaire. La première étape pour aboutir à une réduction est la sensibilisation, il est nécessaire que les personnes se sentent concernées. C'est pour cela que chez Phénix la culture d'entreprise est primordiale afin que les salariés soient motivés.

L'organisation d'évènements a donc un but précis pour notre entreprise d'accueil, il est nécessaire de se faire connaître davantage et de sensibiliser le maximum de personnes. En effet, Phénix possède une page Facebook afin de transmettre certaines informations mais cela ne suffit pas à sensibiliser. Il faut donc trouver des moyens divertissants et inventifs pour toucher les gens à ce phénomène qui est le gaspillage alimentaire. Notre mission serait de manière plus précise d'assister à l'organisation de l'évènement, gérer les difficultés avant et pendant l'évènement, installer le matériel nécessaire à son bon déroulement, assister aux réunions préalables afin d'apporter notre point de vue et nos idées et régler les différents problèmes rencontrés.

III) les différents moyens mis à notre disposition pour atteindre nos objectifs

a) Les actions qui rendent plus efficace le trajet des chauffeurs

Le problème majeur est dû à un manque de communication de la part de Phénix. Les chauffeurs sont désignés le matin même pour faire les livraisons, ils ne sont donc pas au courant des procédures s'ils n'ont jamais fait de livraison de dons avant. Notre idée consiste à informer les chauffeurs une fois dans le camion. Pour cela, nous devons effectuer une étude des parcours approfondie, c'est-à-dire suivre plusieurs fois les chauffeurs sur leur trajet afin de bien comprendre comment ils fonctionnent dans leur camion. En effet, les chauffeurs aiment être maîtres à bord de leur véhicule.

La solution serait donc de disposer un petit récapitulatif de l'action de Phénix dans le camion ou dans une boîte (le camion de livraison contient des boîtes Phénix qui servent à transporter les aliments invendus), et des procédures à suivre. Ce récapitulatif devra être clair et synthétique, le chauffeur ne prendra pas beaucoup de temps pour le lire. Le but final étant évidemment d'accélérer la circulation de l'information entre les chauffeurs et les partenaires de Phénix. De plus, des chauffeurs informés de l'action de l'entreprise renverront une image positive de la marque.

b) Un budget et de nouvelles idées pour renforcer l'esprit d'équipe et la culture d'entreprise

Avec un budget de 500 euros, nous allons aller voir chez Emmaüs pour les meubles : les meubles choisis seront donc réutilisés, et nous essaierons de choisir du bois, de la matière brute. La table et les chaises doivent être de bonne qualité puisque les clients seront sûrement reçus à cet endroit là.

Nous garderons le babyfoot, mais en plus nous essaierons de trouver un jeu de fléchettes afin de varier les jeux. Pour que les salariés profitent de la cour en dehors des repas, nous installeront une ou deux chaises longues, deux étant mieux : par exemple, deux employés pourront continuer une conversation dehors sans problème. Nous aimerions également acheter des lampes à accrocher aux arbres, pour les soirées nocturnes et les rendez vous clients tard le soir. Pour montrer un peu plus le côté écologique, nous hésitons encore entre la construction d'un compost, qui serait alimenté des déchets du déjeuner des salariés, ou un potager, qui serait utile en été pour les repas dans les locaux. Nous devons en discuter avec Jean, puisque le compost est compliqué à construire alors qu'un potager est plus simple. Seulement, le potager ne servirait qu'en été alors que le compost servirait toute l'année. Le compost serait un lombricompost, c'est-à-dire un compost rapide, avec des vers à l'intérieur qui accélèrent le processus de compostage. Le potager contiendra majoritairement des tomates et des salades.

L'idéal serait de construire le compost et le potager, pour que le compost serve au potager, mais au vu du budget, nous allons sûrement devoir faire un choix.

c) Différents types d'évènements pour accroître la notoriété de Phénix et diversifier l'action de Phénix

Comme nous l'avons dit, Phénix est une entreprise sociale qui tente de réduire le gaspillage alimentaire, son objectif principal n'est donc pas de faire le maximum de bénéfices, l'entreprise dispose de moyens relativement faibles aussi bien pour les salaires mais surtout pour l'organisation d'évènements de type Team Building. En effet, pour l'ensemble des activités, que ce soit pour les conférences ou les évènements comme dans lesquels nous avons participé le but est de dépenser le moins possible d'argent. Nous devons joindre l'utile à l'agréable, les personnes qui participent à nos évènements prennent généralement une journée de congés pour se libérer et assister à nos évènements. Il est donc nécessaire qu'ils s'amuse tout en apprenant de nouvelles choses sur le gaspillage alimentaire. Pour cela, nous avons réalisés un petit questionnaire dans lequel nous posons des questions sur le développement durable et le gaspillage alimentaire afin de faire un électrochoc aux personnes afin qu'ils se sentent davantage concerné par ce problème.

Nous souhaitons améliorer le secteur évènementiel afin de sensibiliser le plus de personnes possible mais aussi d'accroître de façon importante la notoriété de Phénix. Pour se faire, nous allons analyser les anciens évènements afin de voir ce qui n'a pas marché et ce qu'on pourrait améliorer afin de rendre l'organisation de l'évènement plus efficace. En effet, lors de nos deux journées passées dans le secteur évènementiel nous nous sommes rendues compte que des éléments fonctionnaient moins bien que prévu. Par exemple, sur le marché il n'y avait qu'un stand présent avec nous à cause de la météo, il n'y avait donc pas assez de monde pour permettre de sensibiliser de manière importante. Il aurait donc fallu se renseigner davantage afin de trouver une solution de secours dans ce cas de figure. Par exemple changer de marché ou aller à un autre endroit afin d'attirer le plus de monde. Les évènements qui sont organisés sur les marchés se font par le biais de la mairie de Paris, les sacs nous ont donc été fournis.

En ce qui concerne les évènements de type Team Building nous nous sommes aperçus de certaines difficultés. En effet, après la pause déjeuner les jeunes dirigeants étaient plus fatigués que le matin et ils étaient moins dans leur activité. La conférence qui a eu lieu l'après midi a attiré moins de monde que nous avons prévu, il aurait donc fallu organiser l'évènement autrement afin qu'ils ne trouvent pas le temps trop long. En effet, comme nous l'avons déjà dit le but premier des évènements de ce type est de rendre l'utile à l'agréable et de laisser un bon souvenir aux personnes qui ont libéré une journée pour nous. Afin d'améliorer au maximum les évènements organisés par l'entreprise Phénix, nous allons organiser un sondage et l'envoyer aux personnes ayant déjà participé à un de nos évènements afin de voir ce qu'ils ont préféré, ce qu'ils ont moins aimé et si participer à ce type d'évènement leur a appris quelque chose sur le gaspillage alimentaire et leur a fait prendre conscience de l'importance du problème. Nos moyens sont donc assez restreints pour l'organisation d'évènements il va donc falloir que nous fassions preuve de créativité et d'originalité afin de réussir la commande que notre entreprise d'accueil nous a confiée.

CONCLUSION

Phénix est donc une entreprise sociale qui permet de venir en aide aux personnes dans le besoin en luttant contre le gaspillage alimentaire. Nos missions seront principalement réalisées afin de sensibiliser l'ensemble de la population à ce problème majeur de notre société. Phénix veut toucher les personnes pas seulement les professionnels afin de nous faire prendre conscience de la place importante que tient le gaspillage alimentaire. De plus, nos missions permettront à Phénix d'être plus efficace dans les transport des différentes marchandises lors du parcours GMS de la grande distribution aux différentes associations qui connaît actuellement quelques problèmes de communication. La culture d'entreprise chez Phénix est omniprésente, en effet l'ensemble des salariés est motivé par cette dernière il est donc primordiale que leur locaux soient en accord avec l'image qu'ils veulent transmettre à leurs clients et aux populations. Nos missions permettront donc à Phénix d'accroître sa notoriété et sa visibilité sur le marché du gaspillage alimentaire.

QUESTIONNAIRE COUR INTÉRIEURE

1) Passez vous beaucoup de temps dans cette cour ?

- OUI
- NON

2) Pensez vous qu'une cour aménagée peut apporter un plus à votre bien-être au travail ?

- OUI
- NON

3) Que souhaitez vous y mettre ?

- Table pour le déjeuner
- Hamac
- Potager
- Lombricompost
- Bibliothèque
- Autre

4) Pensez vous que la cour puisse être un meilleur moyen de faire passer le message de Phénix à vos clients ?

- OUI
- NON

ANNEXE 2 : BROUILLON POUR LES TRACTS



RÉCAPITULATIF DE VOTRE MISSION

PHÉNIX ET SES ACTIONS :

Entreprise sociale qui aide les personnes dans le besoin en reversant les invendus de la grande distribution aux associations.

**PAR JOUR, 1 SUPERMARCHÉ JETTE 20 KG DE NOURRITURE,
SOIT 7300 KG PAR AN**

1^{ÈRE} étape : Récupérer les invendus dans les boîtes Phénix

2^{ème} étape : Faire signer les papiers au responsable du magasin qui prouvent un don

3^{ème} étape : Répéter cette procédure pour chaque supermarché

4^{ème} étape : Apporter les caisses remplies d'invendus dans l'association concernée

5^{ème} étape : Faire signer les papiers au responsable de l'association pour permettre aux supermarchés d'être défiscalisés sur leurs invendus

MERCI ET BON COURAGE

L'ÉQUIPE PHÉNIX

ANNEXE 3 : FICHE ÉVÈNEMENTS



Évènement

- 500 salariés de l'Oréal
- Unis-Cité, organisateur de l'évènement anti-gaspi lors du Citizen Day de l'Oréal a fait appel à PHENIX pour récupérer les invendus alimentaires nécessaires à la confection de salades redistribuées à des associations. PHENIX a également pu animer un stand de vélo smoothies: fabriquer son smoothie à base d'invendus, en pédalant.

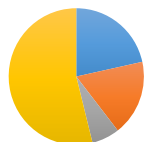


Parties prenantes

- Client : L'Oréal
- Organisateur : Unis-Cité
- Lieu : 41 rue Martre, Clichy
- Récepteurs: 6 associations
- Collecteur de biodéchets: Moulinot



Produits revalorisés



Près de 6 tonnes d'invendus alimentaires

- Pommles (1200 kg)
- Mangues (1000 kg)
- Bananes (370 kg)
- Fruits et légumes divers



Chiffres clés

- 6874 barquettes de salades composées données à des associations.
- 1,1 tonne de déchets alimentaires collectés, soit une quantité de biogaz fabriquée permettant de rouler 1694 km.
- Invendus collectés dans 6 grandes surfaces, ainsi qu'à Rungis.
- 6 associations réceptrices :

- Mission M.A.R.S	- La maison de quartier Pasteur
- AVDH	- Une Chorba pour tous
- La Main de l'Autre	- L'Un Est l'Autre



Récepteurs

La majorité des associations est venue sur le siège de l'Oréal afin de récupérer directement les barquettes. Elles ont donc également pu assister à la confection des salades, parler avec les salariés de l'Oréal et profiter des activités proposées. D'autres associations ont été livrées par Unis-Cité. Les barquettes ont ensuite été redistribuées à des personnes dans le besoin, bénéficiaires de ces associations. Les biodéchets ont - eux - été collectés par l'entreprise Moulinot afin de les transformer en engrais et biogaz via le processus de méthanisation.



Verbatim

« Merci à vous et à tous les participants de l'Oréal » Mission M.A.R.S.

« Serait-il possible de devenir bénévole anti-gaspi pour vos évènements? » Un salarié de chez L'Oréal.

ANNEXE 5 : Schéma récapitulatif de l'action de Phénix

1. Proposition de reprise des déchets
2. Réponse positive du supermarché
3. Réponse négative
4. Contrat accepté par le supermarché
5. Lot de produits
6. Attestation signée
7. Demande de produits à Phénix
8. Proposition de Phénix
9. Confirmation du besoin
10. Envoi de l'attestation de défiscalisation
11. Demande de contrat
12. Envoi de la facture
13. Paiement de Phénix

ANNEXE 6 : ORGANISATION DE NOS MISSIONS

