



24^{ème} EDITION – 2018

DOSSIER DE CANDIDATURE

CATEGORIE « ESPOIRS DE LA RSE »

FICHE D'IDENTITE

RAISON SOCIALE : SAS PLEURETTE

STATUT JURIDIQUE : SAS

DATE DE CREATION: 23 août 2016

EFFECTIF : 7

ACTIVITE :

- Production et commercialisation de champignons bio.
- Production et commercialisation de kits prêts à pousser.
- Réutilisation de matières (résidus urbains, lieux, matériels,...)

TERRITOIRES D'ACTION : Hauts-de-France

ADRESSE : MIN de Lomme – 2ème avenue – BAT G. case 8-9-10, 59160 LOMME

TELEPHONE : 0771446881

SITE INTERNET : www.pleurette.fr

Contact(s) :

Jurgen ENGERISSER, Président et co-fondateur, 07.71.44.68.81, hello@pleurette.fr ou winergies@outlook.com

Gabrielle RADOUX, co-fondatrice, 07.71.44.68.80, hello@pleurette.fr, gabrielleradoux@hotmail.com

PRESENTATION DE VOTRE ENTREPRISE

VOTRE HISTOIRE, VOTRE ACTIVITE

1) Racontez-nous l'histoire de votre entreprise ? Quelle est votre mission, quelles sont vos valeurs ?

Jürgen et Gabrielle découvrent l'économie bleue et ses principes de remettre l'humain et l'environnement au centre des préoccupations d'une entreprise économiquement rentable. Suite aux rencontres avec divers citoyens lors du World Forum 2014, le petit groupe lance dans un garage des kits de champignons à faire grandir sur du marc de café. Aujourd'hui, l'entreprise a développé la culture de champignons frais bio dans des containers maritimes recyclés en sus des kits sur le Marché d'Intérêt National de Lomme (cœur logistique des produits frais du Nord de France) ainsi qu'à 12 mètres de profondeur dans les catiches de Faches-Thumesnil, anciennes carrières de pierre réutilisées. D'autres projets sont en cours d'études, comme la réalisation d'une sauce bolognaise végétalienne avec les résidus de pieds de Pleurotes (valorisation de nos propres résidus).

Notre mission est de **favoriser l'émergence de solutions alternatives** pour accompagner la région à la valorisation de ses résidus et au changement de comportement vers un mode alimentaire sain et soucieux de son environnement en proposant des **modèles de production innovants, des produits sains et locaux, et un accompagnement sur mesure.**

Valeurs :

- ✓ Recyclage intelligent
- ✓ Respect de l'environnement, apprendre à faire soi-même.
- ✓ Production locale
- ✓ Qualité, sain et bio
- ✓ Ethique
- ✓ Création d'emplois de qualité

2) Quelle est l'activité de votre entreprise ? Quelles sont vos relations avec les acteurs extérieurs à votre entreprise ?

Pleurette **produit et vend des champignons de qualité et bio**. Une partie de sa production se situe sur le MIN de Lomme, cœur logistique du frais en Hauts de France, à côté des grossistes car elle a transformé 4 containers maritimes en champignonnière. Elle produit également principalement des Shiitake à Faches-Thumesnil dans des catiches (anciennes carrières de pierre calcaire). Pleurette allie ainsi innovation et tradition.

Pleurette veut donc **valoriser des lieux, créer de l'emploi mais aussi valoriser des résidus urbains** comme le marc de café et les drêches de brasserie utiles également à la culture du champignon. Elle valorise actuellement ces résidus en **kits de culture de champignon** à faire pousser facilement à la maison pour les particuliers. Mais l'objectif final est de produire elle-même ses substrats à base de résidus afin de produire la totalité des champignons frais.

Pour récupérer ces résidus, Pleurette **utilise et optimise des logistiques existantes** et profite de son lieu d'implantation stratégique. Elle utilise la « reverse logistique » avec un grossiste livrant quotidiennement des restaurants et est au cœur d'un bassin économique où restaurants, brasseries, entreprises foisonnent.

Pleurette faisant la guerre au gaspillage et aux déchets, le **substrat résiduel est également valorisé** en matière organique régénérant les sols des maraichers bio de la Région, et les invendus/pieds/champignons manquant d'esthétisme, seront eux valorisés en produits agro-alimentaires BIO et végétariens.

Le positionnement de Pleurette se fait principalement sur les 3 marchés en hausse depuis plusieurs années. Le bio, le local et le Végétarien/Végan. Pleurette entre dans des domaines qui font beaucoup parler d'eux comme l'agriculture urbaine, le zéro déchet, les circuits courts, l'upcycling, l'économie circulaire, le développement durable et le végétarisme.

Pleurette s'insère dans le territoire autour de Lille et dans les Hauts-de-France et veut devenir la référence en champignon Bio Gourmet issus de recyclage intelligent en Région. 7 personnes travaillent chez Pleurette. Un des grands objectifs de l'entreprise est la création d'emplois. Pleurette repense l'emploi de qualité dans l'entreprise en soulignant l'individualité de chacun et l'importance de la participation au sein de l'entreprise.

VOTRE DEMARCHE RSE

3) Dans quel contexte votre démarche RSE s'inscrit-elle (contexte légal, pratiques habituelles du secteur, du territoire) ? Quel en a été l'élément déclencheur ?

Constat: aujourd'hui, beaucoup de produits frais parcourent des centaines de kilomètres pour approvisionner les lieux de vente de la région. Cela entraîne de la pollution, un manque de fraîcheur des produits et des emplois délocalisés. De plus, l'agriculture et les industries en agro-alimentaires utilisent souvent des produits chimiques alimentant les scandales alimentaires.

Les consommateurs désirent de plus en plus acheter des produits frais, sains, locaux et BIO et savoir ce qu'ils mangent, comment cela a été produit et par qui.

L'entreprise s'inscrit au sein d'un contexte de respect de l'environnement avec sa production certifiée « bio » et son mode de production qui valorise les résidus locaux.

Le respect de l'humain se manifeste doublement. Premièrement elle crée une nourriture saine et de qualité. Deuxièmement elle travaille en économie sociale par la réinsertion sociale de personne par le travail. Enfin, nous travaillons en intelligence collective dans les prises de décision au quotidien.

4) Quelles sont les grandes lignes stratégiques de votre démarche RSE (objectifs économiques, sociaux, environnementaux) ? Comment la RSE s'intègre-t-elle dans votre offre ?

ENJEUX :

- Environnemental : limiter un maximum l'impact de nos productions sur l'environnement (bio, issu du recyclage, utilisation de la logistique inversée) et valoriser des résidus (réduction des déchets) en produits de qualité
- Promouvoir la production et la consommation de produits alimentaires de qualité et locaux.
- Créer une alimentation de qualité, riche en protéine qui convient aux vegans
- Pérenniser la création d'emplois locaux (dont les emplois non qualifiés) non-délocalisables.

OBJECTIFS :

⇒ Economiques :

- o **Poursuivre et légitimer la réutilisation des résidus** en les valorisant comme matières.
- o Développer l'image de l'entreprise en s'appuyant sur notre concept de production locale, qualitative issue du recyclage à valeur ajoutée se démarquant des concurrents.
- o Devenir la référence en champignons biologiques, gourmets, hyper frais et qualitatifs
- o Développer notre gamme de produits

⇒ Sociaux :

- o Développer la construction de l'entreprise en permettant à chaque travailleur de trouver sa place en fonction de ses compétences et connaissances.
- o Permettre à chacun de participer au développement de l'entreprise en gardant si possible des tâches diversifiées.
- o Valoriser la **réinsertion socio-professionnelle**
- o Créer de l'emploi non délocalisable, de qualité et faisant sens
- o Co-construire et pratiquer **l'intelligence collective**

⇒ Environnementaux :

- o Poursuivre la réutilisation des lieux, le recyclage des matières. Réfléchir à partir de ce point de vue dans toutes nos instances d'actions et de prestations.
- o Produire un maximum en local à partir de ressources sous-utilisées ou valorisées
- o Valoriser notre substrat résiduel en engrais bio pour les sols.

⇒ Sociétaux :

- o Encourager la consommation de champignons comme source d'alimentation locale bio et bonne pour la santé.
- o Réinsérer des personnes par le travail
- o Sensibiliser à la nature, à la biodiversité, à la protection de l'environnement par la culture à domicile, au do it yourself.

5) Avez-vous des outils de suivi ? Avez-vous reçu des prix et nominations ? Avez-vous obtenu des certifications ?

Nous nous sommes créés des fichiers de suivi pour la production, les entrées et les sorties, la gestion des ressources humaines sur Excel.

Nous sommes lauréats 2018 du réseau entreprendre et bénéficions d'un accompagnement, nous avons gagné un concours européen KATANA (avons fini 2e sur 650 projets). Nous sommes également incubés à EURALIMENTAIRE.

Nous sommes certifiés BIO par ECOCERT.

6) Pourquoi candidatez-vous aux Trophées de l'Economie Responsable ?

Pleurette a choisi de produire des champignons bio et sain en soutenant des valeurs de respect de l'humain et de l'environnement en s'appuyant sur le recyclage intelligent. Nous souhaitons poser notre candidature afin de valoriser nos actions mais également pour profiter de l'avis d'experts en vue d'améliorations possibles à notre échelle. Enfin nous voulons contribuer aux bonnes pratiques RSE des entreprises par le partage de et avec celles en cours dans le réseau.

II/ DETAILS DE VOS ACTIONS RSE

GOUVERNANCE

7) Comment est organisée la gouvernance de votre entreprise ? et dans quelle mesure permet-elle l'implication de vos collaborateurs & autres parties prenantes ?

- Nous voulons un recrutement individualisé. L'entreprise ne recherche pas de profil type mais souligne l'importance de la motivation. Chacun peut s'impliquer dans l'entreprise sur base de **savoir-faire**. Nous favorisons l'apprentissage par la collaboration.

- Les travailleurs sont impliqués dans les choix stratégiques pour l'entreprise afin de favoriser le dialogue et l'intelligence collective.

8) Comment sensibilisez-vous vos parties prenantes à votre démarche RSE ? Quels outils utilisez-vous ?

La communication, le partage et la collaboration sont les outils mis en place au quotidien avec nos parties prenantes pour construire et faire évoluer Pleurette.

Nous avons convaincus nos clients par la qualité et la diversité de nos produits. Ils ont essayé les produits, sont venus visiter les lieux de production. Nous avons également édité des recettes pour chaque type de champignon.

Nos salariés entrent dans une entreprise ayant des valeurs communiquées et partagées. Ils veulent faire grandir l'entreprise et véhiculer son message.

9) Avez-vous pris des mesures pour améliorer les conditions de travail et le bien-être de vos collaborateurs ? Qu'avez-vous mis en place pour favoriser leur développement professionnel?

Nous créons et développons le travail en collaboration avec les personnes du terrain que ce soit dans l'opérationnel ou dans les bureaux. Nous mettons au point des procédures afin de rendre le travail naturellement efficace.

Chaque collaborateur, salarié ou stagiaire, a pu bénéficier d'un coaching par des coaches certifiés.

10) Comment votre entreprise favorise-t-elle la Diversité, l'égalité des chances ? (lutte contre les discriminations, égalité homme/femme, personnes en situation de handicap, senior, insertion...).

Dans l'entreprise, l'égalité homme/femme est très présente, au niveau de la gestion (un co-fondateur et une co-fondatrice) et des salariés.

Nous avons déjà fait appel à de l'intérim social et depuis peu comptons une personne en situation de handicap dans l'équipe.

Nous travaillons aussi avec des étudiants venant en stage (entre 2 et 6 mois) dans différents domaines.

PRISE EN COMPTE DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

11) Comment prenez-vous en compte l'impact de vos activités sur l'environnement ?

- Réalisation d'un laboratoire de valorisation des résidus urbains (marc de café et drêche de brasserie) professionnel en substrat à champignon.
- **Valorisation de notre propre résidu de culture.** Le substrat résiduel en engrais et invendus/pieds de champignon en produits agroalimentaires.
- Limiter les transports en utilisant des logistiques existantes et en produisant nous-mêmes notre substrat (ne plus en faire livrer d'une entreprise spécialisée).
- Travailler au maximum avec des fournisseurs locaux

BONNES PRATIQUES D'AFFAIRES : ÊTRE ACTEUR LOYAL ET RESPONSABLE SUR LES MARCHÉS

12) Comment s'organisent les relations avec vos fournisseurs, sous-traitants, concurrents, partenaires ?

Nous travaillons depuis plus d'un an avec les mêmes fournisseurs, les plus locaux possibles afin de nous fournir en matières premières comme le packaging (colis, barquette, étiquette, carton pour les kits, marc de café...). Nous avons construit une **relation de confiance** avec eux.

Nous livrons surtout des **grossistes du MIN afin d'optimiser une logistique existante** et livrons en direct les magasins les plus proches.

CLIENTS ET CONSOMMATEURS : RESPECTER LEURS INTÉRÊTS

13) Comment s'organisent les relations avec vos clients – B2B et B2C (relations clients, écoute client, satisfaction clients...) ?

Nous travaillons essentiellement avec des grossistes qui distribuent nos produits sur le territoire. Nous livrons en direct quelques magasins de producteur ainsi que des magasins en circuit court. Nous livrons également en direct un chef étoilé, Florent Ladeyn. Nous nous sommes également lancés dans la grande distribution. Enfin, nous vendons des kits dans quelques épiceries, magasins et sur notre site internet.

Nous avons réussi à maintenir et à développer notre nombre de clients depuis plus d'un an et avons construit des relations de confiance. Nous livrons certains grossistes quasiment tous les jours pour qu'ils aient des champignons plus frais, développons au fur et à mesure la gamme de champignons (pleurote jaune, eryngii et nameko). Nous diffusons plusieurs recettes à travers notre site internet et les réseaux sociaux.

14) Comment prenez-vous en compte la sécurité des utilisateurs dans le choix/développement de vos produits/services ? Comment assurez-vous l'accessibilité pour tous de vos produits/services ?

Nous avons développé une gamme de produit BIO, l'organisme ECOCERT nous a déjà contrôlé deux fois en un peu plus d'un an et le service des fraudes du BIO a même analysé des échantillons de nos productions. Nous mettons en avant cette certification sur les étiquetages de nos produits.

Nous travaillons en hyper frais. Nous vendons la cueillette du jour et/ou de la veille.

Nous notons la date d'emballage sur nos produits pour que les consommateurs choisissent le produit le plus frais.

Nous travaillons avec différents acteurs afin d'approvisionner différents réseaux de distribution du territoire.

ENGAGEMENT SOCIÉTAL : ALLIER LES INTÉRÊTS DE L'ENTREPRISE ET CEUX DE LA COMMUNAUTÉ

15) Comment contribuez-vous au développement économique local ?

Nous voulons agir sur notre territoire :

- en valorisant des résidus urbains
- en réduisant les déchets et en protégeant l'environnement
- en produisant de l'alimentation saine
- en participant aux dynamiques d'agriculture urbaines en cours (Roubaix, Fives Cail, M.I.N.)
- en recréant du lien
- en favorisant la création d'emplois durables
- en travaillant sur la réinsertion professionnelle et le développement humain

16) Menez-vous des projets en collaboration avec des acteurs de la société civile (associatifs, pouvoirs publics, écoles, ESAT....) ?

Nous travaillons sur les projets de valorisation de nos propres résidus avec l'université agronomie ISA et le laboratoire ADRIANOR.

III/ PRINCIPAUX RESULTATS OBTENUS ET ATTENDUS

17) Détaillez vos premiers résultats (CA, nombre de clients, facteurs de succès...)

Nous avons réalisé un chiffre d'affaires en année 1 de 334 K€ (HT)- septembre 2016 à décembre 2017. Aujourd'hui, nous travaillons avec 6 grossistes, 7 magasins en direct, 2 restaurants renommés et la grande distribution couvrant tout le territoire et pour certains toute la France.

Nous produisons localement des champignons bio qui est une protéine durable et non animale (le surnom du pleurote est le steak végétarien). Nous répondons ainsi aux besoins de plusieurs types de consommateurs; Les locavores, ceux qui ne consomment que du bio, les végétariens/végétaliens et végétans : 3 marchés en pleine explosion. 83% des Français privilégient les produits locaux, 44% en achètent très souvent, 69% disent en acheter de plus en plus. le Bio a pris 5.4% de superficie engagée de 2013 à 2014, plus 7% de distributeurs vendent ces produits, plus 10% de la consommation à domicile, plus 11% dans la restauration collective. 76% des produits bio consommés en France viennent de France ! Quant aux produits végétariens/végétaliens/végétans ne sont pas limités aux personnes pratiquant ces régimes mais aussi aux omnivores et ceux achetant du BIO; 80% des consommateurs bio considèrent les aliments à base de végétaux plus sains, 17-20 % privilégient ces aliments alors que : 2-3 % des Français sont végétariens, selon une étude réalisée dans plusieurs magasins bio en 2014.

C'est un marché ouvert à tous en extrême croissance. Depuis 2010, on connaît un véritable boom Végan, avec une croissance de 17% du chiffre d'affaires selon "Statista".

Les difficultés rencontrées:

- Pleurette a connu des débuts très difficiles qui ont entraîné des pertes financières, des retards dans la commercialisation, dans la production et dans l'engagement du personnel. Elle a dû lancer l'entreprise avec le tiers des moyens et la moitié du personnel prévus au business plan. De ce fait, elle n'a pas su mettre en route efficacement et durablement les cultures. Elle a également dû, pour répondre à la demande et réaliser du chiffre d'affaires, faire appel à une agence d'interim augmentant ainsi le coût de la masse salariale.
- Ayant prévu cette perte en année 1, Pleurette a donc procédé à des levées de fond afin d'éponger cette dette mais aussi afin de s'installer de manière plus professionnelle et de pouvoir embaucher durablement des employés pour différentes tâches (cueillette, préparation de commandes, livraisons, facturation, tenue administrative).
- Cette première année lui aura permis de se faire ses premières armes tant au niveau de la production, que de l'achat des matières premières, du temps de travail effectif ou encore de la commercialisation.

18) Expliquez vos perspectives d'évolution à court/long terme (business plan, plans d'action, création d'emplois...)

Vision du développement de l'entreprise à moyen terme (3 / 5 ans)

Pleurette alimentera ses distributeurs en divers champignons bio gourmets ainsi qu'en kits de culture, et bientôt en barbe de capucin BIO. Elle opèrera à une saturation du marché et une diversification de produits.

Pour cela, elle agrandira ses cultures afin de répondre à la demande de toute la région Hauts-de-France et de l'Eurométropole. Elle produira une partie puis l'intégralité de son substrat elle-même et pourra peut-être en produire pour d'autres (il n'y a pour l'instant qu'un seul producteur de substrat BIO en France, situé en Bretagne). De plus, Pleurette se lance dans les produits agro-alimentaires car elle travaille sur une gamme de produits préparés bio et végétariens comme une sauce bolognaise, des apéritifs dinatoires et des steaks à base de ses résidus de culture (invendus et pieds de champignons).

D'ici à 5 ans, le modèle Pleurette pourrait créer des satellites ailleurs en France, grâce au partenariat développé avec les 3 Brasseurs. Elle va récupérer leurs drêches pour les valoriser en substrat à champignons et revendre ses pleurotes aux cuisines des différents 3 Brasseurs. Les 3 Brasseurs se situant un peu partout en France, Pleurette pourrait s'installer à côté d'un noyau de brasseries comme ici à Lille.