



RÉVÉLATION DU PALMARÈS 2022

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
18 OCTOBRE 2022

Réussir avec un Marketing Responsable distingue 10 succes stories où « rentable » rime avec « durable »

Depuis 2013, le réseau « Réussir avec un Marketing Responsable » valorise les bonnes pratiques d'entreprises qui allient offre responsable et création de valeur économique. Ses Trophées font partie de ses outils d'accélération des transitions par le partage d'expériences et l'évangélisation des bonnes pratiques.

Ils sont 10 espoirs ou talents confirmés du marketing responsable. **YesYes, Hipli, D'aucy, Les 2 vaches, Ricard, Guerlain, Pic&Pick et trois espoirs (Aberlour, Salomon et Second sew) ont été distingués par les Trophées annuels « Réussir avec Marketing Responsable »**, le mardi 18 octobre, à Sciences-Po Paris. Que leurs projets empruntent les voies de l'économie circulaire, de l'approvisionnement responsable, de l'éco-conception ou de l'optimisation de l'offre, ces dix entreprises ont toutes en commun d'écrire des succes stories où « rentable » rime avec « durable ».

« Les Trophées Réussir avec un Marketing Responsable distinguent les meilleures initiatives des entreprises qui mettent la RSE au cœur de leur business et connaissent des succès incontestables, mesurés et visibles, malgré les difficultés du marketing à s'emparer de ce sujet complexe, rendu plus exigeant encore par le risque de greenwashing », explique David Garbous, marketeur à l'origine du réseau « Réussir avec un marketing Responsable » et fondateur du cabinet conseil Transformation Positive.

De la sobriété au rayon whiskies & des eaux de toilettes qui sentent vraiment bon

Elu « Personnalité Marketing de l'Année » pour son engagement à travers Fleur de Colza, une huile Lesieur produite en circuit-court avec moins d'intrants mais plus de croissance (15 points en un an), David Garbous a administré la preuve, dès 2012, que « qui peut le moins peut le plus ». Une recette empruntée aujourd'hui par les lauréats des Trophées 2022, qui prouvent chacun à leur manière qu'on a tout à gagner de moins impacter.

Faire plus avec moins est justement la nouvelle ligne de conduite d'Aberlour. Esprit dans la catégorie « Optimisation de l'offre », **la distillerie écossaise a choisi de retirer progressivement l'ensemble des emballages non-recyclables et superflus** de ses offres permanentes en grande distribution. Les bénéfices environnementaux attendus la première année pourraient se traduire par les économies de 1,6 millions d'eau (7 897 baignoires), 210 tonnes de papier, 143 tonnes de CO2 (190 vols Londres - NYC)¹

Cette action sur la quantité d'emballages nécessaires n'est pas éloignée de l'éco-conception. Autre catégorie du palmarès, cette démarche vise à réduire les impacts négatifs d'un produit ou d'un service tout en conservant ses qualités d'usages et ses performances. C'est la voie qui a été choisie par Guerlain pour renforcer la performance environnementale et commerciale de **ses parfums Aqua Allegoria. Depuis début 2022, ces créations iconiques de la Maison du groupe LVMH sont formulées exclusivement à partir d'alcool bio français, avec des ingrédients jusqu'à 95 % d'origine naturelle** et un nouveau flacon rechargeable fabriqué en France à partir de verre recyclé.

Une (deuxième) vie après le running et de l'humour vache

Catégorie en forte croissance, l'économie circulaire fait la part belle aux startups que sont YesYes (reconditionnement de produits high-tech dans une démarche locale et éco-socio-responsable), Hipli (colis réutilisables pour le e-commerce) et Second sew en « Esprit » (revalorisation de vêtements pour bébés et enfants). Également Esprit de la catégorie, Salomon brille par sa conception d'une **chaussure de running totalement recyclable, dont le bloc semelle est utilisé depuis cette année pour la fabrication de la nouvelle collection de chaussures de ski de la marque.**

Aux côtés des startups, les acteurs traditionnels de la grande conso ont aussi leur mot à dire en matière de développement durable. C'est le cas de Lait 2 Vaches. La marque bio, équitable et humoristique de Danone figure dans la catégorie « approvisionnement responsable » pour sa capacité à inspirer l'ensemble du secteur agroalimentaire et avoir **motivé la conversion de 51 éleveurs en bio depuis ses premiers « meuh » il y a 16 ans (de croissance à deux chiffres...)**

¹Chiffres basés sur un retrait de plus de 70% des suremballages superflus d'Aberlour sur la première année

Des belles plantes à tous les étages et des images vraiment sages

D'aucy et Ricard entrent aussi au palmarès pour leur soutien à la structuration d'agricultures durables et plurielles. Chez D'aucy, cet engagement s'incarne depuis 2021 par la **réversion de 5 centimes d'euros par bocal vendu** dans les gammes récemment élargies « Bio engagé » et « Bien cultivés ». Résultat : **585 000€ déjà récoltés pour accélérer les transitions des agriculteurs de la coopérative** et une image de marque perçue comme plus engagée. Concernant les graines que plante Ricard en matière de développement durable, la **réintroduction de filières végétales françaises (fenouil, anis vert, réglisse)** a particulièrement séduit le jury, également sensible à la volonté du géant des spiritueux de certifier 100% de ses terroirs en agriculture durable d'ici 2030.

Le Palmarès « Réussir avec Marketing Responsable » 2022 valorise aussi les pureplayers. Parmi eux, Pic&Pick est une **banque d'images française qui construit son nid en déconstruisant les stéréotypes**. En réinventant des représentations de la diversité, des transitions ou encore de la protection de l'environnement, cette nouvelle plateforme crée du sens autant que de valeur en donnant à voir « **des images justes plutôt que juste des images** ».

« Fondamentalement, le marketing est un outil de transformation parce qu'il joue un rôle de passeur entre les savoir-faire des entreprises et les attentes des citoyens-consommateurs », analyse David Garbous. « Le réseau « Réussir avec le Marketing Responsable » s'est fixé pour mission d'évangéliser ces bonnes pratiques pour que chacun puisse s'approprier ces succès et les reproduire à son échelle ».

8 partenaires pour créer un mouvement de transformation en profondeur

Pour « créer un mouvement de transformation en profondeur », les fiches-projets des éditions précédentes du palmarès sont disponibles en open source sur le site de l'ADEME. L'Agence de la transition écologique est l'un des 8 membres du réseau « Réussir avec un Marketing Responsable, aux côtés de l'ADETEM, L'Union des Marques, l'Illec la voix des marques, Citeo, Audencia, Pixelis et le cabinet conseil Transformation Positive.

La mission d'évangélisation de « Réussir avec le marketing Responsable » est rythmée par des rencontres tout au long de l'année (notamment avec des étudiants), des conférences, les mises à jour de la plateforme www.reussir-avec-un-marketing-responsable.org, et les épisodes mensuels du podcast « En Toute Transparence » imaginé par David Garbous avec l'ADEME et SoGood.

Des Trophées qui donnent de l'Espoir

Nouveauté 2022, la catégorie Espoirs met en avant des initiatives qui se qualifient sur le fond, mais dont les indicateurs de performance manquent encore de maturité, souvent parce que l'initiative est récente. Pour peu qu'ils administrent la preuve de leur succès ces prochains mois, ces Espoirs deviendront des lauréats des Trophées de Réussir avec un Marketing Responsable en 2023. L'opportunité pour des grands groupes (Aberlour, Salomon) et une startup (Second Sew) de disrupter leurs marchés « pour de bon ».

Un comité de sélection indépendant, exigeant et rigoureux

Le comité de sélection des lauréats des Trophées « Réussir avec un Marketing Responsable » est composé d'experts et d'ingénieurs de l'ADEME et de CITEO, d'associations professionnelles, d'écoles et d'entreprises qui participent à démultiplier l'impact du marketing durable. Chaque dossier est étudié avec rigueur et exigence au regard de données chiffrées qui attestent de la réussite de la transformation.

CONTACTS PRESSE

Jennifer Jean - jennifer.jean@econovia.fr - 06 45 48 38 40

Mathilde Sahler - mathilde.sahler@econovia.fr - 06 84 26 92 45

