

« REUSSIR AVEC UN MARKETING RESPONSABLE » - SELECTION 2016

ENTREPRISE – MARQUE

COCA-COLA ENTREPRISE

INITIATIVE

Développement de la filière « Bottle to bottle » en France



Visite d'Infineo, la co-entreprise entre Coca-Cola Entreprise et Plastipak à Beaune (Côte d'Or, 21)

Description de l'initiative

Date de lancement

Octobre 2012

Description synthétique

Nos emballages représentent 52% de l'empreinte carbone totale de nos boissons. Nous sommes engagés à réduire d'un tiers cette empreinte d'ici à 2020 (vs 2007). Pour réduire l'empreinte carbone des bouteilles en plastique que nous utilisons, nous avons commencé

par les alléger de 15% en moyenne depuis 10 ans et nous continuons à le faire. Mais nous avons besoin d'aller plus loin en augmentant l'utilisation de matières recyclées, avec un engagement d'utiliser 40% de plastique recyclé dans toutes nos bouteilles en 2020.

Pour garantir l'accès à une matière plastique recyclée de très haute qualité (apte au contact alimentaire), nous avons créé il y a 4 ans la co-entreprise Infineo avec Plastipak pour développer la filière du « bottle to bottle » en France. Nous avons investi 8,7 millions d'euros dans leur usine de Sainte Marie la Blanche (21) pour monter la capacité de production de 28 000 tonnes à 48 000 tonnes de plastique recyclé par an (l'équivalent d'un tiers de toutes les bouteilles plastiques collectées en France : environ 150 000 tonnes de bouteilles plastiques sont collectées chaque année en France). L'usine Plastipak fournit aujourd'hui tous les acteurs embouteilleurs du marché des Soft Drinks, des Eaux minérales et des Jus de fruits. Coca-Cola Entreprise est le premier client de Plastipak et utilise 34% de plastique recyclé dans l'ensemble de ses bouteilles en France.

Nous avons également créé sur le site un centre pédagogique dédié à l'économie circulaire des emballages pour sensibiliser toutes nos parties prenantes et leur faire visiter l'usine dans de bonnes conditions (plus de 5500 visiteurs depuis son ouverture en octobre 2013).

La sensibilisation des citoyens est clé pour faire fonctionner cette boucle matière, en effet, seule une bouteille plastique sur deux est triée et recyclée en France, nous devons augmenter ce taux pour garantir l'accès à un gisement de bouteilles de qualité et les réintroduire dans la chaîne industrielle.

La création de ce centre pédagogique est la suite logique des actions de sensibilisation au recyclage que nous menons depuis 2009, dans les grands festivals de musique ou dans des actions magasin avec certains de nos grands clients distributeurs (plus de 1000 points de vente animés depuis 2009). Ce sont ainsi plus de 6 millions de français qui ont été exposés à nos actions depuis 2009.

Comment a-t-elle été déployée ?

1ère étape industrielle : création d'une nouvelle ligne de production de plastique PET recyclé à usage alimentaire (de janvier à septembre 2013). Usine Plastipak Packaging de Sainte Marie la blanche (Beaune, 21).

2ème étape : adaptation du site industriel pour des visites de groupes via l'installation d'un parcours sécurisé (plateformes, cabines insonorisées, passerelles, ascenseurs et parcours piéton fléché).

3ème étape : construction d'un centre pédagogique à côté de l'usine pour accueillir et sensibiliser 2500 parties prenantes par an.

4ème étape : recrutement d'un poste à temps plein pour animer le centre pédagogique INFINEO sur l'économie circulaire des emballages.

5ème étape : engagement de toutes les parties prenantes de l'économie circulaire des emballages pour créer et développer le contenu pédagogique du centre (Eco-Emballages, Ademe, Institut de l'économie circulaire, Education Nationale, fédérations professionnelles des matériaux, recycleurs, élus locaux, experts, écoles d'ingénieurs)

6ème étape : lancement en novembre 2014 d'INFINEO 2.0, plateforme digitale permettant de visiter virtuellement le site : www.infineo-economiecirculaire.com.

7ème étape : lancement en juin 2016 d'Infineo mobile, un concentré d'Infineo d'1m² pour sensibiliser les consommateurs directement dans le point de vente.

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

Concernant les étiquettes produit, le choix a été fait de communiquer sur les consignes de tri (avec le message suivant : « Pensez au tri ! bouteille plastique et bouchon à recycler ») pour aider nos consommateurs à mieux trier leurs emballages car il existe encore beaucoup d'erreurs de tri sur le plastique en particulier.

Pour communiquer notre démarche directement auprès des consommateurs, nous menons depuis 2009 des actions de sensibilisation terrain au recyclage dans les grands festivals de musique (jeux ludiques et pédagogiques sur le recyclage) et en 2016 sur 8 fan zones de l'Euro 2016. Nous menons également des opérations magasin en partenariat avec nos clients distributeurs (jeu concours, quiz sur le recyclage, animation roue du tri digitale). Plus de 1000 hypermarchés et supermarchés ont ainsi été animés depuis 2009, touchant plus de 6 millions de consommateurs.

Notre centre pédagogique Infineo à Sainte Marie la blanche nous permet également tous les jours de sensibiliser nos parties prenantes (clients, fournisseurs, collectivités locales, entreprises, collaborateurs, médias) à l'économie circulaire des emballages, plus de 5500 visiteurs sont venus sur le site depuis son ouverture en octobre 2013.

Nous avons développé une version mobile d'Infineo (totem d'1 m² avec vidéos sur la seconde vie des emballages, quiz interactifs, mise en scène de la transformation des matériaux plastique, verre et aluminium) pour sensibiliser les consommateurs directement sur le lieu de vente. Nous avons testé ce dispositif au Grand Palais à l'occasion de la COP21 en décembre 2015, au salon des Maires de France en mai 2016 et sur un grand salon Distributeur en juin. Le plan de déploiement de ce dispositif par nos équipes commerciales terrain en Hypermarchés est en cours et démarre à la rentrée 2016.

En quoi est-elle innovante ?

Pour la première fois, une grande marque s'associe avec un recycleur pour développer l'économie circulaire des emballages et favoriser la mise à disposition et l'utilisation de matière recyclée sur le marché français.

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

Les difficultés sont essentiellement d'ordre économique et d'accès à un gisement de matière de qualité :

Le cours de la matière recyclée est très fluctuant vs la matière vierge : nécessité d'investir sur le long terme.

Nécessité également d'établir des relations de confiance avec notre partenaire industriel : travailler ensemble sur un plan stratégique.

Le gisement de bouteilles plastiques collectées est insuffisant en France (1 bouteille plastique sur deux est recyclée en France) : nous devons sécuriser les approvisionnements via les marchés connexes (Allemagne, Belgique), et mener un travail de sensibilisation des consommateurs français pour augmenter le taux de recyclage des bouteilles plastiques.

Enfin, nous devons investir en R&D pour améliorer constamment les techniques de recyclage.

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

Notre objectif stratégique est d'atteindre 40% de plastique PET recyclé dans toutes les bouteilles Coca-Cola en 2020 en Europe de l'ouest (34% aujourd'hui, 0% il y a 10 ans).

Pour ce faire, nous devons augmenter le gisement de bouteilles plastiques collectées en France : nous travaillons sur des communications renforcées auprès des citoyens avec Eco-Emballages, nous menons des expérimentations de tri dans les zones hors domicile pour capter un gisement additionnel à celui des ménages, nous testons de nouvelles solutions de tri dans les centres urbains d'habitat collectif.

Nous souhaitons également développer notre centre pédagogique Infineo auprès des parties prenantes, et développer Infineo mobile pour faire rayonner Infineo en magasin en partenariat avec nos clients distributeurs.

Création de valeur

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

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

C'est un projet de transformation de la filière du recyclage du plastique en France : 48 000 tonnes de plastique recyclé apte au contact alimentaire sont produites par an sur le site de Sainte Marie la blanche (l'équivalent d'un tiers de toutes les bouteilles plastiques recyclées en France), avec de nombreuses industries agroalimentaire utilisatrices de cette nouvelle matière moins intense en carbone.

Le plastique recyclé représente 75% de CO² de moins que le plastique vierge. Cela nous a permis de réduire de 24% l'intensité carbone de nos bouteilles plastiques depuis 2007, c'est donc un levier très important pour atteindre nos objectifs carbone 2020.

Notre investissement dans Infineo permet de pérenniser et de développer la filière du recyclage du plastique en France : cela représente des emplois dans les territoires, et une utilisation de matières recyclées par de plus en plus d'acteurs industriels de l'agroalimentaire pour baisser leur propre empreinte carbone. Plus de 5 500 visiteurs sont venus découvrir le site depuis l'ouverture du centre pédagogique en octobre 2013, avec un taux de satisfaction supérieur à 90%.

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

Utiliser du plastique recyclé est un levier essentiel pour réduire notre empreinte carbone et atteindre nos objectifs de réduction d'un tiers du bilan carbone de nos boissons en 2020.

Nous réduisons ainsi notre dépendance aux ressources fossiles non renouvelables.

Ce projet nous permet aussi de rayonner auprès de toutes nos parties prenantes : nos clients, nos consommateurs, nos fournisseurs, nos collaborateurs, les associations, les ONG, les médias, les collectivités locales, les élus nationaux, les institutionnels, les autres entreprises du secteur. Nous étions également présents au Grand Palais en décembre 2015 à l'occasion de la COP21, au salon des Maires de France en mai 2016 et sur un grand salon Distributeur en juin 2016. Les actions de sensibilisation au recyclage nous permettent également de nouer des liens plus forts avec nos clients Distributeurs et d'agir ensemble sur des initiatives d'intérêt général auprès du grand public.

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

S'inscrire sur du long terme, être constant, être en lien direct avec son activité, co-construire avec ses parties prenantes publiques et privées, être pédagogique dans l'explication de la démarche, tisser des liens avec ses clients par une communication porteuse de sens.

Pour en savoir plus

www.infineo-economiecirculaire.com

https://www.youtube.com/watch?v=1fc0e_yFgsk

<https://www.youtube.com/watch?v=pWFAhBtrYxE>

www.youtube.com/watch?v=0UewkG2w0s8