

DOVE, REXONA ET MONSAVON (UNILEVER FRANCE)

Formats de DÉODORANTS COMPRESSÉS



> Lancés en 2014 en France, les déodorants compressés des trois marques sont **deux fois plus petits** (100 ml) que les emballages classiques, pour un **même nombre d'utilisations**. Cette innovation permet de **réduire de 25 % l'empreinte carbone** totale de ces produits.

> Dans un premier temps, les deux formats d'aérosols ont été conservés pour permettre aux consommateurs de tester, comparer et comprendre l'équivalence (offre satisfait ou remboursé). Le lancement s'est accompagné d'une opération commerciale et d'un site dédié aux déodorants compressés (qui comprend des témoignages) et repose sur un message clé « Autant d'utilisations avec moins d'emballages ».

> L'objectif est, à terme, de **faire du petit flacon la nouvelle référence du marché**. Pour cela, l'innovation n'a pas été brevetée.

Bénéfices

ENVIRONNEMENTAL ET/OU SOCIAL

> Empreinte carbone des produits réduite de 25 % :

- 25 % d'aluminium en moyenne
- 50 % de gaz contenu dans l'aérosol
- réduction de 17 % du transport

POUR L'ENTREPRISE

- > Une grande partie de la croissance du marché des déodorants est tirée par les déodorants compressés d'Unilever
- > 1,1 million d'acheteuses exclusives des déodorants des trois marques en seulement quelques mois (soit 2,4 % de pénétration)

Facteurs de réussite

DIFFICULTÉS SURMONTÉES

● Innovation technique

- ▶ Révision de toutes les formules de déodorants pour qu'elles s'adaptent au flacon compressé et à sa nouvelle valve
- ▶ Changement des méthodes de production

● Conserver la visibilité en rayon malgré un emballage plus petit

- ▶ Déodorants compressés surélevés et placés à côté du format classique (200 ml) pour faciliter la comparaison par le consommateur, avec affichage du message clé

CLÉS DE SUCCÈS IDENTIFIÉES

Déploiement simultané de la démarche sur toutes les marques de déodorants femme du groupe - Communication simple et massive - Aucun changement de comportement requis de la part du consommateur