

DUCRAY (PIERRE FABRE DERMO-COSMÉTIQUE)

Reformulation du SHAMPOOING EXTRA-DOUX

> Les laboratoires Ducray ont reformulé en 2011 leur shampoing Extra-Doux pour décliner la politique RSE corporate de façon très opérationnelle sur un produit.

- Cycle de vie : **cycle court**, production sur **un site en démarche expérimentale HQE**, augmentation du seuil de biodégradabilité de la formule.
 - Hommes et territoires : flacon et formule réalisés **dans le Tarn** (Pierre Fabre est installé dans le Sud-Ouest).
 - Solidarité : participation **au projet de solidarité « Zanbal »** qui allie **compensation carbone et amélioration du quotidien des agriculteurs** au travers d'actions de plantation d'acacias au Mali.
 - Innovation : travail sur les ingrédients pour obtenir une biodégradabilité supérieure sans perdre en efficacité.
 - Ethique : **études cliniques d'efficacité** préalables aux allégations et validation des communications par l'ARPP.
- > Le produit a participé à l'expérimentation nationale d'affichage environnemental (communication en point de vente), a été noté sur Ecocompare. Le projet « Zanbal » est communiqué on pack et en point de vente.



Bénéfices

ENVIRONNEMENTAL ET/OU SOCIAL

- > Meilleure dégradabilité : **diminution des charges polluantes** envoyées aux stations d'épuration
- > Projet « Zanbal » (504 arbres plantés en 2013) :
 - **séquestration de CO₂**
 - **augmentation** de la **valeur ajoutée** des **parcelles** des agriculteurs (fertilité accrue grâce aux acacias) entre 25 et 30 %
- > **Affichage environnemental : meilleure information du public** sur l'empreinte environnementale des produits

POUR L'ENTREPRISE

- > **Défense** de sa **place de leader** en pharmacie
- > **Bonne notation** dans le contexte de **l'affichage environnemental** en France
- > **Image très sécurisante** auprès des **consommateurs**

Facteurs de réussite

DIFFICULTÉS SURMONTÉES

- **Risque commercial important** : un produit phare, existant depuis 20 ans, avec un fort taux de fidélité, sur un marché très concurrentiel
 - ▶ Reformulation qui **garantit la même efficacité** (études à l'appui)
 - ▶ Prix qui reste **compétitif** pour un shampoing à usage fréquent

CLÉS DE SUCCÈS IDENTIFIÉES

Concilier croissance et engagement responsable - Innover, appréhender le marché autrement - Tisser une relation de confiance avec ses consommateurs en étant transparent - L'efficacité est primordiale