

Ultra Doux...



La consommation engagée passe aussi sous la douche ! Ultra Doux développe une politique d'engagements sur plusieurs volets. La marque capillaire de Garnier participe à l'expérimentation gouvernementale sur l'affichage environnemental.

L'écorecharge, un geste à inventer sur l'univers du shampoing

Apriori, l'association du shampoing et de la consommation engagée ne semble pas la plus évidente de l'univers de la consommation. *"Dans le portefeuille de marques de Garnier, Ultra Doux est précieuse précisément parce qu'elle véhicule depuis longtemps les prémices de nos engagements"*, dément Carine Dellièvre, directrice marketing de Garnier France. De fait, la marque qui va bientôt fêter ses trente ans, a rapidement veillé à privilégier les extraits naturels dans ses formules. *"Aujourd'hui, cela peut paraître banal mais, à l'époque, c'était très nouveau"*, rappelle-t-elle. Depuis, la marque a évolué avec son temps.

Elle concrétise aujourd'hui de nouvelles formes d'engagements. En termes de produits, elle s'est mise à bannir le paraben à la faveur d'une nouvelle gamme pour cheveux colorés, en 2008, mêlant huile d'argan et cranberry. Un effort décliné sur toutes ses formulations lorsqu'elles sont renouvelées, *"à chaque fois que cela est possible"*. Certains types de produits nécessitent encore le recours au paraben pour des raisons de sécurité bactériologique. *"Mais nos équipes de R&D travaillent sur ces questions"*, affirme Carine Dellièvre, "optimiste" sur un objectif de 100 % de l'offre sans paraben. La formulation pourrait donc constituer

une forme d'engagement ? *"Elle s'inscrit dans un désir général de naturalité sous toutes ses formes et la marque Ultra Doux induit évidemment cette naturalité"*, répond Carine Dellièvre.

L'écorecharge, un nouveau geste ?

En 2011, Ultra Doux a franchi une nouvelle étape avec le lancement d'une gamme "amande douce et fleur de lotus" œuvrant, cette fois, pour le développement durable. Outre une formule à 97 % biodégradable, excluant paraben, silicone et colorant, la gamme compte une écorecharge de 500 millilitres, permettant de remplir deux nouvelles fois un flacon de shampoing. *"C'est un nouveau geste que nous proposons"*, explique Carine Dellièvre, reconnaissant que *"le chemin va encore être long pour qu'il devienne un réflexe"*.

Par ailleurs, un partenariat a été engagé, depuis quelques années, avec Eco-Emballages pour diminuer les emballages et diffuser des messages pédagogiques sur la face arrière des packs et sur Internet. Une occasion de communiquer sur la réduction de 16 % de leur consommation d'eau et de 11 % de leurs déchets par les usines fabriquant Ultra Doux entre 2005 et 2010. Occasion également de rappeler des petits gestes quotidiens en faveur de l'environnement : la douche qui économise l'eau par rapport

"doux pour la planète"



Pour la marque, l'engagement commence dès une formulation garante de naturalité

au bain ou la façon de trier ses déchets de produits d'hygiène-beauté : "les consommateurs savent maintenant bien ce qu'il faut faire dans leur cuisine, mais beaucoup moins dans leur salle de bain", précise Carine Dellièvre.

L'affichage environnemental en test

Enfin, Ultra Doux fait partie des 160 entreprises qui se sont engagées vis-à-vis des pouvoirs publics, à la suite du Grenelle de l'environnement, pour expérimenter l'affichage environnemental. En partenariat avec Carrefour, la marque met en avant quatre critères de mesure d'impact tout au long du cycle de vie du produit : émissions de gaz à effet de serre, consommation d'eau, pollution aquatique et volume d'emballage. Ces quatre éléments sont mesurés sur les shampoings Ultra Doux et font donc l'objet d'un affichage entre juillet 2011 et juillet 2012. Pour l'heure, la démarche n'inclut pas encore de comparaison par rapport à un indicateur de référence et la marque est la seule de son marché à la pratiquer. Mais l'objectif logique serait qu'elle soit étendue, à terme, à l'ensemble des intervenants. En attendant, des post-tests seront effectués à l'issue de la campagne (Internet, smartphone, stop-rayons en magasin) pour vérifier la prise de conscience par les consommateurs de ces enjeux.

Déjà, leur reconnaissance des engagements d'Ultra Doux, en général, a été testée via l'évaluation de sa communication digitale. 90 % des internautes se disent convaincus par la rubrique environnementale du site Internet et 71 % en ressortent avec une meilleure image d'Ultra Doux. Leur attente réside désormais dans une plus grande simplicité de présentation des informations afin de pouvoir les appréhender plus facilement. Bref, la consommation engagée concerne aussi le shampoing ! "En cosmétique, les questions d'impact environnemental varient suivant les catégories", explique Carine Dellièvre : "pour Ultra Doux, la sensibilisation à la consommation d'eau est logiquement très importante".

Un bénéfice pour l'image

Tous ces engagements correspondaient-ils pour autant à une attente consommateurs ? "Pour être honnête, ils ne l'avaient pas manifestée particulièrement, mais quand nous avons réalisé nos premières actions et communiqué dessus, ils se sont dit heureux que nous l'ayons fait et nous en ont félicité". Et peuvent-ils se transformer en avantage commercial ? "Non plus !" répond avec franchise Carine Dellièvre : "Ultra Doux se porte bien depuis longtemps grâce à l'ensemble de ses actions, mais le bénéfice de nos engagements est surtout à considérer en termes d'image. Ils ne constituent pas une raison d'achat en soi, mais les verbatims de nos consommateurs les font ressortir de plus en plus". ■

Un partenariat a été engagé, depuis quelques années, avec Eco-Emballages pour diminuer les emballages et diffuser des messages pédagogiques sur la face arrière des packs et sur Internet.

GARNIER S'ENGAGE POUR L'ENVIRONNEMENT	
RÉDUCTION D'EAU ET DE DÉCHETS : La consommation d'eau des usines produisant ce flacon et les déchets générés ont été réduits respectivement de 16 % et 11 % entre 2005 et 2010.	Vous aussi, ENGAGEZ-VOUS : En préférant la douche au bain, vous consommerez 3 fois moins d'eau. Contribuez aussi à préserver l'environnement en triant ce flacon pour qu'il soit recyclé.