

Réduction de l'impact environnemental des emballages primaires Sucre Daddy

Catégorie

ÉCO-CONCEPTION

Date de publication



NOVEMBRE 2024

Daddy



En 2019, Daddy, marque du groupe Cristal Union, a initié une démarche pour réduire l'empreinte environnementale de ses emballages. Résultat : une baisse de 64 % de plastique fossile vierge grâce à des innovations notamment sur deux produits phares. Le Profil Pack 750g est désormais fabriqué à partir d'une base en papier kraft non blanchi, et la saupoudreuse glace 500g voit son plastique réduit de 80 % avec des éléments entièrement recyclables.

Bénéfices environnementaux et sociétaux



Depuis 2019

-64% soient **-300 t**

de plastique fossile vierge dans la gamme de produits Daddy

de plastique fossile vierge évité par an



Baisse conséquente des émissions de GES (vérifiée par le comité de sélection)

Réduction du poids moyen des emballages

99%

des emballages de la marque désormais recyclables

-11%



pour la gamme Daddy

-23%



pour le profil pack

16%



de PDM en valeur sur la catégorie goût sucré*

Création de valeur



Facteurs de succès



Définir une stratégie RSE qui fait sens



Être à l'écoute du consommateur sans négliger la qualité



Communication transparente

*Source : Circana PDM Valeur Marques Gout sucré - CAM P8 2024 - HMSM Drive Proxi

Description de l'initiative

Description synthétique :

- En tant que marque grand public du groupe Cristal Union, Daddy a décidé en 2019 d'incarner des engagements environnementaux forts et a structuré avec l'équipe packaging et marketing sa démarche de réduction de l'empreinte environnementale de ses emballages primaires. La marque a ainsi réduit de 64% la part de plastique fossile vierge (fabriqué à partir de ressources fossiles, comme le pétrole ou le gaz naturel, qui n'a donc pas été recyclé ni transformé à partir d'une matière déjà utilisée).
- Deux produits phares sont retravaillés:
 - Le profil pack 750g, initialement intégralement en plastique, qui passe en base papier kraft non blanchi.
 - La saupoudreuse glace 500g avec une part plastique réduite de 80%. La recyclabilité de l'emballage est facilitée par un bouchon et une boîte recyclables (contrairement à l'emballage plastique précédent).
- Daddy a été accompagné sur ce projet par l'ADEME via l'appel à projets GreenGo pour l'amélioration de la performance environnementale des produits alimentaires. Des analyses de cycles de vie sur l'ensemble de ses emballages sont régulièrement effectuées afin de vérifier que les impacts environnementaux soient bien réduits pour chaque innovation et évolution.

Communication auprès des consommateurs :

Daddy souhaite communiquer plusieurs messages:

- " la marque prend à coeur son rôle de leader dans la catégorie sucre"
- " l'innovation est indissociable de la réduction de l'impact environnemental "
- " un emballage qui évolue et masque le produit brut ne supprime pas la singularité de la marque"

Les consommateurs sont informés sur 2 sujets:

- la réduction du plastique : mise en avant des chiffres phares
- l'intégration de matière plastique recyclée : pour les emballages concernés des produits Daddy

Pour cela la marque utilise plusieurs canaux:

- Presse: professionnelle et grand public
- Point de vente: au sein des linéaires et via la publicité sur les lieux de vente
- Campagne digitale: annonce du changement de packaging de la saupoudreuse glace
- Emballages : messages tels que "-80% de plastique, ça cartonne!" sur la face avant de la saupoudreuse

Prochaines étapes et objectifs liés à cette initiative :

Après avoir travaillé sur les emballages primaires (saupoudreuse, profil pack et autres) et les emballages secondaires et tertiaires (travail en 2023 sur la performance et l'optimisation des systèmes de filmage palette, réduisant de moitié l'utilisation de film plastique étirable), Daddy poursuit ses études sur les emballages existants.

Sa projection: -80% de plastique fossile vierge au global pour 2025.

CARACTÈRE INNOVANT

- La réduction de la part plastique fossile vierge dans ses emballages primaires représente une avancée disruptive pour Daddy puisque:
 - Tous les autres Profil Pack de sucre de 750g sur le marché sont exclusivement constitués de plastique, préféré pour sa transparence.* Le choix d'une base papier kraft non blanchi pour Daddy permet à la marque de se différencier mais est aussi une prise de risque puisque le produit brut n'est plus visible directement pour le consommateur.
 - En France, 98% des emballages de sucre glace sont entièrement en plastique, que ce soit un flacon manchonné ou un sachet souple.* Daddy a voulu bousculer les codes et embarquer les consommateurs dans la réduction du plastique inutile.

* source: Benchmark fait en magasins de l'ensemble des acteurs de la grande distribution.

CRÉATION DE VALEUR

Pour l'entreprise:

Valorisation de l'image de marque auprès:

- **Des consommateurs:** l'étude qualitative menée en 2019 et 2023 montrent que ces derniers approuvent le tournant pris par Daddy sur la réduction du plastique tout en considérant que la marque garde sa personnalité propre.
- **Des distributeurs:** Daddy intègre le Pacte de la Transition Alimentaire Carrefour en 2023 notamment grâce aux évolutions des emballages.
- **En interne:** Daddy est le seul industriel européen à produire une poche souple base papier recyclable sur ligne haute cadence avec application d'un bouchon. Cela représente un défi pour l'ensemble des équipes techniques et de production. La démarche d'éco-conception des emballages Daddy donne du sens à l'ensemble des contributeurs des projets.

Chiffres clés sur la création de valeur:

En 2024:

- Sur l'ensemble des emballages primaires de Daddy :
 - 99% des emballages sont recyclables (80% l'étaient en 2019)
 - Le poids moyen des emballages est réduit de 11%
- Sur le profil pack
 - la part de plastique a été réduite de 78%
 - le poids de la poche souple a été réduit de 23%
- Sur la catégorie goût sucré, la marque Daddy est: *
 - Leader en part de marché : 16% de parts de marché en valeur
 - n°1 en nombre d'acheteurs: 41% des consommateurs de la catégorie achètent Daddy, soit 11 millions de foyers

IMPACT ENVIRONNEMENTAL

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

- La réduction des plastiques dans ses emballages primaires permet à la marque de réduire son impact sur l'environnement tout en apportant différenciation et innovation dans les linéaires du marché français.
- Avec cette initiative, Daddy veut accompagner les consommateurs dans une démarche de réduction de plastique et de tri des déchets d'emballages: "réduire notre impact sur la planète, c'est notre rôle de marque du quotidien"

Chiffres clés sur les impacts de l'initiative :

L'évolution des emballages des profils packs et des saupoudreuses glace permet:

- D'éviter la consommation de 300t de plastique fossile vierge par an (ce qui correspond à environ 15 millions de bouteilles plastiques)
- Des réductions conséquentes des émissions de gaz à effet de serre

ENSEIGNEMENTS

Difficultés rencontrées et moyens mis en place pour les lever :

- **Evolution technologique:**
La marque souhaite conserver ses lignes de production actuelles afin de ne pas mettre au rebut des outils toujours fonctionnels. Un défi transversal à ces deux développements a été de faire évoluer des outils de production avec des emballages structurellement différents et des spécifications matériaux très variées.
- **Accompagnement au changement:**
Les innovations viennent perturber les habitudes et les performances industrielles. Le passage d'emballages transparents à opaques est également une étape importante pour les équipes marketing et commerciale. L'innovation est avant tout un défi économique sur un produit de commodité et nécessite du temps de R&D.

Clés de réussite d'un projet de marketing durable :

- **Définir une stratégie marketing intégrant des objectifs RSE pertinents :** Disposer des outils d'analyse adéquats (ACV par exemple) et le travail en groupe de personnes expertes dans leurs domaines d'activité.
- **Continuer à répondre aux attentes des consommateurs et ne pas faire de compromis sur les fonctionnalités de l'emballage :** protection, conservation du produit, praticité, étanchéité, refermabilité, ... La durabilité doit être une valeur ajoutée environnementale, sans dégrader la qualité du produit et peut même parfois apporter des améliorations.
- **Communiquer aux distributeurs et consommateurs en toute transparence,** avec des messages courts et clairs pour expliquer les évolutions.