

Biocodex

“Transformer les engagements RSE en actions concrètes”

Interview réalisé par Quentin Paillé, Journaliste - Emballages magazine pour L'Usine Nouvelle

Ambre Manseau, cheffe de groupe marketing France, et **Lucille Jacquier**, responsable de portefeuille de projets, expliquent comment **Biocodex**, par sa marque **Saforelle**, intègre le consortium Pharma Recharge pour développer des solutions innovantes en pharmacie, tout en répondant aux enjeux de durabilité et de collaboration sectorielle.



À gauche, Ambre Manseau, chef de groupe marketing France, pilier santé de la femme chez Biocodex, à droite, Lucille Jacquier, responsable de portefeuille de projets.

Emballage Magazine : Pourquoi Biocodex a-t-il choisi d'intégrer le consortium Pharma Recharge ?

Lucille Jacquier: Biocodex a déjà une solide expérience en matière de consortiums, notamment avec notre participation à « Pulp in action », dont l'objectif visé est de trouver une alternative aux emballages plastiques pour le secteur cosmétique. Rejoindre Pharma Recharge s'inscrivait dans cette dynamique collaborative, où l'objectif est de travailler avec d'autres acteurs du secteur pour développer des solutions d'avenir, plutôt que de rester dans une logique de concurrence.

Cette démarche s'aligne parfaitement avec notre ambition RSE, qui repose sur quatre piliers : « People, Profit, Planet, Purpose » ainsi que dans l'une de nos valeurs : « We dare to innovate ». Nous osons innover et relever les défis avec un esprit pragmatique et empirique, selon le principe : « We test and learn. » Cette approche nous permet de rester agiles et de nous démarquer. L'objectif est de transformer nos engagements RSE en actions concrètes.

Et quoi de mieux que de l'incarner à travers notre marque Saforelle, qui a toujours été pionnière en matière d'innovation.

Pourquoi Saforelle, en particulier, pour ce projet ?

Ambre Manseau : Nous n'avons pas encore arrêté notre choix. Ce sera probablement un soin lavant intime, car c'est un produit du quotidien, que les consommatrices renouvellent fréquemment. Cela donne tout son sens au format de recharge. En utilisant ce système, les clientes reviennent régulièrement en pharmacie pour recharger leur flacon, ce qui est plus pertinent qu'avec des produits utilisés de manière plus occasionnelle. Nous réfléchissons aussi à la possibilité de proposer plusieurs références. Mais l'essentiel est de commencer par un produit phare, pour tester et affiner le modèle..

Quel produit Saforelle allez-vous intégrer dans Pharma recharge ?

Ambre Manseau : Nous n'avons pas encore arrêté notre choix. Ce sera probablement un soin lavant intime, car c'est un produit du quotidien, que les consommatrices renouvellent fréquemment. Cela donne tout son sens au format de recharge. En utilisant ce système, les clientes reviennent régulièrement en pharmacie pour recharger leur flacon, ce qui est plus pertinent qu'avec des produits utilisés de manière plus occasionnelle. Nous réfléchissons aussi à la possibilité de proposer plusieurs références. Mais l'essentiel est de commencer par un produit phare, pour tester et affiner le modèle.

Aviez-vous déjà envisagé de recourir au système de consigne avant d'intégrer le consortium ?

Lucille Jacquier : Nous y pensons, car cela correspond à notre volonté de réduire l'impact environnemental de nos produits. Mais se lancer seul dans ce type de projet est complexe : il faut convaincre les pharmaciens, les consommateurs, et gérer toute la chaîne logistique. Être plusieurs laboratoires au sein d'un consortium est un atout majeur. Nous sommes reconnaissants des laboratoires pionniers de ce consortium d'avoir ouvert la voie et porter avec ténacité ce projet. Les premières marques ont déjà un an d'expérience, elles ont pu recueillir les retours des pharmaciens et des consommateurs et ce premier recul nous est précieux. À huit laboratoires, nous avons un poids plus important, nous savons que le collectif est un réel levier pour convaincre les pharmaciens d'adopter ce nouveau modèle. Ils sont plus enclins à installer un meuble de recharge quand ils savent que plusieurs marques reconnues sont impliquées. Cela illustre parfaitement notre valeur « We play collectively » (Travailler collectivement, en français), où l'écoute, le partage d'expériences et la co-construction prennent le pas sur la simple compétition commerciale, pour imaginer ensemble des solutions innovantes et durables.

En termes de réduction d'emballage, quel est l'impact attendu de ce passage à la consigne ?

Lucille Jacquier : Pour le moment, il est difficile de quantifier précisément l'impact.

Nous travaillons à une stratégie d'éco-conception et d'achats durables pour l'ensemble du groupe à travers le monde.

Chaque laboratoire du consortium a des emballages très différents : certains utilisent déjà du plastique recyclé, d'autres du verre ou du plastique vierge. Nous sommes encore dans une phase de test, avec seulement cinq pharmacies pilotes. L'objectif est d'apprendre, d'adapter le modèle et d'identifier les points d'amélioration. Cependant, nous travaillons activement afin de rendre ce modèle plus vertueux que le modèle classique : 1 achat = 1 flacon = déchet plastique. Chaque année, ce sont des millions de flacons qui sont produits, consommés, puis jetés. Avec le modèle de recharge, ce nombre va nécessairement diminuer, et cela devrait représenter une économie environnementale.

La consigne permettra-t-elle également de réduire les emballages secondaires ?

Lucille Jacquier : Oui, absolument. La plupart de nos soins lavants sont actuellement vendus avec un emballage secondaire en carton. En intégrant ces produits au système de recharge, nous pourrions aussi réduire, voire éliminer cet emballage. Cela représente une double économie : moins de plastique et moins de carton.

Plus globalement, quelle est la stratégie de Biocodex en matière d'emballage durable ?

Lucille Jacquier : Nous avons une stratégie globale qui vise à réduire l'empreinte environnementale de tous nos emballages. Chaque marque du groupe, comme Saforelle, développe des initiatives adaptées à son marché et à ses produits. Cela dit, nous cherchons à harmoniser nos efforts pour maximiser leur impact. Nous travaillons à une stratégie d'éco-conception et d'achats durables pour l'ensemble du groupe à travers le monde. Nous avons beaucoup à faire encore. Toutefois le projet Pharma recharge est un exemple de cette synergie : c'est en collaborant avec d'autres acteurs que nous pourrions repenser nos modèles et construire une consommation plus responsable pour demain.