« REUSSIR AVEC UN MARKETING RESPONSABLE » - SELECTION 2014

ENTREPRISE / MARQUE
Henkel / Le Chat

INITIATIVE
Le Chat Eco-Efficacité : une lessive de grande marque éco-conçue et éco-labellisée et son programme d'éducation des consommateurs aux éco-gestes de lavage

Le Chat Eco-efficacité et son éco-recharge, son programme d'éducation au lavage « Lavons-Mieux ! » et la campagne de communication 2014

Description de l'initiative

Date de lancement

Le Chat Eco-Efficacité existe depuis 2008, mais le programme complet présenté dans ce dossier a été lancé en avril 2014.

Description synthétique

Dans le cycle de vie d'une lessive, la production de la lessive représente 25% de l'impact environnemental alors que l'usage et la fin de vie en représentent 75%. Notre projet propose une solution visant à réduire l'impact sur l'ensemble du cycle de vie avec :

Une offre produit, Le Chat Eco-Efficacité, répondant aux 2 enjeux majeurs du marché

- **La performance** : Une **formule ultra efficace** en réponse à la première attente du marché (évaluée parmi les 7 formules les plus efficaces du marché en 2014 par 60 millions de consommateurs).
- **Un meilleur respect de l'environnement : un produit éco-conçu et certifié par l'Ecolabel Européen.**

Un programme de formation des consommateurs aux éco-gestes « Lavons Mieux ! »

- basé sur l'observation des habitudes et préjugés des consommateurs
- conçu avec des experts pour répondre simplement et efficacement aux préoccupations des utilisateurs (allergie, économie, écologie) en mêlant expertise et humour, grâce à de courtes vidéos intitulées « Brèves de hublot ».

Comment a-t-elle été déployée ?

Le projet a été initié conjointement par l'équipe marketing Le Chat, la R&D, le département RSE, en collaboration avec des parties prenantes expertes

Il a été construit en 3 grandes étapes :

1. concevoir une lessive apte à élargir la cible traditionnelle restreinte des consommateurs de lessives écologiques :

Le Chat Eco-Efficacité conjugue 4 atouts majeurs pour les consommateurs :

- La rassurance **d'une marque connue**, dotée d'un fort capital santé et environnement.
- une **formule très efficace** dès les basses températures en réponse à l'attente n°1 du marché : elle se classe parmi les 7 formules les plus efficaces du marché (source : 60 millions de consommateurs 2014)
- Un **packaging attractif** testé pour satisfaire une cible large.
- Une empreinte environnementale réduite attestée par l'**Ecolabel européen**. L'ensemble du cycle de vie a été optimisé :
  - > 100% des tensio-actifs (agents lavants) sont d'origine végétale et biodégradable.
  - > Lessive produite à Nemours (France) dans une usine certifiée ISO 14001 et ISO 50001.
  - > Bouteilles soufflées et remplies sur place pour limiter les transports.
  - > Formule efficace même à froid et en cycle court : il permet d'économiser de l'eau et de l'énergie.
  - > Eco-recharge Le Chat Eco-Efficacité recyclable (contrairement au doy pack, standard du marché), composée **à 100% de PET recyclé**.

Etape 2 : Faire l'état des lieux des habitudes de lavage des consommateurs, afin d'identifier les pratiques, connaissances et préjugés.

- **Méthodologie** : visites de 2 heures filmées aux domiciles des consommateurs (in vivo 2013) avec un entretien et une observation des habitudes de lavage.
- **Conclusions** : ces observations montrent que les consommateurs méconnaissent l'impact du lavage à ses différentes étapes. De même, Ils connaissent mal les pratiques responsables efficaces et ont des préjugés importants quant à l'efficacité lavante des lessives écologiques.

=> **Réduire l'impact de la lessive passe donc obligatoirement par une meilleure formation de ses utilisateurs.**

Etape 3 : Construire et promouvoir les éco-gestes de lavage efficaces.

Les observations filmées ont été montrées à des experts (**Chimiste, énergéticien, allergologue, spécialiste du recyclage, de l'eau ou de la consommation**) qui ont ciblé les enjeux majeurs du lavage.

Leurs recommandations ont été retravaillées avec et pour les consommateurs afin de les formuler de manière ludique et dédramatisée, sous forme de vidéos humoristiques : les « Brèves de Hublot ».

Ces recommandations ont permis d'élaborer un programme à la fois expert et grand public : **Lavons mieux** disponible sur le web **http://lavonsmieux.com/** et **https://www.facebook.com/lavonsmieux** .

Comment a-t-elle été communiquée auprès des consommateurs ?

La marque a développé une campagne de communication qui a été soumises à des parties prenantes de la communication responsable pour revue critique.

Cette campagne fortement soutenue en média (106 millions de contacts) a soutenu le produit, mais également **l'Ecolabel européen**, facteur important de reconnaissance de la catégorie par les consommateurs et des éco gestes.

Elle a permis de donner une visibilité inédite à la catégorie toute entière (cf. image en première page)

En parallèle, 180 animations ont été déployées en magasin pour promouvoir cette lessive et les éco gestes de lavages. Enfin, un balisage permettant de mettre en avant l'ensemble des lessives Eco labellisées a été déployé.

En quoi est-elle innovante ?

Le projet Le Chat Eco Efficacité est innovant à 3 titres

- **Technologique** : une formule ultra-efficace, certifiée par l'Ecolabel Européen, est une innovation technologique, résultat du savoir-faire de la R&D Henkel.
- **Commerciale** : L'utilisation d'une grande marque comme Le Chat avec l'Ecolabel Européen est une innovation commerciale. Le Chat est la première grande marque de lessives à disposer de cette certification.
- **Educative** : Expert et ludique, le programme « Lavons Mieux » permet d'impliquer les consommateurs en agissant sur l'étape essentielle de l'analyse de cycle de vie : l'usage

Quelles ont été les difficultés et comment les avez-vous levées ?

Ce projet présente 3 difficultés majeures :

- **Convaincre** dans un groupe international comme Henkel de l'opportunité de l'Ecolabel Européen en France : l'Ecolabel Européen génère des fortes contraintes sur l'évolution des formules, or ces évolutions sont un des piliers de la performance de nos produits.
- **Ouvrir la collaboration avec les parties prenantes**, partenaires essentiels du projet mais demandant un changement culturel et générant une complexité accrue du process
- **Lever les préjugés des consommateurs** sur l'efficacité lavante des lessives plus écologiques

Lever ces obstacles requiert du temps et l'apport d'expertises extérieures avec notamment le conseil permanent d'Ethicity dans la démarche

Quels sont les prochaines étapes et les prochains objectifs liés à cette initiative ?

A travers ce projet nous visons 3 objectifs :

1. **Elargir la cible des consommateurs** de lessives plus écologiques
2. **Faire doubler le segment des lessives écologiques** d'ici 2020 (10 % de part de marché).

3. **Démontrer en interne comme en externe que la RSE est un levier de performance** économique pour notre offre

Prochaines Etapes :

- **Optimisation** de la gamme par la recherche & l'innovation (ex : éco-recharge composée à 100% de PET recyclé).
- **Communication** au service de la marque et de la catégorie (efficacité des lessives écologiques, Ecolabel, Eco-gestes …)
- **Montée en puissance du programme « Lavons Mieux ! » :** Nouvelles rubriques, nouvelles vidéos d'éco-gestes avec la saison 3 de « Brèves de Hublot », nouveaux partenaires, tests de produits.

Création de valeur

En quoi cette initiative a-t-elle été / est-elle créatrice de valeur

- ***Pour la société (impact environnemental et social) ?***

Le Chat Eco Efficacité est certifié par L'Ecolabel Européen ce qui signifie que cette lessive génère un moindre impact sur l'environnement et notamment :
- Incidence réduite sur les écosystèmes aquatiques.
- Usage limité de substances dangereuses

D'autre part, le programme d'éducation des consommateurs aux éco gestes permet d'agir sur la phase la plus impactante du lavage à savoir la phase usage.

- ***Pour l'entreprise ?***

Le programme a été lancé en avril 2014. Les résultats sont depuis très positifs :
- Obtention de l'Ecolabel Européen fin 2012
- Formule élue parmi les 7 plus efficaces du marché par 60 millions de consommateurs en 2014.
- 27 000 fans actifs sur la page Facebook Lavons Mieux.
- Une inversion radicale de tendance de la catégorie des lessives écologiques depuis le lancement du programme. (+5.3% en moyenne depuis Avril 2014 vs - 7,5 % en 2013[1])
- Le Chat Eco-Efficacité a depuis doublé sa part de marché sur le segment depuis 2013.[2]
- Un projet formateur et mobilisateur pour les équipes concernées et qui fait école au sein du groupe Henkel. Il permet de mettre les enjeux de la RSE au cœur du business de l'entreprise, et d'encourager d'autres marques à s'engager (ex : Vademecum vient de lancer début 2016 le programme « Cultivons un Meilleur Brossage »)
- Le programme a été encouragé par ses partenaires dont notamment Eco-Emballages et obtenu le Prix de l'écoconception « Choisir c'est agir » (Casino/Goodplanet) en 2014, et le prix Grandes Entreprises de la 3ème nuit de la RSE en 2015.

Quelles sont selon-vous les clefs de réussite d'un projet de marketing durable?

1. La formation des équipes à la RSE et au marketing responsable et leur accompagnement par des consultants experts en RSE
2. L'implication des parties prenantes tous au long du process
3. Accepter de gérer ces projets avec une autre échelle temps plus lente et plus long terme

Pour en savoir plus

http://www.lavonsmieux.com/

[1] Source : IRI, HM SM Drive, Ventes Valeur, P7 2016
[2] Source : IRI, HM SM Drive, PDM Valeur 2015 vs 2013