



# l'innovation ENVIRONNEMENT EN ÉRUPTI

Une des plus jeunes marques dans l'univers de l'eau minérale naturelle se singularise par ses innovations dans la protection de l'environnement. Le lancement, en 2010, de la première bouteille Volvic d'origine végétale en porte témoignage.



Véronique Penchienati,  
directrice générale  
de Danone Eaux France



Stéphane Cousté, directeur  
du site Volvic et directeur  
du Comité Nature Evian-Volvic

## Depuis quand et comment la marque Volvic se singularise-t-elle dans le développement durable ?

**Véronique Penchienati** : Le développement durable est au cœur du métier de Volvic depuis les premiers temps de l'exploitation de la source dans la mesure où la protection de la ressource naturelle, et plus généralement de la nature, est déjà, en soi, un impératif environnemental. Nos actions, engagées depuis de nombreuses années, sont articulées autour de trois axes : la pro-

# entale ON



tection de l'eau, par la protection de l'impluvium, c'est-à-dire sa zone d'infiltration, deuxièmement, la réduction de l'empreinte carbone en agissant à la fois sur la réduction des emballages (encouragement au tri, allègement de la bouteille, développement de nouveaux matériaux), la performance énergétique de l'usine et le choix de modes de transport plus écologiques. Nous nous sommes fixés comme objectif entre 2008 et 2012 de réduire notre empreinte carbone de 40 % et nous y parviendrons. Le troisième axe porte sur la transmission du savoir-faire, l'éducation sur les thèmes de la nature, de l'environnement aussi bien sur le plan local que national. Tous les collaborateurs de Volvic se sentent responsables et ont à cœur de faire partager le savoir-faire qu'ils ont accumulé au cours des années auprès du grand public.

**Stéphane Cousté** : La qualité de Volvic remonte à quelques deux millions d'années. Le bassin versant, ou impluvium, constitué avec la chaîne des volcans, couvre 38 km<sup>2</sup>, sur lesquels chaque goutte d'eau ou chaque flocon effectue un parcours de transformation, de minéralisation et de filtration durant cinq ans à travers les six couches de roches volcaniques. Nous avons une gestion raisonnée de la ressource en eau puisque seulement

"Depuis dix ans, nous avons pu alléger nos emballages de 20 % de plastique. Soulignons la chance que nous avons d'avoir un matériau 100 % recyclable !"

15 % du gisement, qui se renouvelle en permanence, est exploité. L'historique de naturalité s'écrit et s'inscrit au cœur du parc naturel régional des volcans d'Auvergne façonné par les éruptions volcaniques de la chaîne des Puys. La société des eaux de Volvic a conçu et mis en place un partenariat avec les mairies des quatre communes pour aller plus loin sur les politiques de protection environnementale à long terme. Le Comité Environnemental pour la Protection de l'Impluvium de Volvic (CEPIV) a ainsi été

## Le plastique d'origine végétale conserve à l'identique la qualité de l'eau et il peut être recyclé de la même façon.

créé en 2006 pour animer des actions de protection de l'écosystème des volcans avec l'ensemble des acteurs du territoire, les collectivités, la région, les associations. Un modèle original et unique de gestion d'un territoire sur le plan des enjeux du développement durable a ainsi été mis en place. Parallèlement, des actions sont menées depuis longtemps avec la communauté des agriculteurs, et des gens qui habitent sur certaines zones de l'impluvium afin d'impliquer tous les acteurs dans la protection de leur environnement.

Notre savoir faire est reconnu puisque, au niveau européen, un projet de modélisation s'en inspire pour garantir une bonne gestion du foncier forestier dans des zones où la qualité de la ressource en eau est importante. Dans le cadre de ce projet, co-financé et soutenu par l'Union européenne, le site de Volvic partage ses compétences avec des experts de l'ONF, de l'Ecole des Mines de Paris, des volcanologues et des hydrogéologues de la région Auvergne. Ce projet va permettre, dès 2013, d'avoir un outil au service des différentes régions européennes pour développer des politiques de gestions forestières là où les ressources hydrogéologiques sont précieuses.

### Comment améliorez-vous la performance environnementale de l'usine et donc l'empreinte industrielle ?

**S.C. :** Notre mission est d'abord de protéger l'eau qui l'est naturellement quand elle traverse les couches volcaniques. Dès que nous la captions, à 100 mètres de profondeur, nous la sortons de son écrin naturel et elle nécessite alors d'être protégée de tout contact avec l'air ou l'homme. L'eau de Volvic est donc directement embouteillée dans son nouvel écrin, la bouteille, garante de la pureté de l'eau. Aussi l'emballage doit-il être d'une qualité exemplaire au regard de la qualité de l'eau. Nos équipes agissent sur deux grands leviers pour réduire l'empreinte industrielle. La réduction de nos consommations d'énergie et des pertes liées au processus industriel sans oublier la valorisation des déchets. Notre usine, certifiée Iso 14001 a atteint un niveau de valorisation de ses déchets de plus de 94 %. Deuxième axe : utiliser davantage



d'énergie renouvelable dans nos consommations actuelles et futures. Nous travaillons actuellement sur des projets autour des principes de biomasse et cela est très pertinent dans la région d'Auvergne, riche en forêts. Sur la partie logistique et transport, Volvic a pris un virage stratégique il y a trois ans en ayant pour objectif que les deux-tiers des flux de transports soient faits en mode ferroviaire ou maritime/fluvial. Cela nous a conduit à modifier nos circuits logistiques entre l'usine et nos clients avec, notamment, un grand projet sur la France, conduit en 2008/2009, suivi par l'Allemagne notre plus gros client, en 2009/2010. Nous avons réduit, par an, l'équivalent de 20 000 camions et ce projet a reçu le prix Marco Polo décerné par l'Union européenne à l'entreprise qui innove dans la gestion de ses flux intercommunautaires. Enfin, sur la partie éco-conception et emballage, Volvic lance la première bouteille PVC en 1969, le PET 100 % recyclable en 1997, la première "éco fontaine" de 5 litres en 2000, et qui existe en format 8 litres depuis 2005, puis un nouveau format 3 litres depuis 2010. En 2008, Volvic est la première marque à intégrer du plastique recyclé (r-PET). Aujourd'hui, nous avons 35 % de plastique recyclé dans nos bouteilles.

### Pourquoi un gros format est-il pertinent sur le plan de l'empreinte carbone ?

**V.P. :** Première raison, de bon sens, on utilise moins de plastique dans un plus gros contenant comparativement à plusieurs petits contenants pour le même volume embouteillé. Autre avantage, on intègre plus de plastique recyclé sur ces formats. Le développement des "éco-formats" est également pertinent si l'on se place du point de vue du consommateur qui est progressivement amené à changer ses modes de consommation. Depuis dix ans, nous avons pu alléger nos emballages de 20 % de plastique. Soulignons la chance que nous avons d'avoir un matériau 100 % recyclable !

### Pourquoi avoir choisi Volvic pour lancer en 2010 la première bouteille composée de matières végétales à hauteur de 20 % ?

**V.P.** : La marque Volvic exprime par son nom, son histoire, son origine géographique, la nature brute liée au volcan, la terre non polluée, authentique. Dans l'esprit des consommateurs, Volvic rime avec naturalité.

### Le consommateur Volvic est-il sensible au développement durable, est-ce un éco-citoyen ?

**V.P.** : Les consommateurs Volvic aiment la nature. Les bio-citoyens représentent entre 15 et 20 % du total des consommateurs et 30 à 35 % des consommateurs Volvic.

### Combien de temps vous a-t-il fallu pour concevoir la première bouteille d'origine végétale ? Quelles sont les contraintes, techniques, financières... ?

**S.C.** : Un tel projet nécessite au moins deux ans de conception et met en œuvre toute la chaîne de l'entreprise ainsi que ses partenaires fournisseurs. La validation porte aussi bien sur la qualité du matériau, la protection de l'eau ou sa capacité de recyclabilité dans la même filière que les bouteilles traditionnelles pour enrichir le cercle vertueux de la collecte. La contrainte financière porte sur le surcoût de l'ordre de 20 % par rapport au plastique standard qui n'est pour ainsi dire pas répercuté sur le prix de vente consommateur. Nous avons choisi de démarrer le projet avec le format 50 cl, le produit le mieux adapté aux contraintes du cycle de vie complet du produit dont celles de la fourniture des matières végétales. Aujourd'hui, nous étendons ce concept à la bouteille de 1,5 l qui représente 80 % de nos volumes de ventes.



### Quels sont les avantages du plastique d'origine végétale ?

**S.C.** : Le plastique d'origine végétale se transforme comme le plastique d'origine fossile. Le matériau est à l'identique ; à la fois sur le résultat final par rapport à la qualité du produit mais aussi dans la manière de le travailler à l'usine, l'outil industriel restant inchangé. Seule la filière de fabrication du matériau change. Autre avantage de ce plastique : il peut être recyclé de la même façon. De surcroît, le matériau issu de mélasse de canne à sucre (Inde) n'entre pas en compétition avec l'alimentation humaine car

cette mélasse est impropre à la consommation alimentaire.

Globalement, l'empreinte carbone est réduite de 30 à 40 % par rapport à une bouteille de Volvic 1,5 l standard. Enfin, le matériau est toujours 100 % recyclable !

### Peut-on espérer porter le pourcentage de plastique végétal au-delà de 20 % ? Peut-on passer du recyclable au biodégradable ?

**S.C.** : Dans le futur, il n'est pas impossible que nous puissions faire évoluer les taux, nous travaillons dans ce sens mais il est prématuré de faire des pronostics. Quant au biodégradable, aujourd'hui, ces matériaux ne correspondent pas aux critères de qualité pour la protection de l'eau minérale naturelle.

### Comment se singularise Volvic sur le plan de la communication ?

**V.P.** : Notre objectif est d'éduquer le consommateur et de montrer que la bouteille n'est pas un déchet. Nous menons avec les grandes surfaces des opérations de sensibilisation sur l'importance du geste de tri et du recyclage. Nous communiquons également en presse, affichage, publicité télévision (Young & Rubicam) et internet pour expliquer aux consommateurs notre démarche responsable vis-à-vis de l'environnement et nos actions. Nous lançons la première bouteille interactive avec une étiquette munie d'un QR code qui permet aux consommateurs, là aussi, de comprendre les engagements de Volvic en matière de développement durable. La technologie Usnap de JC Decaux est également utilisée pour l'affichage.



## Comment Volvic agit sur le plan local ?

**V.P.** : La marque entend sensibiliser les jeunes aux enjeux du développement durable, à la protection de la nature. Le site de Volvic, créé par l'écosystème des volcans, est un site magique car il permet de comprendre ces enjeux. Il accueille

80 000 visiteurs par an et se place parmi les sites industriels les plus visités en Auvergne.

**S.C.** : Nous avons créé il y a plusieurs années un parcours naturel de découverte, "le théâtre de la nature" qui est destiné aux enfants et donc aux écoles de la région. Nous avons développé avec la LPO Auvergne (Ligue pour la protection des oiseaux) des programmes de protection d'espèces emblématiques de l'impluvium et des expositions sont proposées de mai à septembre. Les visiteurs, jeunes et adultes redécouvrent la nature, la biodiversité, l'écosystème, le cycle de l'eau. Cette année, Volvic et la LPO Auvergne ont été récompensés par le prix spécial du mécénat de compétence du Ministère de l'Ecologie, du Développement durable, des Transports et du Logement pour le programme de sauvegarde du Milan Royal dans le Massif Central.



## Comment la marque s'inscrit-elle dans La Fête de la Nature ?

**V.P.** : Volvic, comme Evian, a organisé les 19 et 20 mai dernier des chasses aux trésors ludiques et pédagogiques pour donner à 200 scolaires de 8 à 12 ans la possibilité de découvrir les richesses naturelles de leur impluvium et l'importance de le protéger. Cette animation s'est élargie aux amoureux de la nature et aux familles le week-end.

## L'aspect sociétal est un des piliers du développement durable.

**S.C.** : Volvic joue depuis longtemps un rôle important et reconnu sur le plan sociétal en favorisant l'accès à l'emploi, la formation de jeunes en alternance. Le programme "initiative 500" lancé il y a un an et demi permet sur 2010-2012 d'accueillir 54 jeunes issus de milieux très défavorisés pour les remettre dans un parcours qualifiant.

**V.P.** : Volvic est une marque responsable comme l'atteste l'opération lancée en 2006 avec l'Unicef "1 litre pour dix litres" destinée à construire des puits en Afrique. Plus récemment, des jeunes Nigériens ont été sélectionnés pour être formés à Volvic, en alternance et pendant un an, au métier de technicien de maintenance des puits mis en place par le programme de l'Unicef. La transmission du savoir-faire est en cohérence avec la marque. ■

## Quelques dates

**1927** : Découverte par hasard de la ressource en eau du bassin de Volvic à l'initiative du Dr Moity, maire de Volvic. L'exploitation des carrières de pierre de Volvic a permis le captage de la "source du Goulot".

**1938** : Premières mises en bouteilles par une société locale (eau de source).

**1955** : Production annuelle : 200 000 litres.

**1958** : Création de la Société des Eaux de Volvic par le groupe Sellier Leblanc.

**1961** : Premiers forages au puy de la Nugère et découverte de la source Clairvic.

**1965** : Classement "Eau Minérale Naturelle" par le Ministère de la Santé de la source Clairvic mise à jour par la société Volvic.

**1969** : Conditionnement de l'eau de Volvic en bouteille plastique (1<sup>ère</sup> bouteille PVC carrée).

**1974** : Construction de l'usine d'emouteillage du Chancet à Volvic.

**1980** : Nouvelle bouteille plastique Volvic 1,5 l.

**1984** : Prise de contrôle du groupe Sellier Leblanc par le groupe Perrier.

**1986** : Volvic lance les premières petites bouteilles 50cl avec gobelet.

**1987** : Toutes les bouteilles Volvic plastique sont munies d'un bouchon à vis.

**1989** : Equipement des packs de Volvic 1,5 l d'une poignée de portage.

**1990** : Volvic innove sur le marché des eaux minérales plates en lançant les premières boissons à l'eau minérale et aux extraits naturels : Volvic Citron et Volvic Orange.

**1993** : À la suite du rachat de Perrier par Nestlé, Volvic rejoint le Groupe BSN, renommé groupe Danone en 1994.

**1994** : Volvic obtient la certification AFAQ (Association Française pour l'Assurance de la Qualité) selon le référentiel international ISO 9002 pour toutes ses lignes de production et pour toutes les destinations de ses expéditions.

**1997** : Nouvelle bouteille Volvic en PET (polyéthylène téréphtalate).

**2000** : Volvic invente la Fontaine, une bouteille de 5 litres prête à l'emploi avec un robinet-presseur pour remplir son verre.

**2008** : Intégration de PET recyclé dans les bouteilles.

**2010** : Lancement de la première bouteille d'origine végétale à hauteur de 20 %.