



TRANSFORMATEUR

ENTREPRISE

Ben & Jerry's

Chiffre d'Affaires monde :
(2016) : 1,25 milliards d'€

Effectif (2016) : /

Pays (siège social) :
États-Unis

Site internet :
www.benjerry.fr

Contact : 09 69 32 04 24



Pour en savoir plus

<https://www.benjerry.fr/valeurs#>

<https://www.master2mi.fr/2015/04/25/benjerry-s-des-glaces-vachement-engagees/>

Développement durable et engagement social avec BEN & JERRY'S

CONTEXTE

Créée en 1978, BEN & JERRY'S est une marque américaine, fondée par Ben Cohen et Jerry Greenfield, commercialisant des crèmes glacées et des sorbets. L'entreprise a son siège social à South Burlington dans l'État du Vermont aux États-Unis et appartient au groupe Unilever depuis 2000.

BEN & JERRY'S est notamment connue pour ses divers engagements au niveau du développement durable, avec par exemple le programme Caring Dairy, mais aussi pour ses positions franches sur de nombreuses questions de société (soutien aux mouvements Occupy Wall Street, Black Lives Matter, opération de communication en soutien à l'adoption du mariage gay dans différents pays...). Les valeurs de l'entreprise se fondent sur 3 grands axes : Produit, Economie et Social, qui représentent les grands objectifs RSE de l'entreprise.

OBJECTIF(S)

- Promouvoir des pratiques agricoles et commerciales respectueuses de l'environnement
- Soutenir les agriculteurs et les élevages de vaches laitières
- Utiliser les bénéfices de l'entreprise pour améliorer l'ensemble de la filière, de la production des matières premières aux emballages



DÉMARCHE

La démarche de BEN & JERRY'S s'organise donc sur 3 pôles :

- Un pôle produit dont l'objectif est de fabriquer, distribuer et vendre des crèmes glacées, faites à partir de produits laitiers et avec des ingrédients sélectionnés dans une optique durable en promouvant des pratiques commerciales respectueuses de la Terre et de l'Environnement.

Les actions du pôle se traduisent au niveau des matières premières utilisées, avec la mise en place du programme Caring Dairy de promotion du bien-être animal en élevage laitier et de protection de l'environnement des fermes, sur le plan écologique et social.

L'entreprise s'est notamment déclarée « climatiquement neutre » au niveau des émissions de CO2 depuis 2007.

La marque s'engage aussi à n'utiliser que des œufs de poules élevées en plein air, et à favoriser le commerce équitable dans les achats de matières premières, notamment sur des produits comme les bananes, la vanille, le chocolat (avec la mise en place d'un programme spécifique en Côte d'Ivoire), le sucre ou le café.

DÉMARCHE (SUITE)

- Un pôle économique centré sur le développement interne de l'entreprise : conduire l'entreprise sur une base financière saine afin de créer des conditions d'épanouissement pour ses employés.

Les opérations de ce pôle se basent notamment sur des règles strictes au niveau des différences de salaires au sein de l'entreprise, qui existent depuis la fondation de l'entreprise. L'entreprise se base sur des calculs de salaires spécifiques, permettant à ses employés de « vivre convenablement » plutôt que sur les minimums légaux des différents états américains (17.09\$/heures contre 10.00\$/heures au minimum dans le Vermont en 2017).

- Un pôle social cherchant à faire reconnaître le rôle central joué par l'entreprise dans la société, en conservant de nouveaux moyens d'améliorer la qualité de la vie des gens au niveau local, national et international.

Dans ce but, la Ben&Jerry's Foundation subventionne des projets communautaires aux Etats-Unis et l'entreprise n'hésite pas à prendre position sur différents débats publics. Les projets financés concernent notamment la défense des réfugiés, des migrants, des femmes en situation précaire ou des minorités (communauté LGBT ou asiatiques aux Etats-Unis par exemple).

FACTEUR(S) CLÉS DU SUCCÈS

- Identité de la marque : des arguments profondément ancrés dans l'histoire de l'entreprise et dans son image de « marque engagée »
- Des emplois dédiés aux aspects de RSE particulièrement développés (Directions des missions sociales, « Activism Manager »...) et un conseil d'administration indépendant dédié aux questions du développement durable, composé de professionnels dans les domaines de l'environnement, des droits sociaux et de l'économie

| CONTRIBUTION A LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE | BÉNÉFICES POUR LA FILIERE |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Mise en valeur des produits de la marque • Maintien de la liberté de l'entreprise par rapport au groupe Unilever | <ul style="list-style-type: none"> • Aides aux partenaires de l'entreprise pour le développement de leurs propres projets RSE |