

TWIST, LE PREMIER PLATEAU REPAS SANS PLASTIQUE - PAR ROOM SAVEURS



CATEGORIE

OFFRE ECO ET / OU SOCIO CONÇUE

PUBLICATION

SEPTEMBRE 2019



Twist est le premier plateau repas sans plastique. Lancé par Room Saveurs en mars 2019, Twist propose une nouvelle expérience pour les déjeuners en réunion :

- Un emballage plus compact et écoresponsable : carton recyclable, couvercles plastiques supprimés, assiettes en pulpe de canne, couverts en inox, verre supprimé.
- Un emballage plus esthétique : le menu est présenté sur une planche, à la manière d'un plateau de food-market.

BENEFICE ENVIRONNEMENTAL



-17 tonnes
de plastique / an*

100 %
recyclable

26 %
diminution de
l'empreinte carbone*

* : par rapport à l'ancienne gamme Flo Prestige

CREATION DE VALEUR



+ 12 %
De ventes en
volume*

+ 10 %
de ventes en
valeur*

+ 381 %
de vues sur le
site internet*

* : par rapport à l'ancienne gamme Flo Prestige

FACTEURS DE SUCCES



Cohérence et transparence
auprès des clients



Pédagogie auprès des
collaborateurs



DESCRIPTION DE L'INITIATIVE

Description synthétique de l'initiative

Twist est le premier plateau repas sans plastique.

Lancé par Room Saveurs en mars 2019, Twist propose une nouvelle expérience pour les déjeuners en réunion :

- Un emballage plus compact et écoresponsable : carton recyclable, assiettes en pulpe de canne, suppression des couvercles plastique remplacés par des couverts en inox, suppression du verre.
- Un emballage plus esthétique : le menu est présenté sur une planche, à la manière d'un plateau de food market.

Communication auprès des consommateurs

Le lancement de l'offre Twist a été communiqué auprès des consommateurs au travers des différents supports de communication :

- Print : bon de dégustation, offres promotionnelles, mise en avant dans le catalogue et dans les supports distribués à la force de vente.
- Digital : vidéos sponsorisées et posts sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube), campagne influenceurs, bannières et page produit dédiée sur internet, envoi d'emails à notre base de clients (17,6% de taux d'ouverture moyen), campagne digitale ciblant les directeurs RSE (C3D).
- Événementiel : organisation d'un événement interne pour sensibiliser les équipes, d'une soirée de lancement pour les meilleurs clients, acheteurs et influenceurs et des présentations chez les clients par les commerciaux.
- RP : envoi du communiqué de presse (reportage TV et articles dans la presse)

Prochaines étapes et objectifs liés à cette initiative

- L'ambition est d'appliquer le concept zéro plastique sur tous les plateaux repas proposés par Room Saveurs.
- Concernant l'offre Twist existante :
 - Mai 2019 : enquête consommateur « votre avis = 1€ reversé à Fermes d'avenir » dans tous les plateaux Twist et par téléphone pour connaître les retours d'expérience et ainsi connaître les attentes des consommateurs.
 - Automne-hiver 2019 : adaptation du concept zéro plastique sur un des buffets.
 - Recherche d'un nouveau matériel pour les couverts : réflexion autour du bambou qui n'a pas été mis en place (mauvais confort gustatif). Pour l'instant, les couverts en inox de la gamme Twist peuvent être récupérés grâce au programme de recyclage et donnés à des associations.

CARACTÈRE INNOVANT

Caractère innovant de l'initiative

Avec Twist, Room Saveurs a été le premier acteur de la restauration livrée en entreprise à lancer un coffret repas totalement sans plastique.

Grâce à la technologie du packaging bientôt brevetée, Twist a pu s'affranchir des deux grands freins dans la livraison alimentaire à ce type d'innovation à savoir la sécurité alimentaire et une livraison optimale sans couvercle.

CRÉATION DE VALEUR

Création de valeur pour l'entreprise

Le lancement de Twist a généré une création de valeur en termes économiques, puisque le lancement de cette gamme a permis de relancer les ventes sur ce segment avec une hausse en volume et en valeur comparativement à l'ancienne gamme Flo Prestige.

Twist a également généré de la création de valeur en termes d'image puisque la dimension éco-responsable de la gamme correspond davantage aux attentes des consommateurs qui sont en demande d'entreprises qui s'engagent. Ceci a généré un trafic et une grande visibilité pour l'entreprise.

Chiffres-clés sur la création de valeur liée à l'initiative

Création de valeur économique :

- 6 semaines après le lancement de Twist, augmentation de + 12 % des ventes en volume et + 10 % des ventes en valeur par rapport à la gamme Flo Prestige sur une période comparable.

Création de valeur « image » :

- 2 semaines après le lancement, la page présentant les produits Twist sur le site internet a été vue plus de 4 500 fois (vs 934 pour Flo prestige en 2018 à la même date soit une augmentation de + 381,8 %).
- Pics d'activité sur le site à la suite d'actions marketing (exemple : pic de trafic lors du passage de TWIST dans La Quotidienne (France 5) : 284 vues sur la page Twist vs 150 en moyenne).
- Une enquête consommateur (échantillon de 225 personnes) menée à la suite du lancement a révélé que 24,6 % des clients ayant commandé Twist l'ont choisie pour l'aspect éco-conçu de la gamme, 91,7 % ont été séduits par l'emballage adapté aux contenants et 97,5 % félicitent Room Saveurs pour son engagement à avoir créé cette marque sans plastique.

IMPACT ENVIRONNEMENTAL ET / OU SOCIAL

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

Concernant le packaging :

- Le plastique a été totalement supprimé du coffret.
- Le coffret est 100 % recyclable et fabriqué en France en carton non pelliculé à base d'encre et vernis sans huiles minérales.
- Les assiettes sont en pulpe de canne à sucre. Elles sont compostables ou biodégradables et permettent de donner une seconde vie aux déchets de la production de canne à sucre.
- Les couverts en inox sont récupérés grâce à des véhicules électriques afin d'être réutilisés par des associations (en partenariat avec le Samu Social de Paris « Recycler pour mieux partager », 12 915 couverts ont été recyclés en 2018).
- Enfin, le verre (en verre) du menu a été supprimé pour alléger le plateau et réduire un peu plus l'impact carbone.
- Chaque plateau contient un « p'tit bonus » consistant en un tapis de graines de basilic bio afin d'aider les Hommes à Mieux Manger chaque jour.

Concernant les plats :

- Bénéfice santé : les menus sont variés et de saison, menus spéciaux pour les différents régimes alimentaires; les aliments bio et labels de qualité sont privilégiés
- Bénéfice environnemental : 87 % de la viande et 100 % du poulet sont d'origine française, aliments bio au maximum, huiles de palme et de coprah supprimées, plats végétariens en augmentation

Chiffres-clés sur les impacts de l'initiative

Grâce à ce coffret éco-conçu et à la suppression des couvercles des plats : la gamme Twist permet d'utiliser environ **17 tonnes de plastique en moins par an** (vs Flo Prestige).

- L'empreinte carbone est diminuée de 26 % (vs le précédent coffret). *[L'empreinte est mesurée sur la production et le transport du coffret carton.]*

ENSEIGNEMENTS

Difficultés rencontrées et moyens mis en place pour les lever

- Contraintes techniques dans la conception du coffret. Il fallait alléger le poids du papier et du carton, et supprimer le plastique sans risquer l'affaissement du coffret qui peut nuire à la sécurité alimentaire des produits.
- Appréhension de certains consommateurs à propos de l'absence de couvercles (idées reçues : manque d'hygiène, risque de se renverser dans la boîte...).
- Réalisation de tests d'alimentarité pour prouver que cela était bien conforme
- Large communication auprès des clients.
- Retravail des recettes pour diminuer la hauteur des plats, à grammage équivalent, et ainsi supprimer tous les risques de contact qui peuvent perturber le consommateur.

Clefs de réussite d'un projet de marketing durable

- Proposer aux clients des services qui améliorent toujours plus leur expérience de consommation et permettent de les éduquer au fur et à mesure.
- Eviter le greenwashing et travailler la transparence des messages.
- Adapter le message aux cibles, notamment sur le sujet de la RSE qui peut être difficile à appréhender

Pour en savoir plus

Communiqué de presse :

https://www.roomsaveurs.fr/ftp/files/communiqu%C3%A9_de_presse_TWIST.pdf

Argumentaire :

<https://www.roomsaveurs.fr/ftp/files/ARGUMENTAIRE-TWIST-ROOM-SAVEURS.pdf>

Vidéo « twist le 1er coffret repas zéro plastique » :

https://www.youtube.com/watch?v=G0t_kuavtNQ

Vidéo « Twist, le menu signé Paul-Arthur Berlan » :

<https://www.youtube.com/watch?v=1kbBAI5zLLA>

Page de présentation Twist sur le site internet :

<https://www.roomsaveurs.fr/twist.html>

Page produits sur le site internet :

<https://www.roomsaveurs.fr/plateau-repas/twist-au-croisement-des-papilles.html>