

YVES ROCHER ET ATC REMPONENT L'AWARD D'OR DANS LA CATEGORIE "MEILLEURE PLV BEAUTE - ANIMATION LINEAIRE" AUX SHOP AWARDS 2023

L'édition 2023 du prestigieux concours des Shop Awards a été l'occasion pour Yves Rocher et ATC Groupe de briller, en remportant l'Award d'Or dans la catégorie "Meilleure PLV Beauté - Animation linéaire". Cette reconnaissance vient saluer la collaboration de deux entreprises engagées qui collaborent activement vers des procédés de production durables et éco-conçus.

À la suite de cette cérémonie mémorable, nous avons eu l'opportunité d'échanger avec Ludovic Codazzi, le Directeur du Retail Concept & Identity chez Yves Rocher (Groupe Rocher), pour revenir ensemble sur cette victoire qui témoigne de l'engagement et de la créativité de la marque.

Yves Rocher, marque emblématique de cosmétiques d'origine végétale, est reconnue depuis des décennies pour son engagement en faveur de la préservation de l'environnement et de la beauté responsable. La victoire aux Shop Awards 2023 témoigne de la pertinence et de la réussite de la stratégie d'Yves Rocher, qui allie valeurs éthiques et excellence dans l'expérience client..



**Ludovic Codazzi, Directeur
du Retail Concept & Identity
chez Yves Rocher (Groupe Rocher),**

Dans cette interview, Ludovic Codazzi partage sa vision et son enthousiasme quant à la reconnaissance de leurs efforts pour offrir une expérience unique aux consommateurs, en phase avec leur identité, leurs valeurs et leur engagement



Votre PLV Green Heroes vient d'être récompensée d'un Award d'Or au concours des Shop Awards dans la catégorie - meilleure PLV Beauté - Animation linéaire. Comment vous sentez-vous ?

Nous sommes très heureux d'avoir remporté cet Award d'Or qui récompense de manière plus générale l'engagement de la marque Yves Rocher vers une cosmétique plus responsable. L'idée de cette PLV était de valoriser la cosmétique solide et de la démocratiser au plus grand nombre via un accès dans tous nos points de vente. Quand nous avons initié le projet de cette PLV, nous pensions à nos consommatrices, et au fait de leur proposer une gamme de produits avec un impact environnemental limité. Le travail que nous avons effectué avec les équipes d'ATC Groupe, à travers la réalisation de ce display a ainsi contribué à rendre cette gamme plus visible dans nos magasins. Nous sommes aujourd'hui N°1 des shampoings solides en France.

Ce prix vient récompenser la relation que nous entretenons avec ATC Groupe. Nos équipes et les leurs se challengent mutuellement et partagent leur expertise pour trouver ensemble **des solutions éco-conçus, durables et créatives**, qui retranscrivent les valeurs et la stratégie de la marque en magasin.

Cette PLV a été confectionnée dans une démarche d'Eco Design visant à repenser toutes les étapes du cycle de vie du display d'une manière plus responsable et durable. Cela comprend donc la réduction d'impact, la recyclabilité du produit (pas de colle, monomatériau, etc...). Tout cela avec une maîtrise du coût de production qui nous permet de rester dans une approche réaliste et de pouvoir déployer ce projet à grande échelle. Autre point essentiel, la modularité du display qui doit pouvoir s'adapter à toutes les boutiques, à tous nos types de mobiliers.

En parallèle un des points majeurs de cette PLV devait être sa durabilité. Notre objectif était d'avoir un display, qui avec la vie en magasin pourrait être maintenu qualitativement pendant un an. Finalement ces PLV sont restées deux ans dans nos boutiques, preuve de leur excellente conception et de la qualité de ce display.

Ce prix est donc très symbolique de ce que nous essayons de faire en retail !

Pourriez-vous nous parler de la démarche de retail responsable initiée par les équipes Yves Rocher ?

Les enjeux environnementaux font partie de l'Adn d'Yves Rocher et nous sommes pionniers sur ces sujets. Nous avons notamment été les premiers à mettre en place des actions concrètes comme la suppression des gaz à effet de serre dans les aérosols, six ans avant l'interdiction internationale, ou encore dans le fait de ne plus distribuer de sacs plastiques en magasin. **Cet engagement est porté par l'ensemble des services de l'entreprise, tout le monde est impliqué dans cette démarche.**

Groupe Rocher est également une entreprise à mission. Cet engagement fort souligne la volonté de faire de la mission sociétale de l'entreprise un élément aussi important que sa mission économique. **Cette posture de marque est un moteur pour nos équipes, et notamment en retail, pour transformer notre modèle et impulser un principe d'amélioration continue.**

L'engagement d'Yves Rocher en matière d'éco-conception se fait à tous les niveaux : que ce soit dans le choix de ses fournisseurs, dans ses procédés de production et dans sa communication transparente vis-à-vis de ses clients.

Avant de nous lancer dans la production d'une PLV, nous essayons au maximum de réutiliser des produits existants avant d'envisager une nouvelle phase de production. Et lorsque nous développons de nouveaux displays ; **le design occupe une place centrale dans nos projets. En effet, en redonnant ses lettres de noblesse au design « industriel » dans la conception et le design retail, nous travaillons en amont de nos process, nous étudions des solutions pour réduire la consommation de matière, pour simplifier les pièces, les rendre modulaires et améliorer leur poids tout en travaillant en parallèle un design attractif et esthétique en phase avec nos codes de marque et nos codeurs retail. Les 2 approches se faisant de concert.**

La fin de vie de nos PLV est aussi pensée dès leur conception. Quand un élément n'est plus utilisé il rentre dans un process de seconde vie : collecte, tri, broyage puis réinjection de la matière recyclée dans nos futures productions, si ce gisement de matière recyclée ne peut être utilisé dans nos futures productions (pas de besoin en retail par exemple), elle est cédée à un de nos partenaires industriels pour leurs productions. Notre volonté est de valoriser l'intégralité de ce type de ressource.

De plus nous portons un soin particulier au choix des matières premières utilisées pour l'aménagement de nos boutiques. Nos concepts de magasins utilisent une sélection de codeurs naturels et authentiques car ils contribuent à la création d'un « Look and Feel Retail » cohérent avec nos valeurs et notre identité de marque. **Notre approche est globale et va de la conception à la perception.**

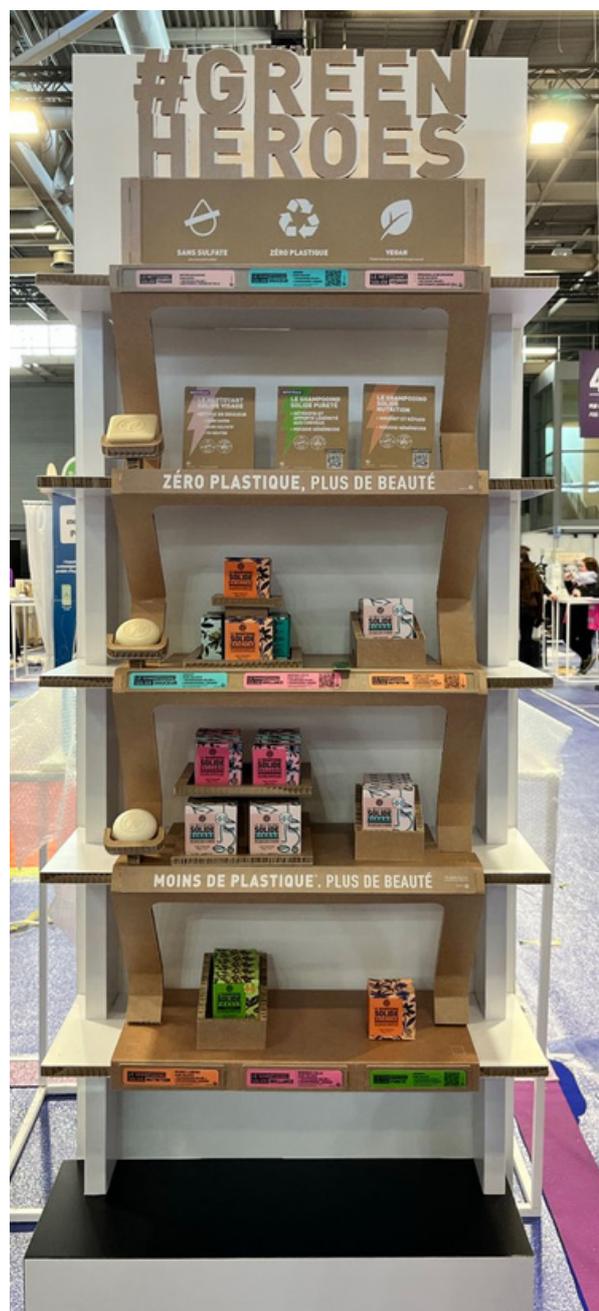
Comment ATC Groupe vous accompagne dans cette démarche ?

La collaboration avec ATC Groupe a été initiée il y a maintenant de nombreuses d'années. **Ce qui nous plait dans la démarche d'ATC Groupe c'est la veille constante dans des matériaux éco-conçus, et tout le procédé de recyclabilité et de technicité associée.**

C'est notamment le travail qui a été effectué avec la transformation et l'adaptation du matériaux biosourcée et écoconçu Reboard pour les besoins des magasins Yves Rocher. Ce travail de recherche et développement a permis de trouver une solution durable intégrée dans une grande part de notre parc de magasins qui comprend aujourd'hui 665 boutiques en France et 2100 à l'étranger.

Récemment nous avons également collaboré avec les équipes d'ATC Groupe dans un projet qui nous permettait de théâtraliser nos magasins en intégrant des systèmes de caissons lumineux. Notre objectif était d'intégrer une solution peu énergivore et comportant le moins de LEDS possibles. Ensemble nous avons trouvé la solution, et elle sera dévoilée très prochainement en magasin !

Les équipes d'ATC Groupe nous apporte une excellente qualité de service, des produits durables à un prix compétitif en phase avec la réalité du marché.



Cette collaboration est pour nous, une relation de partenaires basée sur des valeurs partagées. Nos équipes sont en lien avec les équipes d'ATC Groupe au quotidien pour échanger, réfléchir et trouver ensemble des solutions durables et créatives, toujours dans un état d'esprit positif et avec la volonté de se réinventer. Cela va au-delà de la simple relation client/fournisseur.

La démarche environnementale d'ATC Groupe est globale et l'engagement du groupe est ancré dans son ADN. De nombreuses mesures sont engagées par ATC Groupe dans le but de produire en limitant la consommation de matière et en réduisant leur consommation énergétique, et cela nous parle directement.

De plus nous sommes sensibles à l'engagement de Christophe Aussenac, codirigeant d'ATC Groupe à un niveau associatif international à travers son implication au sein de FESPA qu'il préside depuis 2021. Cela montre une ouverture et une volonté de faire bouger les choses à grande échelle.

Aujourd'hui la transformation du Retail et de la PLV est une nécessité, c'est un challenge complexe mais fort de sens et très inspirant. Nous avons la belle mission de réinventer le retail, d'en repenser les besoins et les modes de production, d'en réduire fortement l'impact tout en garantissant, et c'est très important, une expérience instore attractive et innovante à nos clients !

C'est un engagement que nous portons de manière commune avec ATC et nous sommes très fiers de ce partenariat !



Contact Presse

 IN2 THE TRIBE

 Pauline Ducat

 06 13 82 37 62

 pauline@in2thetribe.com