

« REUSSIR AVEC UN MARKETING RESPONSABLE » - SELECTION 2013

ENTREPRISE / MARQUE

Danone / evian

INITIATIVE

Démarche d'amélioration de l'écoconception d'une bouteille d'eau



Evian 1,5L



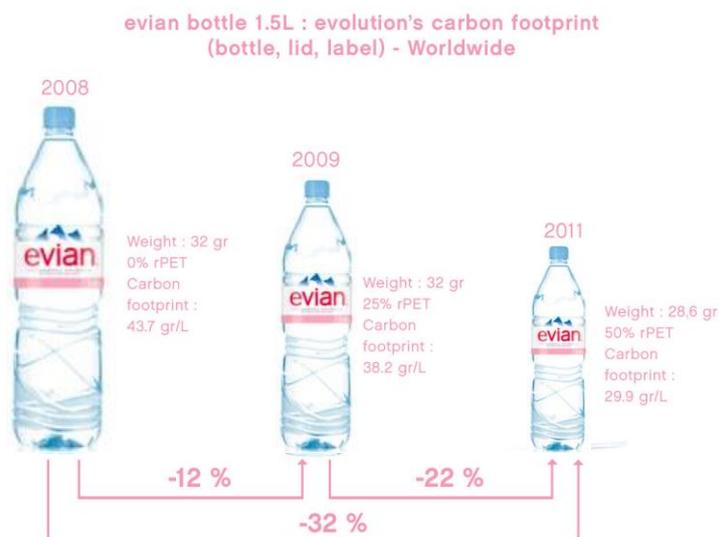
Description de l'initiative

Date de lancement

2011

Description synthétique

Entre 2008 et 2011, la bouteille evian 1,5L a été allégée de 11% (passant ainsi de 32gr à 28,6gr). Cette réduction de la quantité de PET utilisée ainsi que l'intégration de rPET, qui se sont fait en 2 temps, ont permis de réduire considérablement son empreinte carbone, et celle de la marque evian.



La nouvelle bouteille a aussi été conçue pour faciliter le compactage par les consommateurs (compactage horizontal), afin de favoriser le geste de tri et ainsi le recyclage des bouteilles.

Comment a-t-elle été déployée ?

Un projet de redesign a été mis en place afin de permettre à la bouteille de supporter cette diminution de poids, tout en restant premium dans son aspect et sa prise en main.

Des tests de faisabilité ont ensuite été menés au niveau industriel et logistique.

Cette réduction a ensuite été déployée sur l'ensemble des bouteilles evian 1.5L distribuées par evian.

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

Une communication a été réalisée au dos de l'étiquette sur la bouteille éco-conçue : "Nouvelle bouteille éco-conçue: Allégée en plastique / Plus facile à compacter / 100% recyclable"

Un spot publicitaire pour la télévision a également été développé en partenariat avec Eco-Emballage afin d'inciter le consommateur à compacter et trier la bouteille.

Ce spot avait pour objectif d'être ludo-pédagogique, pour faire passer les messages de tri de façon ludique, « à la evian ». On y voit un bébé qui s'assoit sur la bouteille et la compacte ; son grand frère en fait un jeu avec plusieurs bouteilles, puis ils les mettent ensemble dans la poubelle de tri. Cette publicité a été diffusée pendant 3 semaines sur les chaînes de télévision françaises.

<http://www.youtube.com/watch?v=3y2U00Ar4-0>

evian a également participé à l'Allée du recyclage, un nouvel espace d'exposition dans les couloirs du métro parisien pour encourager le tri et le recyclage des emballages usagés.

En quoi est-elle innovante ?

evian a été la 1ère marque à avoir inséré du rPET dans ses bouteilles d'eau (dès 2008).

D'autre part, l'objectif de réduction carbone, qui a été atteint, était ambitieux : engagement de -40% pris en 2008.

Enfin, les outils de communication, aussi bien le spot publicitaire (réalisé en partenariat avec Eco-Emballage) que le partenariat avec l'Allée du recyclage sont des opérations de communication innovantes, et engageant les consommateurs de façon ludique.

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

Le réel challenge a été de garder une qualité premium en mettant moins de matière dans la bouteille.

Nous avons d'ailleurs au début reçu un certain nombre de plaintes des consommateurs qui ne retrouvaient pas la qualité escomptées pour un produit evian (bouteilles trop molles). Leurs remarques, récoltées à travers notre service consommateurs, ont été prises en compte, et une nouvelle bouteille, avec un design encore mieux adapté à cette réduction de matière a été développée.

Chacun des consommateurs ayant été en contact avec notre service consommateurs a été ensuite recontacté pour leur indiquer que la bouteille avait été retravaillée dans ce sens. Cette démarche a été fortement appréciée par nos clients.

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

Un travail a été réalisé pour la réduction de matière sur d'autres formats de la gamme.

Nous cherchons également à augmenter encore le taux de rPET dans l'ensemble de nos bouteilles.

Création de valeur

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

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

Cette initiative a permis une réduction de l'empreinte carbone de la bouteille 1.5L d'evian de 32% entre 2008 et 2011.

La bouteille 1,5L représentant une part importante des ventes totales d'evian, cette réduction a largement participé à la réduction de 40% des émissions de carbone (en gr/L) d'evian entre 2008 et 2011.

La réduction de PET dans toutes les bouteilles représente globalement chez EvianVolvicWorld une économie de 4000 tonnes de PET par an entre 2008 et 2012.

- ***Pour l'entreprise (éléments concrets de valeur matérielle et immatérielle) ?***

Cette action contribue à la construction de l'image de la marque comme marque responsable, soucieuse de l'environnement et de son écosystème.

La réduction de PET permet également un gain financier. La réduction de PET dans toutes les bouteilles représente globalement chez EvianVolvicWorld une économie de 4000 tonnes de PET par an entre 2008 et 2012.

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

Un projet win-win (bénéfique pour l'environnement & pour l'entreprise)

Un engagement ambitieux et sur la durée, au cœur du business.

Pour en savoir plus

www.pure.evian.com