

## Management Summary

La pollution environnementale, et plus particulièrement la gestion et la valorisation des déchets est actuellement l'un des enjeux planétaires le plus important. Les gouvernements et entreprises font face à de plus en plus de restrictions en matière de pollution et de production de gazes à effet de serre.

Le plastique est incontournable et nécessaire à la bonne marche de bien des industries. Ces qualités en font un matériel de choix dans beaucoup d'applications de courtes et longues durées.

En Suisse, les travaux effectués par un groupe de travail mandaté par l'office fédéral de l'environnement démontrent que le recyclage accru des déchets plastiques est la solution la plus efficace pour notre pays. Néanmoins, pour parvenir à cette situation, il faut augmenter sensiblement le taux de collectes séparées et mettre en place une coûteuse infrastructure de valorisation.

Un rapport gouvernemental écossais, « Plastic to oil product », ainsi que le Boston Consulting Group ont étudié les quatre solutions pour le traitement des déchets plastiques : enfouissement, recyclage, incinération et pyrolyse. Les rapports démontrent que la pyrolyse est une solution optimale alliant écologie et économie.

Greenlina propose une solution innovante pour le traitement et la valorisation des déchets plastiques. La technologie qu'elle propose est justement basée sur la décomposition de ces polymères par pyrolyse. Autonome, simple d'utilisation, sans émissions – Greenlina est mobile et grâce à sa petite taille, son système peut être déposé n'importe où pour traiter les déchets plastiques de toutes sortes. En vingt-quatre heures, l'installation mobile standard, couplée à une raffinerie intégrée, transforme 16 tonnes de plastique en diesel raffiné, prêt à l'utilisation. La technologie utilisée est très performante : elle consomme au maximum 14.5 % d'énergie produite par elle-même. Elle est ainsi totalement autonome dans son fonctionnement. Elle encourage une solution d'économie circulaire locale, écologiquement efficace, même dans les zones difficiles d'accès.

Au travers de ses valeurs que sont la durabilité écologique et socio-économique, les conseils et expertise et l'inspiration pour une nouvelle forme de traitement des déchets Greenlina souhaite s'imposer sur le marché comme expert et partenaire de confiance pour résoudre les problématiques de gestion des déchets en entreprise et pour les collectivités.

Les domaines d'activités stratégiques ont été soigneusement choisis pour transposer au mieux les valeurs de l'entreprise à sa stratégie et plus précisément sa stratégie

marketing. On retrouve par conséquent les DAS « Installations », « Conseils, recherche et services » et pour terminer « Environnement ».

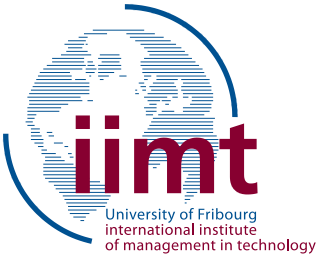
Les modèles d'affaires découlent de ces DAS. Au travers de ceux-ci, la solution Greenlina devient accessible à la majorité des clients et permet de favoriser une gestion efficace et responsable des déchets le plus rapidement possible. L'objectif à terme est de rapidement passer d'un produit de niche à un produit incontournable de la gestion des déchets. En détachant la palette de services de la partie vente des installations, Greenlina offre à ses clients la possibilité de choisir exactement quels sont les éléments nécessaires ou non à leurs besoins. La solution garantit de cette manière un prix compétitif et adapté au marché. Pour finir, la partie environnementale permet également aux acheteurs et partenaires d'augmenter leur contribution sociétale en soutenant les projets environnementaux aux côtés de Greenlina.

La solution de Greenlina étant encore méconnue et un produit de niche, l'une des premières étapes sera de donner une certaine notoriété à ce système. Comme le segment de clients est restreint, la société peut se permettre d'organiser plusieurs sessions de démonstration et des actions de nettoyage locales pour se faire connaître auprès de ses clients potentiels. La presse sera largement impliquée dans la stratégie de lancement de cette innovation. Les actions sont concentrées sur la démonstration du système et sur l'impact écologique et économique qu'offrent cette innovation. Pour le lancement de ce nouveau produit, l'objectif est d'avoir un maximum de références citées dans les médias.

Greenlina est une solution transitoire de la gestion des déchets efficace et tend vers une politique Zero Waste. Cette innovation permet une offre gagnantgagnant pour tous les secteurs souhaitant se détacher de l'extraction des ressources naturelles pour sa consommation énergétique, tout en minimisant leurs impacts écologiques et en revalorisant leurs déchets.

## Table des matières

Remerciements .....	I
Management Summary .....	II
Table des matières.....	IV
Liste des figures .....	V
Liste des tables .....	VI
Abréviations et Définitions .....	VII
1 Introduction .....	1
2 Contexte et analyse.....	2
L'avènement du plastique .....	2
Élimination .....	4
Pyrolyse des matières plastiques .....	7
La solution Greenlina.....	10
Marchés et acteurs .....	13
3 Stratégie Marketing.....	15
Vision, Mission, Valeurs de Greenlina .....	15
Objectifs de l'entreprise .....	16
Objectifs marketing.....	16
Positionnement .....	17
Domaines d'activité et segments de clients .....	18
4 Marketing Mix – 7P's.....	19
Produit .....	20
Prix .....	21
Distribution .....	22
Promotion .....	23
Processus .....	25
Personnel .....	26
Physical Evidence .....	27
5 Business Models.....	28
Business model - Exemple Schindler .....	28
Business models Greenlina.....	29
6 Planification Marketing.....	31
Mesures .....	32
Plan d'actions et budget.....	33
7 Conclusion .....	34
8 Bibliographie.....	35



9 Travaux cités ..... 35  
Annexe 1 : Plan marketing..... I  
Annexe 2 : Réponses au sondage, Gestion des déchets en entreprise ..... III