

YVES ROCHER (GROUPE YVES ROCHER)

Soins **ELIXIR 7.9**

> Lancée en 2013, cette gamme se veut une illustration des engagements de la marque.

> Composée à **90 % d'ingrédients d'origine naturelle**, elle ne contient ni parabènes, ni huile minérale, ni colorants et s'appuie sur un **approvisionnement respectueux**. Des audits réguliers assurent la traçabilité, la qualité et la gestion responsable des filières végétales. La **Charte Plantes** de la marque garantit par ailleurs le respect de la biodiversité (protection des espèces en danger, refus des OGM, développement de filières d'agriculture biologique...).

> Elle est produite dans une usine certifiée ISO 14001, ISO 9001 et OHSAS 18001, et le packaging a été revu dans une optique d'**éco-conception**. Le carton utilisé est **certifié PEFC ou FSC**. Les notices ont été remplacées par **l'impression à l'intérieur** des emballages. Les consommateurs sont par ailleurs incités à l'achat de **recharges-soins** pour recharger les pots (offre systématique de recharges).

> Enfin, la gamme est partenaire du programme « Plan-tons pour la planète » de la Fondation Yves Rocher Institut de France avec un programme « **Un produit acheté = 1 arbre planté** ».



Facteurs de réussite

DIFFICULTÉS SURMONTÉES

- La démarche d'éco-conception nécessite d'impliquer de nombreux acteurs et est compliquée à intégrer dans les contraintes temps classiques du développement
- ▶ **Mise en place d'un groupe de travail dédié** à l'éco-conception packaging pour la marque, qui étudie des innovations en dehors des process habituels, puis définition de « guidelines d'éco-conception » auxquelles 145 personnes ont été formées

Bénéfices

ENVIRONNEMENTAL ET/OU SOCIAL

- > Chaque recharge achetée à la place d'un pot permet d'économiser **89 % de plastique et 82 % de CO₂** sur l'ensemble du cycle de vie du produit
- > Gestion plus respectueuse des filières végétales
- > **1,2 million d'arbres plantés** dans le monde entre octobre 2013 et avril 2014

POUR L'ENTREPRISE

- > **1,2 million d'unités vendues** entre octobre 2013 et avril 2014, soit un CA de 20,4 millions d'euros
- > **Economies de 11 tonnes de plastique et 1,3 tonne de carton** grâce à la vente de plus de 130 000 éco-recharges

CLÉS DE SUCCÈS IDENTIFIÉES

S'appuyer sur la **transparence** et sur des **relations de confiance** -
S'engager sur un projet sociétal et environnemental impliquant **toutes les parties prenantes**