

30 Septembre

DE LA  
GRAND PRIX

MARQUE  
ENGAGÉE

2026

ORGANISÉ PAR :



# Guide de Candidature 2026

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.

[Candidature sur ce lien](#)

du 23/03/2026 au 31/05/2026



PARTENAIRE FONDATEUR



GRAND PARTENAIRE

L'ORÉAL  
FRANCE

PARTENAIRE



PARTENAIRE  
MEDIA

WE DEMAIN

COLLABORATIONS

AgroParisTech / Fondation AgroParisTech



9<sup>ème</sup> ÉDITION

DE LA  
GRAND PRIX  
MARQUE  
ENGAGÉE

2026



## Comment candidater ?

Toute candidature doit être enregistrée via le **questionnaire Microsoft Forms** :

<https://forms.office.com/e/Zg0qYKprkg>

*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 (et vous postulez dans la catégorie Startup) :**

200 euros HT soit 240 euros TTC

*(Tarif Early Bird : 100 euros HT)*

**Vous êtes une entreprise :**

750 euros HT soit 900 euros TTC

*(Tarif Early Bird : 600 euros HT)*

**Règlement TTC, à effectuer par virement avant le 31/05/2026, permettant la validation de la candidature.**

*Sauf pour le tarif Early Bird, virement à effectuer avant le 31/05/2026.*

*Facture émise à réception du règlement.*

*Contact : [audrey.vassaux@linkupfactory.com](mailto: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 ou Services à destination du grand public (B2C)

Récompense les marques de produits ou 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.

## 02 - 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.

## 03 - 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.

## 04 - Start Up

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

## 05 - PME - ETI

Récompense les marques-entreprises PME ou ETI, en B2C ou B2B, qui déploient une démarche contributrice et vertueuse, à leur échelle.

(Critères :  $\leq 4\,999$  salariés, CA  $\leq 1,5$  Md€ ou bilan  $\leq 2$  Md€)

## 06 - Impact Positif sur les territoires

Récompense les marques ou organisations qui développent des initiatives concrètes au service du dynamisme local et d'un impact économique, sociétal ou environnemental durable.

## 07 - Alimentation durable x Coup de coeur des étudiants AgroParisTech

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 de l'année : choix d'une personnalité engagée par le Jury.

# Contenu du dossier de candidature

## Catégories 01 à 06

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

- Nom de la marque ou de l'organisation 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 l'organisation, à laquelle est relié le projet ou la démarche objet du présent dossier

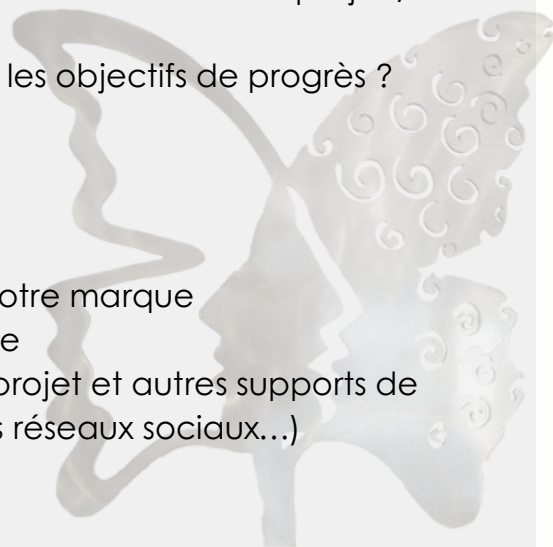
### 3/ Évaluation, retour d'expérience et perspectives

- En quoi le projet ou la démarche crée-t-il/elle de la valeur pour les consommateurs / clients / citoyens / 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
- Tout document RSE ou preuve de votre démarche
- Les visuels emblématiques de la démarche / du projet et autres supports de communication (photos, infographies, films, posts réseaux sociaux...)



# 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
- Tout document RSE ou preuve de votre démarche
- Les visuels emblématiques de la démarche / du projet et autres supports de communication (photos, infographies, films, post réseaux sociaux...)

\*Les dossiers seront étudiés par les étudiants d'AgroParisTech

# LES LAURÉATS 2025

## #B2C

Prix Or

 okaïdi

Pour son dispositif de consigne textile

Prix Argent

 castorama

Pour son projet de terreaux sans tourbe

Prix Bronze

CAUDALIE

Pour son sérum rechargeable Resveratrol-Lift

## #B2B

Prix Or

 NEPTUNE  
elements

Pour ses solutions durables à base d'algues

Prix Argent

 INTACT  
REGENERATIVE

Pour ses ingrédients bas carbone issus des légumineuses

Prix Bronze

eurokera

Pour sa plaque vitrocéramique KeraBlack Slim

## #AlimentationDurable

Prix Or

 écomiam  
LES ASSOCIÉS DE BIENÊTRE

Pour son projet « Réconcilier le consommateur avec son écosystème »

Ex Aequo  
Prix Argent

 bel  
for all the good

Pour son engagement pour la biodiversité à travers l'agroforesterie

 PANZANI  
LES ASSOCIÉS DE BIENÊTRE

Pour son engagement pour l'alimentation durable et accessible à tous

Prix Bronze

 SEB  
GROUPE

Pour ses solutions de cuisson électrique pour tous

## #Marques&ONG

Prix Or

 HACKATHON  
engagé

Pour le Hackathon Engagé

Prix Argent

 SAMSUNG |  ENTREPRENDRE  
POUR APPRENDRE

Pour son programme éducatif Solve for Tomorrow X Entreprendre Pour Apprendre France

Prix Bronze

 biocoop |  générations  
FUTURES

Pour une agriculture sans pesticides

# LES LAURÉATS 2025

## #Entrepriseàmission

Prix Or

I.CODE

Pour un modèle de mode plus engagée

Prix Argent

 goodwill  
management  
GRUPE BAKER TILLY

Pour sa mission de transformation des modèles économiques

## #StartUp

Prix Or

Mo  
Ea

Pour ses sneakers éco-conçues à partir de déchets végétaux

Prix Argent

 ARSÈNE

Pour son alternative plus durable au café

Prix Bronze

 Crush  
ON

Pour sa structuration de mode circulaire à l'échelle européenne

## #Personnalité

## #CoupDeCoeurÉtudiants

 mirova  
Investing in sustainability

Philippe Zaouati, Fondateur et  
Directeur Général de Mirova

 écomiam  
LES IRREDUCTIBLES DU BURGUÉ !

Pour son projet  
« Réconcilier le consommateur  
avec son écosystème »

## #CoupDeCoeurJury

**Dhandi**  
CHOCOLATERIE

Pour son chocolat bio et inclusif, au service de l'insertion