

HEINEKEN France s'implique en matière de tri et de recyclage et s'engage aux côtés de la start-up Terradona et de sa solution Cliiink®

Marseille, le 5 avril 2018

Dans le cadre de sa démarche RSE « Brasons un Monde Meilleur », HEINEKEN France, premier brasseur et distributeur français, s'engage à réduire l'impact environnemental de ses emballages en déployant des solutions depuis la conception et la fabrication des bouteilles jusqu'à leur recyclage et leur valorisation. Pour développer le geste de tri dans les zones urbaines et augmenter le taux de recyclage, HEINEKEN France annonce un partenariat avec la start-up marseillaise Terradona et sa solution Cliiink® dans la région Provence-Alpes-Côte d'azur (PACA).

Un dispositif 2.0 qui récompense le geste de tri

Cliiink® est un dispositif d'incitation au tri 2.0 visant à améliorer le recyclage du verre et le taux de valorisation des déchets. Constituée d'une « box » qui se raccorde aux points d'apports volontaires existants, cette innovation permet d'augmenter le tri et d'optimiser la collecte. A chaque bouteille triée, les habitants obtiennent des points qui peuvent être convertis en bons-cadeaux chez les commerçants ou en dons aux associations caritatives. Une solution écologique qui encourage ainsi le recyclage dynamise le commerce local et renforce le lien social. Testée sur 70 conteneurs du territoire de la Métropole Aix Marseille Provence, la solution Cliiink® a fait progresser le tri du verre de 20% entre 2016 et 2017.



En France, 86% des bouteilles en verre sont aujourd'hui recyclées et jusqu'à 90% des bouteilles Heineken® sont fabriquées à partir de verre recyclé. Le verre se recycle à l'infini mais encore faut-il qu'il soit jeté dans le bon bac de tri. C'est dans cette perspective qu'HEINEKEN Entreprise a choisi de soutenir la solution Cliiink®. Comme le souligne Pascal Sabrié, Président d'HEINEKEN France, « Cliiink® nous a immédiatement plu parce que c'est une manière positive de stimuler le geste de tri par la récompense. La Box Cliiink® est un système embarqué qui s'adapte à tout type de conteneurs des collectivités, elles-mêmes responsables de la collecte et de la gestion des déchets. Elles ont beaucoup investi dans ce sens et il est important de les aider à atteindre leurs objectifs de réduction des déchets par habitant ».

Jean-Marc Toubiana, Président de Terradona, ajoute « Cliiink® rend le container de verre intelligent. Un des avantages pour la collectivité c'est la capacité de gérer à distance ses points d'apports volontaires puisqu'elle est capable de savoir s'ils sont remplis et de piloter la collecte en conséquence. L'objectif pour la collectivité est que le dispositif s'autofinance dès lors qu'un certain seuil de verre collecté est atteint. Pour le confort des collectivités, c'est Terradona qui assure l'installation, la gestion et la maintenance des équipements et du programme de valorisation du geste de tri destiné aux citoyens ».

Après le démonstrateur urbain initié à la Métropole Aix Marseille Provence en 2016/2017, Cliiink® se déploie aujourd'hui sur la Principauté de Monaco et arrivera progressivement sur les Communautés d'Agglomération du Pays de Grasse, de Lens-Liévin et à Cannes Mandelieu. D'autres suivront rapidement...

La solution Cliiink® au Pays de Grasse à partir de mai 2018

HEINEKEN France va accompagner le déploiement de la solution Cliiink® avec l'enseigne Casino sur le territoire de la Communauté d'Agglomération du pays de Grasse. Concrètement, les points de vente Casino et la marque Heineken® vont promouvoir auprès des consommateurs le geste de tri et la solution Cliiink® via des bons de réduction et des animations en magasins. En 5 ans, sur le périmètre du Pays de Grasse, ce sont près de 5 000 tonnes de verres supplémentaires qui devraient être collectées. C'est la première fois qu'une marque leader – Heineken® est la première marque de bière vendue en France – s'engage aux côtés de la solution Cliiink® pour faire progresser le geste de tri du verre.

Pour Pascal Sabrié, Président de HEINEKEN France, il s'agit de « *mettre la marque Heineken® au service d'un changement puissant et d'améliorer le geste de tri de nos consommateurs afin de tendre vers 100% d'emballages triés et recyclés* ».

HEINEKEN France est engagée dans l'éco-conception et la logistique inversée que permet son activité de distributeur

Bien avant son engagement à l'égard de Cliiink®, HEINEKEN France a initié des actions concrètes en matière d'éco-conception de ses bouteilles qui ont permis d'économiser 40 000 tonnes de CO2 et 50 000 tonnes de verre depuis 2011. Par ailleurs, l'allègement de plusieurs références de packaging secondaires et tertiaires a permis d'économiser 400 tonnes de carton en 2015.

De son côté, France Boissons, l'entreprise leader de la distribution de boissons et de services pour les Cafés-Hôtels-Restaurants (CHR) et filiale à 100% de HEINEKEN France, a créé ACTI'VERRE, une solution innovante de stockage, de récupération et de recyclage du verre perdu en CHR. ACTI'VERRE réduit les volumes de verre de 80% et permet de stocker près de 20kg de verre concassé, répondant ainsi aux contraintes de stockage du verre dans les établissements. Une fois le bac de la solution ACTI'VERRE rempli, les équipes France Boissons se chargent de le reprendre et de le remplacer par un bidon vide. Cette récupération de verre perdu profite de la logistique qu'offrent les camions de livraison des établissements qui ne repartent plus à vide.

HEINEKEN France poursuit également ses efforts en faveur de la consigne en CHR qui concerne aujourd'hui 95% de ses volumes dont 100% des boissons vendues en fûts.

L'autre sujet majeur : les déchets sauvages. HEINEKEN est convaincu que jeter n'importe où dans la nature est socialement inacceptable ! A ce titre, l'entreprise met en place des opérations coups de poings par exemple aux alentours de festivals pour nettoyer et inciter chacun à jeter correctement ses déchets. En 2017, ce sont 15 tonnes de déchets qui ont ainsi été ramassés. HEINEKEN France est aussi partenaire de l'Association Gestes Propres qui mène une campagne nationale de prévention des déchets sauvages pour inciter à bien jeter – voire à trier – les déchets hors-domicile.

A propos de HEINEKEN France :

A la fois le 1er des brasseurs (1) et 1er des distributeurs de boissons (2), HEINEKEN France est un acteur économique majeur en France, à dimension internationale. Fort de 3 sites de production et de 78 centres de distribution, le Groupe rassemble près de 4 000 collaborateurs, tant dans la production et la commercialisation de marques de bières prestigieuses (telles que Heineken, Desperados, Affligem ou Edelweiss) que dans la distribution de plus de 7 000 références de boissons dans les cafés, hôtels, restaurants, à travers sa filiale France Boissons.

(1) 1ère entreprise nationale, en chiffre d'affaires et en volume, de fabrication et de commercialisation de bières.

(2) 1ère entreprise nationale, en chiffre d'affaires, spécialisée dans la distribution de boissons pour la Consommation Hors Domicile.

A propos de Terradona :

Afin de doter nos villes d'intelligence et d'inciter chacun d'entre nous à une démarche éco-citoyenne, Terradona amène une première solution dans le domaine du tri des déchets. S'agissant de recyclage, la France ne fait pas office de bon élève comparée à ses voisins nordiques. Si 87 % des français trient leurs déchets, à peine 44 % le font de manière systématique.

Pourquoi ? Que faire pour inciter les citoyens à trier davantage ?

Terradona est le fruit d'un long processus de réflexion qui nous permet aujourd'hui de répondre favorablement à ces questions. Spécialisée dans le développement durable et la technologie, Terradona propose des solutions innovantes pour accompagner nos villes à faire des économies dans le recyclage des déchets.

En cela, notre activité s'étend de la conception de moyens techniques à la création d'outils destinés aux usagers, aux collectivités et à nos partenaires.

Contacts Presse

HEINEKEN France :

Valentine Noury - Responsable Influence Médias – 01 47 14 29 76 - 06 71 57 70 02
valentine.noury@heineken.fr; www.heinekenfrance.fr ; @HEINEKEN France

TERRADONA :

Denis Deschamps – 06 61 11 32 86 – denisd@agenceddc.com
Marie Prouhet – 06 98 72 65 52 – marieprouhet@agenceddc.com