

Marketing au Point de Vente : un secteur éco-responsable POPAl France et EcoVadis se mobilisent pour encourager les démarches d'éco-conception dans toute la filière PLV*

Paris, 18 décembre 2017 – **Fin 2013, POPAl France, l'association des Professionnels du Marketing au Point de Vente, lançait le 1^{er} standard d'éco-conception, ÉCO POPAl, permettant de certifier les démarches responsables de ses adhérents, fabricants de PLV.**

Fin 2017, POPAl France et EcoVadis, 1^{ère} plateforme de notation RSE des entreprises, conjuguent leurs efforts pour accroître leur force de frappe et sensibiliser toute une filière industrielle aux enjeux environnementaux d'éco-conception.

*Publicité sur Lieu de Vente

ÉCO POPAl, 1^{er} standard d'éco-conception pour le secteur du Marketing au Point de Vente (MPV)

POPAl France a engagé très tôt des réflexions sur l'importance de maîtriser l'impact environnemental lié à la conception et à l'utilisation des PLV : création de la **1^{ère} Commission PLV Verte** en 2009 avec la mise en place d'actions concrètes (calculateur d'empreinte carbone de la PLV, étude sur la fin de vie des PLV...) jusqu'au lancement fin 2013, d'ÉCO POPAl, le **1^{er} standard d'éco-conception, soutenu par l'ADEME.**

Le standard ÉCO POPAl a été créé avec et pour les professionnels du secteur. A ce titre, la démarche est très opérationnelle et le standard complet. Il **fournit un cadre méthodologique, des outils adaptés** et un suivi individuel au déploiement de distributeurs la démarche globale d'éco-conception sous la forme d'un **référentiel auditable et commun** à l'ensemble de la profession (POPAl France regroupe une centaine d'adhérents annonceurs, et fabricants). A ce jour, 9 adhérents POPAl France ont été agréés ÉCO POPAl (+1 en cours d'audit).

[En savoir plus sur le standard ÉCO POPAl](#)

L'objectif : donner des outils et procédés standards pour accompagner et formaliser la démarche d'éco-conception des professionnels du marketing point de vente.



Standard ÉCO POPAl

Save the date Concours POPAl Awards

Récompensant les meilleures réalisations de marketing point de vente de l'année, le concours intègre également une catégorie éco-conception. L'édition 2018 du concours se tiendra les **27, 28 et 29 mars 2018** lors du **Salon Marketing Point de Vente**, à Paris Porte de Versailles.



« La création du standard ÉCO POPAl répond pleinement aux fonctions de POPAl France, et en particulier à sa politique de développement durable initiée en 2009, avec la commission PLV verte. Nous avons structuré la volonté de nos adhérents d'aller encore plus loin dans leur démarche d'éco-conception. Avec EcoVadis, notre nouveau partenaire, nous avons l'ambition d'amplifier ce message et de convaincre toutes les parties prenantes, fabricants et acheteurs, des nombreux intérêts d'une telle démarche. » **Philippe Ecran, Président POPAl France.**

L'éco-conception, un critère essentiel dans la performance RSE des entreprises

L'éco-conception s'inscrit dans une démarche d'amélioration continue des impacts environnementaux d'un produit sur l'ensemble de son cycle de vie (de l'extraction des matières premières au recyclage du produit fini). Sa prise en compte dans la performance RSE d'une entreprise est indispensable et constitue un enjeu stratégique, tant sur le plan économique, réglementaire que sociétal (image vis-à-vis de leurs clients et du grand public).

96 % des entreprises engagées dans l'éco-conception déclarent ainsi que cette démarche a un effet positif ou neutre sur leurs profits (source POPAl France).



« L'éco-conception est le point de départ de l'engagement des entreprises en faveur du développement durable. En effet, l'intégration du facteur « environnement » dans les méthodes de conception souligne l'adoption de pratiques responsables et transparentes. C'est pourquoi l'éco-conception figure parmi nos critères essentiels dans l'évaluation de la performance RSE de nos adhérents. Le label ÉCO POPAI intègre notre méthodologie de scoring et constitue un indicateur de référence pour toute une filière du marketing au point de vente en matière de réduction des impacts environnementaux. » **Pierre-François Thaler, Co-Founder & CO-CEO d'EcoVadis.**

Une initiative sectorielle portée par POPAI France et EcoVadis

Depuis sa création en 2007, EcoVadis a évalué plus de **35 000 entreprises** dans le monde dans plus de **150 secteurs d'activités** différents – parmi elles, des fabricants de PLV de plus en plus sensibles aux problématiques environnementales liées à l'éco-conception (production et recyclage).

En soutien des démarches singulières de chaque acteur et afin de généraliser cette prise de conscience à l'ensemble de la filière PLV, POPAI France et EcoVadis mutualisent leur réseau et leurs efforts pour mettre en avant le standard ÉCO POPAI auprès de leurs adhérents respectifs.

ÉCO POPAI, un standard basé sur des référentiels robustes

Le standard adapté au secteur de la PLV s'inspire des normes ISO 9001 et ISO 14001 en termes d'amélioration continue et également du référentiel AFAQ Eco conception de l'AFNOR et de la norme ISO 14006 sur les aspects touchant à l'organisation de l'éco-conception au sein d'une entreprise.

ÉCO POPAI récompense la démarche globale d'une entreprise et pas seulement l'éco-conception d'une PLV. En ce sens, c'est l'ensemble de l'organisation et des processus mis en place qui sont reconnus.

EcoVadis travaille de plus en plus avec des associations professionnelles de divers secteurs. L'entreprise s'inspire de leur expérience terrain et marché pour ajuster ses propres outils d'évaluation RSE en engageant à leurs côtés, des campagnes de sensibilisation à échelle internationale qui touchent généralement toute une filière industrielle.

A propos de POPAI :

POPAI (Point of Purchase Advertising International), suite à sa fusion avec l'ARE, a récemment changé de nom à l'international pour devenir Shop!. L'association mondiale est le seul organisme de référence représentant tous les professionnels du marketing au point de vente : marques, distributeurs, fabricants de PLV ou digital media, sociétés d'études. Elle fédère plus de 2 100 membres sur les 6 continents.

En France, POPAI est structuré en 4 entités : POPAI l'Institut, POPAI le Syndicat, POPAI le Salon et POPAI les Awards. Avec plus d'une centaine d'adhérents, POPAI France représente 80% des PLVistes du marché. Les missions de POPAI sont de promouvoir le marketing au point de vente ; d'accompagner ses membres dans le développement et l'utilisation des outils disponibles ; de les aider à anticiper les évolutions techniques et sociétales. www.popai.fr

A propos d'EcoVadis

EcoVadis opère la 1ère plateforme collaborative permettant aux grandes entreprises d'évaluer la performance environnementale et sociale de leurs fournisseurs. EcoVadis combine un système d'information et un réseau d'experts pour mettre à disposition des acheteurs des informations simples et fiables couvrant 150 catégories d'achat et 21 indicateurs (des « émissions de CO2 » au « travail des enfants »). Les notations EcoVadis sont compatibles avec les standards GRI/G4 et ISO 26000. Les solutions EcoVadis permettent aux entreprises de réduire les risques et d'encourager les éco-innovations dans leur chaîne d'approvisionnement.

Aujourd'hui, plus de 150 Grands Groupes internationaux et plus de 50% des entreprises du CAC40 utilisent EcoVadis pour l'évaluation RSE de leurs fournisseurs incluant Fortune 500 telles que Akzo-Nobel, Axa, Bayer, BASF, Coca Cola Entreprises, Deutsche Telekom, Henkel, Heineken, Nestlé, Nokia, Orange, Johnson & Johnson, L'Oréal, Nokia/ Alcatel-Lucent, Renault-Nissan, Sanofi et Schneider Electric. www.ecovadis.fr

Contacts presse : Agence CommLC

Marie-Laure Le Gallo
mlegallo@commLC.com - 01 34 50 22 36

Contacts presse : EcoVadis

Agence Raoul – Manihi Frebault
manihi@agenceraoul.com - 06 62 39 01 51