



Grand Prix ESSEC des industries de la Consommation Responsable

DOSSIER DE CANDIDATURE

Prix: Gestion des déchets et fin de vie des produits

- Tous les champs sont à renseigner.
- **Date limite de renvoi des dossiers complétés : 12 octobre 2016**, par mail à l'adresse suivante : GPrixRSE-chaireGC@essec.edu
- **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: Afin d'avoir un impact positif sur l'environnement, Werner & Mertz transforme des déchets en ressources en produisant ses emballages en PET transparents à partir de 100% de plastiques recyclés, dont 40% issus de déchets domestiques.

Nom de l'entreprise candidate (et logo): Werner&Mertz



Contact - Personne en charge du dossier : Julie Avril



PRESENTATION SYNTHETIQUE DE L'INITIATIVE

1. **Date de l'initiative** : Depuis 2009 avec une initiative majeure en 2016 / Opération pérenne

2. **Pitch** :

Résumez en 10 lignes votre projet.

Cette description pourra être reprise sur des supports de communication visant à présenter les différents projets.

L'initiative du Groupe repose sur la conception et la fabrication de bouteilles transparentes à partir de 100 % de plastiques recyclés. Le rPET (PET recyclé) utilisé dans ce procédé est en effet une matière première propre, fiable, recyclable à l'infini et **issue de la transformation des déchets en ressource**. L'emballage, comme l'ensemble des étapes de production des produits Rainett, s'inscrit donc dans la volonté d'insuffler un impact écologique positif à chaque étape de la vie du produit. Le PET recyclé utilisé est issu du B2B (Bottle to Bottle) à hauteur de 60 % et de la collecte des **emballages des poubelles jaunes à hauteur de 40 %**. Cette démarche est en parfaite cohérence avec le concept de cycle technique fermé, fondement de la certification d'économie circulaire **Cradle to Cradle®** (du berceau au berceau).



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 ?

La majeure partie des contenants plastiques n'est pas encore suffisamment valorisée aujourd'hui. D'une part, en matière de tri des déchets, les Français et Européens ont encore des efforts à fournir car seulement **44% des Français trient leurs déchets de manière systématique**, les autres ne percevant pas les avantages du recyclage. Trop nombreuses sont les entreprises qui continuent à produire leurs bouteilles neuves à partir de PET vierge, issu du pétrole brut, notamment à cause du prix bas du pétrole





1. La boucle est bouclée

Chaque année, environ **120 000 tonnes** de vieux emballages en PET sont collectées en Allemagne dans les sacs jaunes, l'équivalent des poubelles jaunes en France. Ceux-ci sont malheureusement souvent recyclés par « valorisation thermique », c'est-à-dire brûlés, ou mal gérés dans les décharges, se retrouvant dans les rivières et les océans. Ce procédé engendre un épuisement des ressources, d'importants rejets de CO2 et d'autres produits toxiques... Nous voulons changer cela, d'autant que Werner & Mertz est depuis toujours un leader en terme de protection de l'environnement et de développement durable. Avec son initiative de plastique 100% recyclé, Rainett se positionne comme un acteur au service d'un recyclage efficace des déchets des bacs jaunes pour aboutir à un cycle technique fermé : une bouteille Rainett peut redevenir une bouteille Rainett, car le **PET est recyclable à l'infini**.

2. J'étais une bouteille

Les bouteilles Rainett en PET sont depuis longtemps composées de matériaux recyclés. Grâce aux initiatives mises en place par le groupe Werner & Mertz, celles-ci ne se composent plus aujourd'hui seulement de PET de bouteilles consignées, mais de plus en plus de **PET d'emballages issus des poubelles jaunes**. Cette initiative s'inscrit dans une démarche ayant pour objectif de renoncer à l'utilisation de PET vierge pour produire des emballages plastiques et donc privilégier un recyclage qualitatif utilisant des matériaux issus d'une source jusqu'ici **inutilisée**.

3. Je serai une bouteille

La technologie nécessaire pour ce type de recyclage existe déjà. Ce procédé a été développé dans le cadre des initiatives de recyclage du plastique grâce à une coopération de plusieurs partenaires issus de différents secteurs qui fédèrent leur savoir-faire au profit d'une **économie cyclique durable**. Par exemple, Uni-Sensorsysteme **garantit le tri** des flocons de PET issus des bacs jaunes grâce à une spectroscopie laser à grande vitesse. La société ALPLA, un autre de nos partenaires fabrique de nouvelles bouteilles en PET à partir du recyclat (les flocons) ainsi obtenu. Plus les entreprises sont nombreuses à utiliser les matériaux issus du tri dans les bacs jaunes pour fabriquer leurs emballages, plus le procédé est économique. La demande crée l'offre.

Exemples de produits Rainett
contenant 100% de PET recyclé



Gel WC

Liquide Vaisselle

Spray Vitres



Afin d'exploiter efficacement le bac jaune comme source de matériaux valorisables, il convient d'utiliser de nouvelles technologies de tri. En effet, le recyclage classique (décyclage) fonctionne ainsi : les déchets plastiques sont collectés dans les bacs jaunes, nettoyés, triés grossièrement et transformés en « flocons ». Ils peuvent ainsi être utilisés dans la production de nouveaux produits en PET.

Seul problème : pour pouvoir fabriquer, par exemple, des bouteilles en PET de même couleur et de même sorte, cette forme de recyclage ne suffit pas. Pour cela, il faut que les déchets soient soumis à **un tri plus précis et à un nettoyage extrêmement efficace**. Il est important de savoir que les technologies permettant de réaliser ces travaux de précision existent déjà.

Le stade de « surcyclage » peut être atteint grâce à ces nouveaux outils. Les flocons de PET sont désormais triés à l'aide d'une spectroscopie laser ultra moderne qui donne pour résultat des granulés de PET haut de gamme, permettant de produire des pièces brutes pour de nouvelles bouteilles transparentes en PET **de qualité alimentaire**.

Cette **technologie innovante et unique** peut entièrement remplacer l'utilisation de PET neuf issu du pétrole (matériau vierge) = la boucle est bouclée.

Critère 2

Mise en œuvre et communication

(coeff. 2)

4. Qui a donné naissance à ce projet ? (équipe/département) Dans quel contexte ?

Le projet s'est inspiré de la philosophie de la société Werner & Mertz et les **30 ans d'expérience de l'entreprise** ont permis d'aboutir à ce résultat. Insufflé par le Président M. Schneider, le projet a ensuite été présenté à notre service Développement Durable (rattaché à la direction) qui va être le chef de projet. Ce fut ensuite relayé aux services experts : service emballage et R&D.

5. Stratégie de déploiement de l'initiative

- **Etapas 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 ?**

Etapas et dates clefs de mise en place

- 2009 : 50% de plastiques recyclés dans les bouteilles en PET transparentes
- 2014 : 80% de plastiques recyclés dans les bouteilles en PET transparentes
- Fin 2015 : L'intégralité des bouteilles transparentes en PET intègrent **100 % de plastiques recyclés**
- D'ici fin 2016 : L'intégralité des bouteilles transparentes en PET intègrent 100% de plastiques recyclés, **dont 40% issus des poubelles jaunes et 60% de B2B**





20 collaborateurs ont été spécialement rattachés au projet depuis 2009 et nos deux sites de production à Mayence (Allemagne) et Hallein (Autriche) ont dû s'adapter à la mise en place de cette initiative, qui concerne tous les produits de nos marques écologiques Rainett / Frosch. Le PET recyclé coûte plus cher que le PET vierge, **environ 30% de plus et l'entreprise a absorbé le coût supplémentaire sans le répercuter sur le prix de vente des produits au consommateur.**

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

- Combien de collaborateurs ont été mobilisés ? (le cas échéant)
- 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 ?

Toutes les équipes Werner & Mertz, et notamment les équipes marketing et commerciales, ont été formées sur ces initiatives. De nombreux collaborateurs ont été mobilisés parmi :

- Le pôle de Recherche & Développement de Werner & Mertz, qui compte 40 experts ; ils mettent en œuvre leur savoir-faire en termes de développement des formules et des emballages leur volonté est d'aller toujours plus loin. L'utilisation de matériaux recyclés dans la conception des emballages représente un véritable challenge pour cette équipe et passe par des années de recherche sur les meilleures technologies de tri, d'un processus de fabrication et d'une production rentables.
- Les services Achats et Qualité, qui se sont fortement investis pour trouver une alternative durable et économiquement viable aux matières premières fossiles et autres alternatives existantes de tri et recyclage du plastique.
- Le fournisseur d'emballage Rainett, intégré sur le site de production de Werner & Mertz
- Le recours à des experts et à des fournisseurs exigeants et rigoureusement sélectionnés pour ces matériaux plastiques recyclables à l'infini ; cette **démarche étant unique** sur le marché des produits d'entretien.

7. Partenariats noués pour mettre en œuvre le projet.

Le procédé a été développé dans le cadre des initiatives de recyclage du plastique grâce à une coopération de plusieurs partenaires issus de différents secteurs qui fédèrent leur savoir-faire au profit d'une économie cyclique durable.

- **Le point vert** : fournit les déchets à recycler
- **UNI-SENSORSYSTEME** : processus exclusif de tri fin des flocons de PET issus des bacs jaunes grâce



à une spectroscopie laser à grande vitesse qui permet de sélectionner les flocons non contaminés et non colorés

- **ALPLA** : fabrique de nouvelles bouteilles en PET à partir des flocons obtenus

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 ...)**

- **Collez un ou deux exemples de communication (visuels développés)**

Différents outils vont être mis en place fin 2016 /début 2017 afin de promouvoir cette initiative :

- **Relais Interne** : sensibilisation et formation des salariés Werner & Mertz dans toute l'Europe.
- **Relais Relation Presse** : Un dossier de presse soutenu par une conférence de presse permettant aux journalistes, clients et citoyens d'être informés sur notre démarche.
- **Relais en magasin** : une communication massive sur l'emballage début 2017 pour sensibiliser le consommateur sur notre initiative en recyclage.
- **Relais digital** : une communication sur notre site internet www.rainett.fr et notre page Facebook
- **Relais Presse grand public** : un publi reportage sur les initiatives Werner & Mertz

Ces actions vont être mises en place sur la fin 2016 /début 2017, nous n'avons pas à date de documents à vous joindre.

Critère 3 **Impact et résultats** (coeff. 3)

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

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

- Environ **8 millions de bouteilles Rainett** conçues à partir de PET recyclé sont vendues chaque année en France
- **30 millions de bouteilles vendues dans le monde pour les marques Rainett / Frosch**
 - o Issues à hauteur de 40% de plastiques collectés dans les poubelles jaunes des particuliers allemands intégrés aux flacons des produits Rainett, après leur valorisation par le retraitement
 - o Le reste est composé de matière recyclée issue des bouteilles consignées (B2B)
- Une économie de 570 tonnes de CO² chaque année grâce à la présence du fournisseur d'emballage ALPLA sur le site de production de Werner & Mertz (1 500 camions en moins sur les routes et 220 000 tonnes de fuel économisées)
- **1 tonne de plastique recyclé évite l'extraction de 700 kg de pétrole brut**





- 1g de PET recyclé correspond à **3g de CO₂ économisés**

10. Quels ont été les avantages qualitatifs de cette initiative ?

- 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

Convaincus que cette initiative représente l'avenir de l'emballage, Werner & Mertz a pris le parti d'ouvrir cette technologie à des entreprises par un processus d'**innovation ouverte**. Plus les entreprises sont nombreuses à utiliser les matériaux récupérés dans les bacs jaunes pour fabriquer leurs emballages, plus **le procédé devient économique**.

« Si de nouvelles technologies de tri deviennent bientôt économiquement viables, il y a de réelles chances que les emballages en plastiques ne soient plus incinérés ni mis en décharge », a expliqué Monsieur Reinhard SCHNEIDER, PDG du groupe Werner & Mertz. Par conséquent, la décharge de débris de plastiques dans les océans pourrait être considérablement réduite.

Cette démarche de recyclage des emballages ménagers permet de **lutter contre la pollution des rivières et des océans**, apportant ainsi une réponse certifiée à la dégradation des emballages plastiques dans les océans. Cette dégradation est une des origines de la présence de micro-plastiques dans toute la chaîne alimentaire se retrouvant dans nos assiettes tels que les poissons, mollusques...



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...



Afin de respecter au mieux les valeurs de l'entreprise, tous les salariés ont été impliqués (marketing, packaging..) et amenés à changer leur méthode de travail. Cette initiative est réellement appréciée par nos clients et considérée comme **innovante, pionnière et unique**. Ses bénéfices sociétaux, environnementaux et de santé publique en font une valeur ajoutée. Nous avons également dû trouver de nouveaux fournisseurs et conclure des contrats de **collaboration plus durable**.

Économiser les matières premières et protéger le climat

Plusieurs milliers de litres de pétrole brut peuvent être économisés en utilisant du PET recyclé. Cela demande nettement moins d'énergie de retraiter et de transformer du PET usagé que de fabriquer un nouveau plastique. Les bouteilles Rainett en PET sont composées à 100 % de matière recyclée dont 40% d'entre elles sont issues des bacs jaunes.

Cette source pourrait être davantage exploitée : **1,2 million de tonnes de matières plastiques** atterrissent chaque année dans les bacs jaunes, dont 10% de PET. 50 000 tonnes sont recyclées, la plupart du temps dans une qualité médiocre, 70 000 tonnes sont exploitées comme combustible de recyclage. Tout cela a des conséquences dramatiques pour l'environnement : les matériaux sont irrémédiablement perdus, aboutissant à des émissions de CO2 dans l'air très importantes... Notre initiative entend donc révolutionner cela!

Critère 4 **Vision** **(coeff. 2)**

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

Chez Werner & Mertz, nous souhaitons **augmenter la proportion** des matières recyclées issues des bacs jaunes et mieux exploiter le potentiel des 1,2 million de tonnes de déchets plastiques. Il n'y a pas que les bouteilles, les barquettes en PET (les plateaux, les barquettes de fruits et de légumes, par exemple) issues des bacs jaunes peuvent aussi servir à fabriquer de nouvelles bouteilles Rainett.

Werner & Mertz est engagé dans la philosophie des principes du **Cradle to Cradle®**. Ces principes prévoient le retour de tous les composants d'un produit dans des cycles techniques ou biologiques fermés et présuppose la recyclabilité des composants individuels d'un emballage. Nous travaillons ainsi à remplacer les substances critiques des couleurs dans les bouchons par des substances inoffensives et à introduire la solution des étiquettes dans un véritable cycle.

Par ailleurs, nous avons réussi à identifier en collaboration avec le DSD (Duales System Deutschland) et le service développement d'ALPLA un matériau recyclé HDPE pouvant être utilisé pour fabriquer des bouteilles et des bidons. Cette technologie est déjà utilisée dans les





emballages de la branche professionnelle de Werner & Mertz, à savoir Green Care PROFESSIONAL, dans une proportion allant jusqu'à 30 %. Les matériaux issus des bacs jaunes et fournis par DSD permettent de fabriquer des bouteilles en HDPE avec une proportion nettement plus élevée de matières recyclées.

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

Cette démarche est le fruit de plus de 30 ans d'expertise du groupe Werner & Mertz dans le management environnemental. Depuis la catastrophe de Tchernobyl, son leitmotiv est d'être vertueux écologiquement, économiquement et socialement, en inscrivant le développement durable dans toutes ses actions et à chaque étape du cycle de vie du produit :

- **Des sites de production aux normes environnementales les plus abouties** : nos certifications en termes de management environnemental sont l'ISO 50 001 et l'EMAS (depuis 2002) qui obligent le groupe à éditer un rapport environnemental annuel et à réduire ses consommations en eau et en énergie. Les sites utilisent des énergies renouvelables et possèdent des stations ultra modernes d'épuration et de retraitement des eaux usées.

- **Une logistique optimisée** : elle a été étudiée pour consommer le moins d'énergie possible. Par ailleurs, notre fournisseur d'emballages est implanté sur le site de production des produits, permettant une réduction importante des coûts écologiques des transports.

- **Des emballages durables** : leur poids est réduit et nous intégrons 100% de matériaux recyclés dans nos bouteilles en PET. Ils sont aussi 100% **recyclables à l'infini**.

- **Conception d'un Eco-siège à énergie positive (2010)**: notre siège est un bâtiment écologique certifié LEED Platine 2012 avec isolation thermique maximale, géothermie, système solaire photovoltaïque et 16 éoliennes. Il est également **certifié EMAS** depuis 2002, certification qui prend également en compte un aspect social fort, notamment sur l'implication des salariés dans notre démarche de développement durable.

- **Des formules 100% biodégradables et durables** : depuis 2013, le groupe travaille sur un projet d'approvisionnement européen pour ses tensio-actifs végétaux en substituant progressivement l'huile de palmiste par des huiles produites en Europe (lin, colza, olive...), afin de réduire les transports, et avoir plus de transparence. Ce programme ambitieux lutte également contre la déforestation et préserve les agricultures vivrières locales. 50% des produits écologiques du groupe appartiennent à la 2^{ème} génération en contenant une partie de tensioactifs végétaux d'origine Européenne. L'ambition de Werner & Mertz est d'atteindre 100% de tensioactifs d'origine Européenne sur l'ensemble des produits d'entretien écologiques dans les prochaines années.

- Le social, une réalité : **Werner & Mertz a mis en place des standards très élevés de sécurité du travail et de protection de la santé et met à disposition de ses salariés des programmes de formation continue.**





Annexes

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

Réponse ou PJ en format numérique (2max) :

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.

Cocher la case ci-après afin de donner votre approbation :

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:
GPrixRSE-chaireGC@essec.edu

Date limite de renvoi des dossiers : 12 octobre 2016

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

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

ou à nous contacter à l'adresse :

GPrixRSE-chaireGC@essec.edu

