



ESSEC
BUSINESS SCHOOL

Chaire
Grande Consommation



*Grand Prix ESSEC des industries
de la Consommation Responsable*

DOSSIER DE CANDIDATURE
Prix: Gestion des énergies

- **Tous les champs sont à renseigner.**
- **Date limite de renvoi des dossiers complétés : 3 octobre 2014 à minuit**, par mail à l'adresse contact@grandprix-consommationresponsable.com
- **Principe de notation de chaque prix :**
Les initiatives candidates seront évaluées selon 4 critères : Aspect novateur - Mise en œuvre et communication – Impact et résultats – Vision.
Une note sur 10 points sera attribuée sur chaque critère.
Les critères seront pondérés selon des coefficients :
Caractère innovant de l'initiative : coefficient 3
Mise en œuvre et communication : coefficient 2
Impact et résultats : coefficient 3
Vision : coefficient 2
Une note globale sur 100 points sera ainsi affectée à chaque initiative candidate.

Nom de l'initiative : Nouvelle technologie de réparation des plastiques TEROSON PU 9225 SF ME et TEROSON PU 9225 UF ME

Nom de l'entreprise candidate (et logo): Henkel France



Contact - Personne en charge du dossier :

Henkel France

Nom Prénom : POSTMA Véronique

Poste : Sustainability Manager

E-mail : veronique.postma@henkel.com

Tél. : 06 87 60 40 38

Henkel Technologies France :

Nom Prénom : CANTO Cristina

Poste : Chargée de Marketing et Communication

Adhesive Technologies - General Industry France

E-mail : cristina.canto@henkel.com

Tél. : 01 64 17 74 28

PRESENTATION SYNTHETIQUE DE L'INITIATIVE

1. Date de l'initiative : lancement en juin 2013

2. Résumé : Limiter les déchets, économiser de l'énergie et des matières premières en réparant des composants plastiques cassés grâce aux adhésifs à technologie Micro Émission TEROSON PU 9225 SF & TEROSON PU 9225 UF ME. Ce sont des produits nouvelle génération plus rapides et plus efficaces destinés aux professionnels de la réparation et de la maintenance de véhicules. Ils optimisent la technologie Henkel existante tout en améliorant la sécurité et le confort des utilisateurs grâce à une technologie unique : la technologie Micro Émission (pas de phrase de risque R40).

En quoi consiste le projet ?**A quels enjeux précis de responsabilité sociale ou environnementale répond votre initiative ?**

Réponse (10- 15l) :

Les adhésifs TEROSON PU 9225 SF ME & TEROSON PU 9225 UF ME sont principalement utilisés pour la réparation de composants automobiles tels que des pare-chocs, coques, garnitures et pièces diverses de carrosserie en plastique type PP / EPDM, SMC, PC, PA, ABS, et PUR. Ces deux produits couvrent la plupart des applications de réparation des plastiques et s'inscrivent dans une démarche responsable visant à réparer plutôt que remplacer les pièces. Ils permettent de prolonger la durée de vie des composants et offrent une alternative économique au remplacement, ce qui encourage à la fois les professionnels de la réparation automobile comme les consommateurs à ne pas jeter et à réparer les pièces. Cela permet de réduire les déchets automobiles, la consommation d'énergie et de matière premières nécessaires à la fabrication de pièces neuves, le coût de transport et les émissions de CO₂.

PRESENTATION DETAILLEE DE L'INITIATIVE

Critère 1

Caractère innovant de l'initiative

(coeff. 3)

3. Décrire le caractère rupturiste / innovant du projet

En quoi votre réalisation va-t-elle au-delà :

- des pratiques existantes au sein de votre entreprise ?
- de ce qui peut déjà exister dans d'autres groupes ou aux usages du secteur ?
- des contraintes légales et réglementaires ?

Réponse :

- Les adhésifs TEROSON PU 9225 UF ME et TEROSON PU 9225 SF ME sont des polyuréthanes bicomposants nouvelle génération plus rapides et plus efficaces. Grâce à un temps de prise extrêmement réduit, la version UF (Ultra Fast) est dorénavant le produit le plus rapide de la gamme Henkel pour la réparation de plastiques. Ils optimisent la technologie Henkel existante en améliorant la sécurité et le confort des utilisateurs grâce à la technologie Micro Émission (pas de phrase de risque R40).

- En comparaison avec les solutions existantes du marché :

- Les adhésifs Henkel sont plus polyvalents et simplifient la tâche de réparation pour les carrossiers. Ils sont applicables sur une très grande diversité de plastiques, même les plus difficiles, et évitent ainsi de recourir à de multiples produits.

- Ils offrent de nombreuses possibilités de réparation sans avoir recours à des fixations ou à des techniques plus contraignantes pour les utilisateurs (ex : soudage, agrafage).
- Ils permettent de réaliser des réparations rapides dans le respect de la réglementation. Les adhésifs TEROSON PU 9225 UF ME et TEROSON PU 9225 SF ME se distinguent par une prise rapide (version SF) ou extrêmement rapide (UF) permettant aux réparateurs de fixer ou reconstruire la partie cassée en quelques secondes. Une fois polymérisés, ces produits peuvent être facilement poncés et peints pour restaurer à la pièce son aspect d'origine. Ils confèrent à la réparation une rigidité en conformité avec les normes de protection des piétons.

- Les adhésifs TEROSON PU 9225 UF ME et TEROSON PU 9225 SF ME participent également à l'amélioration des conditions de travail des utilisateurs grâce à la technologie Micro Émission. Cette innovation permet de réduire considérablement les émissions d'isocyanate à tel point que les produits ne comportent pas la phrase de risque R40 (R40 : Effet cancérigène suspecté).

Critère 2

Mise en œuvre et communication

(coeff. 2)

4. Qui a initié ce projet ? (département, fonction)

Qui est responsable de la mise en œuvre de l'initiative ?

Réponse :

- Le département « Product Development » du centre Henkel de fabrication d'adhésifs situé à Heidelberg, Allemagne est à l'initiative de ce développement.
- Le département en charge des adhésifs destinés à des applications automobile et véhicules est responsable de la mise en œuvre du projet. Les objectifs de développement des colles pour applications automobiles se focalisent principalement sur les gains de poids du véhicule, la réduction de consommation énergétique, la durée de vie étendue et la recyclabilité des éléments.

5. Stratégie de déploiement de l'initiative

- Etapes et dates clés de mise en place

- Ampleur de la mise en œuvre

(nombre de collaborateurs, de marques, de produits, de sites concernés...)

- Comment avez-vous appréhendé les enjeux économiques dans le déploiement de l'initiative ?

Réponse :

- La mise sur le marché de ces innovations produits concerne l'ensemble de la zone EMEA (Europe, Moyen-Orient et Afrique)
- En France le lancement de ces produits a été fait en juin 2013
- Ce sont des produits de la marque TEROSON qui est la marque principale de Henkel

pour le collage, l'étanchéité, le revêtement et le renforcement pour la réparation et la maintenance en après-vente automobile.

- Enjeux économiques orientés sur la mise sur le marché de solution avec des adhésifs polyuréthanes qui sont en accord avec les exigences hygiène et sécurité pour les utilisateurs (nouveaux produits sans risques suspectés). De nombreuses applications de collage sont remises en cause avec des produits standards, l'innovation Henkel permet de développer des solutions et réparation avec collage limitant les risques pour la santé des utilisateurs.

6. Implication des collaborateurs de l'entreprise dans le déploiement de l'initiative

- **Combien de collaborateurs ont été mobilisés ?**
- **Quels moyens et quelles actions votre entreprise a-t-elle mis en place pour motiver et former les collaborateurs concernés par l'initiative ?**
- **De quelle façon communiquez-vous autour de cette initiative en interne ?**

Réponse :

- L'équipe R&D, les chefs de produits, les équipes marketing et communication en Europe et en France, la force de vente locale dédiée à l'après-vente automobile (plus de 20 personnes)
- Le département technique a réalisé des démonstrations et formations pratiques à l'utilisation des produits auprès des ingénieurs commerciaux.
- La force de vente française a reçu un dossier de lancement complet détaillant les objectifs, propriétés et bénéfices ainsi que les données techniques de ces nouveaux produits. Une documentation spécifique a été éditée. L'information a été diffusée par email sous forme de lettre d'information marketing et reste accessible sur l'intranet de l'entreprise.

7. Partenariats noués pour mettre en œuvre le projet.

8. Information du consommateur et des parties prenantes.

- **Quelles actions d'éducation, d'information, de communication aux consommateurs et aux parties prenantes du projet, notamment pour faire évoluer leurs comportements avez vous mises en place ? (Supports, moyens, budgets ...) Joindre en annexe un exemple de communication**

Réponse :

- Une documentation spécifique a été éditée et diffusée par la force de vente auprès du réseau de distributeurs et utilisateurs (voir annexe 1). Une vidéo d'application a été spécialement réalisée afin de détailler les bénéfices et le mode d'emploi de ces nouveautés produits. Cette vidéo peut être consultée sur les sites internet de l'entreprise (www.loctite.fr ; www.reparation-vehicules.fr) et sur la chaine YouTube Loctite Europe : <http://youtu.be/iugYmxNn930>).

Critère 3
Impact et résultats
(coeff. 3)

9. Quels ont été les résultats quantitatifs de cette initiative ?

- Indicateurs clés
- Chiffres bruts (départ / à date)
- Evolution par rapport à la date de démarrage du projet

Réponse :

- En Europe, le parc est estimé à plus de 250 millions de véhicules. La fréquence des sinistres est évaluée à 10% sur ces véhicules, et dans 80% des cas les dommages concernent des pièces plastiques. 30% de ces pièces plastiques peuvent être réparées, soit 6 millions de pièces qui peuvent ainsi théoriquement être réparées plutôt que jetées et remplacées par des pièces neuves.
- Avec un parc estimé à 37 millions de véhicules en France, le marché potentiel peut représenter jusqu'à 900 000 réparations de pare-chocs abimés. **Les ventes potentielles sont estimées à près de 350 000 cartouches d'adhésifs TEROSON PU 9225 UF ME et TEROSON PU 9225 SF ME.**
- Depuis le lancement environ 10 000 cartouches ont été vendues.

10. Comment cette initiative a-t-elle été perçue en interne et/ou en externe (clients, fournisseurs, consommateurs, partenaires ...) ?

Exemples (ou témoignages) de sites (ou de personnes) emblématiques de la réussite de la mise en œuvre de l'initiative.

>> reconnaissance (s) ayant déjà été obtenu(es) par cette initiative

Réponse :

- Les adhésifs TEROSON PU 9225 UF ME et TEROSON PU 9225 SF ME sont désormais référencés et utilisés par les **ateliers du réseau d'un constructeur automobile français de premier plan**
- L'efficacité de ces adhésifs de réparation des plastiques a été démontrée dans des conditions extrêmes pour des **réparations d'urgence sur des courses automobiles** et ils font désormais partie des produits de réparation les plus utilisés par les professionnels des sports mécaniques.
- Le 19 juin 2014 à Kijkduin, Pays-Bas, Henkel et Care Autoschade ont remporté **le prix de la première édition du « Dave Bebelaar Duurzaamheid Award 2014 »** qui récompense les entreprises pour contribution au développement durable. Plus d'info sur www.duurzaamrepareren.nl ; film de la remise de prix sur <http://youtu.be/8DO43-NwviY> (voir annexe 2)

11. Quelles ont été les pratiques modifiées suite à ce projet :

- en interne (comportements, méthode de travail, perception du changement...)
- en externe vis-à-vis des clients, fournisseurs, partenaires...), envers l'Homme, l'environnement, sur les bienfaits sociaux...

Réponse :

- En externe :
- Ces innovations produits participent à la mise en œuvre de la stratégie de développement durable de Henkel. Les adhésifs TEROSON PU 9225 UF ME et TEROSON PU 9225 SF ME contribuent à la réduction du coût environnemental de la réparation automobile. Ils rendent possible la réparation des pièces plastiques automobiles dans des conditions économiquement viables et encouragent ainsi des bonnes pratiques éco-responsables.
- Ils améliorent la santé au travail grâce à la technologie Micro Émission. En l'absence de phrase de risque R40, les utilisateurs ne sont plus exposés à des émissions potentiellement cancérigènes.

Critère 4
Vision
(coeff. 2)

12. Quel est l'objectif à court/moyen terme ? (quantitatifs et qualitatifs)

Réponse :

- Permettre aux professionnels de la réparation automobile de réparer un maximum de pièces plastiques afin de limiter les déchets et d'éviter la fabrication inutile de nouvelles pièces, et ainsi un gaspillage d'énergie et de matières premières. Tout cela afin de protéger l'environnement.

13/ En quoi cette initiative s'inscrit-elle dans la vision et dans la mission de votre entreprise, ou la fait elle évoluer ?

Réponse :

Tout Henkel est engagé dans une démarche RSE depuis 20 ans, l'entreprise s'est ainsi engagée à réduire l'impact de ses produits en modifiant la chaîne de valeur. Les formules, le transport ou encore le packaging des produits sont revus afin de limiter leurs impacts sur l'environnement.

Soucieux d'améliorer les conditions de vie des personnes dans le cadre des ressources limitées de la planète, le groupe Henkel souhaite tripler la valeur créée par l'empreinte écologique engendrée par son activité d'ici à 2030. Pour y parvenir, Henkel a mis en place un programme mondial ambitieux baptisé «Factor 3 » dans lequel le groupe allemand peut soit tripler la valeur créée tout en gardant le poids de notre empreinte

écologique au même niveau. Ou bien nous pouvons réduire notre empreinte écologique de deux tiers par rapport à aujourd'hui tout en produisant la même valeur.

Il est important de considérer les éventuels impacts sur l'environnement ou la santé des utilisateurs provoqués par une substance entrant dans la composition d'un produit. Les polyuréthanes relarguent normalement des isocyanates dans l'air lorsqu'ils sont appliqués. Cette substance est classée potentiellement cancérigène (phrase de risque R40) par les pays de l'UE (d'après le 30./31. Adaptation to Technical Progress = ATP). Avec la nouvelle technologie Micro Émission, les adhésifs TEROSON PU 9225UF ME et TEROSON PU 9225SF ME ont une composition en isocyanate inférieure à 1%, et ne contiennent plus la phrase de risque R40.

Annexes

Y a-t-il d'autres éléments utiles que vous souhaitez apporter au jury ?

Réponse ou PJ en format numérique (2max) :

Annexe 1 : Brochure commerciale

Annexe 2 : Prix du « Dave Bebelaar Duurzaamheid Award 2014 »

Autorisation de publication des dossiers de candidatures

Les participants autorisent l'Organisateur à rendre public leur dossier de candidature, et ce uniquement à des fins pédagogiques et de communication.

Cette autorisation est accordée à la Chaire Grande Consommation de l'ESSEC, sans frais, pour une durée limitée de deux ans à compter de la remise des prix.

Signature de l'entreprise

La participation au Grand Prix de la Consommation Responsable inclut une connaissance et une acceptation du règlement du concours.

Le règlement peut être téléchargé sur le site www.grandprix-consommationresponsable.com

Le dossier de candidature complété (et annexes) est à retourner à l'adresse suivante:

contact@grandprix-consommationresponsable.com

Date limite de renvoi des dossiers : 3 octobre 2014

Pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à consulter le site internet

<http://grandprix-consommationresponsable.com/>

ou à nous contacter à l'adresse :

contact@grandprix-consommationresponsable.com