

PLATEFORME « REUSSIR AVEC UN MARKETING RESPONSABLE »

ENTREPRISE / MARQUE

Nestlé Waters (marque VITTEL) & DODO

INITIATIVE

**EAU'DODO® : la seconde vie des bouteilles VITTEL en couettes et oreillers
DODO**



Description de l'initiative

Date de lancement

Opération menée en 2014

Description synthétique (En quoi consiste-t-elle, produits et services concernés, enjeux sociétaux / environnementaux auxquels elle répond)

EAU'DODO® est un partenariat régional innovant qui permet de transformer les rebuts de production des bouteilles en PET VITTEL® en garnissage pour couettes et oreillers DODO.

Dans la continuité d'un partenariat avec BIC® en 2013 où les bouteilles se recyclaient en stylos, VITTEL® cherchait un nouveau partenaire pour illustrer la seconde vie possible des bouteilles PET. Ainsi, en 2014, VITTEL®, DODO® et un recycleur régional de la même région, la Lorraine, se réunissent pour créer la gamme EAU'DODO®. Pour DODO et VITTEL, cette démarche poursuit un objectif pédagogique : démontrer que la bouteille PET n'est pas un déchet mais une ressource, qui peut être réutilisée et se transformer en de nouveaux produits – qu'il s'agisse, comme dans ce cas, de couettes et oreillers, ou encore d'autres objets du quotidien – permettant ainsi de préserver les ressources naturelles telles que le pétrole.

Comment a-t-elle été déployée (étapes, ampleur) ?

Ce partenariat, mis en place pour l'année 2014 en France, a été conclu fin 2013 entre l'équipe Marketing de DODO® et l'équipe marketing NESTLE WATERS France.

Les produits de la gamme EAU'DODO® ont d'abord fait l'objet d'opérations promotionnelles : les consommateurs pouvaient les gagner. Ils ont ensuite été mis en vente sur le site de DODO®.

Quatre types de parties prenantes ont été mises à contribution pour le déploiement de l'initiative :

- En interne, plus de trente salariés de NESTLE WATERS et de DODO® ont œuvré pour que ce partenariat puisse se déployer. Les équipes industrielles, techniques, marketing, achats, communication et la force de vente ont travaillé de concert.
- Des partenariats avec des enseignes de la grande distribution telles qu'Auchan, Carrefour, Franprix, Monoprix et le groupe EMC ont été conclus afin de mettre en avant cette initiative en magasin, notamment à travers des animations.
- Les clients majeurs du circuit du hors domicile de NESTLE Waters France comme Disneyland Paris ou le groupe BP, ont également fortement relayé le partenariat via des opérations promotionnelles, pour les salariés ou les consommateurs.
- Les agences partenaires des deux entreprises, Agence Nouvelle Culture, Kingsway, 71signe et Cancun, ont enfin fortement contribué à la communication autour du partenariat EAU'DODO® et à sa concrétisation visuelle.

Comment a-t-elle été communiquée (information, implication) auprès des consommateurs ?

Pour annoncer le partenariat, un événement média a tout d'abord été créé, à destination de journalistes, blogueurs, et autres influenceurs : le FAB LAB 'HACK IN THE BOTTLE'. Une équipe de designers a détourné la bouteille VITTEL® le temps d'un FAB LAB éphémère pour faire converger production et geste artistique, coopération et enjeu technologique, ingéniosité et solution environnementale. Ainsi, 4 objets ont été créés en donnant une seconde vie aux bouteilles VITTEL® : une enceinte nomade, une lampe écologique, un mini-skate et des accessoires sportifs.

De plus, l'équipe Force de Vente Nestlé Waters France a mis en avant ce partenariat chez les enseignes partenaires de cette opération, afin de lui donner de la visibilité auprès des consommateurs : Auchan, Carrefour, Franprix, Monoprix, et le groupe EMC grâce à de la publicité sur le lieu de vente, la présence d'animatrices ainsi qu'un jeu de grattage in-store. En parallèle, 3 jeux concours nationaux ont été organisés avec ces enseignes avec plus de 1700 parures EAU'DODO® à gagner. Le hors domicile a également été mis à contribution : un jeu pour les salariés de Disneyland® Paris et une opération promotionnelle chez BP® ont été mis en place.

Les sites internet ainsi que les pages Facebook de DODO® et VITTEL ont également relayé le partenariat ainsi que les médias où la qualité et la quantité des retombées vont au-delà de toute espérance.

Après l'opération promotionnelle, les produits ont ensuite été mis en vente sur le site commercial de DODO® sous la gamme « Eau'Dodo ».

En quoi est-elle innovante ?

Il s'agit d'une alliance inédite entre trois entreprises installées en Lorraine. La bouteille VITTEL® étant 100% recyclable, le recycleur transforme ces rebuts de production en paillettes puis en fibres. Cette nouvelle matière est alors utilisée comme garniture par l'entreprise DODO® pour ses produits. Ainsi ce partenariat innovant offre la possibilité à des entreprises dont le cœur de métier est très différent de partager, échanger et co-créeer une nouvelle gamme de produits.

Quelles ont été les difficultés et comment les avez-vous levées ?

Très concrètement, les rebuts de bouteilles VITTEL® sont transformés en paillettes par un grand recycleur européen de PET puis en fibres polyester. DODO® utilise alors cette fibre, issue à 100% de bouteilles Vittel recyclées, pour la fabrication de ses couettes, oreillers et coussins de voyage EAU'DODO®.

Toutefois, deux challenges sont apparus : les bouteilles PET VITTEL® étant bleues, il a fallu trouver une solution pour limiter l'effet bleuté de la fibre de garnissage tout en utilisant uniquement ces bouteilles VITTEL®. Une fabrication spécifique de fibre de garnissage a alors été nécessaire et les essais techniques de ce nouveau procédé, réalisés chez DODO®, se sont avérés concluants.

De plus, les rebuts de bouteilles VITTEL® ont dû être isolés pour assurer leur suivi et ainsi les réserver à DODO®. Un système de traçabilité a donc été mis en place. Au total, plus de 120 tonnes de matière première recyclée ont été confiées au leader européen d'articles de literie. Les bouteilles VITTEL® ont ainsi une seconde vie et DODO® limite son recours aux fibres polyester vierges issues du pétrole pour le garnissage de ses articles.

Quels sont les prochaines étapes et prochains objectifs liés à cette initiative ?

Dans la lignée de ses partenariats avec BIC® et DODO®, VITTEL® souhaite poursuivre sa collaboration avec des partenaires qui utilisent du PET recyclé dans les produits qu'ils fabriquent, afin de multiplier les exemples de seconde vie possible pour les bouteilles. VITTEL® et plus globalement NESTLE WATERS continuera également ses actions de sensibilisation au geste de tri à la fois sur les étiquettes des bouteilles, au travers d'outils tels que le disque de tri ou encore sur un maximum de supports de communication.

NESTLE WATERS s'implique également dans la collecte des emballages en soutenant des dispositifs pilotes qui visent à compléter le système Eco-emballages afin d'augmenter le taux de recyclage des bouteilles. C'est l'objet par exemple du partenariat avec Réco qui a installé des kiosques récupérant les bouteilles plastique et les canettes sur des parkings d'hypermarchés dans la région Sud-Ouest. Pour chaque bouteille rapportée, la machine délivre un encouragement symbolique de 2 cts d'euro.

Concernant la gamme EAU'DODO®, le nom a été déposé à l'INPI dans le but de poursuivre ce partenariat à long terme et donc de pérenniser cette démarche. DODO a développé des filières de recyclage pour ses produits destinés aux professionnels de l'hôtellerie et propose le recyclage des oreillers usagés aux consommateurs sous forme d'opérations ponctuelles en GSA.

Création de valeur

En quoi cette initiative a-t-elle été / est-elle créatrice de valeur (Donnez des éléments quantitatifs / qualitatifs de mesure de l'efficacité) :

- **Pour la société (impact environnemental et social) ?**

Cette démarche a permis à l'entreprise DODO® de disposer de matériaux 100% recyclés pour garnir ses articles et ainsi d'améliorer significativement la performance environnementale de la fibre avec une réduction de 70% des émissions de CO2 et des besoins en énergie (source : Université UTRECHT. Etude commandée par WELLMAN INTERNATIONAL). En 2014, près de 1500 couettes doubles, 4000 oreillers et 8000 coussins de voyage ont été produits et distribués sous le nom de gamme EAU'DODO soit un recyclage à 100% d'au minimum 199 000 bouteilles PET VITTEL® d'1.5L. En effet :

- 17 bouteilles PET VITTEL® d'1,5L sont nécessaires pour fabriquer un oreiller
- 58 bouteilles PET VITTEL® d'1,5L pour une couette double
- 5,5 bouteilles PET VITTEL® d'1,5L pour un coussin de voyage.

- **Pour l'entreprise (éléments concrets de valeur matérielle et immatérielle) ?**

Les nombreux articles de bloggeurs, les commentaires sur les réseaux sociaux ainsi que les très positives et nombreuses retombées média ont permis de percevoir l'engouement des consommateurs et des journalistes pour ce partenariat. Ce partenariat a ainsi rejailli positivement sur l'image des deux sociétés grâce à près de 60 retombées média dans de grands journaux tels que Les Echos ou LSA ainsi que via des reportages TV sur France 2 et au JT de TF1.

« Avec la marque Dodo, le minéralier décline son engagement pour le recyclage » e-marketing.fr

“ Une belle illustration d'économie circulaire » fémininbio.com

“ Un moyen de sensibiliser les consommateurs au recyclage tout en offrant un cadeau utile, produit localement, les deux industriels étant lorrains » e-rse.net

Elle a également permis de sensibiliser les consommateurs au geste de tri et recyclage des bouteilles : 87% des animatrices ont reporté un accueil positif du disque de tri.

Quelles sont selon-vous les clefs de réussite d'un projet de marketing durable?

Un projet qui s'inscrit dans un engagement de long terme des deux marques :

- Le partenariat Eau'DODO qui donne une seconde vie aux bouteilles PET, s'inscrit totalement dans la démarche de Création de Valeur Partagée de NESTLE Waters France. Chez Nestlé Waters France, elle repose sur 4 responsabilités fondamentales : la satisfaction des attentes hydratation et santé des consommateurs, la gestion durable des ressources en eau, le respect de l'environnement et la prise en compte de la société dans son ensemble.

- L'engagement environnemental de DODO a plus de 20 ans, c'est une prise de conscience qui intervient dans les investissements et au quotidien dans les achats. C'est ainsi que plus de 80 millions de bouteilles d'eau sont recyclées pour le garnissage des couettes et oreillers DODO depuis de nombreuses années. Ce nouveau partenariat a permis de montrer au grand public qu'il était possible de maintenir un haut niveau de qualité tout en utilisant des composants recyclés.

Pour en savoir plus

- [Communiqué de Presse EAU'DODO](#)
- [Site internet de Dodo](#)
- [Site internet de vente](#)