

DOSSIER DE CANDIDATURE
TROPHÉES DE L'ÉCONOMIE RESPONSABLE 2020
Catégorie « Espoirs de la RSE » - entreprises de moins de 3 ans

SUBLIMEURS

Dossier suivi par Charlotte Calonne, Charlotte Coupigny, Laurie Decoux et Sophie Letartre

I/ PRÉSENTATION DE L'ORGANISATION CANDIDATE

1. INFORMATIONS GENERALES

Raison sociale : SAS VALENTINA, Nom commercial « Sublimeurs »

Statut : SAS

Date de création : 02/08/2018

Domaine d'activité : Gastronomie durable

Territoire d'action : Hauts-de-France

Effectif : 7 personnes (3 associés, 4 collaborateurs)

Adresse complète : 87 rue Nationale, 59000 LILLE

Personne en charge du dossier :

Alaude LEFEBVRE, Présidente - alaude@sublimeurs.fr - 06 67 68 18 07

Autre contact : Laureen ESMANGART, Chef de projet culinaire – laureen@sublimeurs.fr

Site Internet : www.sublimeurs.fr

Compte twitter : @sublimeurs

Prix et nominations :

- Lauréats Hodéfi 2019 (LMI Innovation)
- Skema Ventures Awards 2019
- Lauréat Réseau Entreprendre

Certifications :

- Statut Étudiant-Entrepreneur 2018
- Incubé SKEMA VENTURES 2018
- Accélérateur REV3 2019

2. CONTEXTE & ACTIVITÉ

1) Racontez l'histoire de votre structure

En 2016, Alaude est au restaurant avec sa famille et surprend sa mère en train de soulever l'assiette en céramique dans laquelle elle est en train de manger, pour en découvrir la marque. La restauratrice s'approche pour expliquer que l'assiette a été fabriquée et imaginée par un artisan local. Deux ans plus tard, Sublimeurs s'engage à partager le plaisir du « bien manger » dans les Hauts-de-France. Nous partageons sur www.sublimeurs.fr les plus belles adresses engagées pour une gastronomie responsable, ainsi que l'histoire des femmes et des hommes qui les font vivre.

2) Expliquez l'activité de votre entreprise

Sublimeurs est une **agence culinaire engagée, spécialisée dans la communication digitale**. Nous accompagnons les restaurants responsables, les entreprises engagées, et les plus belles marques culinaires dans leur stratégie de communication, leur rayonnement et leurs choix responsables.

Sublimeurs est une agence unique et innovante par son **réseau collaboratif d'acteurs engagés**. Nos membres peuvent facilement se rencontrer, communiquer, se valoriser, collaborer et co-construire l'alimentation de demain. Cette démarche de valorisation collective et vertueuse est portée par plus de **40 restaurateurs responsables et 60 marques/artisans locaux**.

Notre atout chez Sublimeurs est le **réseau très qualitatif** d'acteurs engagés. **Nous faisons cotiser les membres, ce qui leur donne accès :**

- au référencement sur www.sublimeurs.fr (shooting et contenus rédactionnels)
- à une visibilité sur nos réseaux sociaux
- à notre carnet d'adresses responsables et aux mises en relation qualifiées
- aux plans de communication et aux opportunités événementielles

Nous proposons aux membres du réseau Sublimeurs (et entreprises extérieures, sur une base de tarifs différents) des **prestations de communication digitale, d'événementiel et de conseil en développement autour du bien manger**. Nous prenons par exemple en charge la stratégie globale de communication de sociétés qui ont souhaité l'externaliser (gestion de réseaux sociaux, création et déploiement de campagnes de communication, création de sites, événementiel, etc).

Dernièrement, nous avons ouvert une branche **conseil en gastronomie durable** qui nous permet d'accompagner des acteurs dans leur transition écologique, de l'analyse au plan d'actions concrètes.

3) Pourquoi candidatez-vous aux Trophées de l'Économie Responsable ?

Être lauréat de Réseau Alliances permettra la reconnaissance de l'engagement sociétal de Sublimeurs à travers l'accompagnement proposé à nos partenaires (développement de leur sourcing de fournisseurs locaux, aide à la revalorisation de leurs déchets, communication sur leurs initiatives responsables...).

Cela encouragera notre équipe, ainsi que la communauté Sublimeurs à poursuivre dans la voie de leurs engagements : Responsabilité environnementale, participation au développement économique de leur territoire et implication en tant qu'ambassadeur d'une gastronomie durable et responsable.

II/ STRATÉGIE

1. MISSION & VALEURS

1) Quelle est la mission / la raison d'être de votre entreprise ?

Sublimeurs s'engage pour rendre accessible le « bien manger » et a pour mission de fédérer et d'accompagner les acteurs de la gastronomie vers une alimentation saine, durable et délicieuse.

2) Quelles sont vos valeurs ?

Valeurs partagées par les membres de l'équipe Sublimeurs et avec nos partenaires :

- AUTHENTICITÉ : La sincérité dans nos propos, l'honnêteté et la transparence dans notre travail
- PROXIMITÉ : Les relations humaines et respectueuses que nous entretenons avec nos partenaires et nos collaborateurs.
- RESPONSABILITÉ : Notre engagement dans une démarche respectueuse de l'environnement et des hommes.
- PARTAGE : Être des ambassadeurs d'une gastronomie plus responsable.

2. ENJEUX & OBJECTIFS

1) Quels sont les enjeux RSE liés à votre activité ?

Nous avons la responsabilité de faire partager le plaisir du « bien manger » pour tous. Nous faisons partie d'une génération émergente participant à « la révolution délicieuse, vertueuse et joyeuse » (chef Olivier Roellinger). L'alimentation est au cœur des enjeux de nos sociétés, tant sociaux, économiques, environnementaux, culturels que de santé publique.

Dans cette optique, les enjeux de Sublimeurs sont :

- Mettre sur toutes les tables des aliments sains, durables et délicieux ;
- Valoriser les hommes et les femmes qui y travaillent, petites comme grandes entreprises ;
- Être une activité économiquement pérenne et duplicable.

2) En fonction de ces enjeux, quels sont les objectifs de votre entreprise ?

Objectif global : Devenir la référence en gastronomie responsable
(« gastronomie » dans son sens d'origine : art de faire un bon repas)

- ⇒ **Économiques : ancrer notre rentabilité sur un marketing de la demande.** Nous sommes au quotidien en contact avec les restaurateurs, artisans et marques engagées locales. Notre offre est donc basée sur l'expérience terrain. Notre modèle économique, la communication culinaire responsable, s'attache au développement durable, aux tendances culinaires, au design et au digital plutôt qu'à la grande distribution et aux promotions.
- ⇒ **Sociaux :** Nous faisons donc le choix de **travailler directement**, d'où notre valeur de proximité, **avec des artisans, des producteurs, des commerçants, des restaurateurs, des chefs et des marques locales engagées pour une gastronomie durable.** Nos clients collaborateurs sont donc nécessairement sensibles aux enjeux sociaux de l'alimentation pour **accompagner au mieux nos partenaires dans leurs choix responsables**, au-delà de leur stratégie de développement (une juste rémunération des fournisseurs locaux, aide aux sans-abris, accueil de personnel en formation ou issu de l'immigration, stages de réinsertion dans leur cuisine, ...). Nous avons mis en place une **démarche de bien-être au travail** structurée. 1 fois par mois, notre chargée RSE nous réunit pour une formation et/ou un échange (amélioration de l'espace de travail, cours de méditation pour booster son efficacité, bonnes pratiques de numérique responsable)
- ⇒ **Environnementaux :** Les objectifs environnementaux sont liés aux 4 dimensions de la culinarité, qui met la qualité au cœur des préoccupations des consommateurs et les invite à mieux dépenser pour bien manger.

Chaque dimension de la culinarité a un impact positif sur l'environnement que nous mettons au cœur de notre développement d'entreprise :

- Qualité : choisir de **valoriser des produits raisonnables**, sans pesticides et/ou alternatifs.
- Créativité : **favoriser la créativité culinaire** de nos cuisiniers pour **moderniser les traditions locales**.
- Savoir-faire : **remettre au goût du jour** les savoir-faire du terroir et **valoriser les circuits courts**.
- Partage : **proposer des événements culinaires** qui prônent les **richesses locales** et favorisent le **partage** entre les générations et entre producteurs, cuisiniers et consommateurs grâce à l'économie circulaire.

⇒ **Sociétaux** : Il y a eu de multiples changements sociétaux portés par les grandes tendances culinaires. Avant que la nourriture ne devienne une tendance, c'est d'abord un besoin primaire. Aujourd'hui se redessine dans les assiettes des chefs, **un retour à la terre et à l'authenticité**. C'est cette dernière tendance alimentaire qui est au cœur des enjeux de notre entreprise : **la construction d'une démarche durable dans l'alimentation et la restauration pour les années à venir**.

L'alimentation est devenue un moyen de communiquer ses engagements et ses opinions.

III/ DEMARCHE ET ACTIONS

Pour votre entreprise, expliquez :

- 1) **Gouvernance et conditions de travail** : organisation, relations et conditions de travail, égalité des chances, lutte contre les discriminations, diversité, formation, bien-être des collaborateurs...

L'équipe : Nous sommes une équipe de **7 personnes**, 5 femmes et 2 hommes entre 22 et 45 ans. Chacun vient d'études, de formations, d'expériences et de régions différentes. Nous avons une équipe très diversifiée avec des **expertises différentes et complémentaires**.

Notre routine : Chaque lundi à 11h, nous organisons un **Kick Off collectif** en deux temps : la météo personnelle des collaborateurs, le développement de Sublimeurs et les projets de l'agence culinaire. Tous les premiers jeudis du mois, nous nous retrouvons autour d'un goûter pour relever les indicateurs du mois et les objectifs atteints. Chaque collaborateur a son temps de parole et d'écoute auprès de l'équipe.

Notre organisation interne : Nous nous adaptons aux obligations familiales et aux contraintes de transports de nos collaborateurs afin d'**optimiser le temps de travail et leur confort**. Notre ambition est de trouver leur équilibre professionnel et personnel.

Égalité des chances, lutte contre les discriminations : Nos **exigences** sont rédigées dans notre **charte** que nous communiquons en interne à nos collaborateurs, ainsi qu'à tous nos partenaires. Cette charte est **signée par toutes les parties prenantes de Sublimeurs**. De plus, le modèle économique de Sublimeurs est collaboratif, notre valeur vient donc de la diversité des personnes avec qui nous travaillons (internes comme externes).

Le système de gouvernance entre actionnaires : La gouvernance est organisée selon l'objet et les enjeux à travailler : les associés (Alaude, Yann et Valentin) se réunissent tous les mois pour **vérifier et faire évoluer la stratégie et le CAP de l'entreprise**. C'est l'organe de décision qui entérine les décisions stratégiques d'investissements et de développement de l'entreprise. **Les décisions sont prises à l'unanimité** après échange et analyse des opportunités. Les décisions fréquentes sont l'adaptation de l'offre à la demande client et les recrutements pour répondre aux sollicitations.

Le système de gouvernance avec les collaborateurs : La gouvernance projets est partagée avec l'équipe. Chaque personne a une **compétence complémentaire**, le travail est **partagé**, nous prenons les **décisions ensemble** (déclinaison de la réunion stratégique des associés) **sur l'application opérationnelle des décisions prises**. Par exemple, pour chaque

recrutement, l'équipe s'exprime sur le savoir-être et la complémentarité qui permettra d'avancer tous ensemble sur les projets. Cela permet l'épanouissement et la prise de confiance de nos collaborateurs. La structure a établi un dialogue social naturel, permettant à chaque partie prenante de s'exprimer sur les conditions de travail qu'elle souhaite, ceci afin de répondre au mieux aux demandes de chacun et améliorer la productivité de l'équipe. Chaque collaborateur a également un **point individuel**, réalisé mensuellement avec Alade. Il permet d'aborder les projets professionnels et l'équilibre personnel.

Formations : Quelques formations sont organisées pour nos collaborateurs :

- Formation au CJD pour Alade Lefebvre (2019 – 2020)
- Formation digitale, spécialisée en expérience utilisateur pour Valentin Roose (Juin 2019)
- 2 formations digitales chez « *Lemon Interactive* » (Novembre 2019 et Février 2020)
- Formation sur la communication interne par *BRIKX* pour toute l'équipe (Janvier 2020)

Team Building : nous avons l'habitude de nous regrouper chez certains de nos partenaires, sous les conseils de Laureen. Nous les rencontrons, dégustons leurs produits et découvrons leur savoir-faire ensemble. Notre atelier culinaire permet également des déjeuners d'équipe quotidiens qui sont de beaux moments d'échanges et de partage, autour d'une table et de beaux produits.

2) Environnement :

- Quelles sont les ressources nécessaires à votre activité ?

Nous séparons le bureau en 2 parties : l'espace de travail et l'atelier culinaire.

Les **ressources** quotidiennes que nous utilisons sont **peu nombreuses** dans l'espace de travail. Nous privilégions le **digital** en utilisant par exemple un tableau interactif afin d'éviter le paper board.

Concernant l'Atelier Culinaire, notre cheffe Laureen réalise des recettes (pour notre site et nos réseaux sociaux) afin de communiquer sur les savoir-faire de nos artisans partenaires. Nous réalisons également des recettes vendues en marque blanche à nos clients de l'agence.

- Comment prenez-vous en compte l'impact de votre activité sur l'environnement et quels moyens mettez-vous en œuvre pour le limiter ?

Mobilité : nous limitons nos déplacements en voiture ou empruntons naturellement les transports en commun. Notre bureau se situe à Lille, accessible à **pieds** de la gare et des **transports en communs**. Nous organisons du **co-voiturage** pour les autres déplacements, notamment les visites chez les restaurateurs, artisans ou partenaires.

Réduction et valorisation des déchets / Réduction des consommations d'énergie et émissions CO₂ :

- **Au bureau** : nous n'avons pas la culture de l'impression, au contraire, nos contrats sont numériques et nos présentations sur tablettes. Nous avons changé notre éclairage et nos chauffages électriques dès notre arrivée, pour des modèles de nouvelle génération moins énergivores. Nous faisons aussi naturellement attention à avoir des comportements responsables au sein de nos bureaux : mise hors tension du chauffage en notre absence, ne pas utiliser l'éclairage inutilement...
- **A l'Atelier Culinaire** : Tri sélectif (recyclables, emballages,...), récupération et valorisation des biodéchets (tous les déchets organiques) en compost destiné aux agriculteurs de la région.
- **Chez nos clients** : Sublimeurs est **partenaire de GECCO**, une entreprise solidaire qui collecte et transforme les déchets en énergies renouvelables. GECCO propose aux restaurants Sublimeurs des solutions de **valorisation locale de leurs bio-déchets et des huiles alimentaires usagées**.

→ Depuis Septembre 2019, **3 de nos restaurateurs se sont engagés** dans cette démarche vertueuse de transformation de leurs déchets, faisant figure d'exemples pour le reste de la communauté que nous accompagnons dans cette transition.

→ Grâce aux **3 696 kg de bio-déchets collectés** : plus d'**1 tonne de compost** produite et redistribuée aux agriculteurs locaux.

→ La collecte des huiles alimentaires usagées a permis de produire **577 litres de biodiesel**.

→ Grâce à ces gestes écoresponsables, et plus particulièrement à la collecte des huiles : **1 731 kg d'émission de CO₂ évitées !**

3) Bonnes pratiques d'affaires : relations avec les fournisseurs, partenaires, concurrents, démarche d'achats...

Nous sommes une structure à taille humaine, avec pour mission de recréer le lien humain grâce au digital. La force de notre structure est notre équipe, nous utilisons le digital pour travailler efficacement et nous passons par l'humain pour échanger et développer l'entreprise. Nos collaborateurs partagent les mêmes valeurs, s'épanouissent dans des projets à impacts et accompagnent nos partenaires dans leurs choix responsables.

La particularité du réseau Sublimeurs réside dans sa dimension **collaborative**. Nous choisissons nos clients selon leurs valeurs et dans une **logique de partenariat**. Le but, en signant un contrat **annuel**, est d'initier une relation long-terme. Ce réseau est unique et incroyablement précieux. **Le partage d'engagements communs créé une grande synergie entre tous les acteurs**. Sublimeurs devient peu à peu un **gage de qualité pour les professionnels de la gastronomie**. Un restaurateur va pouvoir travailler les yeux fermés avec un maraicher du réseau, et vice versa. Nos Sublimeurs savent qu'ils achèteront/vendront au **prix juste** et à un acteur respectueux de l'environnement et de la gastronomie.

Tous nos partenaires signent une charte dans laquelle sont décrites nos valeurs :

- **AUTHENTICITÉ** : Garantir la qualité des produits en communiquant sur leur origine.
- **PROXIMITÉ** : Valoriser les producteurs, artisans et commerçants locaux.
- **RESPONSABILITÉ** : S'engager dans une démarche respectueuse de l'environnement et des hommes (collaborateurs, clients, fournisseurs).
- **PARTAGE** : Devenir les ambassadeurs d'une gastronomie plus responsable auprès de leurs clients.

A l'image de nos restaurateurs partenaires, nous privilégions des acteurs locaux comme partenaires et prestataires.

Nous avons très peu de ressources nécessaires à notre activité. Notre structure prône le digital en proposant des solutions numériques à nos partenaires. Dans nos choix de prestataires pour nos prestations de communication internes et externes, nous travaillons avec des acteurs locaux.

Nous sommes également membres de Réseau Alliances et du collectif des Jeunes Pousses ! Ce réseau nous offre un accompagnement, nous permet de challenger notre modèle, d'imaginer de nouvelles collaborations et de faire rayonner Sublimeurs.

4) Clients : proposition d'une offre responsable, relation clients, accessibilité de l'offre, sensibilisation à la consommation responsable...

L'offre Sublimeurs est découpée en deux parties.

Le réseau. Nous valorisons les **démarches responsables** des restaurants, artisans, producteurs et commerçants adhérant à Sublimeurs par la création de leur univers sur Sublimeurs.fr et leur rayonnement sur nos réseaux sociaux.

Nous nous faisons accompagner par des prestataires extérieurs afin de créer un véritable écosystème riche, vertueux et collaboratif autour de nos partenaires, dans le cadre de l'adhésion au réseau Sublimeurs. Des agriculteurs, aux sociétés de valorisation des biodéchets en passant par les associations de récupération des invendus alimentaires (en projet), nous mettons à disposition notre réseau à tous les établissements adhérant à Sublimeurs.

Cette émulsion donne naissance à toute une variété de collaborations qui auraient été unimaginables en dehors du réseau.

L'agence. Nos offres :

- Gestion des réseaux sociaux
- Création de sites internet
- Création de visuels, logo, identité de marque...
- Création de plaquettes commerciales, carte de visites, ...
- Création de recettes en marque blanche par notre cheffe
- Évènementiel : création de buffets locaux et responsables pour faire rayonner les membres du réseaux (artisans et chefs)
- Consulting culinaire (création d'une offre de restauration, sélection de fournisseurs, création de la carte, mise en relation ...)
- Conseil en gastronomie durable. Nous avons ouvert récemment une branche pour accompagner les restaurateurs et marques locales dans leurs choix responsables.

Qu'ils soient restaurateurs, artisans, producteurs, prestataires, nous sommes proches de tous les membres de notre réseau. Cela nous permet de faire du **sur-mesure** et de **répondre précisément à leurs besoins**.

- 5) **Engagement sociétal** : création d'emplois, partenariats avec des acteurs de la société civile (associations, écoles, pouvoirs publics etc.), engagement local, insertion, travail avec ESAT, EA...

En termes de création d'emploi, nous avons embauché notre première salariée le 02/01/19, seulement 5 mois après la naissance de la structure. Favoriser l'emploi local est l'une de nos priorités dans le développement interne de l'entreprise. Aujourd'hui **nous sommes 6 à plein temps** et nous avons pour objectif de monter chaque collaborateur en compétence et de continuer à garder un équilibre sain entre vie professionnelle et vie personnelle.

Notre entreprise a aussi l'ambition d'avoir un **impact positif sur l'emploi local en accompagnant le développement commercial et économique** des commerçants du centre-ville, des artisans de la région et des restaurants partenaires.

Voici quelques exemples d'initiatives prises par Sublimeurs pour encourager la création d'emplois auprès de nos partenaires :

- **Accompagnement des restaurateurs dans leur stratégie de recrutement** par la création de passerelles avec des structures en lien avec la restauration comme l'école de Thierry Marx qui s'installe à Marcq-en-Baroeul en 2020 et avec laquelle nous collaborons : favoriser l'embauche de stagiaires pour une future prise de poste au sein de restaurants souffrant de pénurie de personnel, surtout dans les métiers en salle.
- Travail avec **AG2R La Mondiale** : proposition de réalisation de courtes vidéos pour des structures (artisans ou restaurants) souffrant de manque de personnel (manque d'attractivité de leur profession, ...)
- **Valorisation des métiers de l'artisanat** par des vidéos en immersion « sur le terrain » (travail avec HIKARI, maison d'édition et de production lilloise) et un travail avec la Mairie de Marcq-en-Baroeul pour la valorisation de l'artisanat et de la restauration auprès des habitants.
- Engagement bénévole pour "**Les clowns de l'espoir**" lors d'un évènement annuel (bénéfices pour l'association de 9 000€ lors de l'édition de septembre 2019)

Présentez vos **perspectives de développement** : business plan, chiffre d'affaires à 3 ans, création d'emplois...

Janvier 2019

- Nombre de restaurants adhérents : 13
- Nombre d'artisans/ commerçants adhérents : 19
- Nombre de clients de l'Agence Culinaire : 0
- Marché : Preuve de concept Lille
- Effectif : 3

Janvier 2020

- Nombre de restaurants adhérents : 40
- Nombre d'artisans/ commerçants adhérents : 60
- Nombre de clients de l'Agence Culinaire : 10
- Marché : Ancrage Lille Métropole + Notoriété Hauts-de-France
- Effectif : 6

Janvier 2021

- Nombre de partenaires au global (artisans & restaurateurs adhérents) : 150 acteurs engagés
- Nombre de clients de l'Agence Culinaire : 30
- Marché : Ancrage dans les Hauts-de-France + notoriété nationale
- Effectif : 7

Janvier 2022

- Nombre de partenaires au global (artisans & restaurateurs adhérents) : 200 acteurs engagés
- Nombre de clients de l'Agence Culinaire : 50
- Marché : Référence des Hauts-de-France reconnu nationalement
- Effectif : 9

ACTE DE CANDIDATURE

- J'accepte les conditions du règlement des Trophées de l'Economie Responsable (*voir règlement sur www.reseau-alliances.org*)
- Je m'engage à être sincère et transparent au travers de la candidature de ma structure

Cachet & signature
Précédés de la mention « lu et approuvé »

Alaude LEFEBVRE

Lu et approuvé



SAS VALENTINA

87 rue Nationale, Lille

Capital social de 30000 euros

841 596 125 RCS Lille

Métropole