

Description de l'initiative

Date de lancement

En 2010, NESCAFE® consolide ses engagements au sein du NESCAFE® Plan.

Description synthétique

Le NESCAFE® Plan permet de répondre à des enjeux environnementaux et sociaux divers :

- Le risque de pénurie de café de qualité à moyen/long terme.
- La raréfaction des ressources en eau et des énergies fossiles.
- La génération de déchets liés aux activités industrielles.
- La sensibilité des consommateurs aux problématiques du changement climatique, leurs attentes fortes envers les entreprises pour prendre leurs responsabilités, leurs attentes sur des produits durables.

Pour garantir un café de qualité aujourd'hui comme demain, NESCAFE® s'engage autour de 3 piliers grâce au NESCAFE® Plan:

- Agriculture responsable

[1] Former les caféiculteurs à des pratiques plus durables en collaboration avec Rainforest Alliance et le SAN¹ [2] Distribuer des plants de café, sélectionnés naturellement, de meilleure qualité et plus productifs

[3] Garantir la conformité des approvisionnements au standard international de l'association 4C²

[4] Sélectionner grâce à son savoir-faire les meilleurs cafés verts en dégustant et classifiant chaque lot vendu

- Production responsable

[1] Réduire la consommation d'eau et d'énergie

[2] Développer les énergies renouvelables

[3] Réduire à zéro la génération de déchets non valorisés

- Consommation responsable

[1] Informer les consommateurs en communiquant l'empreinte environnementale d'une tasse de café consommée de façon claire et lisible sur la base d'une Analyse de Cycle de Vie (ACV)

[2] Comprendre la différence entre la consommation de café instantané³ et celle d'une autre technologie

[3] Proposer au consommateur un format recharge plutôt qu'un flacon verre pour améliorer l'impact environnemental

[4] Faire la promotion du tri en informant des bonnes pratiques

¹Sustainable Agriculture Network ²Common Code for Coffee Community ³-30% sur les émissions de GES par rapport à une tasse de café filtre

Source : Analyse de cycle de vie de la recharge réalisée par un cabinet externe et soumis à un expert indépendant (Février 2010)

Comment a-t-elle été déployée (étapes, ampleur) ?

En 2010, NESCAFE® consolide et accélère ses engagements en se fixant des objectifs pour 2020.

Pilier agriculture responsable

Depuis 1962, NESCAFE® est présent avec des agronomes dans les plantations de café partout dans le monde.

Pilier production responsable

Depuis 2005, NESCAFE® s'engage à réduire sa consommation mondiale en énergie et en eau.

Pilier consommation responsable

En 2007, le Grenelle de l'environnement fixe des priorités et des réglementations. NESCAFE® s'engage dans un pilote volontaire de déploiement soutenu par le gouvernement. NESCAFE® propose son format recharge sur le marché français à partir de Mars 2012.

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

- 1) Sur l'emballage directement avec une illustration simple du NESCAFE® Plan apposée, et un QR Code renvoyant au site internet qui détaille les engagements du NESCAFE® Plan:
<http://qr.nescafe.fr/nescafe48>
- 2) Via un site internet explicatif et convivial dédié : www.nescafeplan.fr
- 3) Via un site internet pédagogique sur l'ACV :
<http://www.corners.croquonslavie.fr/marques/nescafe-analyse-cycle-de-vie/>
- 4) Sur les réseaux sociaux, par exemple sur Facebook avec des posts illustratifs des engagements ou des avancées : +2000 « j'aime » par post et échanges avec Community Management.
- 5) En échantillonnage avec 12 millions d'exemplaires d'un leaflet distribués en 2015, dont une page entière dédiée au NESCAFE® Plan, qui explique les piliers et les actions principales.

En quoi est-elle innovante ?

- Démarche globale partie-prenantes: à différentes échelles et une pédagogie à tous les niveaux, en commençant par la formation des distributeurs clients.
- Démarche unique : NESCAFE® seul intervenant à distribuer des caféiers et à former les producteurs aussi largement grâce au NESCAFE® Plan. Ces actions se font via l'association internationale 4C, qui repose sur un processus d'amélioration continue.

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

Agriculture responsable : À cause de fortes disparités des pratiques agricoles et du morcèlement des plantations (80% petits planteurs, 26 millions d'acteurs), organisation humaine complexe et longue à déployer (couvre plus de 90% de la production mondiale de café).
=> Stratégie de long-terme sur 10 ans avec plus de 300 agronomes présents dans 14 pays producteurs.

Production responsable : investissements financiers conséquents avec des retours sur investissement longs, en dépit du soutien financier de l'ADEME.

Consommation responsable : Embarquer les équipes marketings et commerciales dans l'accomplissement de projets innovants est primordial et l'accomplissement d'un travail quotidien.
=> Formations internes

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

Le NESCAFE® Plan fixe comme objectifs d'ici à 2020 de :

- Distribuer 220 millions de caféiers aux producteurs.
- Soutenir la formation annuelle de 10 000 producteurs.
- Approvisionner 180 000 tonnes de cafés vérifiés 4C, en direct auprès des producteurs.
- En usine* : -30% d'Eau, -20% d'Énergie, zéro déchet enfoui.
- Communiquer l'impact environnemental des produits NESCAFE® auprès de ses consommateurs.

* en % consommé par tonne de café produite, depuis 2010

Création de valeur

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

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

Avancées du pilier Agriculture responsable en 2014:

- 73,8 millions de caféiers distribués
- 76 000 producteurs formés
- Présence dans 14 pays producteurs

Avancées du pilier Production responsable en 2014 à l'usine NESCAFE® à Dieppe :

- Réduction de 47% d'eau consommée depuis 2006 (utilisation en cycle « fermé »)
- Réduction de 12% d'énergie depuis 2006 (remplacement fuel lourd par gaz naturel)
- Réduction de 35% déchets non valorisés depuis 2010
- Valorisation à 100% du marc de café en énergie renouvelable (32600 tonnes de CO2 évitées annuellement)

Consommation plus responsable :

NESCAFE® promeut une consommation à meilleur impact notamment en optimisant ses emballages, communique ses résultats de façon transparente et éduque le consommateur à trier ses emballages ménagers.

- **Pour l'entreprise ?**

- Améliore l'image de marque (perception de qualité du café instantané) pour recruter
- Identifier des opportunités de développement de nouveaux produits et communications
=> Posts sur les réseaux sociaux
- Accompagne le changement en interne, avec l'apport de parties-prenantes externes
- Renforce l'expertise café des acteurs internes et de nos clients

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

Impliquer les équipes marketing et commerciales en identifiant des bénéfiques consommateurs et clients clés, qui permettra d'atteindre un objectif de marque significatif.

Former les fonctions liées au développement et à la commercialisation du produit (commerce, digital, engineering, environnement, sécurité, ASR, R&D, légal, ...) pour leur permettre de faire la différence dans leurs métiers respectifs.

Pour en savoir plus

Site internet : www.nescafeplan.fr

Site internet ACV : <http://www.corners.croquonslavie.fr/marques/nescafe-analyse-cycle-de-vie/>

Vidéo Nescafé® Plan : <https://www.youtube.com/watch?v=GLA9UgDQmIs>

Page Facebook : <https://www.facebook.com/Nescafe.FR>

Illustration en pack :

