

DE ZÉRO ÉMISSION DE CARBONE À LA RÉGÉNÉRATION LA STRATÉGIE DURABLE D'INTERFACE



CATEGORIE

OFFRE ECO ET OU
SOCIO CONCUE

DATE DE PUBLICATION

DÉCEMBRE 2020

Interface



La Mission Zero® est l'engagement pris par Interface dès 1994 pour ne plus avoir aucun impact sur l'environnement en 2020. Cette mission, qui est au cœur de la stratégie d'entreprise d'Interface, fait partie de l'ADN de la marque et a guidé toutes les décisions prises, notamment sur la conception et la production des produits.

Et puisqu'aujourd'hui le « zéro » ne suffit plus et qu'un engagement plus fort est nécessaire pour faire face aux enjeux environnementaux actuels, Interface a placé la barre encore plus haute avec sa nouvelle mission : Climate Take Back dont l'objectif est de lutter contre le réchauffement climatique et de devenir une entreprise à empreinte carbone négative d'ici 2040.

BENEFICE ENVIRONNEMENTAL



96 %
de baisse des
émissions de CO₂*

89 %
de réduction de
quantité d'eau
utilisée *

92 %
de réduction de
la quantité de
déchets *

* au niveau mondial en 2020 par rapport à 1994

CREATION DE VALEUR



**Leader du
marché**

35 %
de parts de
marché

1,3 Mds
de dollars de
chiffre d'affaires

* : au niveau mondial en 2020

FACTEURS DE SUCCES




Impliquer toutes les
parties prenantes


Communiquer en
interne et en
externe


Être transparent et
précis sur l'avancée
de la démarche

DESCRIPTION DE L'INITIATIVE

Description synthétique de l'initiative

La Mission Zero® est l'engagement pris par Interface dès 1994 pour ne plus avoir aucun impact sur l'environnement en 2020. Cette mission, qui est au cœur de la stratégie d'entreprise d'Interface, fait partie de l'ADN de la marque et a guidé toutes les décisions prises, notamment sur la conception et la production des produits.

Et puisqu'aujourd'hui le « zéro » ne suffit plus et qu'un engagement plus fort est nécessaire pour faire face aux enjeux environnementaux actuels, Interface a placé la barre encore plus haute avec sa nouvelle mission : **Climate Take Back** dont l'objectif est de lutter contre le réchauffement climatique et de devenir une entreprise à empreinte carbone négative d'ici 2040.

Les dates clés de la Mission Zero® :

- 1996 : Réduction de 96 % des émissions de GES
- 1998 : 1^{er} contenu recyclé dans le nylon des dalles textiles
- 2000 : 1^{ères} sous-couches recyclées et 1^{ère} fibre bio-sourcée
- 2003 : Introduction du calcaire recyclé comme base pour la sous-couche
- 2010 : 1^{ère} fibre 100 % recyclée
- 2012 : Lancement du programme de recyclage de filets de pêche, Net-Works™
- 2017 : 1^{ère} sous-couche 100% recyclée et bio-sourcée
- 2018 : Tous les produits commercialisés par Interface sont neutres en carbone (programme Carbon Neutral Floor)
- 2020 : Première sous-couche à bilan carbone négatif (CQuest Bio)

Communication auprès des consommateurs

PRINT & DIGITAL

Interface communique largement dans les publications architecture/prescriptions (AMC, D'A, NDA, Architecture d'Aujourd'hui, Arca International, InTerior, Office & Culture, Sols Murs Plafonds...) et en ligne sur des sites de référencement (Batiweb, Batiproduits...). Interface travaille avec l'agence Wellcom pour démultiplier les opportunités presse autant digitales que prints.

SALONS

Interface est présent tout au long de l'année dans les salons professionnels (Architect@Work, Workspace Expo, SIMI...), ainsi que dans de nombreux événements dédiés au développement durable à l'instar de Sustainable Brands à Paris, Produrable, DialogEco ou encore Biomim'Expo en France. L'objectif est de communiquer autour des innovations, du business model et de créer de nouveaux partenariats.

SHOWROOM PARISIEN

La marque a à cœur de sensibiliser un maximum de personnes et d'entreprises à la problématique du réchauffement climatique. Le nouveau showroom parisien d'Interface en est un parfait exemple. Certifié HQE, BREEAM, et WELL GOLD (c'est le 1^{er} site parisien), il permet de montrer concrètement la vision du développement durable d'Interface aux visiteurs.

Cet endroit est également un lieu de rencontre et d'échange car il permet de mettre en relation les entreprises. En effet, depuis l'ouverture en mars 2018, le showroom a accueilli plus de 30 événements de partenaires accueillant leurs propres clients pour parler de problématiques environnementales.

En plus de ces différents canaux de communication, Interface lancera en octobre 2020 la campagne « Together » pour mettre en avant « CQuest Bio », la première sous-couche à empreinte carbone négative. Grâce à l'efficacité de la supply chain, à la neutralité des usines et aux nouveaux matériaux utilisés, Interface a su créer une nouvelle sous-couche pas seulement neutre, mais à empreinte carbone négative.

Prochaines étapes et objectifs liés à cette initiative

Alors qu'elle est sur le point d'accomplir Mission Zero® (celle-ci s'achève cette année), l'entreprise a lancé une nouvelle initiative « Climate Take Back™ ». Son objectif est encore plus ambitieux : il s'agit d'inverser la courbe du réchauffement climatique. Interface s'engage ainsi à devenir une entreprise régénératrice, dont l'objectif est d'atteindre un bilan carbone négatif d'ici 2040.

La nouvelle sous-couche CQuest Bio fait partie intégrante de cette stratégie et de la nouvelle mission de l'entreprise. Elle sera disponible en octobre 2020 comme sous-couche standard pour une grande partie des dalles de moquette. En fin d'année, cette standardisation sera étendue davantage encore. L'objectif à fin 2020 est de couvrir plus de la moitié des sols textiles produits avec cette sous-couche à bilan carbone négatif.

CARACTÈRE INNOVANT

Caractère innovant de l'initiative

Il y a plus de 25 ans, en 1994, Ray Anderson, le fondateur d'Interface, a réalisé que l'entreprise devait passer d'un modèle du type "Extraire-fabriquer-jeter" à un modèle circulaire. Un pari complètement fou à l'époque puisque que cela signifiait transformer un fabricant de moquette, gros consommateur de pétrole, en la première entreprise au monde engagée dans le développement durable. Cet engagement ne vise pas seulement la préservation des écosystèmes mais leur régénération sur le long terme.

Pour atteindre ces résultats, de nombreuses innovations ont été mises au point :

- au niveau des processus de production : machines plus performantes et moins énergivores, machine à ultrason pour une découpe précise et sans chute, recyclage et récupération des anciennes dalles pour en fabriquer de nouvelles, création d'une nouvelle filière d'approvisionnement de fibres recyclées, utilisation de matériaux bio-sourcés, utilisation d'énergies renouvelables, ...)
- utilisation de concepts et techniques innovant(e)s : grâce au principe du biomimétisme, invention du motif aléatoire qui permet de réduire les déchets de pose, invention du système de pose de moquette sans colle, et donc sans CoV, Tactiles, inspiré du Géko, ou encore l'usage du concept de la biophilie pour accroître le bien-être des utilisateurs...

Dans cette démarche pour un impact environnemental nul, ce n'est pas seulement l'empreinte écologique qui a été réduite : tout au long de son parcours, Interface a su partager ses avancées et encourager d'autres entreprises dans le monde entier à opérer des changements au sein de leur environnement et de leur activité. De grands enseignements ont été théorisés et rassemblés dans un guide intitulé « Des leçons pour l'avenir »

La Méthodologie du programme [SHINE](#) (Sustainability and Health Initiative for Net-positive Enterprise, initiative de la Harvard School of Public Health's Center for Health and the Global Environment) a été utilisée pour faire le bilan et convertir ces 25 années d'influence positive en équivalent carbone.

CRÉATION DE VALEUR

Création de valeur pour l'entreprise

En faisant évoluer le modèle de l'entreprise - via Mission Zéro - en passant d'une activité néfaste pour la planète à une activité restauratrice, Interface a démontré que cela était possible. La vision et les volontés portées par Interface ont permis de transformer le modèle industriel de l'entreprise, en contournant les obstacles, en embarquant les partenaires, les fournisseurs, les investisseurs, mais aussi et surtout les collaborateurs. Mission Zéro est un objectif partagé par tous et dans tous les pays. Véritable source d'inspiration, elle a permis le développement d'innovations majeures pour atteindre les objectifs fixés.

Ce nouveau modèle a inspiré de nombreuses entreprises partout dans le monde en montrant qu'une autre voie était possible. Et, avec l'aide de ses partenaires, Interface a montré que l'industrie pouvait avoir un impact positif sur la société.

Chiffres-clés sur la création de valeur liée à l'initiative

- Interface est le leader mondial de la dalle textile avec 35 % de parts de marché avec un chiffre d'affaires de 1,3 milliards de \$ et un objectif de croissance double par rapport à celui du marché.
- La marque Interface est associée à cet objectif environnemental ambitieux et, en tant que leader, Interface a réussi à changer radicalement son offre en intégrant l'innovation environnementale au cœur de sa stratégie, ce qui, par effet rebond a permis de faire évoluer l'offre du marché en général. C'est par exemple Interface qui a introduit en 2011 la fibre 100 % recyclée, qui est devenue quelques mois plus tard une innovation majeure sur le marché de la dalle textile. Un autre exemple est le design aléatoire qui réduit drastiquement les chutes des produits. En effet, quand une dalle textile classique entraîne 5 % de chute, les produits à design aléatoire réduisent ce chiffre à 1 %. Preuve de la réponse du marché aux innovations initiées par Interface, les produits aléatoires représentent aujourd'hui 40 % des ventes d'Interface.
- Interface est aujourd'hui reconnue par ses clients dans le monde pour ses innovations en termes de design, de performances techniques et environnementales ; l'environnement ayant la même importance que le design et les performances techniques.

IMPACT ENVIRONNEMENTAL ET / OU SOCIAL

Bénéfice(s) environnemental et / ou social de l'initiative

La dalle de moquette est à l'origine un produit issu de l'industrie pétrochimique, donc polluant. C'est pourquoi depuis 1996, Interface n'a jamais cessé de travailler sur l'ensemble de sa chaîne de valeur afin d'atteindre l'objectif Zéro impact sur l'environnement en 2020. Cela a nécessité de repenser le modèle à tous les niveaux : production, relation avec les fournisseurs, utilisation et réduction de l'usage de matériaux, design des produits, ...

La démarche environnementale est globale.

Chiffres-clés sur les impacts de l'initiative

- Réduction de **74 %** de l'empreinte carbone de des dalles de moquette Interface ;
- Réduction de **96 %** des émissions de gaz à effet de serre (GES) au niveau mondial ;
- **100 %** d'électricité produite à partir de sources d'énergie renouvelables ;
- Utilisation de **99 %** d'énergies renouvelables sur les sites de production aux États-Unis et en Europe ;
- **60%** des matériaux utilisés dans les produits Interface proviennent de sources recyclées ou biosourcées ;
- Réduction de **89 %** de la quantité d'eau utilisée par unité de production dans les usines au niveau mondial ;
- Réduction de **92 %** de la quantité de déchets mis en décharge au niveau mondial.
- Les dalles LVT intègrent **39%** de matériaux recyclés

ENSEIGNEMENTS

Difficultés rencontrées et moyens mis en place pour les lever

Lorsque la Mission Zero™ a été lancée en 1994, le développement durable intéressait peu d'entreprises. N'ayant pas de feuille de route, des erreurs ont été commises. Certaines premières initiatives en matière de recyclage ont même été contre-productives. Par exemple en 1999, un processus de recyclage utilisant une technologie de dissolution pour récupérer les fibres de nylon des moquettes a été testée. Non seulement cela s'est avéré plus coûteux, mais cela a donné un matériau de moins bonne qualité et a augmenté l'empreinte environnementale. D'autres innovations n'ont pas fonctionné car la performance du produit était plus importante que les aspects environnementaux, comme par exemple les premiers produits biosourcés en 2004. Un autre exemple est l'échec de FAIR-WORKS™ qui a finalement mené au succès de DE NET-WORKS™. Enfin, certains membres du comex étaient sceptiques quant à la réalisation de Mission Zéro. Ce sont les résultats rapides, la performance des produits et des process qui les ont convaincus.

Clefs de réussite d'un projet de marketing durable

Le développement durable fait partie de l'ADN d'Interface. Le succès de la démarche a été possible grâce à la vision du fondateur de l'entreprise. Il a su embarquer toutes les parties prenantes de l'entreprise, en interne et à l'externe, dans cette aventure en les sensibilisant et les formant aux problématiques environnementales.

Les clés de réussite d'un projet de marketing durable sont :

- Se fixer des objectifs ambitieux
- Savoir impliquer toutes les parties prenantes en les formant et en les engageant personnellement dans l'atteinte des objectifs,
- Communiquer avec une terminologie claire en apportant des preuves concrètes afin de remporter l'adhésion de tous,
- Être transparent sur ses résultats et communiquer des données chiffrées claires, vérifiées par une tierce partie et vérifiables de tous. Il faut aussi se fixer un système de calcul compréhensible de tous (ex ACV, Analyse du Cycle de Vie).

Pour en savoir plus

https://www.interface.com/EU/fr-FR/developpement-durable/notre-parcours-fr_FR

Le guide d'Interface, *Des leçons pour l'avenir* :

http://interfaceinc.scene7.com/is/content/InterfaceInc/Interface/EMEA/WebsiteContentAssets/Documents/25th%20anniversary%20report/French/wc_eu-lessonsforthefuture-fr.pdf?utm_source=interface&utm_medium=pdf&utm_campaign=sustainability-fr_fr-organic&utm_content=sustainability-report