

SPOT : L'OUTIL D'ÉVALUATION ENVIRONNEMENTALE & SOCIALE ET D'ÉCO-CONCEPTION DE L'ORÉAL



CATEGORIE
FACILITATEUR
DU CHANGEMENT



PUBLICATION
SEPTEMBRE 2019

L'ORÉAL

SPOT

SUSTAINABLE
PRODUCT OPTIMISATION TOOL

SPOT (Sustainable Product Optimisation Tool) est l'outil d'éco-conception créé par le groupe L'Oréal pour évaluer l'impact environnemental et social de ses produits. Déployé en interne entre 2016 et 2017, SPOT permet de simuler différentes options de design afin d'évaluer leur impact sur l'environnement et sur la société. Un score est attribué à chaque produit selon les caractéristiques de son packaging, le taux de biodégradabilité de sa formule, la proportion d'ingrédients renouvelables sourcés de façon durable, ou issus de la chimie verte, etc. Chaque nouveau produit doit avoir un score meilleur que le précédent.

BÉNÉFICE ENVIRONNEMENTAL

Exemple de l'amélioration d'un produit, mesurée par SPOT VICHY



-44 %

de réduction
du poids
du couvercle

97 %

de biodégradabilité
(71 % dans la version
précédente)

95 %

d'ingrédients d'origine
renouvelable
(55 % dans la version
précédente)

**Solidarity
Sourcing**

Filière durable du
beurre de karité au
Burkina Faso

CRÉATION DE VALEUR



100 %

des produits créés ou
renovés en 2018 - soit
2 195 produits - ont été
évalués grâce à SPOT.

79 %

des produits créés ou
renovés en 2018 présentent
un profil environnemental ou
social amélioré



L'évaluation
environnementale est
vectrice d'innovation

FACTEURS DE SUCCÈS



Sensibiliser et former les
collaborateurs



Suivre et mesurer l'évolution
du projet

DESCRIPTION DE L'INITIATIVE

Description synthétique

SPOT (Sustainable Product Optimisation Tool) est l'outil d'éco-conception créé par le groupe L'Oréal pour évaluer l'impact environnemental et social de ses produits. Déployé en interne entre 2016 et 2017, SPOT permet de simuler différentes options de design afin d'évaluer leur impact sur l'environnement et sur la société. Un score est attribué à chaque produit selon les caractéristiques de son packaging, le taux de biodégradabilité de sa formule, la proportion d'ingrédients renouvelables sourcés de façon durable, ou issus de la chimie verte, etc.

- À chaque rénovation du produit, le score doit être meilleur que la version précédente.
- Pour les lancements de nouveaux produits, le score doit être supérieur à la moyenne de sa catégorie (shampooing, mascara, parfum...).

SPOT a été développé par les équipes de L'Oréal à partir de 2013, des experts externes (scientifiques, représentants d'ONG et experts de la consommation durable) ayant contribué à l'élaboration de la méthodologie. Pour améliorer le profil d'un produit, les responsables produits peuvent activer 21 leviers différents, répartis en 3 catégories : emballage, formule et leviers sociaux (cette dernière catégorie inclut notamment l'approvisionnement durable en matières premières via le programme Solidarity Sourcing).

Communication auprès des consommateurs

À ce jour, le lancement de SPOT a été communiqué au travers du rapport d'avancement que publie chaque année le Groupe L'Oréal pour rendre compte de ses progrès en matière de développement durable (Progress Report 2018), et au travers d'articles parus dans les médias. La communication auprès des consommateurs constitue la prochaine et dernière étape-clé de la communication autour de l'outil SPOT.

À partir de 2020, L'Oréal prévoit de communiquer directement à ses consommateurs l'impact environnemental et social de ses nouveaux produits.

Prochaines étapes et objectifs liés à cette initiative

100 % des produits créés ou rénovés en 2018 - soit 2 195 produits - ont été évalués grâce à SPOT. 79 % des produits créés ou rénovés en 2018 présentent un profil environnemental ou social amélioré.

Les équipes de L'Oréal travaillent désormais à rendre l'évaluation des produits via SPOT accessible, à travers un système d'affichage environnemental et social qui soit pertinent pour les consommateurs et aligné avec les recommandations européennes en la matière. Cet affichage environnemental et social sera adopté par les marques du Groupe.

CARACTÈRE INNOVANT

Caractère innovant de l'initiative

- La méthodologie SPOT est la première du secteur à évaluer l'empreinte globale d'un produit cosmétique en tenant compte de critères environnementaux et sociaux.
- L'outil SPOT est fondé sur la notion des « limites planétaires », la méthode élaborée par le chercheur suédois Johan Rockström. Cette méthode se fonde sur les seuils que l'humanité ne doit pas dépasser afin de pouvoir évoluer dans un écosystème durable. *Par exemple : le réchauffement climatique ne doit pas excéder deux degrés.* [Plus d'informations ici](#)
- Chez L'Oréal, la performance environnementale et sociale des produits est placée au même niveau d'importance que leur performance cosmétique et économique.

CRÉATION DE VALEUR

Création de valeur pour l'entreprise

- L'outil d'éco-conception SPOT est déployé auprès de toutes les marques du Groupe L'Oréal, ce qui permet d'intégrer l'innovation durable au cœur de l'élaboration des produits.
- SPOT est intégré dans les processus de lancement de produits chez L'Oréal. C'est un outil de pilotage qui permet de mesurer la performance environnementale et sociale de chaque produit de manière systématique, objective et comparable.
- SPOT est aussi un outil stratégique pour permettre au Groupe d'atteindre l'objectif qui est au cœur de son programme de développement durable : d'ici à fin 2020, 100 % de ses nouveaux produits présenteront une amélioration de leur profil environnemental et social.

Chiffres-clés sur la création de valeur liée à la démarche :

En 2018, 100 % des produits lancés par L'Oréal ont été évalués au travers de SPOT, ce qui représente 2 195 produits.

IMPACT ENVIRONNEMENTAL ET / OU SOCIAL

Bénéfice(s) environnemental et / ou social de l'initiative

- À travers SPOT et plus largement le programme Sharing Beauty With All, L'Oréal cherche à réduire son impact sur l'environnement et à améliorer sa contribution à la société.

- SPOT permet à L'Oréal d'améliorer ce qui est au cœur de son business model, à savoir ses produits. D'ici à fin 2020, tous les nouveaux produits de L'Oréal présenteront ainsi un profil environnemental et social amélioré.

Chiffres-clés sur les impacts de la démarche

Deux exemples de produits améliorés grâce à SPOT :

1. En 2018, Kiehl's a lancé son gel douche Made for All, un gel nettoyant corps et cheveux conçu pour toute la famille. Grâce à l'outil SPOT, la performance de ce produit est précisément calculée sur les quatre axes d'amélioration possibles :

- Packaging : le flacon est composé à 100 % de plastique issu du recyclage d'emballages de produits de consommation ;
- Formule : la formule affiche un taux de biodégradabilité de 100 % ;
- Ingrédients : 95 % d'origine naturelle et sourcés de façon durable ;
- Impact social : utilisation d'aloë vera provenant d'un programme d'approvisionnement durable mené au Mexique.

2. En 2017, une nouvelle version de la crème Vichy Aqualia Thermal a été lancée.

L'impact environnemental et social de ce produit a été amélioré grâce à SPOT et les améliorations ont été quantifiées :

- Packaging : suppression de la boîte laminée et poids du couvercle réduit de 44 % ;
- Formule : le taux de biodégradabilité de la formule a été amélioré en passant de 71 % à 97 % sur le nouveau produit.
- Ingrédients : la proportion d'ingrédients d'origine renouvelable est passée de 55 % à 95 % ;
- Impact social : la formule inclut à présent du beurre de karité issu d'une filière Solidarity Sourcing au Burkina-Faso.

ENSEIGNEMENTS

Difficultés rencontrées et moyens mis en place pour les lever

- Développer un outil intégrant à la fois l'empreinte environnementale et sociale des produits. Si des méthodologies d'évaluation de l'impact environnemental des produits cosmétiques existent déjà, L'Oréal a dû créer une méthodologie permettant d'évaluer l'impact social. SPOT est une première dans le secteur de la cosmétique.
- Réunir des données fiables sur les impacts respectifs de chaque composant des produits, ce qui a été possible grâce à un important travail de recherche.
- Former la totalité des équipes marketing sur l'outil, compte tenu de sa robustesse et de son exhaustivité. L'équipe RSE, celle en charge des Packaging et les laboratoires organisent régulièrement des formations pour les équipes marketing.

Clefs de réussite pour un projet de marketing durable

- Réussir à se fixer un objectif et mesurer l'avancement régulièrement.
- Sensibiliser fréquemment les équipes au développement durable et les former à l'outil SPOT.

Pour en savoir plus

Une présentation plus détaillée de SPOT est disponible

- sur une [page dédiée du site internet du Groupe](#)
- dans le Progress Report 2018 - [page 20](#)