

« REUSSIR AVEC UN MARKETING RESPONSABLE » - SELECTION 2018

Catégorie « Offres éco et / ou socio conçues »

ENTREPRISE - MARQUE
Werner & Mertz - Green Care PROFESSIONAL

INITIATIVE
Détergents professionnels éco-conçus Zéro Déchet



"100% réutilisation - Zéro déchet" grâce à l'éco-design en cycle fermé

Description de l'initiative

Date de lancement

Janvier 2018

Description synthétique (description de l'initiative, des enjeux sociétaux/ environnementaux auxquels elle répond, ...)

Werner & Mertz Professional développe des produits détergents et solutions de nettoyage pour les professionnels dont tous les ingrédients ont :

- soit l'aptitude à retourner à la nature grâce à leur biodégradabilité et non toxicité
- soit à être intégralement réutilisés.

Les matières actives sont bio-sourcées, les emballages en plastique recyclé post-consommation, la production à énergie renouvelable, l'eau préservée...

Depuis début 2018, toutes les bouteilles 1L commercialisées par green care PROFESSIONAL sont fabriquées en plastique 100% PE-HD translucide recyclé post-consommation.

Convaincu qu'il est possible de préserver notre environnement et ses ressources sans sacrifier notre mode de vie moderne et qu'une consommation plus vertueuse peut être à la portée de tous, Werner & Mertz a prouvé que dans l'industrie des détergents, il était possible de mettre en œuvre une activité industrielle circulaire économiquement viable, performante et profitable pour ses clients, tout en préservant les ressources et la santé.

Werner & Mertz a choisi une approche positive de la consommation : ne pas préconiser de consommer MOINS, mais MIEUX en produisant BIEN grâce à l'éco-conception.

Comment a-t-elle été déployée ? (partenaires et services impliqués, étapes clés, périmètre – quantitatif, géographique, etc.)

Dans l'univers des détergents professionnels, la marque green care PROFESSIONAL de Werner & Mertz est depuis 30 ans une marque pionnière du développement durable.

> 2002 : Usines durables certifiées ISO 14001 et EMAS

> 2005 : 1ers détergents certifiés par l'Ecolabel Européen

> 2007 : Priorité donnée aux ingrédients bio-sourcés renouvelables dans les formules

Mais c'est en 2014 qu'une véritable réflexion d'éco-conception est mise en œuvre selon le principe Cradle to Cradle* et que la 1ère gamme complète de nettoyeurs professionnels certifiés C2C Gold est lancée.

** philosophie de la production industrielle qui intègre, à tous les niveaux, de la conception, de la production et de la réutilisation du produit, une exigence écologique dont le principe est zéro pollution et 100 % réutilisé.*

Il restait à maîtriser le cycle de vie de l'emballage. Chose faite en 2016, avec la commercialisation par green care PROFESSIONAL de la première bouteille en plastique 100% PE-HD translucide recyclée. Le challenge était de taille. Le PE-HD est la qualité de plastique majoritairement utilisée pour les emballages de détergents professionnels. Mais devant la difficulté à s'approvisionner en PE-HD recyclé, l'entreprise Werner & Mertz a dû développer son propre sourcing en lançant une initiative de collecte, transformation et valorisation du PE-HD translucide présent dans les déchets ménagers. Cette initiative a été lancée en partenariat avec un leader mondial de l'emballage - ALPLA et le Point Vert allemand.

Depuis début 2018, toutes les bouteilles 1L commercialisées par green care PROFESSIONAL sont fabriquées en plastique 100% PE-HD translucide recyclé post-consommation.

Comment a-t-elle été communiquée auprès des consommateurs ? (supports de communication, contenu pédagogique, méthodes d'implication...)

1) FORMATION des salariés dans l'entreprise, des vendeurs de nos réseaux de distribution (250 pers.), des clients : aux notions d'éco-conception, cycle de vie, production linéaire et circulaire, sensibilisation à la notion de ressources.

2 COMMUNICATION auprès des cibles des Professionnels du Nettoyage, de la Restauration, de la Santé, des Maisons de retraite/ Pouvoir public et Acheteurs publics :

- Dossier de Presse

- Communication dans les Associations sectorielles

- Campagne Presse
- Conférence dans les Salons professionnels et les évènements

En quoi est-elle innovante ? (aspect novateur pour votre entreprise, pour votre marché, ...)

Green care PROFESSIONAL est la 1ère marque à avoir commercialisé une gamme complète de produits nettoyants professionnels intégralement éco-conçus selon Cradle to Cradle et certifiés GOLD. C'est également la seule marque de produits détergents professionnels à commercialiser des produits en emballages plastique 100% recyclé PET et PE-HD (1L).

Quelles ont été les difficultés et comment les avez-vous levées ? (difficultés humaines, organisationnelles, techniques, technologiques, budgétaires, ...)

- 1) Difficultés de conception des produits et surcoûts :
 - L'utilisation de tensio-actifs biosourcés et d'origine européenne, ainsi que le développement d'emballages en plastique recyclé n'est pas simple. Il a fallu du temps pour maîtriser ces techniques nouvelles.
 - Les surcoûts engendrés par ces choix ont dû être compensés par le développement de concept de nettoyage innovants et concentrés pour assurer aux clients la meilleure offre économique à l'usage.
- 2) Difficulté pour valoriser les bénéfiques clients d'une offre durable : Werner & Mertz a en projet un "Calculateur de Performance" (cf. paragraphe suivant)
- 3) Méconnaissance des clients / acheteurs de l'offre durable : les clients veulent acheter de manière plus responsable, mais il y a une méconnaissance de l'offre du marché, des certifications et des caractéristiques. Werner & Mertz a dû mettre en œuvre beaucoup de pédagogie et de formation.

Quels sont les prochaines étapes et prochains objectifs liés à cette initiative ? (optimisations prévues, déploiement, projets connexes, objectifs quantitatifs et qualitatifs ...)

- 1) Quantifier les bénéfices durables : pour permettre aux clients de percevoir les bénéfices de l'utilisation de produits durables éco-conçus, Werner & Mertz a lancé en 2018 un "Calculateur de performance Durable" pour quantifier les économies obtenues en matière de pétrole brute, CO2....www.get.wmprof.com
- 2) Rester le pionnier du secteur en matière de détergents durables. 65% des emballages commercialisés par Werner & Metz sont en plastique recyclé. Au Forum économique mondial de Davos du 22 janvier 2018, dans le cadre du projet THE NEW PLASTIC ECONOMY de la Fondation Ellen MacArthur, la société Werner & Mertz s'est engagée à commercialiser 100 % d'emballages en plastique recyclé d'ici 2025. Dans le cadre de La Feuille de Route Economie Circulaire, Werner & Mertz a été une des 50 premières entreprises à s'engager début juillet 2018 pour doubler en France l'incorporation du plastique recyclé d'ici 2025
- 3) Formation des acheteurs : projet d'un guide d'achats de détergents durables.

Création de valeur

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

- **Pour la société ?** (indicateurs quantitatifs / qualitatifs de mesure de l'impact environnemental et social réel du projet)

La France ne recycle que 22,2% de ses déchets plastiques, 43,5% sont incinérés et 34,3% ne sont pas valorisés, partent en décharge ou dans la nature. C'est une aberration économique (95% de la valeur des plastiques est perdue) et écologique (5 à 13 Millions de Tonnes de plastique finissent chaque année dans les océans et se transforment en micro-plastiques). La démarche de Werner & Mertz permet la préservation des ressources fossiles et la limitation des émissions de CO2 :

> 165 millions de tonnes de pétrole préservées depuis 1986, grâce à l'utilisation d'ingrédients biosourcés

> En 2017, l'entreprise a commercialisé 70 millions de bouteilles en plastique recyclé.

1 Tonne de plastique recyclé, c'est 2 Tonnes de CO2 non rejetées/ c'est 610 Kg de pétrole brut épargnés (ce qui correspond à la consommation moyenne annuelle d'un habitant)

Promouvoir le recyclage, la réutilisation et la valorisation du plastique, c'est le meilleur moyen de préserver les océans en évitant aux plastiques de se retrouver dans les océans et se transformer en micro-plastiques.

- **Pour l'entreprise ?** (indicateurs de valeur matérielle et immatérielle : PDM, ventes, réduction des coûts, expertises, impacts sur les équipes internes, sur les consommateurs, autre...)

Dans un monde en évolution constante, l'avenir d'une entreprise réside dans sa capacité à accompagner les changements. C'est ce que fait Werner & Mertz. L'entreprise était déjà reconnue pour la performance de ses produits et son savoir-faire. Elle est aujourd'hui devenue un des leaders européens de la démarche durable dans son secteur. Pouvant répondre ainsi aux préoccupations de ses clients en matière de performance/profitabilité, mais également de respect environnemental, santé, sécurité.

Ce qui s'exprime par :

- Une croissance de 20% annuel de son offre durable
- De nombreuses récompenses : Prix de l'emballage Allemand 2016, Prix PACK THE FUTUR, Vainqueur 2018 du WPO- World Packaging Organization...

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

Nécessité d'un engagement global de l'entreprise, porté par la Direction.

Impliquer toute l'entreprise et chaque service et les former à une nouvelle vision industrielle.

Nouer des partenariats avec toutes les parties prenantes de la vie d'un produit, pour pousser un projet global.

Pour en savoir plus (liens vers un site web, une vidéo, un document technique...)

<https://www.youtube.com/watch?v=9vIWH62vIRU>

https://www.youtube.com/watch?v=zP1J9_jviv8