

8 Octobre



GRAND PRIX DE LA
**MARQUE
ENGAGÉE**
2025

ORGANISÉ PAR :



Guide de Candidature 2025

Le Grand Prix de la Marque Engagée® récompense et met en lumière des marques qui passent du statut d'acteur responsable à celui d'acteur contributeur au Développement Durable. L'enjeu : renforcer son positionnement par des engagements qui bénéficient aux consommateurs, aux parties prenantes et à la société.

Candidatez sur ce lien

du 25/03/2025 au 22/06/2025



L'ORÉAL



8^{ème} ÉDITION

DE LA
GRAND PRIX
MARQUE
ENGAGÉE

2025



Comment candidater ?

Toute candidature doit être enregistrée via le **questionnaire Microsoft Forms** :
<https://forms.office.com/e/NhFnTrVVmX>

Attention, le questionnaire ne s'enregistre pas en cours de remplissage. Il convient donc de préparer ses réponses en amont (cf questions plus loin dans ce document) et de renseigner les réponses finalisées dans le Microsoft Forms.

Merci de privilégier des **réponses concises et axées sur l'essentiel de votre engagement**, sous format **bullet points** si cela s'y prête, et avec **chiffres et preuves à l'appui** autant que possible. Nombre de mots par réponse limité.

Droit d'inscription & modalités de règlement

Vous êtes une startup :

200 euros HT soit 240 euros TTC

(Tarif Early Bird : 100 euros)

Vous êtes une entreprise :

750 euros HT soit 900 euros TTC

(Tarif Early Bird : 600 euros)

Règlement TTC, à effectuer par virement avant le 22/06/2025, permettant la validation de la candidature.

Sauf pour le tarif Early Bird, virement à effectuer avant le 27/04/2025.

Facture émise à réception du règlement.

Contact : audrey.vassaux@linkupfactory.com

Les catégories du Grand Prix de la Marque Engagée

Trois prix (Or, Argent, Bronze) seront décernés pour chaque catégorie.

01 - Produits à destination du grand public (B2C)

Récompense les marques de produits de grandes consommations dont la durabilité s'inscrit parfaitement dans la démarche d'engagement de la marque et l'aide à passer du statut de la responsabilité à celui de la contribution au développement durable.

02 - Services à destination du grand public (B2C)

Récompense les marques de services de grandes consommations dont la durabilité s'inscrit parfaitement dans la démarche d'engagement de la marque et l'aide à passer du statut de la responsabilité à celui de la contribution au développement durable.

03 - Produits ou services vers les professionnels (B2B)

Récompense les marques de produits ou de services à destination des professionnels qui s'inscrivent dans une démarche contributrice et vertueuse.

04 - Collaboration d'une marque avec une ONG

Récompense tout type de collaboration entre une marque et une entité à but non lucratif du type ONG, association, ESS ayant pour vocation de changer les modèles pour co-construire un monde plus durable.

05 - Start Up

Récompense les jeunes entreprises innovantes ayant placé des engagements durables et à impact positif au cœur de leur stratégie.

06 - Entreprise à Mission

Récompense les entreprises qui déploient la mission dans leur entreprise et au sein de leur écosystème avec force et transparence. Le prix lui sera décerné par la Communauté des Entreprises à Mission.

07 (Exclusivité 2025) - Alimentation durable

Récompense les marques et entreprises qui contribuent, par leurs actions et engagements, à créer un modèle alimentaire conciliant besoins nutritionnels, respect de l'environnement et justice sociale.

Autres catégories sans dossier de candidature

- Personnalité : choix d'une personnalité engagée par le Jury.
- Coup de Cœur des Étudiants : choix d'un nominé parmi toutes les catégories par un Jury composé d'étudiants.

Contenu du dossier de candidature

Catégories 01 à 05

1/ Description du projet ou de la démarche de la marque

- Nom de la marque valorisée dans cette démarche
- Nom du projet ou de la démarche
- Date de lancement du projet ou de la démarche
- Courte description du projet / de la démarche (en une ou deux phrases)
- En quoi le projet ou la démarche est-il/est-elle innovant.e ou rupturiste ?

2/ Description de la mise en œuvre du projet ou de la démarche de la marque

- Description détaillée et principales étapes de déploiement
- Éléments de communication ou de publicité développés : vers les collaborateurs, les leaders d'opinion, les partenaires, les clients, le grand public...
- Y-a-t-il des partenaires impliqués dans la démarche et si oui lesquels ?
- Description de la démarche RSE globale de l'entreprise ou de la collectivité, à laquelle est relié le projet ou la démarche objet du présent dossier

3/ Évaluation, retour d'expérience et perspectives

- En quoi le projet ou la démarche crée-t-il/elle de la valeur pour :
 - Les consommateurs / clients / citoyens ?
 - La société / l'environnement / le secteur concerné ?
- Quels sont les indicateurs de performance du projet / de la démarche :
 - Quantitatifs
 - Qualitatifs
- Quel système d'évaluation est mis en place ? La démarche / le projet est-elle/il construit.e et/ou labellisé.e avec des partenaires ou des organismes de certification ?
- Quelles ont été les difficultés rencontrées dans la mise en œuvre du projet / de la démarche ?
- Quelles sont les prochaines étapes envisagées et les objectifs de progrès ?

4/ Documents complémentaires

Merci de joindre à votre dossier :

- Les logos de votre entreprise / organisme et de votre marque
- Le reporting extra-financier de votre entreprise ou autres documents RSE
- Les visuels emblématiques de la démarche / du projet et autres supports de communication (photos, infographies, films...)



Contenu du dossier de candidature

06 - Entreprise à Mission

1/ La genèse de votre démarche

- Présentation de votre entreprise et de son activité
- Comment avez-vous formulé la mission ? Comment avez-vous impliqué vos collaborateurs et parties prenantes (clients, fournisseurs, actionnaires, experts, etc...) ? Qui sont ces parties prenantes et pourquoi les avoir impliquées ?

2/ Votre mission

- Quelle est votre raison d'être ?
- Quels sont vos objectifs statutaires ?
- Comment est structuré votre comité de mission, quels en sont les membres et pourquoi les avoir choisis (quelles expertises) ? Avez-vous un manager de la mission et si oui, quel est son rôle ?
- En quoi votre mission est-elle singulière ?
- Dans quelle mesure votre mission exprime-t-elle la contribution de l'entreprise et sa cohérence avec ses activités ?

3/ Chemin de transformation et mise en place opérationnelle

- Comment s'applique votre mission au quotidien dans votre entreprise ? Quels sont les objectifs opérationnels et les indicateurs ?
- Depuis l'adoption de votre mission, avez-vous renoncé à des activités, des pratiques pour vous aligner avec vos objectifs de mission ?
- Quelles ont été les innovations, au cœur de votre activité, engendrées par l'adoption de votre mission (innovation marketing, produits, services pour vos consommateurs, innovations managériales...)
- L'adoption de la qualité de mission vous a-t-elle mené à mettre en place des actions de communication/sensibilisation auprès du grand public en lien et en faveur de la transformation durable de notre société ? Ou/et auprès d'acteurs BtoB de votre écosystème ?

4/ Documents complémentaires

Merci de joindre à votre dossier :

- Les logos de votre entreprise / organisme et de votre marque
- Le dernier rapport d'activité qui met en exergue le déploiement de la mission ; le dernier rapport de votre comité de mission ; l'avis OTI
- Les visuels emblématiques de la démarche et autres supports de communication (photos, infographies, films...)



Contenu du dossier de candidature

07 - Alimentation durable

1/ Description du projet ou de la démarche de la marque

- Nom de la marque valorisée dans cette démarche
- Nom du projet ou de la démarche
- Date de lancement du projet ou de la démarche
- Courte description du projet / de la démarche (en une ou deux phrases)
- En quoi le projet ou la démarche est-il/est-elle innovant.e ou rupturiste ?
- En quoi le projet ou la démarche répond-t-elle à un enjeu fort de la transition alimentaire ?

2/ Description de la mise en œuvre du projet ou de la démarche de la marque

- Description détaillée et principales étapes de déploiement
- Éléments de communication ou de publicité développés : vers les collaborateurs, les leaders d'opinion, les partenaires, les clients, le grand public...
- Y-a-t-il des partenaires impliqués dans la démarche et si oui lesquels ?
- Description de la démarche RSE globale de l'entreprise ou de la collectivité, à laquelle est relié le projet ou la démarche objet du présent dossier

3/ Évaluation, retour d'expérience et perspectives

- En quoi le projet ou la démarche crée-t-il de la valeur pour :
 - Les consommateurs / clients / citoyens ?
 - La société / l'environnement / le secteur concerné ?
- Quels sont les indicateurs de performance du projet / de la démarche :
 - Quantitatifs
 - Qualitatifs
- Quel système d'évaluation est mis en place ? La démarche / le projet est-elle/il construit.e et/ou labellisé.e avec des partenaires ou des organismes de certification ?
- Quelles ont été les difficultés rencontrées dans la mise en œuvre du projet / de la démarche ?
- Quelles sont les prochaines étapes envisagées et les objectifs de progrès ?

4/ Documents complémentaires

Merci de joindre à votre dossier :

- Les logos de votre entreprise / organisme et de votre marque
- Le reporting extra-financier de votre entreprise ou autres documents RSE
- Les visuels emblématiques de la démarche / du projet et autres supports de communication (photos, infographies, films...)

LES LAURÉATS 2024

#ProduitsB2C Prix Or		Pour son projet stocked planet products
#ProduitsB2C Prix Argent		Pour ses capsules de café compostables à domicile
#ProduitsB2C Prix Bronze		Pour son éco-recharge « bain de nature »
#ServicesB2C Prix Or		Pour sa solution d'autopartage rural « agilauto partage »
#ServicesB2C Prix Argent		Pour l'électrification de sa flotte de bateaux
#ServicesB2C Prix Bronze		Pour son mobilier éco-conçu et multi-usage pour adagio access
#B2B Prix Or		Pour son projet de financement de la transition agroécologique
#B2B Prix Argent		Pour ses résines végétales evertree
#ONGavecUneMarque Prix Or	 	Pour la lutte contre la précarité menstruelle
#ONGavecUneMarque Prix Argent	 	Pour l'allègement de la charge mentale domestique
#EntrepriseÀmission Prix Or		Joellerie éthique et engagée
#EntrepriseÀmission Prix Argent		Sécurité et durabilité au cœur des savoirs partagés
#EntrepriseÀmission Prix Bronze		Modèle humaniste au service de l'événementiel durable
#Startup Prix Or		Pour le réemploi d'emballages pour une logistique durable
#Startup Prix Argent		Pour sa plateforme « arolya » dédiée à la gestion des stocks de produits frais
#Personnalitédel'Année		Directrice générale des laboratoires expanscience
#CoupdeCœurdesÉtudiants		Pour le financement de l'agriculture régénérative