

CHANEL

*Engagée d'une part pour la protection de l'océan avec de nombreux partenaires et dotée d'autre part d'une « politique plastique » depuis plusieurs années, c'est tout naturellement que l'entreprise **Chanel s'est investie dans le Collège BeMed dès sa création** pour agir collectivement contre la pollution plastique en Méditerranée.*



Olivier POMES, CSR Audit Manager, est le principal représentant de Chanel au sein du Collège.



Hélène VILLECROZE, Responsable Ecoconception, et



Nicolas MATHIEU, Responsable Innovation Packaging, participent plus précisément au groupe de travail « dialogue science-industrie » du Collège.

Chanel s'implique beaucoup dans la protection de l'océan, quelle place occupe BeMed dans cette démarche ?

En effet, le lien entre Chanel et les milieux marins est fort, c'est pourquoi nous avons plusieurs dispositifs en place pour être acteur de leur protection. Outre notre chaire dédiée, à l'École Normale Supérieure (ENS), nous menons de nombreux projets, par exemple sur les mangroves, dont certains main dans la main avec la Fondation Prince Albert II de Monaco qui est un membre fondateur de Beyond Plastic Med. C'est ainsi que nous avons tout naturellement décidé de rejoindre le Collège d'Entreprises BeMed dont l'objectif d'apporter des solutions concrètes à la pollution plastique en Méditerranée, notamment via des projets pilotes, correspond à notre vision.

C'est donc le groupe de travail dédié aux « projets pilotes » du Collège qui vous a séduit initialement ?

Oui, tout à fait, au début nous étions

surtout motivés par la perspective de lancer des projets sur le terrain réunissant des acteurs des deux rives de la Méditerranée. Mais finalement, nous avons constaté que c'est la partie « dialogue science-industrie » qui nous a permis de nous impliquer plus rapidement et nous a aussi été le plus utile dans un premier temps.

Vous dites que le « dialogue science-industrie » au sein du Collège vous a été utile, en quoi exactement ?

Pour répondre simplement : cela nous a facilité l'accès à un comité d'experts, pointus dans des domaines variés, qui apportent un regard scientifique et affûté sur nos problématiques. Dans les faits, cela nous permet d'identifier les sujets sur lesquels nous devons investiguer, de mieux comprendre les solutions possibles, de questionner nos choix ou d'en assurer la pertinence... BeMed n'est pas notre seule source d'information bien sûr, mais l'expertise et l'objectivité des scientifiques la rend inestimable pour nous.

Auriez-vous un exemple de sujet sur lequel le comité scientifique vous a permis d'avancer concrètement ?

Nous en avons plusieurs ! Il y a eu les sessions sur les plastiques bio-sourcés qui nous ont apporté un vrai éclairage, mais aussi celles sur la fin de vie des plastiques, surtout la partie sur le recyclage chimique qui est un sujet qui nous posait beaucoup question et sur lequel nous avons eu un véritable avis scientifique fiable. Cela dit, le meilleur exemple est sans doute celui de la biodégradabilité qui nous a amené à faire une distinction entre les plastiques

rigides pour lesquels la biodégradabilité n'est pas une piste très convaincante et les plastiques flexibles pour lesquels elle est pertinente. Dans un cas comme celui-là, réfléchir avec les scientifiques du Collège et obtenir leur éclairage nous permet vraiment de concentrer notre énergie au bon endroit et de pousser les bonnes solutions chez Chanel. D'ailleurs, nous allons approfondir les travaux sur ce sujet avec plusieurs autres entreprises du Collège concernées.

Réfléchir avec les scientifiques du Collège et obtenir leur éclairage nous permet vraiment de concentrer notre énergie au bon endroit et pousser les bonnes solutions chez Chanel.

Justement, pourriez-vous nous en dire un peu plus sur les dynamiques inter-entreprises à l'œuvre dans le Collège ?

Le collectif est vraiment au cœur de la proposition de valeur du Collège. Nous sommes véritablement un groupe de personnes qui apprend à se connaître, explore et monte en compétences ensemble. Il est d'ailleurs toujours surprenant de voir à quel point nous avons les mêmes enjeux alors que nous sommes d'industries complètement différentes ! C'est d'ailleurs la découverte de solutions d'autres secteurs qui peut nous amener à mettre en œuvre une innovation disruptive dans le nôtre.