



DOSSIER ENVIRONNEMENT

L'entreprise Phénix

Groupe G
GMO 2
ALIX Julie
LACOMBE Julie
TSIMI Judith

Année 2016-2017

SOMMAIRE

INTRODUCTION	3
II) Phénix, une entreprise devenue un pilier dans la réduction du gaspillage	4-6
a) Le lancement du projet et ses caractéristiques	4
b) Une entreprise aux multiples facettes	5
c) Le positionnement de l'entreprise dans les prochaines années	6
II) L'organisation interne de l'entreprise Phénix	6-8
a) Une entreprise jeune à l'ambiance détendue et conviviale	6-7
b) Une organisation informelle mais efficace en interne	7-8
c) La société est en accord avec les valeurs qu'elle souhaite transmettre	8
III) Des missions qui s'inscrivent dans le développement externe de l'entreprise ainsi que dans l'amélioration de son fonctionnement interne	9-10
a) Une immersion dans le service événementiel	9
b) Un audit de la logistique du service de grande et moyenne surface (GMS)	10
c) Des missions cohérentes avec la vision de phénix	10
CONCLUSION	12

INTRODUCTION

Le gaspillage alimentaire est aujourd'hui au centre des préoccupations de notre société. Début 2016, une loi relative à la lutte contre le gaspillage alimentaire a été adoptée. De ce fait, la grande distribution doit dorénavant donner ses invendus ou ses produits en fin de vie : ils n'ont plus le droit de les jeter. Phénix est un acteur clé dans la réduction du gaspillage alimentaire.

En effet, cette entreprise s'occupe du transfert des denrées alimentaires et non alimentaires entre la grande distribution et les associations. C'est pourquoi nous avons décidé de faire notre stage chez Phénix. Cette entreprise est née en mars 2014, elle est donc un précurseur de cette loi.

Grâce à notre semaine de stage en décembre, nous avons pu découvrir l'entreprise et comprendre son fonctionnement. Nous sommes allées sur le terrain et nous sommes passées dans plusieurs secteurs afin de découvrir cette entreprise.

I) Phénix, une entreprise devenue un pilier dans la réduction du gaspillage

a) Le lancement du projet et ses caractéristiques

Tout d'abord, Phénix est une entreprise commerciale créée en mars 2014, cette dernière a non seulement un but social mais également un but démocratique. En effet, son objectif est de croître et d'asseoir sa crédibilité au fil des années et ainsi de parvenir à la fin du gaspillage alimentaire afin d'aider les personnes qui sont dans le besoin.

Le projet Phénix est apparu à la suite d'une première aventure dans la green start-up datant de 2012, avec trois fondateurs. L'idée de créer une société qui lutte contre le gaspillage alimentaire est venue à la suite d'un constat de terrain mais également de certains besoins exprimés par les clients. Les chiffres parlent d'eux même, 4 milliards de tonnes de nourriture sont produites chaque année dans le monde et 2 milliards sont gaspillés. En Europe, il y a 89 millions de tonnes de déchets alimentaires par an. Les deux fondateurs de cette société, Jean MOREAU et Baptiste CORVAL voulaient donner du sens à leurs compétences ainsi qu'à leur métier. Autrement dit, il s'agit dans cette entreprise commerciale de joindre l'utile à l'agréable. La valeur de Phénix s'inscrit donc dans le cadre du développement durable, comme le montre les deux fondateurs cette société est l'avenir, il est inutile de jeter des produits alimentaires ou non, quand ces derniers peuvent venir en aide à de nombreuses personnes.

En ce qui concerne le logo de la société, les fondateurs ont choisit d'utiliser la forte symbolique du Phénix. En effet, on peut y voir un Phénix sur un fond bleu. L'entreprise Phénix fait « renaître de leur cendre les produits invendus ». Selon le mythe, le phénix serait un oiseau doué d'une grande longévité qui est caractérisé par son pouvoir de renaître après s'être consumé dans les flemmes. L'oiseau renaît donc de ses cendres et ainsi peut avoir une seconde vie. Il est le symbole de la résurrection. On comprend donc la signification d'avoir choisit ce symbole pour une entreprise qui lutte contre le gaspillage alimentaire et qui permet de donner une seconde vie aux produits en fin de vie mais aussi aux invendus, qu'ils soient alimentaires ou non.

b) Une entreprise aux multiples facettes

Depuis sa création, Phénix est devenue une entreprise pionnière dans le secteur de la réduction du gaspillage et des déchets, notamment ceux de la grande distribution avec qui elle a de nombreux partenariats. Autrement dit, l'objectif principal de la société Phénix est de donner une seconde vie aux produits, alimentaires et non alimentaires,

dont la date va bientôt toucher à sa fin, pour ensuite les redistribuer, majoritairement, à des acteurs associatifs avec lesquels l'entreprise collabore.

Phénix est une entreprise B2B, en effet ses clients sont des clients uniquement professionnels. Elle va par exemple permettre aux grandes enseignes alimentaires, tel que Franprix (leur principal client en île de France), de gérer leur surplus alimentaire qui va être jeté si Phénix ne s'en occupe pas. Désormais, avec la loi contre le gaspillage alimentaire dans les grandes surfaces, les supermarchés se retrouvent contraints de ne plus jeter leurs invendus.

Hors mi la redistribution vers des groupes associatifs tels que les resto du cœur, revivre ou encore Codegaz, cette société propose également ses services dans le secteur de la formation ou encore de l'audit, elle agit donc sur l'ensemble de la gestion des produits en fin de vie. En ce qui concerne la demande, Phénix propose des services 100% gratuits. Il existe d'autres récepteurs du côté de la demande, comme les destockeurs, les acteurs du réemploi et du recyclage...

Phénix intervient également auprès du secteur événementiel grâce à une sorte de collaboration « zéro déchet », elle est notamment intervenue pendant le festival We love green. Dans ce cadre anti-gaspillage les restaurateurs vont utiliser dans leur cuisine des aliments qui sont en fin de vie, qu'il s'agisse de fruit, de légumes ou encore de yaourt, ou des aliments invendus.

De plus, jeter des déchets alimentaires a un coût important pour la grande distribution, en s'associant à Phénix cela permet de diminuer considérablement leur coût car ils ne jettent plus leurs déchets. Ils économisent une importante somme d'argent, en intervenant auprès de Phénix les professionnels sont eux aussi gagnants. D'un côté Phénix réalise son chiffre d'affaire grâce à un système de commission selon le volume de déchets gérés, mais aussi les grandes enseignes alimentaires qui diminuent d'environ 50% le coût toujours en ce qui concerne le volume de déchets. Collaborer avec Phénix permet donc aux clients professionnels de bénéficier d'avantages économiques sociaux mais aussi environnementaux.

Les associations y sont aussi gagnantes car ce sont les produits qui viennent à elles, elles n'ont plus besoin de se déplacer afin de créer de nouveaux partenariats Phénix s'en occupe.

L'entreprise commerciale Phénix, a donc plusieurs facettes et s'occupe de l'ensemble de la gestion des produits alimentaires ou non. Nous allons voir comment cette petite entreprise s'est fait connaître et quelle est la clé de son immense succès.

c) Le positionnement de l'entreprise dans les prochaines années

Phénix existe seulement depuis deux ans mais comprend déjà de nombreux partenariats notamment au niveau des associations et des grandes enseignes alimentaires, qui permettent à l'entreprise de fonctionner. Cette entreprise s'est fait connaître grâce au bouche à oreille mais également aux nombreuses recommandations

de leurs clients que ce soit du côté de l'offre mais aussi de la demande. De plus, grâce au début de sa notoriété et à son idée innovante, Phénix paraît chaque semaine dans de nombreux journaux tel que la tribune, Ouest France ou encore Sud Ouest, ce qui permet d'asseoir d'avantage sa crédibilité chaque jour.

L'aventure Phénix a démarré en île de France, aujourd'hui l'entreprise s'est développé dans plus 14 régions en France que ce soit en Bretagne, à Bordeaux, à Marseille... mais également dans 4 pays étrangers. Son objectif dans les années à venir est de se développer et ainsi se faire connaître d'un point de vue international.

Pour cette entreprise, aucune entreprise similaire à celle-ci n'est concurrente, elle les considère plus comme des partenariats avec lesquelles elle va pouvoir s'allier afin de réduire encore plus le gaspillage alimentaire.

Cependant, même si Phénix connaît un succès important auprès des professionnels cette dernière est très peu connue des citoyens. Leur plan d'avenir est donc de sensibiliser non seulement les enseignes alimentaires au gaspillage alimentaire mais également les consommateurs en faisant de la sensibilisation dès le plus jeune âge, par le biais d'évènements.

Nous allons désormais étudier le diagnostic interne de Phénix, afin de voir l'ambiance au travail mais aussi si l'entreprise est en accord avec l'image qu'elle souhaite faire passer au sein de la population.

II) L'organisation interne de l'entreprise Phénix

Notre entreprise d'accueil est gérée par deux co-fondateurs, Jean Moreau et Baptiste Corval. Avec l'aide de deux directeurs associés, ils supervisent sept pôles : le marketing et la communication, l'administration et la finance, les affaires publiques, les opérations, le commercial, la stratégie et les partenariats et enfin l'international. Ces pôles concernent le reste de l'équipe, avec au minimum un salarié permanent dans chaque unité. La société possède des antennes en Espagne, au Portugal, au Danemark et dans toute la France

A) Une entreprise jeune à l'ambiance détendue et conviviale

1. Un parcours type chez Phénix

Chez Phénix, l'âge moyen des salariés est de 25 ans. Le plus âgé est Jean Moreau, 35 ans, un des co-fondateurs. Le parcours type d'un salarié est le suivant : la plupart d'entre eux ont fait une école de commerce ; de plus, quelques salariés ont effectué leur stage de fin d'études dans cette entreprise, pour ensuite être embauchés à l'obtention de leur diplôme. Actuellement, 5 personnes sont en stage de fin d'études chez Phénix : l'entreprise a toujours travaillé avec des stagiaires et le concept de cette société intéresse beaucoup.

2. Un environnement de travail agréable et un temps de travail libre

Durant notre stage d'une semaine en décembre, nous avons constaté que la jeunesse de l'équipe rendait l'atmosphère au travail très agréable. Ils déjeunent tous ensemble dans une salle, c'est assez convivial. De plus, ils ont l'habitude des stagiaires : ils sont donc ouverts et parlent facilement, ils mettent à l'aise.

Les co-fondateurs sont en grande partie responsables de cette bonne entente : ils donnent l'impression qu'il n'y a pas de hiérarchie et ils proposent souvent après le déjeuner une partie de babyfoot. Les salariés ont la possibilité de travailler en télétravail un jour par semaine mais ils sont peu à en profiter, ce qui montre que l'ambiance sur le lieu du travail est appréciable. De plus, les locaux sont agréables : il y a un grand patio et les murs sont faits de baies vitrées. L'inconvénient est que le chauffage n'est pas installé, donc il fait très froid.

B) Une organisation informelle mais efficace en interne

1. Des rôles déterminés et cadrés pour une organisation viable

Malgré cette ambiance détendue, chacun connaît sa place et son rôle. Les co-fondateurs font confiance à leurs employés, ils délèguent beaucoup et les laissent prendre des décisions. Les référents opérationnels inscrits sur l'organigramme vérifient le bon fonctionnement de la procédure, dans leur partie : grossistes ou grandes et moyennes surfaces (GMS).

Nous avons été sur le terrain de la partie événementielle, afin de sensibiliser les clients de marchés à la fin des sacs plastiques. Phénix a obtenu un contrat avec le propriétaire d'une grande partie des marchés parisiens. Le secteur événementiel est présent dans toutes les parties de l'entreprise : on peut créer des événements avec de grands groupes (comme ils l'ont fait avec Coca-Cola l'année dernière) ou simplement sur des marchés ou même dans la rue. Les responsables peuvent donc travailler avec les co-fondateurs ou un référent opérationnel.

La communication entre les salariés est très informelle, avec nous, ils venaient nous voir pour nous demander de faire quelque chose et ils envoyaient des mails pour nous transmettre des documents.

2. Un problème de communication avec les supermarchés

Quelques problèmes se sont posés lorsque nous avons été sur le terrain avec la partie GMS, surtout pour la communication externe. En effet, nous avons suivi le parcours de la nourriture donnée par les grands surfaces jusqu'aux associations et nous avons pu remarquer quelques soucis : les chauffeurs des camions sont très mal informés du travail de Phénix, ils ne font donc pas signer les bons papiers ou ils n'utilisent pas le nombre de caisses prévues. Il y a donc des améliorations à prévoir de ce côté-là, puisque ces petits problèmes d'organisation font perdre beaucoup de temps à l'équipe.

C) La société est en accord avec les valeurs qu'elle veut transmettre

L'entreprise est en accord avec ses valeurs anti-gaspillage : pour se déplacer dans Paris pour aller à des rendez vous, ils prennent le métro ou une autolib'. Pour le déjeuner, la plupart ramènent la nourriture de chez eux, ils vont rarement au restaurant. Le temps de travail est géré par les salariés, en général ils travaillent à peu près huit ou neuf heures par jour. Cependant, il n'y pas de pointeuse alors ils font leurs propres horaires tant que le boulot est fait. Tout cela veut donc dire que les co-fondateurs donne un peu de liberté à leurs salariés en ce qui concerne leur emploi du temps, mais lorsque qu'il a quelques chose de précis à faire ils doivent être là. Par exemple, le week-end dernier, ils ont tous travaillé pour conclure un gros contrat. En lien avec ses valeurs, l'ambiance chez Phénix peut être assez libre et chaleureuse mais quand quelque chose doit être fait, tout le monde doit y participer.

III) Des missions qui s'inscrivent dans le développement externe de l'entreprise ainsi que dans l'amélioration de son fonctionnement interne

1) Une immersion dans le service évènementiel

Dans le cadre de notre stage, nous avons plusieurs missions à effectuer. Ces missions s'inscrivent dans le cadre du développement interne et externe de l'entreprise phénix.

Nous sommes affiliées au service évènementiel de l'entreprise phénix. Ce service était composé de deux salariés, mais aujourd'hui, il n'en reste plus qu'un. La clientèle du pôle évènementiel est principalement composée d'entreprises. Ces dernières font appel à phénix pour organiser des activités de team building et des réceptions.

Notre mission consiste à :

- Diversifier le type de clientèle en y incluant les cantines, les syndicats, les mairies, etc.
- Proposer de nouveaux concepts d'évènements et d'activités, toujours sur le thème du gaspillage alimentaire. Le but est de diversifier les prestations du service évènementiel de phénix en proposant des conférences, des services de conseil, etc. Il faut donc être capable d'adapter les activités envisagées au public visé. En effet, selon le type de clientèle, notre équipe devra proposer des évènements différents.
- Faire des dossiers explicatifs sur le fonctionnement de l'entreprise et sur le panel d'activités proposées à destination des prescripteurs.
- Confectionner des modes d'emplois pour la mise en place des activités proposées. Cette mission nécessite une analyse de la demande et de l'offre potentielle.

Ainsi, la finalité de notre mission au sein du service évènementiel est d'accroître les partenariats des entreprises et/ ou des institutions publiques avec la société phénix.

2) Un audit de la logistique du service de grande et moyenne surface (GMS)

Dans un second temps, un audit sur la partie logistique du service GMS nous a également été confié.

Durant notre semaine d'observation, nous avons participé à un ramassage de grappes pour des associations. Ce ramassage consiste à effectuer un parcours sur lequel se trouve plusieurs magasins de grande distribution. Le chauffeur, se voit confier des boîtes réfrigérantes par l'entreprise phénix. Ces boîtes servent à mettre les denrées alimentaires pour ensuite les déposer à l'association affiliée à la grappe. Pendant nos opérations sur le terrain, nous nous sommes rendu compte que l'information passait mal entre les directives données par phénix et les chauffeurs de camion.

Cette mission comprend l'étude du processus logistique du service GMS, c'est-à-dire :

- Une analyse des trajets et des différents problèmes rencontrés est donc nécessaire.
- La mise en place d'une politique de communication spécifique de l'entreprise phénix aux chauffeurs et/ ou à l'entreprise

De fait, nous devons proposer un moyen pour rendre l'information fluide et compréhensible entre phénix et ses différentes plateformes logistiques et ses entrepôts.

3) Des missions cohérentes avec la vision de phénix

Phénix est une société dont son but premier est la croissance et la survie. Nos missions, surtout au niveau de l'évènementiel, vont permettre à phénix de diversifier leurs panels d'activités et de clients.

Notre audit au sein du service GMS, va permettre à phénix de gagner en performance sur leurs activités de logistique. La société sera ainsi capable de mieux rivaliser avec ses concurrents tel que Veolia qui a déjà un réseau logistique développé et organisé. Le fait de leur laisser des dossiers explicatifs des différentes procédures et solutions que nous serons amenés à proposer va permettre à phénix d'être plus efficace dans la recherche et la mise en place de leurs événements ainsi que de leurs démarches de sensibilisation et d'information auprès de leurs chauffeurs sur les ramassages du service GMS. Nos missions sont donc utiles, utilisées et utilisables tout en étant cohérentes avec l'image et le projet de croissance de l'entreprise phénix sur son marché.

CONCLUSION

L'entreprise Phénix est donc une jeune entreprise, de seulement deux ans d'âge, qui a su s'imposer dans le secteur du gaspillage alimentaire grâce à son implication et sa motivation de mettre un terme à ce dernier. Cette dernière a créée son projet autour du développement durable.

Elle compte aujourd'hui plus de 14 filiales en France mais aussi à l'étranger et est devenue une entreprise pionnière dans son secteur d'activité. Les deux fondateurs de la société ont fait en sorte qu'il y ait une ambiance conviviale et que l'environnement de travail soit agréable afin de favoriser l'efficacité de ses salariés mais aussi de ses stagiaires.

Phénix essaie de transmettre ses valeurs, non seulement à ses clients professionnels mais aussi à l'ensemble de l'équipe, en les sensibilisant au gaspillage alimentaire et non alimentaire.

Cependant, Phénix rencontre de nombreux problèmes dans le secteur événementiel et logistique en particulier dans le pôle grande et moyenne surface. Nos missions seraient donc d'une part de sensibiliser au gaspillage l'ensemble des populations dès le plus jeune âge par le biais des écoles mais également au sein des entreprises avec le team building. Pour cela, nous allons de voir créer de nombreux événements mais aussi mettre en place de nouveaux concepts et des dossiers explicatifs. De plus, notre deuxième mission, sera de réorganiser la partie grande et moyenne surface en mettant en place une politique de communication entre les chauffeurs et l'entreprise mais aussi d'analyser en détails les différents problèmes afin de trouver une solution.

BIBLIOGRAPHIE

<http://www.wearephenix.com>

<http://www.jaimelesstartups.fr/phenix/>

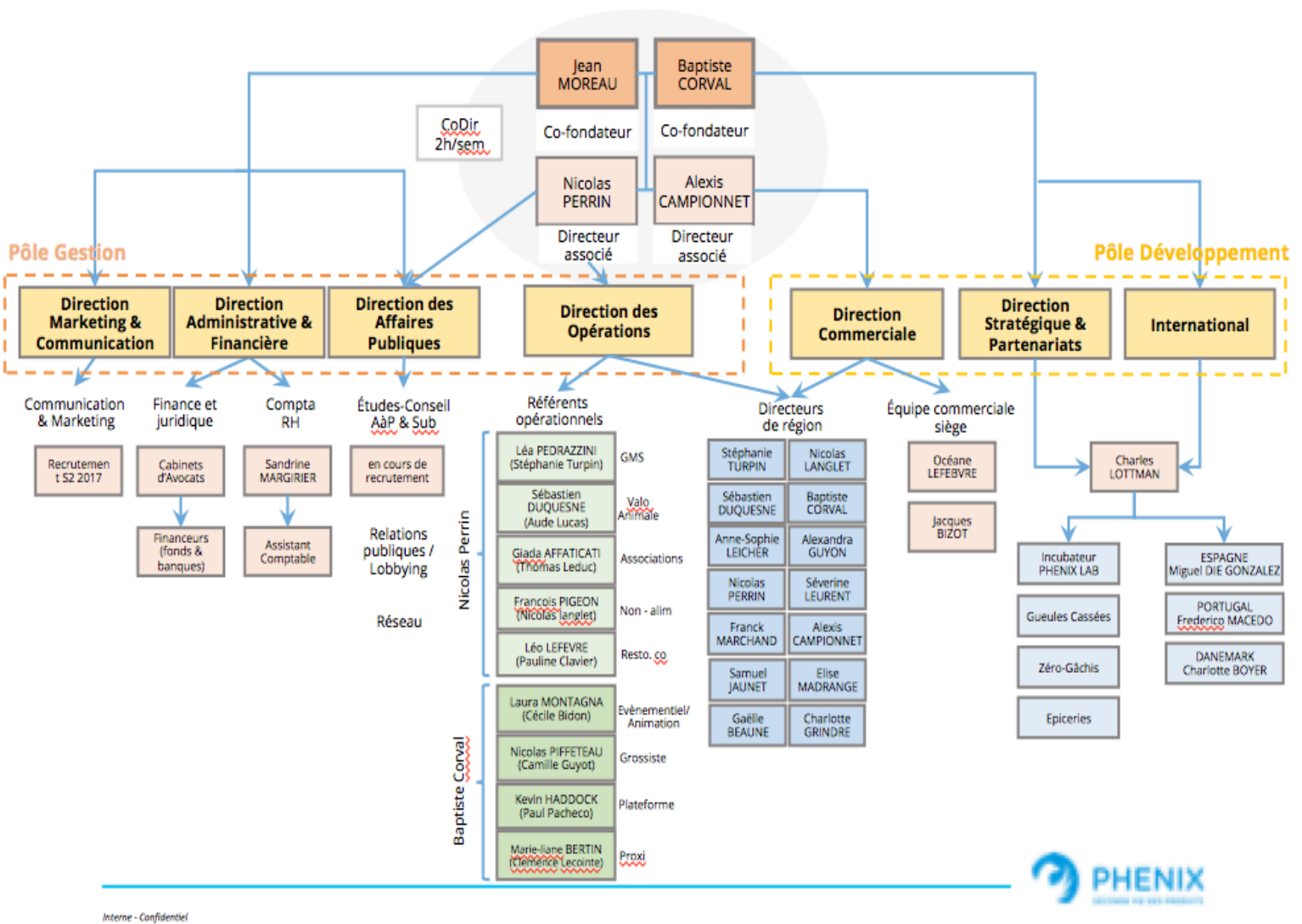
<http://www.latribune.fr/green-business/l-actualite/20140603trib000833183/gaspillage-alimentaire-phenix-trouve-une-seconde-vie-solidaire-aux-invendus.html>

<http://www.ready-for-the-resource-revolution.com/phenix-la-start-up-qui-monte-dans-la-lutte-contre-le-gaspillage-et-les-invendus/>

ANNEXES



LOGO DE L'ENTREPRISE PHÉNIX



ORGANIGRAMME DE LA SOCIÉTÉ

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi
<p>GE bis</p> <p>9h PDD Frangrix 76 rue des poissonniers 75018 Paris</p> <p>9h20 SOGIDORMOY Frangrix 3 rue de la chapelle 75018 Paris</p> <p>9h40 Distimytha G20 28 rue Myrtha 75018 Paris</p> <p>10h15 A2Pas 53 boulevard Barbès 75018 Paris</p> <p>R 10h30 Jardin d'Alcinos 3 rue de Tourville 75020 (depuis le 7 novembre)</p> <p>TRUSK</p>	<p>G6</p> <p>9h DISTRI ARAGO Monopri 23 bis boulevard Arago 75013 Paris</p> <p>9h20 ROYAL DISTRIBUTION G20 3 boulevard de Perru- Royal 75013 Paris</p> <p>R 9h45 LE MARCHÉ SOLIDAIRE 12 rue de l'Eure 75014 Paris</p> <p>TRUSK</p>		<p>GE bis</p> <p>9h PDD Frangrix 76 rue des poissonniers 75018 Paris</p> <p>9h20 SOGIDORMOY Frangrix 3 rue de la chapelle 75018 Paris</p> <p>9h40 Distimytha G20 28 rue Myrtha 75018 Paris</p> <p>10h15 A2Pas 53 boulevard Barbès 75018 Paris</p> <p>R 10h30 Entrée et Partage avec les Sans Logis 22 rue Sainte-Marthe 75010 Paris</p> <p>TRUSK</p>	<p>G6</p> <p>9h DISTRI ARAGO Monopri 23 bis boulevard Arago 75013 Paris</p> <p>9h15 ROYAL DISTRIBUTION G20 3 boulevard de Perru- Royal 75013 Paris</p> <p>R 9h30 LE FOYER DE JEUNES TRAVAILLEURS PAULIN ENFERT LA ME DE PAIN 52 rue de Babillot 75013 Paris</p> <p>VCV</p>
<p>GF</p> <p>9h DISTRI LOUVOIS Frangrix Place Lassus 78140 Vélizy- Villacoublay sav Frangrix</p> <p>9h30 47 rue des Etais Général 78000 Versailles</p> <p>9h50 SAVV RAMEAU Frangrix 5 rue Rameau 78000 Versailles</p> <p>10h10 VERSADIS 7 rue Antoine Richard 78000 Versailles</p> <p>10h45 FPK BEAUREGARD Frangrix 9 place du Comté de Beldern 78170 La Celle Saint- Cloud</p> <p>11h15 LORSAF 36 avenue Paul Vallant Coulonier 78190 Trippes</p> <p>11h40 ELANDIS 3 Rue de Bucarest 78000 Blancourt</p> <p>VCV</p>	<p>G8 bis</p> <p>9h SOGOLIN Frangrix 71 rue de Dunkerque 75009 Paris</p> <p>9h20 SOGIEC Frangrix 7-9 rue des petites Icônes 75010 Paris</p> <p>9h40 Super Paradis 30 rue de Paradis 75010 Paris</p> <p>10h Monop Lafayette 88 Rue la Fayette 75009 Paris</p> <p>TRUSK</p>	<p>GF</p> <p>9h DISTRI LOUVOIS Frangrix Place Lassus 78140 Vélizy- Villacoublay sav Frangrix</p> <p>9h30 47 rue des Etais Général 78000 Versailles</p> <p>9h50 SAVV RAMEAU Frangrix 5 rue Rameau 78000 Versailles</p> <p>10h10 VERSADIS 7 rue Antoine Richard 78000 Versailles</p> <p>10h45 FPK BEAUREGARD Frangrix 9 place du Comté de Beldern 78170 La Celle Saint- Cloud</p> <p>11h15 LORSAF 36 avenue Paul Vallant Coulonier 78190 Trippes</p> <p>11h40 ELANDIS 3 Rue de Bucarest 78000 Blancourt</p> <p>VCV</p>	<p>G8 bis</p> <p>9h SOGOLIN Frangrix 71 rue de Dunkerque 75009 Paris</p> <p>9h20 SOGIEC Frangrix 7-9 rue des petites Icônes 75010 Paris</p> <p>9h40 Super Paradis 30 rue de Paradis 75010 Paris</p> <p>10h Monop Lafayette 88 Rue la Fayette 75009 Paris</p> <p>TRUSK</p>	

ORGANISATION DE LA COLLECTE DES PRODUITS EN GRAPPE