

**POURQUOI**

**LA DURÉE**

**DE VIE DES**

**PRODUITS**

**EST UNE PREMIÈRE ÉTAPE IMPORTANTE  
DANS L'AMÉLIORATION DU DÉVELOPPEMENT  
DURABLE DES ENTREPRISES**



lovesustainability.com

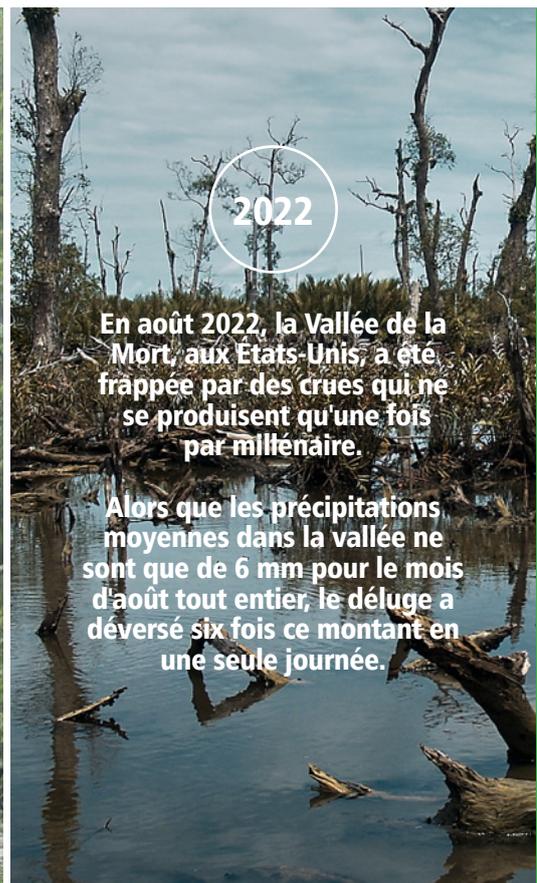


**Agissons ensemble**

# LE CHANGEMENT CLIMATIQUE REPRÉSENTE UNE GRAVE MENACE.

## POUR CHACUN D'ENTRE NOUS, PARTOUT DANS LE MONDE.<sup>1</sup>

Chaque année, les catastrophes écologiques deviennent plus dévastatrices.



## L'impact dévastateur du changement climatique va-t-il être exacerbé encore davantage en 2023 ?

**De même que le changement climatique transcende nos activités commerciales et nos frontières géographiques, nos efforts pour lutter contre ses causes devraient être déployés à l'échelle internationale.**

La définition de la durabilité étant « d'éviter l'épuisement des ressources naturelles afin de maintenir l'équilibre écologique », il est fort possible qu'aucune entreprise ne soit jamais capable d'atteindre des activités totalement durables.<sup>8</sup>

Aucune entreprise n'y parviendra seule : le changement nécessitera les efforts concertés de nombreuses entreprises.

Rubbermaid Commercial Products (RCP) a mené des travaux de recherche à l'échelle mondiale pour mieux comprendre où les entreprises éprouvent des difficultés à passer à l'action dans le domaine de la durabilité, quels défis se poseront à elles à l'avenir et ce dont elles ont besoin pour commencer à améliorer leur durabilité opérationnelle et systémique.

Peut-être l'une des conclusions les plus intrigantes de notre enquête est-elle le fait que, selon les participants, le premier obstacle à l'amélioration de la durabilité de leur entreprise est la durée de vie trop courte des produits.<sup>10</sup>

**Il est donc d'autant plus important que les entreprises soient à même d'évaluer précisément l'impact de leurs décisions d'achat.**

Les idées préconçues concernant l'efficacité et le coût des produits durables commencent à se dissiper.

**52 %**

**DES CONSOMMATEURS PENSENT QUE LES ENTREPRISES NE FONT PAS ASSEZ POUR LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE.**

En tant qu'entreprises, nous devons donc veiller à prendre des mesures aussi efficaces que possible pour améliorer notre durabilité sur le long terme.

Selon les participants à notre enquête

**74 %**

**REJETAIENT LA NOTION QUE LES PRODUITS PLUS DURABLES COÛTAIENT PLUS CHER.<sup>11</sup>**

**68 %**

**DES DÉCIDEURS REJETAIENT LA NOTION QUE LES PRODUITS DURABLES ÉTAIENT MOINS EFFICACES.<sup>12</sup>**

Vous trouverez tous les détails de l'enquête et de notre méthodologie à la fin de ce document.

Ce document regroupe ces informations avec les résultats d'autres recherches pour vous donner un aperçu des enjeux immédiats du développement durable des entreprises et vous fournir des recommandations sur les décisions que vous pouvez prendre pour rendre votre entreprise plus durable.



**Emilio Capelli**

VP Ventes et Marketing international,  
Division commerciale, Newell Brands

**AGISSONS ENSEMBLE**

# AMÉLIORER LA DURABILITÉ EN FAISANT DE MEILLEURS CHOIX

Une écrasante majorité des décideurs (95 %) interrogés ont déclaré que leurs entreprises respectives souhaiteraient faire davantage en matière de durabilité.<sup>13</sup>

Mais sur quoi veulent-ils agir ?

Les quatre premiers domaines d'investissement dans le développement durable sont :



**GESTION DES  
DÉCHETS**

[81 %]



**RECYCLAGE**

[60 %]



**MATIÈRES PREMIÈRES  
DURABLES**

[60 %]



**EFFICACITÉ  
ÉNERGÉTIQUE<sup>14</sup>**

[58 %]

**Alors, pour agir dans le domaine de la gestion des déchets, à quels choix les entreprises sont-elles confrontées et comment devraient-elle évaluer ces choix en termes de valeur de durabilité ?**

Imaginons que nous voulons remplacer les collecteurs à déchets dans nos locaux. En règle générale, nous avons deux choix.

Un collecteur fabriqué avec des matières premières vierges ou un collecteur fabriqué avec des matières premières recyclées. Notre première réaction serait de choisir le collecteur recyclé plutôt que le collecteur neuf car, après tout, les produits fabriqués avec des matières recyclées sont *toujours* plus écologiques que les produits fabriqués avec des matières vierges.

**Pas vrai ?**

Avant de prendre notre décision, nous devons tenir compte du fait que les matières recyclées proviennent de quelque part, ont eu une vie antérieure et peuvent globalement avoir un coût écologique supérieur si l'on y ajoute la consommation de ressources issue de leur réintroduction dans le processus de production.

Mais il y a d'autres facteurs à considérer.

**Les matières recyclées se dégradent avec le temps, créant des produits à la durée de vie moins longue qui devront être mis au rebut ou réintroduits plus tôt dans le processus de production.<sup>16</sup>**

Une fois que vous commencez à recycler le plastique, vous devez le faire plus souvent, ce qui crée une « spirale descendante » d'utilisation toujours accrue de ressources. Cela signifie que les deux collecteurs ne sont pas égaux et qu'il faut tenir compte de la durée de vie du produit aussi bien que de l'origine de ses matériaux.

Si la durée de vie du collecteur neuf est beaucoup plus longue que celle du collecteur recyclé, alors dans le temps, le collecteur neuf pourrait bien être l'option la plus durable. Cela ne veut pas dire que les produits recyclés ou les produits en résine post-consommation (PCR) n'ont pas un rôle à jouer dans l'économie circulaire. **Au contraire, ils jouent un rôle très précieux.**

**C'est plutôt que, lorsque nous achetons des produits passifs, nous devons le faire intelligemment.**

## QU'EST-CE QU'UN PRODUIT PASSIF ?

Un produit passif est un produit qui ne nécessite ni consommation d'énergie ni matières premières supplémentaires pendant son cycle de vie.

**L'allongement du cycle de vie des produits passifs permet de réduire l'impact environnemental à hauteur de 72 % et le coût commercial à hauteur d'un tiers.**



**Il est écologiquement plus efficace de fabriquer et distribuer un produit tous les 10-15 ans que de le faire passer par de multiples cycles de production sur la même période.**

**Lorsque nous faisons des achats, il est important de comprendre que la majeure partie du potentiel de réchauffement climatique d'un produit est créée à la production.**

Plus un produit dure longtemps, quelle que soit sa composition, plus son potentiel de réchauffement climatique est réduit, car une durée de vie longue permet d'éliminer les cycles de production successifs qui créent la majeure partie du potentiel de réchauffement climatique.

Pour les Millénnaux, il est environnementalement et financièrement bien plus important de réduire la consommation que d'acheter « vert » plus souvent.<sup>18</sup>

### **LE CHOIX DES MATIÈRES PREMIÈRES EST IMPORTANT.**

Dans ce contexte, un « collecteur neuf » est un collecteur fraîchement fabriqué avec des matières premières vierges, tandis qu'un « collecteur recyclé » est fabriqué en résine post-consommation (PCR) qui est déjà passée par un ou plusieurs cycles de production.

**Plus un collecteur fraîchement fabriqué dure longtemps, plus le moment où des ressources supplémentaires seront nécessaires pour un nouveau cycle de production sera retardé.**



**96 %**

**DU POTENTIEL DE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE D'UN COLLECTEUR RECYCLÉ EST ÉMIS PENDANT LA PRODUCTION.<sup>15</sup>**

# DURABLE VS. RECYCLÉ\*

## MATÉRIAUX OPTIMISÉS POUR RECYCLAGE



3  
COLLECTEURS

**ACHETEZ DE MEILLEURES SOLUTIONS,  
GASPILLEZ MOINS.**

## MATÉRIAUX OPTIMISÉS POUR LA DURABILITÉ



1  
COLLECTEUR

**UN COLLECTEUR QUI DURE 15 ANS EST PLUS DURABLE SUR LE PLAN ENVIRONNEMENTAL QU'UN COLLECTEUR QUI EST REFABRIQUÉE TROIS FOIS SUR LA MÊME PÉRIODE**



### À RETENIR

*Repensez à votre définition de la durabilité.*

**96 % du potentiel de réchauffement climatique d'un collecteur recyclé étant émis au cours de sa production<sup>15</sup>, un collecteur durable fabriqué une seule fois est plus favorable à l'environnement qu'un collecteur recyclé trois fois.**

**Achetez de meilleures solutions, gaspillez moins.**

Si vous achetez de meilleures solutions, vos produits durent plus longtemps. Si vos produits durent plus longtemps, vous gaspillez moins. **Si vous gaspillez moins, vous favorisez les pratiques durables.**

# LA COMPLEXITÉ DES COMMERCIALES CONCERNANT LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Trois principaux groupes d'acteurs interviennent dans le processus de développement durable : les entreprises, les consommateurs et les autorités (agences gouvernementales, par ex.).

**Bien que les consommateurs puissent faire des choix et que les gouvernements puissent offrir des incitations et imposer des réglementations, ce sont les entreprises qui ont le plus d'influence sur le développement durable.**

Même si les consommateurs identifient « la réduction des déchets et l'augmentation du recyclage » comme l'un des domaines de focalisation les plus importants, ce sont les entreprises qui présentent le plus grand potentiel d'amélioration.

Lorsqu'une entreprise réduit l'emballage plastique d'un produit, elle réduit les déchets d'emballage pour tous les consommateurs qui achètent ce produit.

Lorsqu'elle installe 400 collecteurs de déchets qui durent trois fois plus longtemps, elle retarde la fabrication de 1 200 collecteurs de déchets recyclés.



Comme indiqué précédemment, même les facteurs de durabilité à considérer lors d'une décision commerciale peuvent être complexes. Ajoutez à cela les besoins et les objectifs de l'entreprise, de ses actionnaires et de ses clients, et les décisions deviennent encore plus difficiles et peuvent être compliquées encore davantage par le manque d'information.

**Les actionnaires veulent maintenir la rentabilité.**

**Pour 60 % des entreprises, l'investissement dans des pratiques plus durables et les coûts récurrents qui y sont associés constituent un obstacle à la mise en oeuvre de processus de développement durable.<sup>21</sup>**

En cette période d'inflation et de hausse des prix de l'énergie et des coûts de l'approvisionnement, les entreprises doivent dépenser leur argent judicieusement.

**80 % des participants à notre enquête ont indiqué que l'inflation et la hausse des coûts étaient les défis les plus importants auxquels ils allaient être confrontés dans les prochaines années.<sup>22</sup>**

**Ce qui nous ramène à la durée de vie des produits qu'achète une entreprise.**

## Chose étonnante, le prix de la résine neuve est inférieur à celui de la résine post-consommation (PCR) utilisée dans les produits recyclés.<sup>23</sup>

Alors si nous achetons un produit une fois tous les dix ans ou plus, ce ne sont pas seulement les coûts de production qui sont réduits, mais aussi le coût réel. Qui plus est, les entreprises ont besoin d'acheter un seul collecteur neuf plutôt que potentiellement plusieurs produits fabriqués en PCR, et bénéficient ainsi de précieuses économies supplémentaires.

**En outre, les gains d'efficacité générés par les produits à longue durée de vie évitent aux entreprises de perdre du temps à gérer des produits vieillissants qui manquent de fiabilité.**

**En éliminant le besoin de remplacer fréquemment les produits fabriqués avec des matières premières plus chères, les entreprises réduisent leurs coûts de remplacement et de fonctionnement, ainsi que l'utilisation des ressources.**



# 57 %

**DES CONSOMMATEURS ESTIMENT QU'IL EST TRÈS IMPORTANT « DE RÉDUIRE LES DÉCHETS ET D'AUGMENTER LE RECYCLAGE ».**<sup>24</sup>

Les clients préfèrent toujours les marques qui s'engagent en faveur de la durabilité.<sup>25</sup>

Ils reconnaissent que la durée de vie d'un produit est un critère de durabilité essentiel dans leurs décisions de manière générale.

Comme indiqué précédemment, montrer à vos clients que vous partagez ces valeurs peut augmenter la fidélisation à votre marque et créer des opportunités.



### À RETENIR

*Le recyclage est un indicateur visuel de l'importance que vous accordez à la durabilité. Avec des collecteurs durables qui ont moins souvent besoin d'être remplacés, vous montrez votre engagement envers la durabilité et vous prenez soin de vos budgets.*

*Un recyclage efficace et des collecteurs durables sont source d'économies sur les coûts ; associés à une fidélisation accrue de clients avides de durabilité, votre entreprise ne peut pas se permettre de ne pas se concentrer sur la gestion efficace des déchets.*

# POURQUOI FAISONS-NOUS CE QUE NOUS FAISONS ?

La plupart des entreprises veulent être plus durables.

**La durabilité était une priorité majeure des entreprises dans sept des huit régions étudiées.<sup>26</sup>**

**Mais pourquoi ?**



## Il y a tout d'abord l'aspect humain.

Des populations du monde entier souffrent déjà du changement climatique et, pour atténuer ses effets, nous devons tous changer la manière dont nous faisons les choses, dans notre vie privée comme professionnelle.<sup>27</sup>



## Et puis il y a les considérations commerciales.

Une entreprise doit agir dans l'intérêt de ses propriétaires, de son personnel et de ses clients. En raison du caractère astreignant des décisions d'achat, du RSI et de l'information financière, les achats effectués et les politiques adoptées sont passés à la loupe.



## Et les considérations opérationnelles.

Telles que l'efficacité des systèmes, qui doit aussi être incluse dans ces considérations commerciales. En réduisant la perturbation des flux de déchets dans leurs locaux, les entreprises peuvent économiser du temps et des ressources qui peuvent potentiellement être consacrés à d'autres tâches.



## Et enfin, mais pas des moindres, les évaluations des coûts.

Les entreprises doivent prendre en compte la durée de vie des produits et les avantages systémiques, car l'investissement dans des produits qui durent plusieurs dizaines d'années peut avoir un effet positif sur les résultats financiers.

**89 % DES RÉPONDANTS À L'ENQUÊTE SONT D'AVIS QUE LES PRODUITS QUI DURENT PLUS LONGTEMPS SONT MEILLEURS POUR L'ENVIRONNEMENT<sup>30</sup>**

Le personnel aussi est du côté de l'employeur. Les recherches effectuées par Washington University semblent indiquer que la noblesse des ambitions d'une entreprise (y compris initiatives communautaires, sociales et environnementales) contribue à un sentiment de fierté et de confiance chez le personnel.<sup>29</sup>

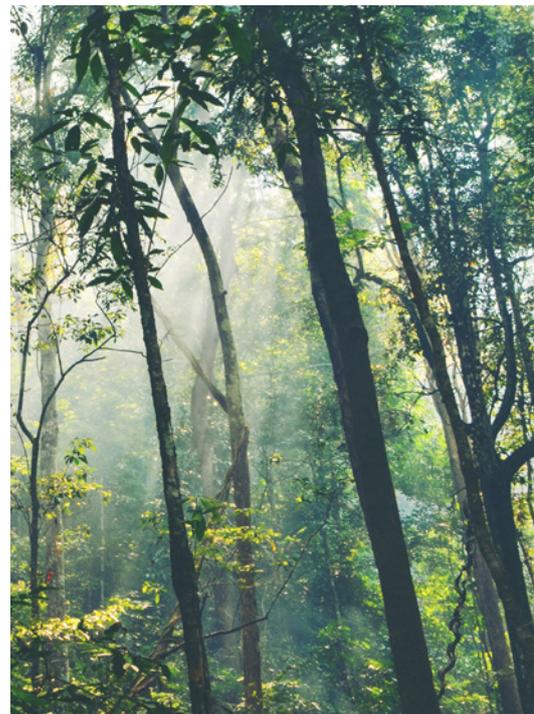
L'un des meilleurs moyens de pérenniser la durabilité est d'acheter des produits à la durée de vie de plus en plus longue, afin de protéger les ressources, mais aussi de les réorienter vers d'autres usages. Une fois que nous aurons mis un terme aux achats répétés, ces ressources pourront être réorientées vers l'innovation et, potentiellement, l'amélioration de la durabilité.

**Les produits à longue durée de vie sont essentiels à la construction d'un avenir plus durable, tant socialement que commercialement.**

## La certification par des tiers des produits durables joue un rôle important dans les décisions d'achats durables que prend l'entreprise.

88 % des participants à notre enquête ont indiqué qu'il était important pour les entreprises d'obtenir l'accréditation d'un tiers.<sup>31</sup>

La transparence est importante. Lorsqu'une entreprise investit de l'argent, du temps et des ressources dans la durabilité, elle veut travailler avec des partenaires crédibles.



### NOTRE MÉTHODOLOGIE

Pour mener nos propres travaux de recherche sur les projets et initiatives de durabilité des entreprises, nous nous sommes entretenus avec 550 décideurs professionnels dans de nombreuses régions :

USA 150 Participants | ROYAUME-UNI 100 Participants | AUSTRALIE & NOUVELLE-ZÉLANDE 50 Participants | MEXIQUE 50 Participants  
CHINE 50 Participants | ALLEMAGNE 50 Participants | COLOMBIE 50 Participants | FRANCE 50 Participants

LES RÉSULTATS DANS LEUR INTÉGRALITÉ SONT DISPONIBLES EN TÉLÉCHARGEMENT.



### À RETENIR

*Le personnel et les clients recherchent de plus en plus des marques qui, comme eux, s'inquiètent de l'avenir de notre planète.<sup>28</sup>*

Si vous ne prenez pas la durabilité au sérieux, vous risquez de voir vos clients partir chez un concurrent qui le fait.



lovesustainability.com

**Newell Brands, la société mère de RCP, publie son rapport d'entreprise citoyenne<sup>32</sup> chaque année. En conformité avec l'approche et les objectifs du groupe, RCP a entamé son propre parcours de développement durable transparent en 2022, en réfléchissant à ce qu'elle pouvait faire pour apporter les changements nécessaires à l'amélioration de sa durabilité dans les prochaines décennies.**

**Nous avons lancé une série d'initiatives susceptibles d'augmenter rapidement la durabilité de notre entreprise, dans des domaines tels que le développement produits, les opérations, l'emballage, la culture et l'éducation.**

Notre ambition, pour les décennies à venir, est d'apporter de profonds changements qui redéfinissent la notion de durabilité et créent des conditions propices à l'innovation.

Nous sommes convaincus que la création de produits à la durée de vie allongée augmente la durabilité de tous les partenaires avec qui nous travaillons.



**Les produits de nos gammes de solutions sanitaires, de gestion des déchets et de recyclage sont livrés avec une garantie de 5 ans, 10 ans ou même à vie. Cela vous permet d'avoir toute confiance en leur longévité et de mieux contrôler l'impact durable de vos décisions d'achat, aujourd'hui et sur toute la durée de vie de ces produits.**

**ACHETEZ DE MEILLEURES SOLUTIONS, GASPILÉZ MOINS.**



# VOUS VOULEZ SAVOIR QUOI RECYCLER D'AUTRE

POUR RÉDUIRE VOS COÛTS DE  
GESTION DES DÉCHETS ?

Visitez le site [loverecycling.com](http://loverecycling.com)  
et répondez à six questions simples.



## APPRENEZ À RECYCLER

Dans le cadre de nos travaux de recherche Love Recycling menés auprès de plus d'un millier d'entreprises européennes, beaucoup de nos interlocuteurs nous ont indiqué qu'ils manquaient d'informations claires sur le recyclage.

Afin d'aider les entreprises à en savoir plus, nous avons créé Learn Recycling, une courte formation sur le recyclage développée et conçue pour inculquer à tous les employés les bases des bonnes pratiques de recyclage en entreprise.

Visitez le site  
[lovetolearnrecycling.com](http://lovetolearnrecycling.com)  
pour obtenir davantage  
d'informations.





**Agissons ensemble**

[rubbermaid.eu](https://rubbermaid.eu) | Certifiée ISO 9001

[f facebook/RCPEUR](https://facebook.com/RCPEUR)

[in linkedin/RCPEUR](https://linkedin.com/company/RCPEUR)

[twitter/RCPEUR](https://twitter.com/RCPEUR)

<sup>1</sup> UN - Crise climatique. <sup>2</sup> Feux de forêt au Brésil 2019-20. <sup>3</sup> Les forêts tropicales sont les meilleurs puits de carbone. (en anglais) <sup>4</sup> Tornade dévastatrice en Belgique (en anglais) <sup>5</sup> Rapport du coroner de Colombie Britannique (en anglais) <sup>6</sup> Rapport mondial sur la qualité de l'air (en anglais) <sup>7</sup> Rapport du National Parks Service sur les inondations de la Vallée de la Mort (en anglais) <sup>8</sup> Oxford University Press Learner's Dictionary (2022) Disponible sur : <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/sustainability> (consulté le 26 janvier 2023) <sup>9</sup> Kantar / Global Download on Sustainability / Août 2022. <sup>10</sup> Enquête RCP - Question 15. <sup>11</sup> Enquête RCP - Question 25. <sup>12</sup> Enquête RCP - Question 25. <sup>13</sup> Enquête RCP - Question 8. <sup>14</sup> Enquête RCP - Question 10. <sup>15</sup> Le potentiel de réchauffement climatique du cycle de production (en anglais) (section 4.2.2) <sup>16</sup> La dégradation des matières premières dans les processus de recyclage (en anglais) (section 3.1) <sup>17</sup> <https://www.rubbermaid.eu/en/resource-centre/91378b331327b40e564390c43cd6b2be/slim-jim-competitive-analysis/> <sup>18</sup> University of Arizona - Valeurs matérialistes et comportements financiers et pro-environnementaux (en anglais) <sup>19</sup> Les avantages d'allonger la durée de vie des produits passifs (en anglais) <sup>20</sup> Kantar / Enquête publique sur le changement climatique / Septembre 2021 <sup>21</sup> Enquête RCP - Question 15. <sup>22</sup> Enquête RCP - Question 6. <sup>23</sup> Le coût plus élevé du PCR (en anglais). <sup>24</sup> Kantar / Enquête publique sur le changement climatique / Septembre 2021 <sup>25</sup> Enquête « Who Cares? Who Does? » (en anglais) <sup>26</sup> Enquête RCP - Question 8. <sup>27</sup> Pauvreté et déplacement de populations. <sup>28</sup> Les valeurs des marques ont pris de l'importance pour ceux qui veulent consommer de façon plus durable (en anglais) <sup>29</sup> Résultats de l'enquête « Personal and Organizational Higher Purpose » - page 13 (en anglais) <sup>30</sup> Enquête RCP - Question 25 <sup>31</sup> Enquête RCP - Question 19. <sup>32</sup> Rapport d'entreprise citoyenne de Newell Brands (en anglais). <sup>33</sup> Enquête RCP - Question 17. <sup>34</sup> Deloitte - La quatrième révolution industrielle (en anglais).