

Rowenta Gamme Green Force Effitech® Aspirateurs économes en énergie

Catégorie

ÉCO-CONCEPTION

Date de publication



NOVEMBRE 2024



En septembre 2023, le groupe SEB lance sa nouvelle gamme d'aspirateur Green Force Cyclonic Effitech® de la marque Rowenta.

Equipée d'un moteur Effitech® d'une puissance de 400 watts (500watts de moins que la réglementation maximale autorisée), cette gamme permet d'économiser jusqu'à 50% d'énergie par rapport à un aspirateur de performance équivalente*.

Bénéfices
environnementaux
et sociétaux



Jusqu'à
50%
de réduction
d'énergie à
l'utilisation*



Prix d'achat équivalent à un aspirateur
classique pour une **meilleure
performance énergétique**

10%

de PDM sur les aspirateurs
traîneaux en France pour
toutes les gammes
Effitech® **



5 aspirateurs Effitech® se
placent dans **le top 10
des vente****



note de satisfaction
Amazon sur plus
de 2000 avis

Création de
valeur



Facteurs de
succès



Coordonner et convaincre
les métiers en interne



Accompagner les
consommateurs



Être capable de **s'adapter**
pour proposer un prix en
accord avec le marché

Description de l'initiative

Description synthétique :

- En septembre 2022, le groupe SEB lance sa nouvelle gamme d'aspirateur Green Gorce Effitech® de la marque Rowenta. Deux axes principaux d'innovation ont été travaillés pour réduire l'empreinte carbone par rapport à un aspirateur classique:
 - un process d'éco-conception
 - le développement d'un moteur Effitech de 400 watts permettant une réduction d'énergie de 50% pour une même efficacité *
- Le produit s'inscrit dans la démarche du Groupe Seb de proposer des produits à impact environnemental réduit, lors de leur fabrication mais surtout lors de leur utilisation, sachant que 65% de l'empreinte carbone du groupe provient de l'usage de ses produits.
- Fin 2023, le groupe étend la gamme en lançant son premier aspirateur sans sac éco-conçu, comportant 67% de plastique recyclé et un moteur Effitech de 500W permettant une économie d'énergie de 40%.
- En 2024 est lancé un modèle de ventilateurs équipé du moteur Effitech permettant à l'utilisateur de réduire sa consommation d'énergie de 60%

Communication auprès des consommateurs :

L'objectif principal est de rassurer le consommateur face à la pensée générale que la consommation électrique est associée à la puissance et donc à l'efficacité d'un aspirateur. Pour cela le Groupe Seb a :

- travaillé un message clair: "zéro compromis sur la performance avec, en plus, des économies d'énergie significatives"
- communiqué avec une approche pédagogique à travers divers supports: vidéos produit, stickers en magasin, fiches produit en ligne; kits de relations presse, réseaux sociaux

Prochaines étapes et objectifs liés à cette initiative :

Le Groupe Seb souhaite poursuivre ses recherches R&D afin de déployer cette approche à différentes catégories de produits pour lesquelles il estime nécessaire d'également faire évoluer l'idée reçue watts = performance.

Après l'aspirateur sans sac et le ventilateur, le groupe travaille à des projets confidentiels pour 2025.

* Performance de dépoussiérage et consommation annuelle mesurées en interne selon la norme EN60312, comparé à un aspirateur Rowenta RO31 900W max

CARACTÈRE INNOVANT

- Le lancement de Green Force Effitech® s'inscrit dans la démarche volontaire du Groupe SEB de baisser la consommation énergétique des produits. Cette démarche se base sur des recherches pour améliorer les moteurs, les têtes d'aspirations et optimiser les flux d'air en identifiant et supprimant toutes les fuites possibles dans les nombreux composants du produit (moteur, flexible, tuyau,...)
- En 2014 sont mises en place les premières réglementations européennes qui limitent la puissance des aspirateurs à 1 600 watts, puis à 900 watts en 2017. Le caractère innovant du produit réside alors dans l'efficacité: 400 watts qui permettent d'économiser jusqu'à 50% d'énergie par rapport à un aspirateur de performance équivalente.*

CRÉATION DE VALEUR

Pour l'entreprise:

- Fierté des équipes en interne en recherche de sens en travaillant sur des projets d'eco-design
- Produits mis en avant lors d'évènement "Eco" chez Darty, Boulanger, Conforama
- Satisfaction des consommateurs: 4,5 étoiles sur Amazon sur plus de 2000 avis

Chiffres clés sur la création de valeur:

- Commercialisation du produit dans 14 pays en Europe
- PDM:
 - les modèles Effitech® représentent 10% des ventes valeur des aspirateurs traîneaux en France **
 - TOP 10: 5 aspirateurs Effitech® se classent dans le top 10 des aspirateurs en France**
- Les ventes de la gamme Effitech ont permis de compenser les investissements liés à la recherche, les tests et l'implémentation de la technologie.

• Performance de dépoussiérage et consommation annuelle mesurées en interne selon la norme EN60312, comparé à un aspirateur Rowenta RO31 900W max
• ** Source GfK – France Juillet-Août 2024 – ventes valeur

IMPACT ENVIRONNEMENTAL

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

- **Pour le consommateur:** le prix d'achat est le même que celui d'un aspirateur avec un moteur classique avec en bénéfice des économies sur le long terme grâce à la consommation énergétique amoindrie du produit.
- **Pour l'environnement:**
 - En moyenne 70% de l'impact carbone des produits Rowenta est lié à leur fonctionnement au quotidien.
 - L'usage des produits du groupe pèse pour 65% de son empreinte carbone globale.
 - Le Groupe SEB doit donc agir à ce niveau, et ne pas uniquement s'attacher à réduire son empreinte carbone en ne se concentrant que sur les étapes de fabrication et de recyclage de ses produits.

Chiffres clés sur les impacts de l'initiative :

- La technologie Effitech® permet à un moteur de 400W d'offrir la même performance qu'un aspirateur de 900W max (la puissance la plus élevée du marché), tout en réalisant 50% d'économies d'énergie*

* Performance de dépoussiérage et consommation annuelle mesurées en interne selon la norme EN60312, comparé à un aspirateur Rowenta RO31 900W max

ENSEIGNEMENTS

Difficultés rencontrées et moyens mis en place pour les lever :

- **Casser l'idée reçue:** Un travail d'explication auprès du consommateur a du être fourni par le groupe pour inverser l'idée selon laquelle il faut se référer aux watts pour estimer l'efficacité du produit.
- **Travail technique:** plusieurs itérations ont été nécessaires pour améliorer les différents composants et optimiser les flux d'air en éliminant les fuites des composants.

Clés de réussite d'un projet de marketing durable :

- **Coordonner et convaincre** plusieurs métiers de travailler sur une idée en rupture avec la tendance du marché (achats, R&R, juridique, marketing, commerce)
- **Accompagner** le consommateur
- Être capable de proposer un produit au même prix qu'un produit classique et donc **accepter les compromis** sur d'autres points (aspect, couleur...)