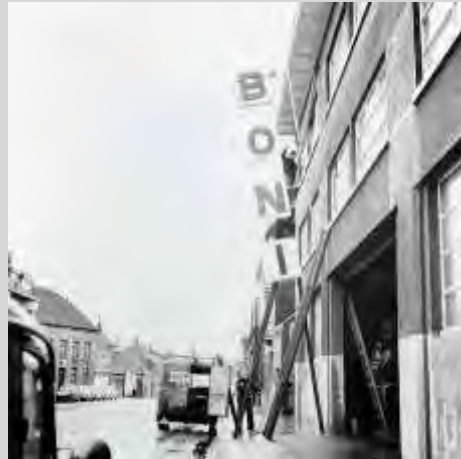


# Créer une valeur ajoutée durable

Mieke Vercaeren  
Groupe Colruyt

# Entreprise familiale

- 3<sup>e</sup> génération
- 1928 : commerce de gros de marchandises coloniales
- Années soixante : premiers supermarchés



# Groupe Colruyt



Employés :  
22 566  
Chiffre  
d'affaires :  
6 753 millions  
Magasins :  
372

# Activités propres production : fromage, viande, vin, café, etc.



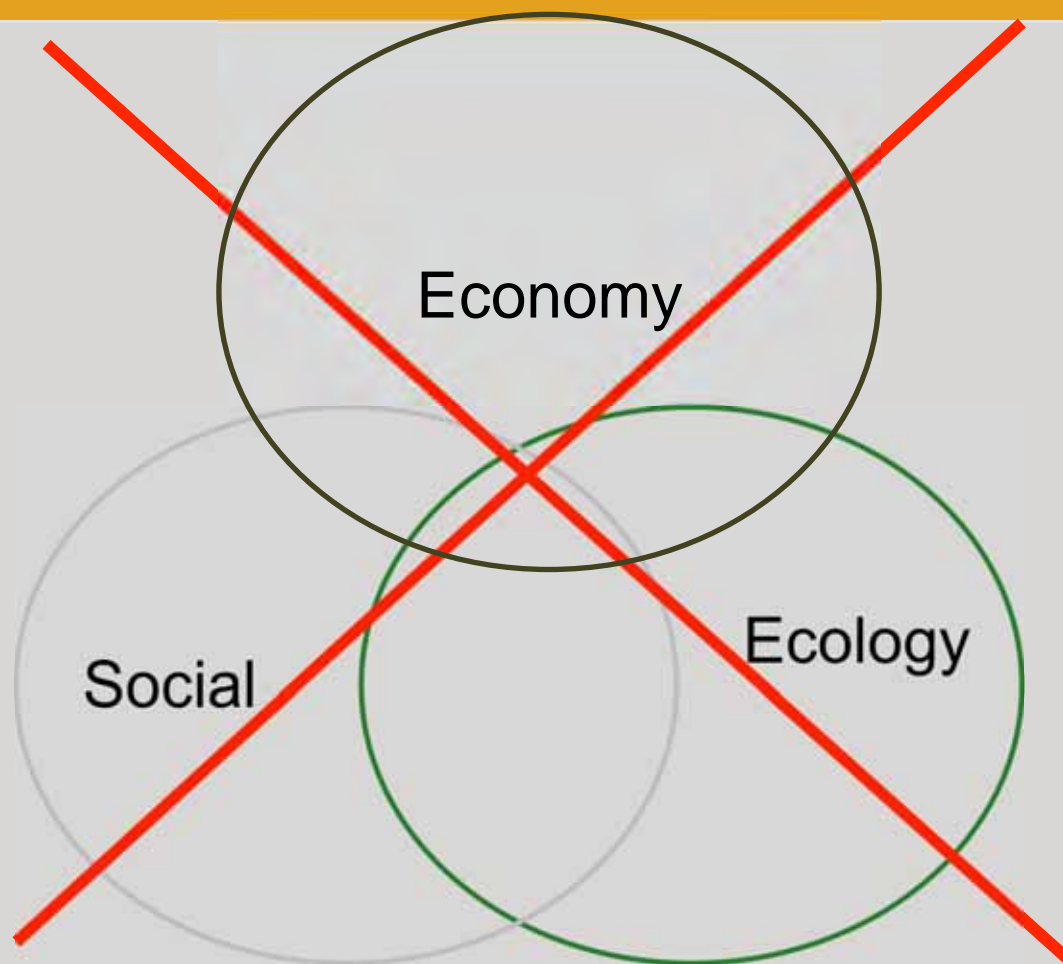
# Transport et garage, communication, bâtiment et équipe technique





# Ne plus le 3P modèle

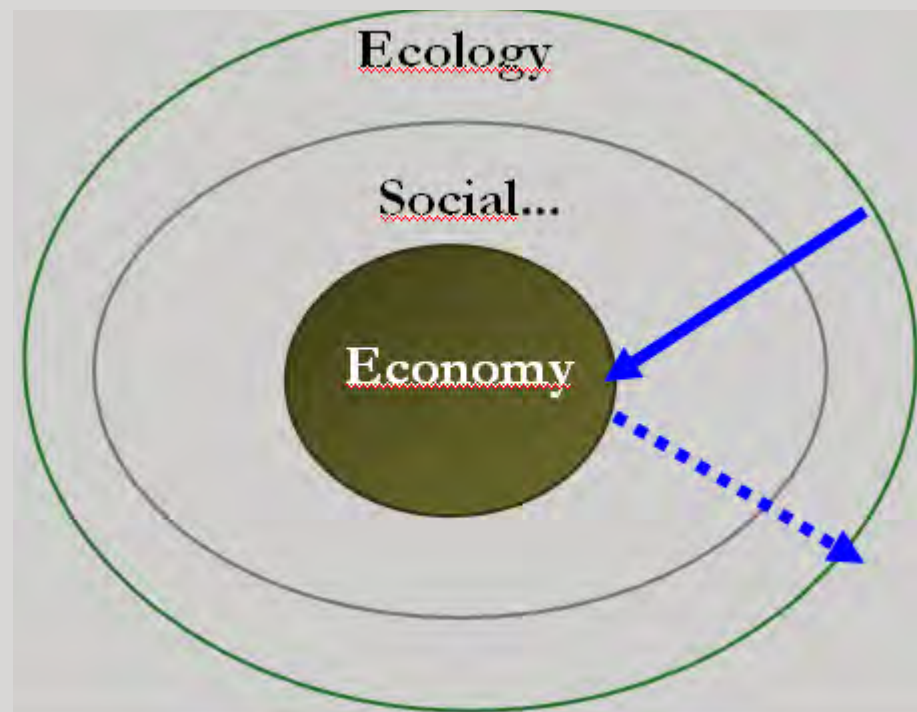
Profit  
People  
Planet



# Créer une valeur ajoutée

= Prendre notre **responsabilité** :

- Durable = capable de durer  
-> Pas de perte d'énergie
- **Équilibre énergétique optimal** : *un minimum d'énergie pour un maximum de valeur ajoutée*



# À partir d'une attitude positive

- Ne perdez pas d'énergie avec de la peur ou de la culpabilité
- **Attitude positive**
- **Inspirez les gens**



# Engagements formels

## Colruyt Group:

- 1990: Greenline Chartre
- 1997: Transport Chartre
- 2001: Code working environment & child labour
- 2005: Code Collibri
- 2010: Collibri Foundation for Education



# Pas à pas

Exemple : énergie verte

## Prendre des initiatives à effet boule de neige

- 1990: Greenline chartre
- 1999 : 1ère éolienne CD
- 2006 : panneaux solaires sur les CD et les magasins
- 2007 : biomasse
- 2011 : 100 % d'énergie verte propre



# Investir en panneaux solaires



## Distribution Centres

4 PV-installations of, in total, 2.74 MW

Capacity: 2,169,000 kWh / year (619 families)



## Shops

16 PV-installations of, in total, 1.2 MW

Capacity: 995,000 kWh / year (285 families)



# Investir dans l'énergie éolienne



## **Ypres**

Deux éoliennes de 2,3 MW

Puissance : 7 500 000 kWh / an (2 140 familles)

## **Belwind - phase 1 (2010)**

Participation dans un parc éolien de 165 MW

Puissance : 540 000 000 kWh / an (154 000 familles)

## **Eldepasco (2013)**

Participation dans un parc éolien de 216 MW

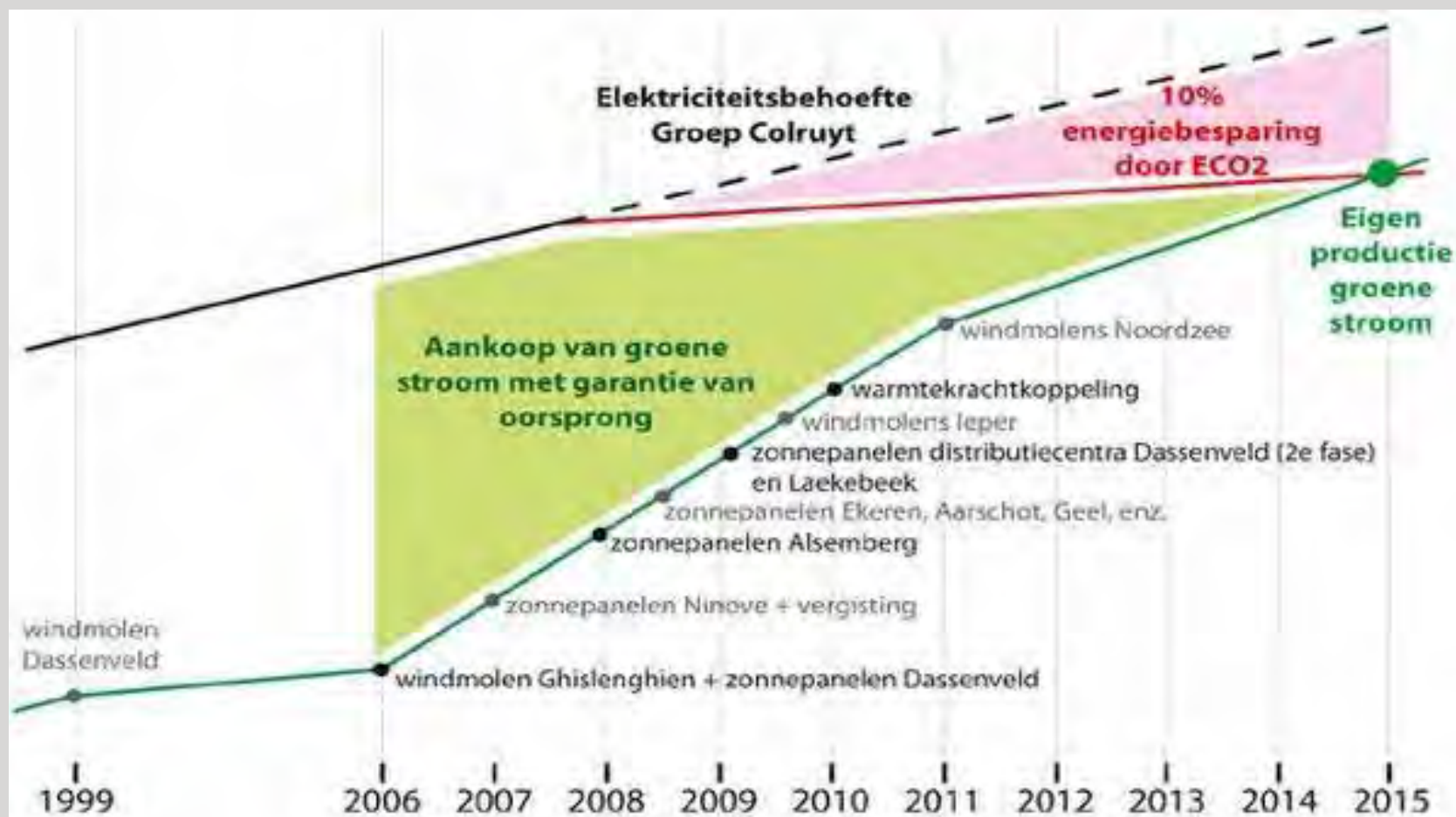
Puissance : 670 000 000 kWh / an (190 000 familles)

# Eco efficience

- Système de surveillance ECO2 : 10 % d'énergie en moins en 2014
- Initiatives personnelles des travailleurs
- Inspirer les clients et l'environnement



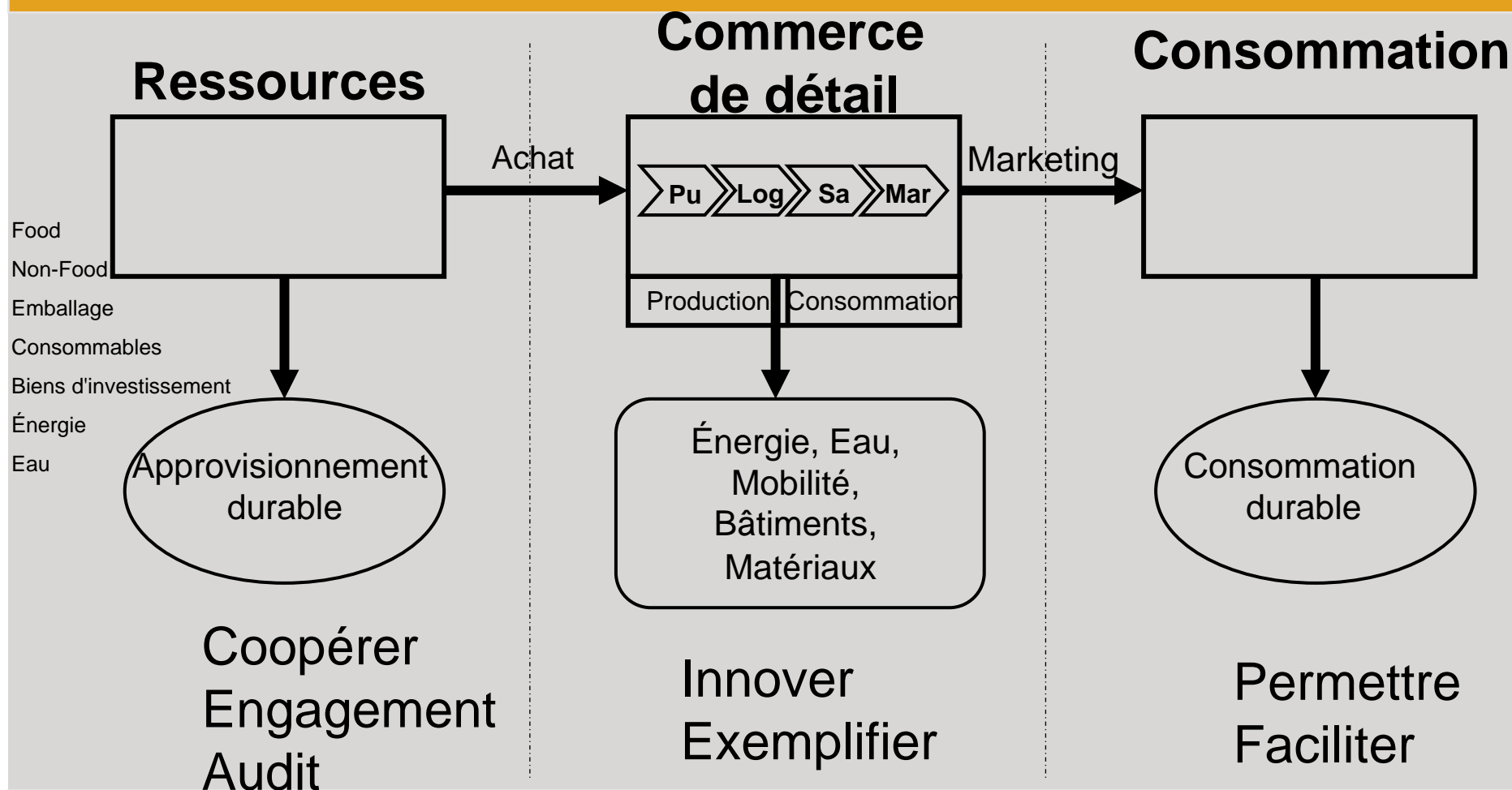
# Ambition : 2015 -> fin 2011



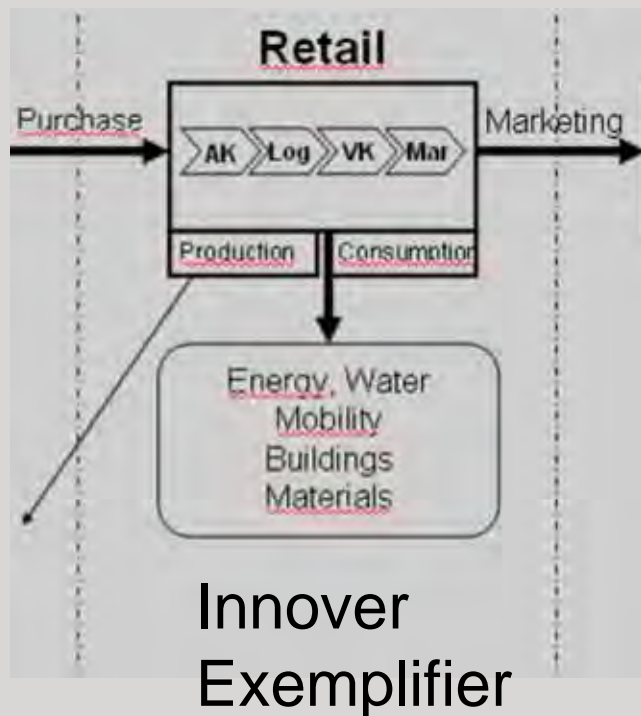
# Priorités et choix

- **Modèle « supply chain »**
- **Prendre ses responsabilités** = faire des choix en fonction d'un retour maximal
- **Solutions créatives** pour des défis pratiques
- Prendre des initiatives basées sur les **opportunités de business**

# Responsabilité



# Commerce de détail durable



- 1ère priorité : notre maillon dans la chaîne
- Influence directe
- Thèmes pertinents

# Magasins sobres



## Réfrigération efficace

Surgélateurs-coffres fermés (= - 35 millions de kWh / an)

1 entrée/sortie réfrigérée avec zones froides

Pas de transport / espace de stockage réfrigéré



# Magasins sobres



## **Magasins sobres**

Coût moyen de  
l'énergie : 100 euros /  
jour



## **Chauffage**

Aérothermes à  
gaz



## **Éclairage fonctionnel**

Ballast électronique

# Prévention des déchets



## Emballage :

Déchets évités : 6 000 000 kg en 9 ans

Nombre de km évités : 59 200 km

Par exemple :

- Vin : suppression des subdivisions en carton : 13 000 kg de carton économisés
- Café : épaisseur boîte de café : 0,28 mm à 0,22 mm → économie de 21 % en matières premières
- Box en plastique réutilisables pour le transport des fruits et légumes vers les magasins



# Investir dans la méthanisation



- Méthanisation de déchets organiques
- 2009 -> 17 000 tonnes  
= 3 935 000 kWh (1 125 familles)
- Futur : notre propre installation

# Transport durable

## Économique

- Taux de remplissage de 98% : réduction de 6,7 million de km par an
- Optimisation des chargements de retour
- Combinaison frais, surgelés, alimentation sèche, boissons, ...

**LIVRAISON CENTRALE**



## Écologique

- Prévention des kilomètres parcourus
- Optimisation du volume de transport
- Moteurs Euro 5
- Truck hybride

## Social

- Itinéraire optimal
- Nombre minimal de livraisons au point de vente
- Charte de courtoisie
- Livraisons silencieux

# Projets vélo: Bike to Work

## Économique

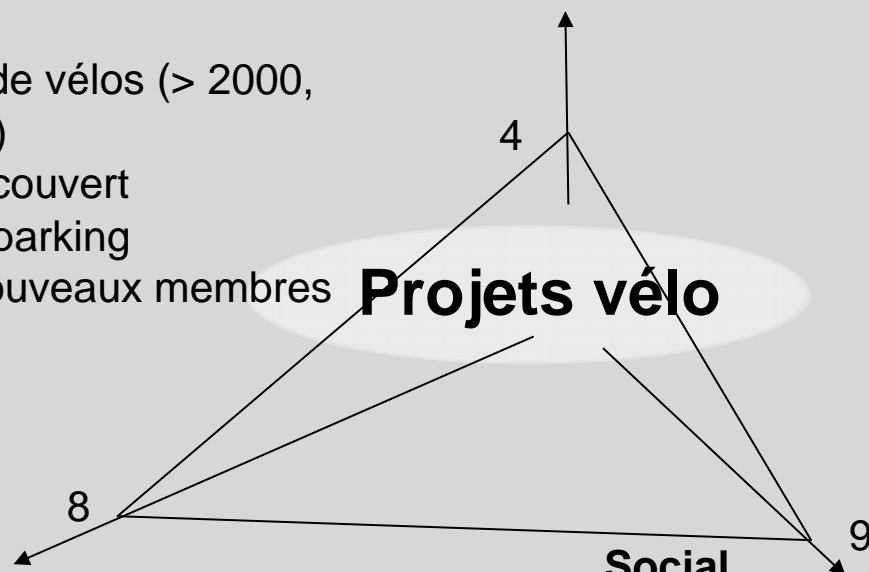
- Achat et entretien de vélos (> 2000, = 9,3 millions de km)
- Location d'un abri couvert
- Plus de places de parking
- Recrutement de nouveaux membres du personnel

## Écologique

- Moins de kilomètres parcourus
- Économie de carburant et prévention d'émissions atmosphériques

## Social

- Éviter que la congestion du trafic continue d'augmenter
- Déplacements domicile-travail confortables
- Collaboration avec le service de réparation des vélos : emploi social



# Transport durable

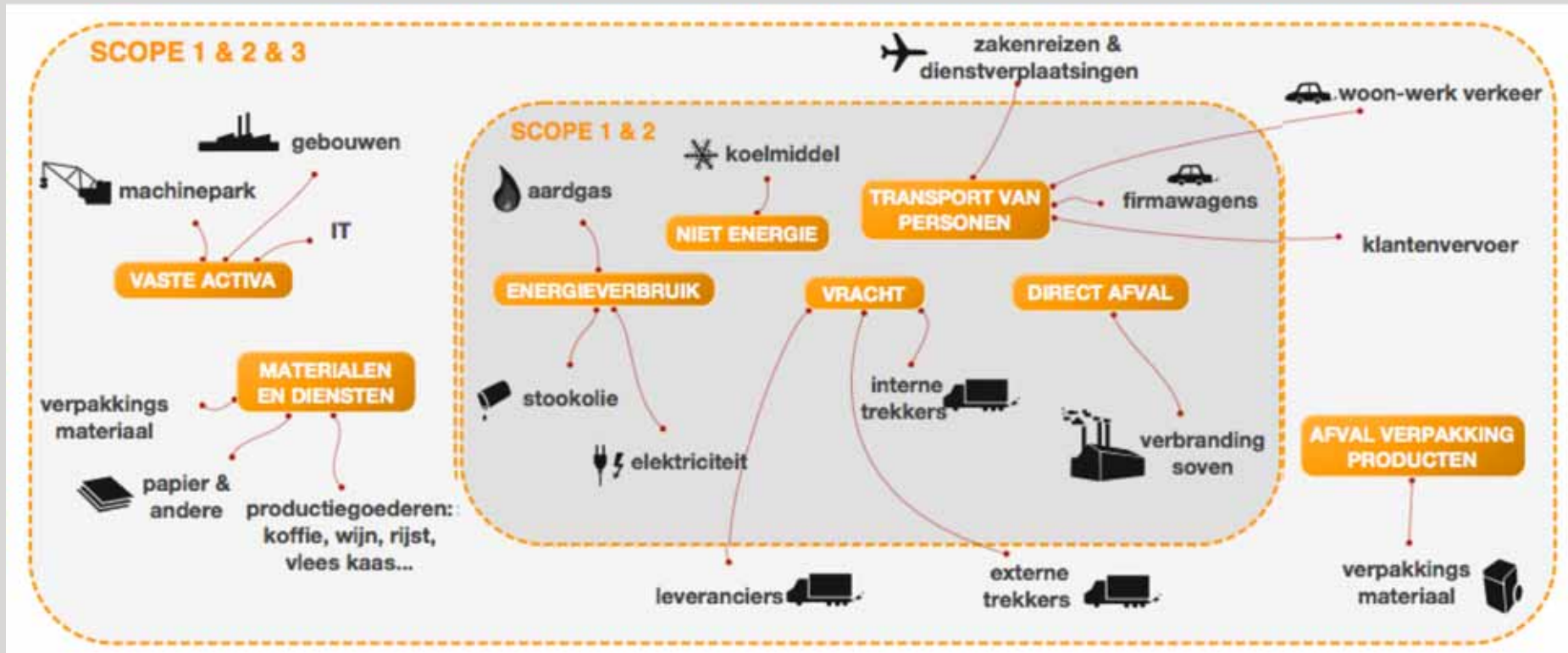


Exemple : camion hybride

- Développement interne
- Livraison silencieuse
- win – win – win

# L'empreinte carbone

- 2008: décision à faire CO2 Balance Groupe Colruyt
- 2010: 2008 est finalisé, on fait 2009 afin d'évaluer l'amélioration
- Cadre: Green House Gas Protocol + bilan carbone



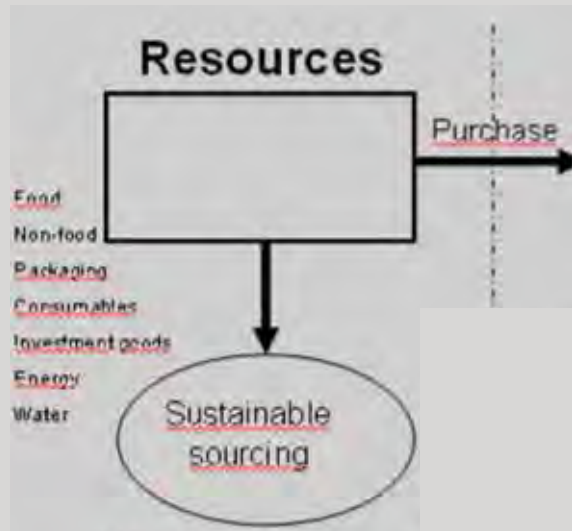
Scope réflexion: (source owned by)

- impact
- pertinence de réduction
- stakeholders

Retail-context → fast moving products (scope 3)

Chaque acteur dans la chaine doit réduire son propre impact

# Approvisionnement durable



Engagement  
Audit

## Exemple 2002 : charte **Child labour**

- **Audits** de tous les fournisseurs non-food
- EUR 90 000 en 2010
- **Coopération** internationale collègue-distributeurs

# Approvisionnement durable : Collibri Foundation for education

- Foi en la formation :  
condition préalable au  
développement  
durable
- En collaboration avec  
les producteurs et les  
clients
- Pays d'origine

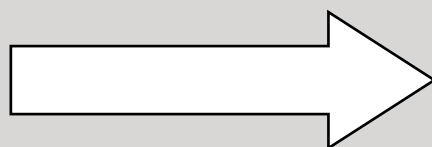


# Qu'avons-nous accompli ?

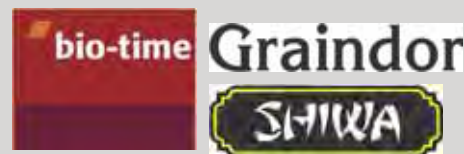


Environ dix projets (y compris la scolarisation en Indonésie et en Inde, « Zuiddag »)  
Investissement total dans la scolarisation jusqu'au 31/03/2010 : EUR 818 656

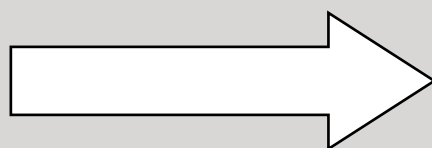
# Ambition : scolarité accrue



Le logo indique que 5 % de la vente est reversée à la Collibri Foundation

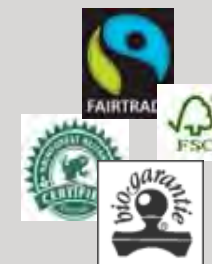


Intégration dans des grandes marques



Plus de produits avec une rotation plus importante

Lien entre business durable (labels) et scolarisation



# Consommation durable : Détergents concentrés

- À terme, Colruyt veut uniquement proposer des détergents concentrés
- Ils sont plus respectueux de l'environnement et plus efficaces
- Moins de transport, moins de déchets



slide 32



-> Requiert conscience et engagement de la part du producteur et du consommateur

# Caractéristiques durables du produit



**Premier choix : papier recyclé**  
**Ensuite : FSC (meubles de jardin, tickets de caisse,...)**

**Très bonnes conditions sociales conclues dans les contrats avec les pays à risque**

**Rain Forest Alliance, Fair trade, Bio-équitable, ...**

**Cahiers des charges : qualité (BRC) et demander plus que ce que la loi veut**

**Projets propres à la chaîne : riz, asperges, crevettes,...**



**Audits sociaux : (membre de Initiative Clause Sociale)**



**Supermarché BIO séparé**  
**Marque propre Bio Time**



# Perspectives

- Magasin basse énergie à Louvain (7<sup>e</sup>)
- En 2018, 20 Bio-Planet magasins
- 7000 produits
- Augmenter les références Bio-time aussi pour Colruyt
- Investir dans une bonne qualité des produits
- Produits locales



# Perspectives

- Systématiquement réduire les couts
- Plus de capacité via Collect&Go
- Heures d'ouvertures élargie (8u30 le matin, samedi jusqu'à 20.00)
- Coopérer avec les fournisseurs (qualité, santé, durabilité)

# Conclusion

- Partout dans la chaîne : **initier une spirale ascendante**
- Seuls, nous ne pouvons pas faire la différence, nous pouvons seulement **inspirer** et **stimuler** les gens
- Pas de révolution : **pas à pas**
- Le plus grand des **arbres** était autrefois une très petite **graine...**