

DIOR

# PORTRAITS D'ANNONCEURS



Stefano Gottardo  
Coordination Achats PLV LVMH P&C

ÉCO POPAI nous certifie que les fabricants de PLV ont une sensibilité et un savoir-faire efficient en éco-conception.



**La Maison Parfums Christian Dior met en pratique des valeurs de durabilité et de respect de l'environnement à chaque étape de la production de ses PLV conjointement avec les autres maisons du groupe : choix des matériaux, économies d'eau, d'électricité, démontabilité... nous abordons de nombreux sujets.**

Chez Dior, la réflexion sur l'environnement est permanente. Le prix d'achat de nos PLV est bien sûr important mais n'est pas le seul critère de choix d'un fournisseur : la qualité, le service, et l'éco-conception sont aussi étudiés à égalité. Nous regrettons un manque de pro-activité et de propositions sur ce thème de l'éco-conception de la part de nos fournisseurs lors de nos appels d'offre. En effet, nous attendons de ces derniers que l'éco-conception soit un postulat de base lors de la proposition d'une conception technique.

**Le standard ÉCO POPAI a contribué à changer l'image de l'éco-conception et à changer les mentalités dans la profession. Il nous permet aussi d'identifier les fournisseurs qui sont acteurs dans le domaine et de réaliser de la veille sur les PLV qu'ils éco-conçoivent.**

*Ci-joint un exemple Dior. Les autres maisons LVMH P&C, sont elles aussi impliquées dans l'éco-conception*

**Notre conseil aux fabricants de PLV**

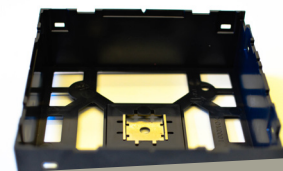
Chez Dior, nous n'avons pas d'idées reçues et l'éco-conception fait partie de nos appels d'offre. Les fabricants avec leur bureau d'étude, en tant que professionnels de la création, ne doivent pas hésiter à venir partager leurs idées et innovations avec nous. Nous sommes demandeurs, à l'écoute, et nous souhaitons avancer.

**Venez avec des solutions déjà réalisables et n'attendez pas la dernière minute ou la fin des projets pour mettre en avant vos propositions alternatives.** 🌱

Un exemple de PLV éco-conçue



Extérieur d'une PLV Dior éco-conçue



Intérieur d'une PLV Dior éco-conçue : réduction du poids de la pièce, du nombre d'éléments à assembler, utilisation de matériaux recyclés et démontabilité.

**POPAI**  
shop GLOBAL MARKETING AT RETAIL ASSOCIATION

FRANCE

## ÉCOCONCEVOIR LES PLV

# Un levier d'économies

Selon nous, l'éco-conception n'est pas antinomique avec la partie économique : bien au contraire, nous constatons que nous réalisons de nombreuses économies grâce à cette démarche. Le challenge est certes plus difficile sur la PLV éphémère que sur le permanent, néanmoins cela doit rester un objectif pour l'ensemble des développements.

Le cycle de vie de la PLV est court : nous devons impérativement nous associer avec les fabricants afin de créer des PLV dissociables dans le but de les recycler facilement. Nous devons également sensibiliser et nous associer avec les retailers afin d'étudier les différentes pistes d'optimisation de fin de vie des articles. L'analyse et la connaissance de la supply chain globale sont des éléments déterminants, afin d'obtenir des résultats concrets.



La collaboration entre fournisseurs et acheteurs est très importante pour réussir l'éco-conception d'une PLV. Nous attendons de nos fournisseurs qu'ils soient force de proposition sur chaque projet que nous leur présentons, et qu'ils n'hésitent pas à proposer des alternatives ambitieuses. Cette capacité à être pro-actif et dans une dynamique d'échange sur les sujets d'éco-conception, est un critère que nous utilisons pour évaluer nos fournisseurs. 🌱

## EXEMPLE D'UNE COLLABORATION RÉUSSIE



# DIAM & DIOR : genèse d'une collaboration gagnant/gagnant

Diam travaille avec Dior sur de multiples projets de PLV et d'agencement, avec une collaboration durable sur les PLV dédiées au maquillage, qui sont principalement des produits injectés en plastique. Diam est aussi engagé depuis des années (2011) dans des actions de développement durable, notamment sur des sujets éthiques et solidaires (intégration de personnes en difficulté par exemple) et sur la réduction des impacts écologiques dans les usines (consommations électriques, eau...), et par des actions d'eco design proposées aux clients. Au vu de ces initiatives eco design, Dior nous a demandé de mener un travail de fond sur l'éco conception de ces pièces injectées, avec plus de ruptures, pour mieux répondre à la politique du groupe LVMH, et notamment à la charte d'achats responsables.

Nous avons accepté ce défi, et fait travailler les équipes ensemble, comme nous le faisons maintenant sur tous nos briefs. Quelques mois de réflexion et de travail technique, et nous avons abouti à un beau résultat : nous avons conçu les mêmes produits (en termes de fonctionnalité et d'esthétique), mais moins lourds, moins chers, et le tout sans jamais changer les exigences de Qualité et de Délais.

### Les bureaux d'études ont

- simplifié les conceptions (la simplicité est toujours le résultat le plus compliqué à obtenir) pour réduire la quantité de matière à utiliser
- économisé des colles, au profit de fixations mécaniques,
- réduit le nombre de pièces et créé des PLV dissociables,
- utilisé des matières recyclées au lieu de matières vierges,
- et finalement fortement réduit les coûts matières.

**En tout, nous avons gagné 25% de poids dans ces PLV. Maintenant, pour chaque PLV, nous regardons quelles sont les pistes les plus intéressantes en éco-conception. Ce qui a changé pour nous, c'est le « décroissement » de l'écologie. On peut très bien lier Produits de luxe et développement durable.** 🌱



## NOTRE AXE DE PROGRÈS, C'EST :

### La «reverse logistic»

Depuis 2017, nous souhaitons aller plus loin et maîtriser la fin de vie des PLV que nous installons en point de vente, en réalisant la collecte de tous les éléments obsolètes destinés à la destruction et au recyclage. Pour y parvenir, nous avons besoin de nous associer avec les retailers, sachant que ces derniers ont peu d'espace de stockage en point de vente à consacrer aux PLV

en attente de recyclage. Cette problématique de surface de stockage disponible nous a amenés à nous poser des questions telles que : « pourrions-nous profiter du passage quotidien du facteur pour réaliser la collecte de nos PLV obsolètes et libérer de la place en point de vente ? ». Cette « reverse logistic » doit, pour exister, être un modèle économiquement viable. *Stefano Gottardo*



**ÉCO POPAI est le 1<sup>er</sup> standard d'éco-conception développé par POPAI France pour le secteur du Marketing au Point de Vente.**

ÉCO POPAI récompense la démarche d'éco-conception et d'amélioration continue d'une entreprise, et non pas une PLV. L'entreprise est audité par un expert indépendant.

Le référentiel ÉCO POPAI comprend des questions touchant à la direction et la gouvernance, les processus de vente et d'achats, de conception et de production, en passant par la logistique et la communication, couvrant ainsi un champ transversal et large.

Plus d'informations sur le site [www.popai.fr/ecopopai.htm](http://www.popai.fr/ecopopai.htm) ou auprès de [ecarabajal@popai.fr](mailto:ecarabajal@popai.fr)