

Communiqué de presse

Le Chat teste l'Eco-distribution, une innovation au service de l'environnement

Paris, le 25 novembre 2010 – Le Chat a inauguré ce jour une nouvelle forme de distribution de détergents, l'Eco-distribution, avec un test grandeur nature qui sera déployé dans dix hypermarchés de toute la France.



Une innovation au service des consommateurs et de l'environnement

Pour la première fois en France, une grande marque nationale de lessive et d'adoucissant propose à ses consommateurs une réelle alternative au mode de distribution actuel en ligne avec leurs nouvelles attentes.

Les signaux sont là (en 2010, 60% des consommateurs français déclarent avoir changé leur comportement en faveur du développement durable¹) et il appartenait à Le Chat, marque engagée, de prendre l'initiative d'un mode de distribution de ses produits plus respectueux de l'environnement.

En proposant L'Eco-Distributeur, le premier système sécurisé de distribution de lessive et d'adoucissant textile en vrac, Le Chat devance les nouveaux modes de consommation et accompagne les consommateurs pour intégrer des nouveaux comportements d'achat plus respectueux de l'environnement.

L'Eco-Distributeur : un dispositif simple pour une consommation responsable

L'Eco-Distributeur permet au consommateur de se servir lui-même en lessive ou en adoucissant, en réutilisant un même flacon plusieurs fois. Il peut ainsi économiser environ 10% du prix du produit classique en rayon² (pour un produit de qualité équivalente) et 91g de plastique pour la lessive (respectivement 40g pour l'adoucissant)³ à chaque réutilisation.

Son fonctionnement est simple :

-  **Choix du flacon** : 3L pour la lessive le Chat Eco-Efficacité, 1L pour l'adoucissant Le Chat Ecologique. (flacon constitué à 25% de PET recyclé)

¹ Enquête Ethicity menée en février et mars 2010 auprès d'un panel de 4373 Français

² Sur la base du prix marketing conseillé par la marque Le Chat. (La marque effectue au distributeur un décrochage de 10% sur le tarif du vrac de lessive.)

³ Chaque réutilisation des flacons de lessive et d'adoucissant permet d'économiser le plastique correspondant au poids de chaque bouteille (et bouchon associé), soit 91g pour la lessive et 40 g pour l'adoucissant.

- ✖ **Choix du nombre de lavages souhaités** via l'écran tactile.
- ✖ **Remplissage** : Après avoir placé le flacon sous le distributeur, le remplissage est automatisé, sans risque de débordement ou d'erreur dans la quantité (double système de contrôle, arrêt automatique en cas de retrait du flacon).
- ✖ **Paiement** : Une étiquette avec le prix est imprimée par la machine, et il suffit de la coller sur le flacon. Le paiement s'effectue en caisse comme pour un produit classique.

Un principe gagnant-gagnant pour le consommateur et l'environnement

« Nous pensons que les consommateurs sont prêts à choisir des produits plus écologiques, si nous, en tant que marques, leur en donnons les moyens. Nous devons leur apporter les moyens matériels de faire un geste en faveur de l'environnement via une solution performante, mais aussi les moyens financiers, car nous savons qu'il est important que le consommateur puisse retirer un bénéfice personnel immédiat en contrepartie de son effort.

C'est ce que nous proposons avec L'Eco-Distributeur: la possibilité d'adopter une consommation plus respectueuse de l'environnement, à un prix réduit par rapport à une distribution classique. Le processus d'utilisation est simple et il sera expliqué aux consommateurs via des animations de ventes. » déclare Yvan Bonneton, Directeur Marketing de la Branche Détergents Henkel.

Avantages pour l'environnement⁴ : réduction de l'empreinte carbone et du volume de déchets

- ✖ Réduction de 83% du volume d'emballages plastiques à traiter ou à recycler généré par la lessive (75% pour l'adoucissant). Diminution d'autant du volume de pétrole nécessaire pour la confection des bouteilles en plastique.
- ✖ Diminution de 10% des émissions de CO₂ liées à l'emballage.
- ✖ 17.5 tonnes de déchets évités par an.
- ✖ 35.2 tonnes de CO₂ évités par an.
- ✖ Les 2 flacons proposés pour l'utilisation de la machine intègrent 25% de PET recyclé issu entre autres du tri effectué par les consommateurs eux-mêmes. Ils sont voués à être réutilisés mais sont 100% recyclables pour une fin de vie plus respectueuse de l'environnement.

⁴ Données Eco2Distrib. - Sur la base d'une implantation pour une durée de 1 an avec 2 lessives et un adoucissant dans 250 magasins (hypothèse de déploiement réaliste)

Avantages consommateur : économies et simplicité

- 🐱 **Economies** : Henkel commercialise la lessive et l'adoucissant en vrac à un tarif 10% inférieur à celui des flacons classiques. Cette réduction sur le tarif étant supérieure au prix du flacon réutilisable (vendu 0.30€ pour le format 1L et 0.50€ pour le 3L⁵), le consommateur réalise une économie dès le premier achat. Au deuxième achat, il réalise une économie supplémentaire correspondant au prix de la bouteille et peut alors obtenir une réduction d'environ 10% par rapport au produit classique en rayon⁶ (soit par exemple sur un prix classique en rayon de 8.09€ pour la lessive, environ 80cts d'économies).
- 🐱 **Simplicité d'utilisation** : technologie brevetée anti-débordement, possibilité de remplir le flacon en fonction du nombre de lavages souhaités.

L'Eco-distribution : une nouvelle étape dans l'engagement de Le Chat

Depuis longtemps déjà, Le Chat a mis le respect de l'environnement au cœur de ses préoccupations et de sa stratégie de marque. Précurseur en la matière, Le Chat lance dès 1989 la première lessive de grande marque sans phosphates. En 1997, Le Chat propose à ses consommateurs le premier format en recharge du marché pour sa lessive liquide en gel: l'éco-recharge (40% d'emballage en moins par rapport à un flacon traditionnel).

En 2008, Le Chat passe un cap dans sa démarche environnementale et lance la gamme Le Chat Eco-Efficacité, une gamme de lessive qui intègre le Développement Durable à chaque étape du cycle de vie du produit: **production** (limitation des transports), **formule** (tensio-actifs d'origine végétale et 100% biodégradables), **emballage** (Eco-Pack avec du PET recyclé et 40% d'emballage en moins), **utilisation finale du produit** (lessive efficace même en eau froide) et **déchets** (emballages 100% recyclables, Eco-Pack compactable).

Début 2010, Le Chat innove avec le lancement de Le Chat Adoucissant Ecologique, aux tensio-actifs 100% d'origine végétale et 100% biodégradables, avec un parfum hypoallergénique⁷.

En 2010, c'est avec l'Eco-Distributeur que Le Chat souhaite franchir une étape supplémentaire

« En nous associant avec Eco2Distrib, nous franchissons une nouvelle étape dans notre démarche environnementale. Au-delà des améliorations faites sur nos formules, nous répondons aujourd'hui aux attentes des Français en termes de nouveaux modes de consommation: moins de gaspillage et plus de responsabilité », déclare Yvan Bonneton, Directeur Marketing de la branche Détergents d'Henkel France.

⁵ Prix marketing conseillés par la marque Le Chat

⁶ Sur la base des prix marketing conseillés par la marque Le Chat

⁷ Formulé pour minimiser les risques de réaction allergiques



Afin d'évaluer l'adhésion des consommateurs au nouveau mode de distribution proposé par l'Eco-Distributeur, Le Chat a décidé de tester ce concept novateur dans 10 magasins pendant 5 mois.

L'objectif de cette phase de test est de renseigner la marque sur les réactions des consommateurs sur le terrain et sur les optimisations éventuelles à apporter au concept.

Le test permettra de quantifier exactement les gains environnementaux en affinant les hypothèses choisies pour nos estimations. A ce jour, selon les premières estimations réalisées sur la base d'un scénario réaliste⁸, il serait possible d'économiser l'équivalent de 17.5 tonnes de déchets par an.

Le deuxième objectif du test est d'évaluer le potentiel de ce nouveau mode de distribution et de définir les conditions d'un business model soutenable pour Le Chat, les distributeurs et Eco2Distrib. Le test permettra d'étudier la faisabilité d'un développement du concept à une échelle plus large.

« Le Chat nous permet, avec cette opération sans précédent en France, de mettre notre innovation à la portée de tous. C'est la vocation de notre entreprise que d'offrir des solutions respectueuses pour l'environnement en association avec des grandes marques nationales comme Le Chat, capables de faire changer les comportements », souligne Xavier Masselin, Directeur d'Eco2Distrib.

A propos de Le Chat

Le Chat est une marque de détergents du groupe Henkel. Marque ombrelle, elle regroupe des lessives dont Le Chat Eco-Efficacité, des adoucissants dont Le Chat Adoucissant Ecologique, et des savons. Le Chat est la 3^{ème} marque nationale de lessive avec une part de marché de 8.7% à date pour 2010⁹. Le Chat a vendu en 2009 plus de 11 millions de flacons (lessive + adoucissant) en France, soit près de 1,5 milliards de kilos de linge lavé!

A propos d'Henkel

Henkel est un leader mondial des marques et des technologies de pointe depuis plus de 130 ans. Le Groupe est présent dans trois domaines de compétence stratégiques : l'Entretien de la Maison, les Cosmétiques et les Adhesive Technologies. Avec des marques reconnues comme Le Chat, Schwarzkopf et Loctite, Henkel détient des positions mondiales fortes, auprès des consommateurs comme des industriels. Créé en 1876, Henkel emploie environ 50 000 personnes. Le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 13,573 milliards d'EUR et un résultat d'exploitation ajusté de 1,364 milliards d'EUR en 2009. Les actions préférentielles Henkel sont listées à l'indice boursier allemand DAX.

Contact presse : Agence Burson-Marsteller

Nicolas Sutter
Tel : 01 41 86 76 99
e-mail : nicolas.sutter@bm.com

Ghislaine Challamel
Tel : 01 41 86 76 83
e-mail : ghislaine.challamel@bm.com

⁸ Source Eco2Distrib – Implantation d'une machine à 3 produits dans 250 magasins

⁹ Source : Panels IRI - Part de marché valeur sur un 100% marché des lessives généralistes – CAD #10 2010



La route existe, nous avançons