

BÉBÉ CONFORT (DOREL FRANCE)

Biberon éco-conçu

NATURAL COMFORT



> Lancée en 2013, la gamme **Natural Comfort** est un ensemble de **biberons** à col large en plastique (PP) ou en verre. La forme physiologique de leur tétine **simule l'allaitement naturel** pour un meilleur confort du bébé (facilité d'acceptation), d'où son nom. L'équipe s'est appuyée sur une analyse du cycle de vie (ACV) pour éco-concevoir cette gamme :

- la version plastique contient **20 % de plastique en moins** par rapport à un lot moyen et la version **en verre 16 % de matière en moins**,
- le **carton** de l'emballage est **issu de forêts écogérées (FSC)** et la **fabrication** du biberon (hors tétine) a été relocalisée **en Europe**,
- des conseils sont donnés aux parents (notice, internet) pour un usage durable.

> L'objectif de Natural Comfort était avant tout de renouveler l'offre en augmentant la qualité et l'expertise. La démarche d'éco-conception a été ajoutée au brief initial.

> La **communication environnementale**, testée au préalable auprès d'un panel de mamans, a été divisée en trois niveaux : simplifié (on pack), détaillé (QR code) et expert (rapport en ligne). Cette **démarche d'éco-conception** représentait un premier test sur un produit phare : depuis, elle a été **diffusée** à d'autres produits et a lancé une réflexion plus globale.

Bénéfices

ENVIRONNEMENTAL ET/OU SOCIAL

- > **Réduction des impacts environnementaux *** (hors usage)
 - **22 %** en moyenne pour le biberon en **plastique**
 - **10 %** pour la version en **verre**
- > **Production** majoritairement rapatriée en Europe (Autriche et France), à l'exception des tétines

POUR L'ENTREPRISE

- > **Différenciation** sur un marché concurrentiel
- > Augmentation de **7 % du chiffre d'affaires** des biberons grâce à cette gamme
- > **Reconquête** du **réseau** des magasins **spécialistes**
- > **Retombées médiatiques** grâce à l'obtention du **Prix Entreprises et Environnement** décerné par le ministère de l'Environnement

* selon une ACV sur 5 indicateurs

Facteurs de réussite

DIFFICULTÉS SURMONTÉES

- **Définition** des termes **développement durable** et **éco-conception** pour la marque et le biberon
 - ▶ **Accompagnement** par des experts **externes**
- **Positionnement** de la **gamme** parmi des gammes classiques
 - ▶ **Conservation** de la **charte graphique** classique en intégrant les informations environnementales
- **Définition du bon niveau d'information** à destination des parents
 - ▶ **Tests consommateurs**

CLÉS DE SUCCÈS IDENTIFIÉES

Formation des équipes marketing à l'éco-conception - Communication modérée qui n'occulte pas les fonctions du produit - **Prise en compte des attentes des consommateurs**