



Health &
Wellness



Institut du
COMMERCE
PARTAGE & PROSPECTIVE

"Ensemble, Vivons Mieux"

Comité de Pilotage #1

BCG BOSTON
CONSULTING
GROUP

07/12/2018



Health &
Wellness

Ordre du jour

- Présentation de "Ensemble Vivons Mieux"

Organisation des groupes de travail et prochaines étapes

Exemple de livrable pour le 11 janvier

Annexe

Le Consumer Goods Forum réunit des distributeurs et industriels de la Grande Consommation à l'échelle mondiale



Une organisation paritaire et globale, dirigée directement par les CEOs des grands industriels et distributeurs mondiaux de la grande consommation, visant à favoriser des initiatives collaboratives pour renforcer la confiance des consommateurs et générer un changement positif



Une devise : "Better lives through better business"



~400 membres et >100 pays couverts
\$3,5 Mds de ventes combinées des membres, avec 10M de collaborateurs et 90M d'emplois indirects
Plus de 40 projets impliquant 1 500 experts et 30 événements par an



Les Co-chairs du CGF



Ian COOK (CEO)



Olaf KOCH (Chairman)

Les Vice Co-chairs du CGF



Emmanuel FABER (CEO)



Ömer Özgür TORT (CEO)

Les Co-Sponsors globaux (du pilier Santé & Bien-Etre)



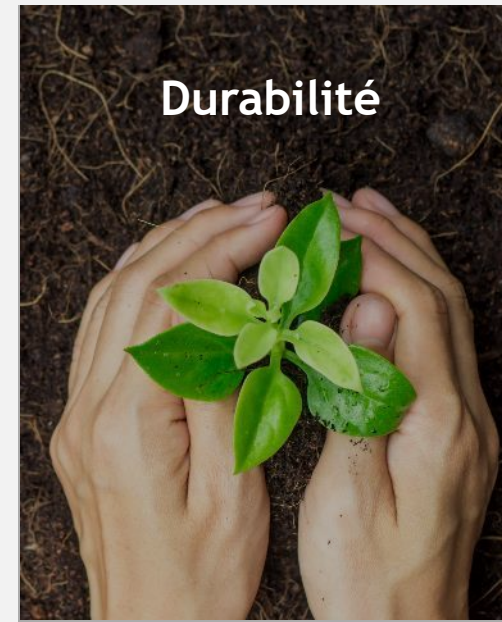
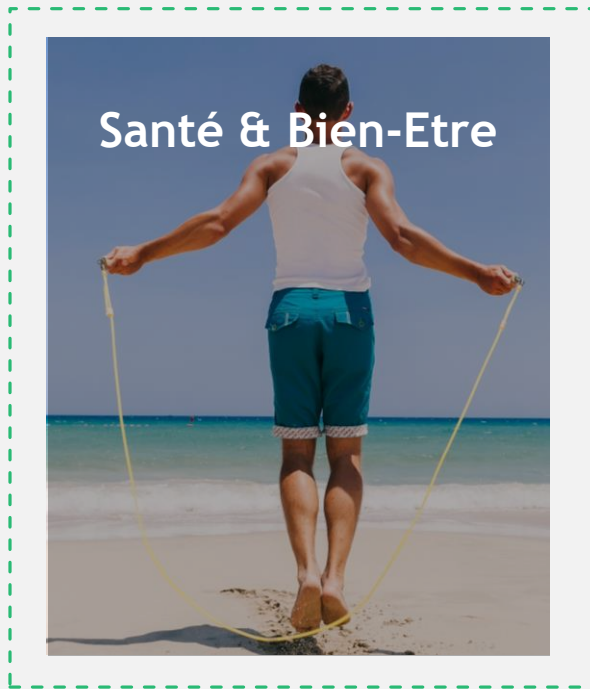
Mark SCHNEIDER (CEO)



Frans MULLER (President & CEO)

Au sein du CGF, Collaboration for Healthier Lives est une Initiative importante du pilier Santé & Bien-Etre ("Health & Wellness")

Le CGF a défini quatre piliers d'action



- Le pilier Santé & Bien-Etre vise, en favorisant des modes de consommation sains, à permettre aux personnes de mener des vies plus épanouies, plus saines, plus longues et plus productives
- Collaboration for Healthier Lives est une initiative importante du pilier Santé & Bien-Etre au niveau mondial (12 pays concernés aujourd'hui)

“Ensemble Vivons Mieux” est le chapitre français de l'Initiative CHL, publiquement soutenu par les CEOs de Danone et Carrefour



Emmanuel FABER, Danone



Vice Co-Chair du Conseil d'Administration du CGF

“ We feel a *food revolution* is happening around us. As an industry we have a choice of either resisting this revolution or embracing it and serving it. At Danone we have made a choice: we will serve it

CGF Global Summit, Singapour, Juin 2018



Alexandre BOMPARD, Carrefour



Membre du Conseil d'Administration du CGF

“ Pour influencer le cours du monde, *la transition alimentaire* ne doit pas être celle d'une élite. La transformation doit toucher toutes les assiettes : nous devons convaincre le plus grand nombre, partout où nous sommes en contact avec nos clients

Lancement du “Comité d'orientation alimentaire” de Carrefour, Sept. 2018

Danone et Carrefour sont les **Co-Sponsors** de l'Initiative CHL en France



**Institut du
COMMERCE**
PARTAGE & PROSPECTIVE

L'Institut du Commerce est un partenaire privilégié de l'Initiative en France

La plateforme de rencontre privilégiée reconnue et incontournable au sein de laquelle **TOUS LES ACTEURS DU COMMERCE**, industriels petits ou grands, distributeurs et prestataires de service peuvent **travailler ensemble pour mieux satisfaire les attentes des shoppers**

Répondre aux enjeux de santé publique en France

49%

Adultes en surpoids
ou obèses en 2015
en France

+2.1%

Croissance annuelle
de la prévalence des
diabètes entre 2010
et 2015 en France

x2

Doublement des
dépenses de santé
dans les pays de
l'OCDE d'ici 2060

+10M

Augmentation de
la population
âgée de 65+ en
France d'ici 2070

"Ensemble Vivons Mieux" répond aussi à la transformation des **besoins des consommateurs** et à de nouvelles **tendances de consommation**



- Importance croissante des valeurs **santé et plaisir** au moment de l'achat
- Besoin de davantage de **transparence, qualité, sécurité et traçabilité** - montée du scepticisme sur les **aliments transformés**
- **La collaboration et le partage** sont de plus en plus valorisés
- Consommation associée à une '**recherche de sens**'
- Comportement d'achat fortement **influencé par le numérique** et les recommandations des réseaux sociaux



- **Inquiétude croissante** face aux marques et messages institutionnels
- **Emergence de petites marques** qui gagnent des parts de marché en véhiculant une image saine et essentiellement distribuées hors des circuits traditionnels
- Croissance forte des **canaux de distribution digitaux** et importance croissante de la **gestion des données**



Nouvelles tendances particulièrement notables chez les **"Millennials"**

"Ensemble Vivons Mieux" vise à atteindre **deux objectifs** définis par le CGF

1

Orienter les consommateurs vers des comportements de consommation et des paniers d'achat plus "sains"

2

Améliorer la prise de conscience et le bien-être des consommateurs sur leur comportement alimentation/santé



Les actions de "Ensemble Vivons Mieux" se déploient...




Ces actions sont

Collaboratives—les autorités locales sont au cœur de leur déploiement

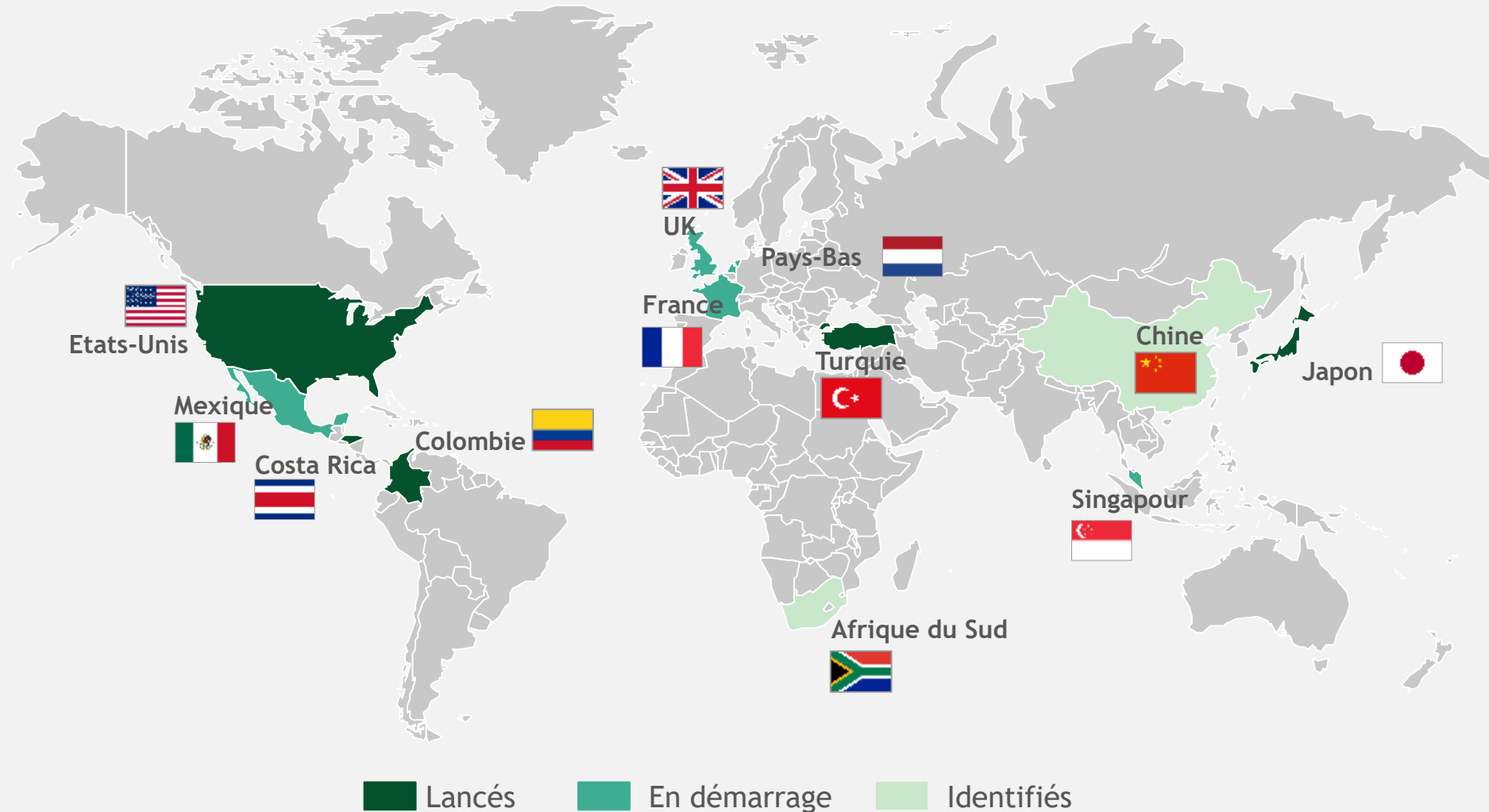
 *Déploiement avec la **Ville de Lyon***


Mesurables—pour permettre une évaluation de leur impact

 *Implication du **Pr. Pierre Chandon** et d'une équipe de scientifiques chargés de la mesure de l'impact*



Les Initiatives CHL: 5 pays lancés, 5 qui démarrent, 2 identifiés





En France,
l'Initiative se
déploiera
d'abord à Lyon
avant d'essaimer
sur le reste du
territoire

S1 2019

Annonce officielle de
l'Initiative

Déploiement d'actions
tests dans plusieurs
quartiers de Lyon

Déploiement des actions
dans l'agglomération
lyonnaise

S2 2019

Premières mesures
d'impact des actions

Déploiement dans de
nouvelles villes
partenaires

Ce que l'Initiative attend de vous



La confirmation **de votre participation** à l'Initiative



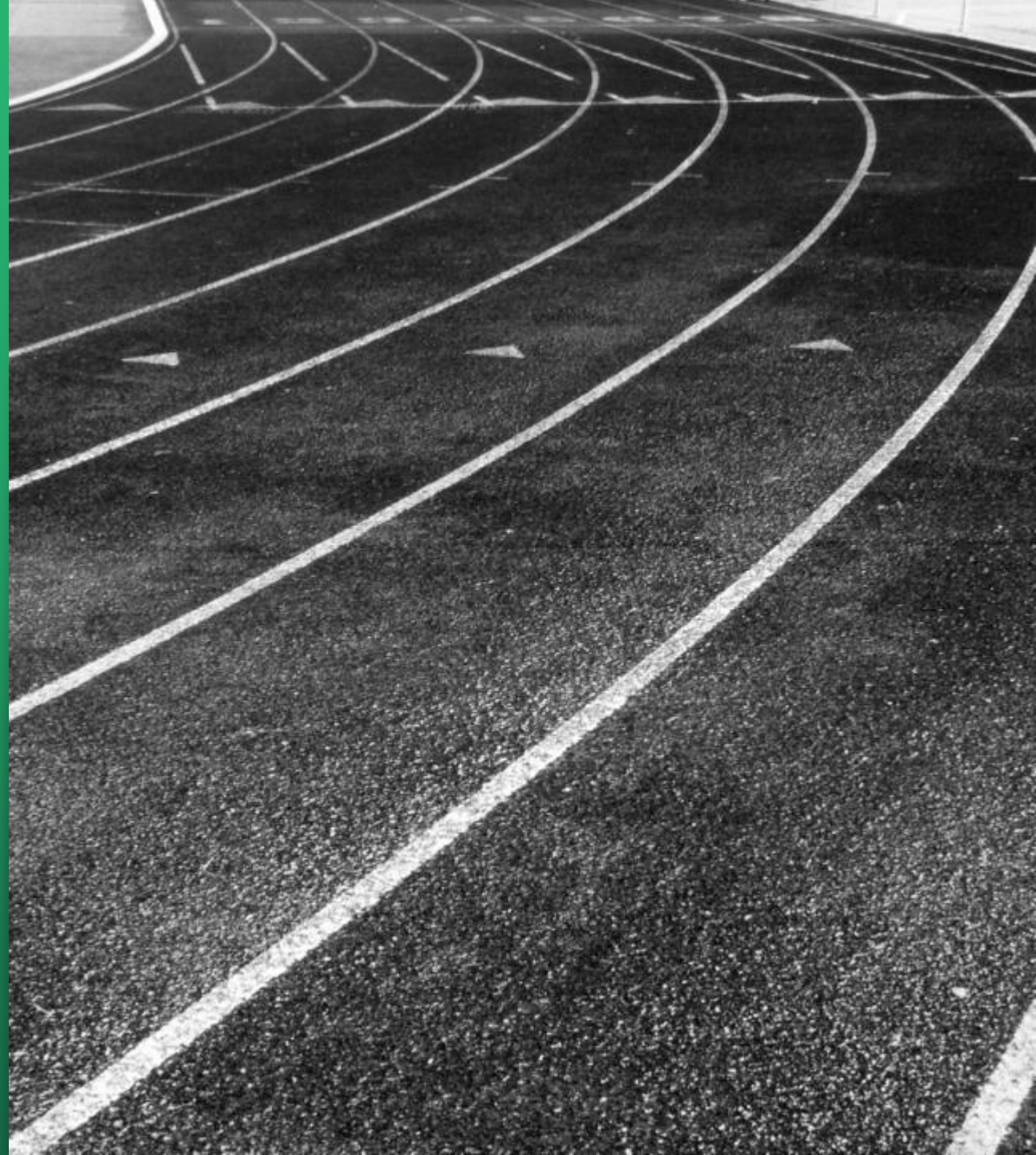
La nomination d'un **interlocuteur unique** qui assistera aux réunions du CoPil France



La confirmation de votre participation à un ou plusieurs **groupes de travail**



Votre soutien pour continuer à recruter de **nouveaux partenaires**



Ordre du jour

Présentation de "Ensemble Vivons Mieux"

- Organisation des groupes de travail et prochaines étapes

Exemple de livrable pour le 11 janvier

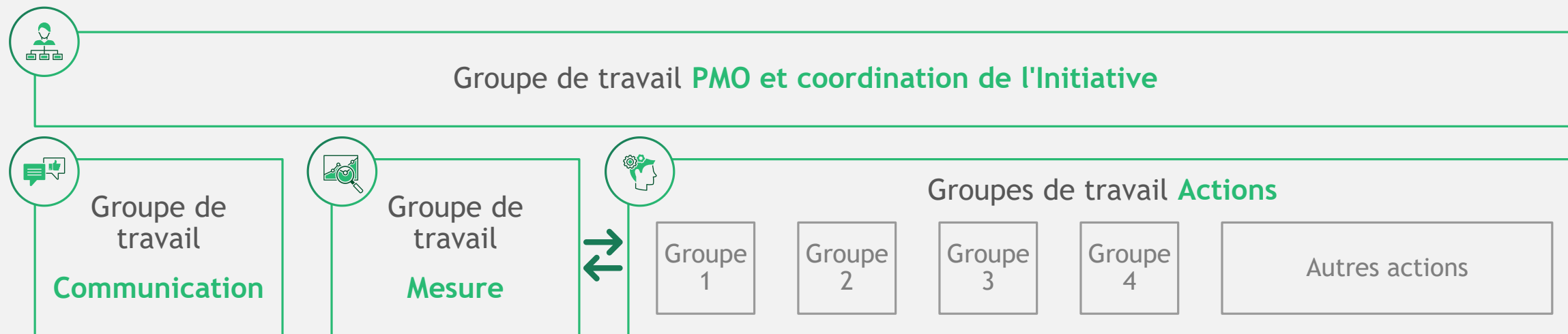
Annexe

Un calendrier prévisionnel pour assurer la mise en place d'actions concrètes au S1 2019



Des Comités de Pilotage récurrents pour le suivi de l'Initiative

Une organisation ouverte et coordonnée pour un meilleur impact



Deux groupes de travail **en support** des groupes de travail sur les actions

Le groupe de travail Mesure **travaille en étroite collaboration** avec les groupes de travail Action (contacts réguliers, co-construction du plan de mesure...)

Des groupes de travail qui définissent les actions de l'Initiative

- 2 co-leaders par groupe (1 industriel et 1 retailer)
- De nouveaux membres peuvent se joindre après la constitution des groupes
- Les groupes **collaborent avec les équipes de la Ville de Lyon, les autorités de santé et les parties prenantes** pour la conception des actions

Des actions peuvent rejoindre l'Initiative sur propositions des participants

Une "**clean team**" valide l'intégration de l'action à l'Initiative (détail en annexe)

Quelles implications opérationnelles pour votre organisation ?



Aucun engagement financier pour les participants

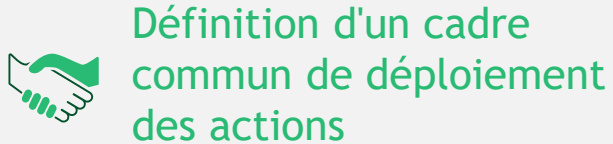
- Aucun paiement au CGF ou à la Ville de Lyon
- Pas de financement de la mesure ou du développement de la campagne de communication



La mobilisation attendue pour accompagner l'Initiative

- Les membres du Comité de Pilotage sont en mesure de prendre des décisions pour leur organisation
- Environ quatre réunions d'une heure à prévoir par mois

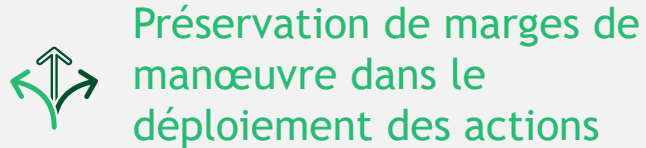
Comment fonctionnent les groupes de travail Actions ?



Les groupes de travail définissent des **éléments communs** pour les actions à déployer

- Objectifs - quelles sont les ambitions de l'action ?
- Périmètre - quels quartiers ?
- Mesure - quels KPIs?, quel financement... ?
- Communication
- Calendrier

Les éléments touchant à la Mesure et à la Communication des actions sont **validés par les co-leaders** des groupes de travail Mesure et Communication



Chaque participant déploie les actions selon **sa gouvernance habituelle**

- Le déploiement en magasin, digital et avec les collaborateurs est géré directement par les participants

Les participants **peuvent décider de ne pas participer** lorsqu'une action n'est pas priorisée dans leurs objectifs stratégiques

Si nécessaire, le partage des données sensibles est

- Approuvé au préalable par chaque participant
- Protégé par des clauses de confidentialité ou un NDA



3 rôles pour les co-leaders des groupes de travail

1. Assurer le respect du calendrier de l'Initiative et organiser les réunions de leur groupe
2. Présenter les avancées du groupe en CoPil
3. Coordonner leur actions avec les autres groupes de travail

Le co-leaders des groupes de travail **n'ont pas de positionnement hiérarchique** vis-à-vis des autres membres du groupe

- Ils ne décident pas seuls sur les sujets sans consensus
- Ils font remonter les points bloquants au groupe de travail PMO

4 groupes de travail pour approfondir les actions

1

Mobilisation des Collaborateurs

- Animations par les collaborateurs en magasin
- "Capitaine Nutrition" et formation des collaborateurs pour répondre aux questions des clients liées à la santé et à l'Initiative
- Recommandation des collaborateurs sur des recettes ou produits "plus sains"

2

Promotions et Swaps vers les produits "plus sains"

- "Helpful swaps" en magasin et en ligne pour encourager les consommateurs à choisir des options "plus saines"
- Faire évoluer les promotions pour favoriser des paniers d'achat "plus sains"
- Promotions multimarques pour améliorer la qualité nutritionnelle du panier d'achat

3

Activation de l'Initiative en magasin

- Caddie "healthy" pour inciter à la consommation de produits "plus sains" en permettant aux consommateurs de classer lui-même ses achats
- "Care Pack" avec recettes, fiches santé, promos...
- Coaching des consommateurs
- Zones spécifiques en magasin avec des produits "plus sains"
- Etalage "pyramide alimentaire" pour rappeler les recommandations des autorités de santé
- Animations en magasin autour des sujets santé

4

Actions avec la Ville

- Menu hebdo co-construit avec la Ville pour compléter les menus de la cantine
- 3 Conseils hebdos (nutrition/hygiène, activité physique, sommeil) relayés aux consommateurs
- Accompagnement de l'agenda local en soutenant des événements de la Ville

Exemple d'actions possibles



Les groupes de travail **définissent des actions précises** pour chacune des thématiques identifiées

Un suivi régulier des avancées de chaque groupe



Un Comité de Pilotage chargé du suivi de l'Initiative

Composition

- Sponsors de l'Initiative
- Co-leaders des groupes des travail
- Autres parties prenantes si nécessaire

Rôle

- Assurer le respect du calendrier de l'Initiative
- Suivre les avancées de chaque groupe
- Discuter des points bloquants remontés par les groupes
- Préparer les réunions clés (ex : présentation devant la Ville de Lyon)

→ Les membres du Comité de Pilotage doivent être en mesure de prendre des décisions pour leur organisation



Un rendez-vous bihebdomadaire

Une proposition de réunion bihebdomadaire, le **vendredi à 11h**

Dates des prochains Comités de Pilotage

- 21 décembre
- **11 janvier - réunion en physique à prévoir**
- 25 janvier
- 8 février
- 22 février
- 8 mars
- 22 mars

Dates à confirmer

Prochaines étapes : proposition d'objectifs à atteindre pour le 11/01



Définition des groupes de travail

Les participants s'inscrivent en tant que co-leader ou membre d'un ou plusieurs groupes de travail

Les co-leaders sont nommés grâce à la coordination du CGF si nécessaire

Chaque groupe est co-leadé par 1 distributeur et 1 industriel



Définir les co-leaders avant le 21 décembre
D'autres membres peuvent se joindre par la suite



Première définition des actions par les groupes

Les groupes de travail s'organisent pour répondre à 3 questions

- Quelles sont **les actions concrètes** à mettre en place ?
- Quels sont **leurs objectifs** ?
- Quel serait **le calendrier indicatif** de leur déploiement ?



Les réponses sont présentées le 11 janvier par les co-leaders des groupes



La définition du plan de mesure et du plan de communication viennent dans un deuxième temps, après la réunion du 11 janvier

Ordre du jour

Présentation de "Ensemble Vivons Mieux"

Organisation des groupes de travail et prochaines étapes

➤ Exemple de livrable pour le 11 janvier

Annexe

Groupe 3 - Activation de l'Initiative en magasin

Action "Care Pack"

Illustration



Objectif

Améliorer la qualité nutritionnelle du panier d'achat des consommateurs



Description de l'action concrète

Distribution bimensuelle en magasin d'un "Care Pack", incluant:

- **Des promotions** ciblées sur des produits "plus sains"
- **Des recettes** conseillées par les collaborateurs qui encouragent à la consommation de produits "plus sains"
- **Des conseils diététiques** rédigés en collaboration avec les équipes de la Ville de Lyon



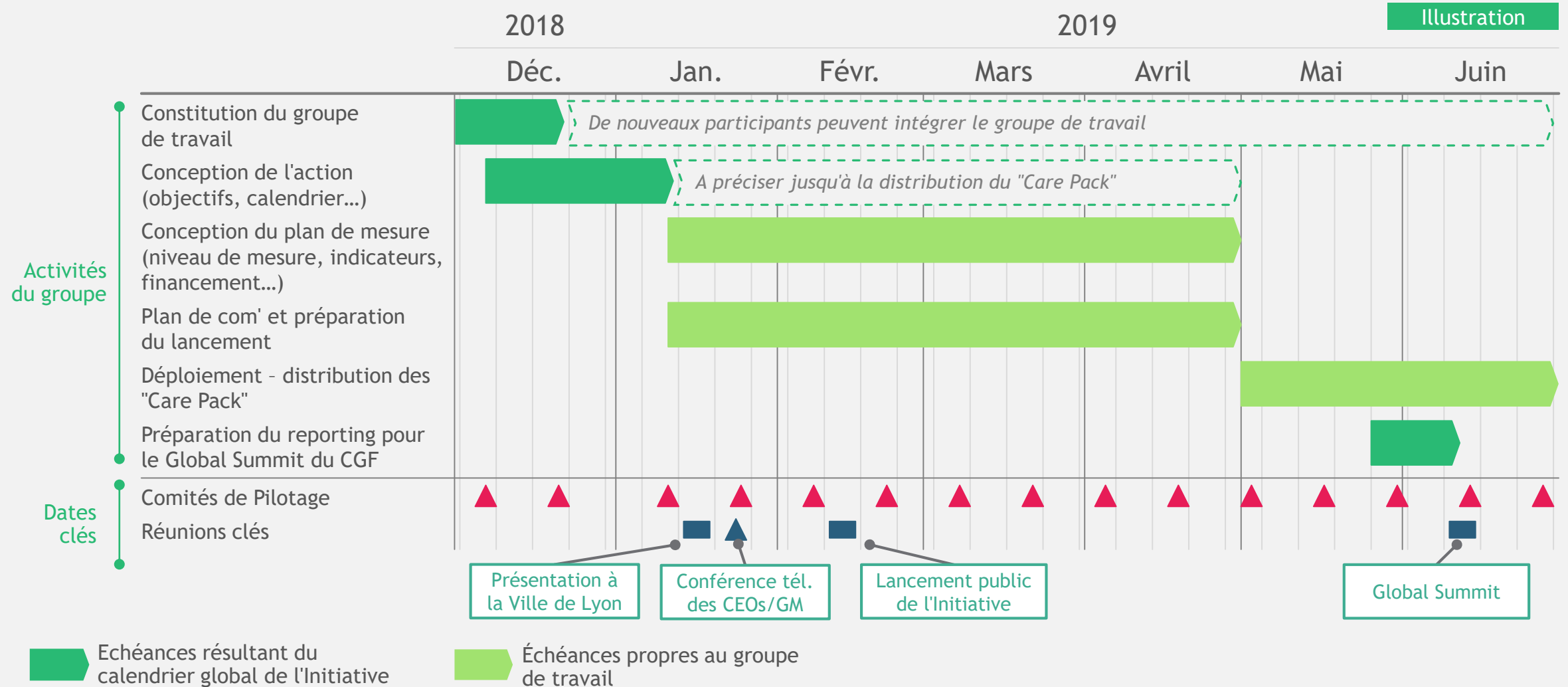
Les marges de manœuvre des participants

Les participants restent libres de définir

- **Le format des promotions** qu'ils souhaitent inclure (combien de promos, sur quelles marques...)
- **Les recettes proposées** et la façon dont les collaborateurs sont mobilisés
- **Le mode de distribution** du "Care Pack" (en caisse, à l'accueil du magasin...)
- **Les dates** auxquelles est distribué le "CarePack"

Calendrier indicatif de l'action

Action "Care Pack"



Ordre du jour

Présentation de "Ensemble Vivons Mieux"

Organisation des groupes de travail et prochaines étapes

Exemple de livrable pour le 11 janvier

➤ Annexe

L'Initiative n'est pas restrictive aux actions pré-sélectionnées le 20 novembre à Lyon

1 Des participants peuvent proposer de lancer une action sous l'égide de l'Initiative (i.e. portant le logo)

- L'action peut être issue de la longue liste ou des envies particulières des participants



2 Une "clean team" valide l'intégration de l'action dans l'Initiative

- Elle vérifie que l'action respecte les principes de l'Initiative
- Elle est composée d'acteurs neutres (CGF, BCG, IDC)
- Elle respecte la confidentialité des informations transmises
- Le CGF confirme que l'action est "parrainée" Ensemble Vivons Mieux



3 Les participants commencent à travailler au déploiement de l'action validée

- Ils forment un groupe de travail avec un distributeur et un industriel co-leaders de l'action
- Ils peuvent officiellement utiliser le logo de l'Initiative

Disclaimer

The services and materials provided by The Boston Consulting Group (BCG) are subject to BCG's Standard Terms (a copy of which is available upon request) or such other agreement as may have been previously executed by BCG. BCG does not provide legal, accounting, or tax advice. The Client is responsible for obtaining independent advice concerning these matters. This advice may affect the guidance given by BCG. Further, BCG has made no undertaking to update these materials after the date hereof, notwithstanding that such information may become outdated or inaccurate.

The materials contained in this presentation are designed for the sole use by the board of directors or senior management of the Client and solely for the limited purposes described in the presentation. The materials shall not be copied or given to any person or entity other than the Client ("Third Party") without the prior written consent of BCG. These materials serve only as the focus for discussion; they are incomplete without the accompanying oral commentary and may not be relied on as a stand-alone document. Further, Third Parties may not, and it is unreasonable for any Third Party to, rely on these materials for any purpose whatsoever. To the fullest extent permitted by law (and except to the extent otherwise agreed in a signed writing by BCG), BCG shall have no liability whatsoever to any Third Party, and any Third Party hereby waives any rights and claims it may have at any time against BCG with regard to the services, this presentation, or other materials, including the accuracy or completeness thereof. Receipt and review of this document shall be deemed agreement with and consideration for the foregoing.

BCG does not provide fairness opinions or valuations of market transactions, and these materials should not be relied on or construed as such. Further, the financial evaluations, projected market and financial information, and conclusions contained in these materials are based upon standard valuation methodologies, are not definitive forecasts, and are not guaranteed by BCG. BCG has used public and/or confidential data and assumptions provided to BCG by the Client. BCG has not independently verified the data and assumptions used in these analyses. Changes in the underlying data or operating assumptions will clearly impact the analyses and conclusions.

The logo for Boston Consulting Group (BCG), consisting of the letters 'BCG' in a bold, white, sans-serif font. The 'B' and 'C' are connected, and the 'G' has a distinctive shape with a curved bottom.

BOSTON
CONSULTING
GROUP

[bcg.com](https://www.bcg.com)