



La capsule temporelle de l'alimentation innocent



Petites boissons, grands rêves

Chez innocent, on fait des petites boissons mais on a de grands rêves : faire des boissons saines qui permettent aux gens de se faire du bien, tout en limitant notre impact sur la planète. Depuis nos débuts en 1999, nos rêves nous ont conduit à repenser continuellement nos modes de fonctionnement pour laisser les choses dans un meilleur état que celui dans lequel on les a trouvées. C'est pour ça qu'on ne met que de bonnes choses dans nos produits, qu'on reverse chaque année 10% de nos bénéfices à des associations et qu'on s'est donné un objectif de décarbonation ambitieux qui nous conduira à réduire progressivement nos émissions carbone. Stimulés par notre certification B Corp, notre objectif est ainsi de réconcilier la croissance et l'impact positif à notre échelle.

Nourrir les hommes aujourd'hui et demain

On est convaincu que le plus grand défi auquel on est collectivement confronté est celui de l'urgence climatique et que le respect qu'on a pour la planète et les hommes aujourd'hui permettra de continuer à se nourrir sainement demain. Face à cette urgence et aux enjeux qui en découlent, l'action de notre petite entreprise peut sembler superficielle et dérisoire. Mais on croit du comme fer qu'à notre échelle, et aux côtés d'autres acteurs engagés, on peut inspirer un changement plus large. On pense même que les marques grand public ont un rôle important à jouer pour aider les consommateurs à comprendre la crise climatique et à les inciter à agir.

Mais cette prise de conscience prend du temps et est émaillée d'un éventail de discours parfois dissonants, souvent complexes. C'est pourquoi les entreprises et les pouvoirs publics doivent collaborer pour simplifier ce panorama d'offres existantes et permettre aux consommateurs de différencier facilement les alternatives réellement durables.

En ce qui concerne leur alimentation, les consommateurs veulent des produits savoureux, de qualité et surtout accessibles, et en tant qu'entreprise, on se doit de faire en sorte que ce choix soit sain et durable. Mais dans un contexte où les inégalités se creusent et où se nourrir sainement n'est pas un acquis pour bon nombre de foyers, l'accessibilité est devenue un enjeu crucial. La réalité actuelle est que l'offre de produits durables est souvent associée à des prix plus élevés. Les études montrent ainsi que si de nombreux consommateurs souhaitent acheter des produits durables, le nombre de ceux qui sont prêts à dépenser plus est encore faible¹.

Nos engagements

On pense donc que les marques comme la nôtre doivent veiller à innover et à faire évoluer en permanence leurs modes de fonctionnement pour offrir aux consommateurs des produits qui constituent un choix durable pour eux et pour la planète. Et pour y arriver, c'est toute notre chaîne de valeur qu'on essaie d'améliorer de la culture de nos ingrédients à la production de nos boissons et de leurs emballages, jusqu'au transport de nos produits.

¹Source: Kantar Sustainability Sector Index 2022





C'est pour ça qu'on a fait le choix d'utiliser les meilleurs fruits et légumes possibles, sans jamais y ajouter de concentré, ni d'édulcorants artificiels, ni de conservateurs et surtout pas de sucres ajoutés. Nos boissons, sources de vitamines et de minéraux, permettent ainsi dans un contexte inflationniste, de consommer régulièrement des fruits variés et de qualité.

Embouteiller ces bonnes choses n'est pas une mince affaire surtout lorsqu'on réfléchit à réduire l'impact environnemental de nos emballages. Prenez nos bouteilles de smoothies par exemple, elles sont composées de 50% de plastique recyclé et de 15% de plastique végétal. Le plastique qu'on utilise pour nos bouteilles est donc recyclable, léger, robuste et il présente aussi une plus faible empreinte carbone par rapport à d'autres formats d'emballages comme le verre (environ 3 fois plus émetteur que le PET)². Et pour que l'ensemble de nos bouteilles soient correctement recyclées, on encourage le développement de meilleures infrastructures et des systèmes de consigne, dont il est prouvé qu'ils permettent d'atteindre des taux de recyclage de plus de 90%³.

Tous ces efforts et bien d'autres encore, nous permettront de progresser sur notre trajectoire de décarbonation qui nous conduira à réduire nos émissions carbone de moitié d'ici 2030. En appliquant et en inspirant les changements nécessaires, on souhaite participer à rendre l'alimentation durable et végétale accessible au plus grand nombre. Notre chemin de progrès est encore long mais ce qu'on a accompli jusque là nous donne confiance en la force de notre modèle.

Et dans 10 ans ?

En 2033, qu'en sera-t-il de nos engagements pour les gens et la planète ?

Nul doute sur le fait qu'on continuera à ne jamais transiger sur la qualité nutritionnelle de nos produits, en nous mobilisant et en innovant pour limiter notre empreinte environnementale. Nos objectifs en matière d'emballage durable seront plus décisifs que jamais et nous aurons conduits à ne plus dépendre du plastique vierge issu du pétrole. Un sacré pas en avant pour continuer à embouteiller nos boissons tout en préservant leurs qualités organoleptiques et en réduisant nos émissions.

Nos efforts de revégétalisation et de décarbonation auront permis de restaurer et protéger 2 millions d'hectares de terres⁴ dans le monde, nous orientant vers un recours encore plus faible à la compensation carbone et atteignant ainsi une étape clé de notre trajectoire. Et nos campagnes de sensibilisation à la lutte contre le réchauffement climatique, amorcées 10 ans plus tôt, auront quant à elles permis d'éveiller davantage de consciences avec humour, pédagogie et justesse.

Sans boule de cristal, ni plans sur la comète, on est convaincu qu'on continuera de proposer des produits qui permettront aux gens d'accéder au bien manger sans renier sur le goût ni le plaisir afin de leur permettre de réconcilier leur alimentation et leurs convictions. Un défi certes un peu fou pour une entreprise qui fait des petites boissons mais pas impossible quand on a de grands rêves.



² <https://www.preventedoceanplastic.com/recycled-plastic-an-undervalued-carbon-reduction-strategy/>

³ <https://www.reloopplatform.org/wp-content/uploads/2017/05/BOOK-Deposit-Global-24May2017for-Website.pdf>

⁴ <https://www.innocent.fr/lagrandeclasseverte>

