



COREPILE CONFORTE SES BONS RESULTATS ET PREPARE DE NOUVEAUX CHALLENGES

Si 2013 a été, pour Corepile, l'année de la décennie réussie, 2014 sera celle des nouveaux défis. La position confirmée de leader français (et second européen) des éco-organismes en charge de la collecte et du recyclage des piles et accumulateurs portables (PAP) devient un challenge : continuer à atteindre les objectifs toujours plus ambitieux fixés par le législateur. Ce qui passera par de nouvelles synergies, et des actions de sensibilisation plus nombreuses.

L'efficacité dans la continuité

Avec, pour cette onzième année d'exercice, un taux de collecte annuel de 38,5 % (soit 8330 tonnes collectées, et 1400 tonnes au-delà de ses objectifs cumulés), **Corepile** réaffirme sa capacité à faire toujours mieux. Ce résultat consolide en effet l'avance prise par l'éco-organisme depuis son agrément, et valide sa gestion exemplaire – exemplarité notée par l'ADEME à l'occasion de l'audit d'agrément à mi-parcours mené l'an dernier.

L'année 2013 a également vu une forte progression du nombre d'adhérents à **Corepile**, avec l'arrivée, entre autres du distributeur d'équipements de bureau **Office Dépôt**, du constructeur automobile **Chevrolet**, de **Nike** ou encore de **Louis Vuitton** et de **Sephora**.

Conséquence normale de l'explosion du marché de la cigarette électronique, les acteurs de cette nouvelle tendance délèguent aux éco-organismes leurs responsabilités de producteurs ou de distributeurs. **Corepile** recueille ainsi les adhésions de **Clopinette** et de **Cigartex**.

Sensibiliser toujours plus

Le propre des piles et petites batteries est de se faire oublier. Pourtant les objectifs européens nécessitent un déstockage domestique massif qui ne pourra se faire qu'à l'aide d'une communication au plus proche du citoyen.

Dans ce cadre, **Corepile**, mène chaque année de nombreuses opérations à destination de tous ses publics, consommateurs mais aussi distributeurs et collectivités locales :

- Dossier destiné aux enfants sur le site www.carrefourkidsclub.fr
- Présence à la Foire de Paris sur le stand « espace seconde vie »
- Participation à un speed-dating avec l'Observatoire des Déchets d'Ile de France
- Distribution de 170.000 cubes **Corepile** dans les magasins **Monoprix** durant la semaine du développement durable
- Chroniques dans 500 radios locales sur tout le territoire français (dont DOM) entre mai et juillet.
- Opération avec **Good Planet** et **Casino** (rentrée 2014)
- Soutient matériel de plus de 1200 opérations à travers toute la France (collectivités locales, mairies, écoles, associations, entreprises...).

A partir de juin 2014, l'éco-organisme fait évoluer son image, avec une refonte de sa charte graphique, et la mise en ligne de deux sites, l'un destiné aux acteurs B to B et l'autre au grand public.

Enfin, pour continuer à remplir les objectifs de la Directive, une grande étude est actuellement menée par la filière, auprès des usagers particuliers et professionnels, et dont les résultats, à venir prochainement, devraient permettre d'identifier des leviers d'action pour récupérer toujours plus de P&A usagés..

CONTACT PRESSE : Elise Philippot Communication
01.30.88.21.20 – 06.75.12.01.43 - elise.philippot@epcommunication.fr



COREPILE AFFIRME SON IMAGE ET SA **PRESENCE SUR LE WEB**

L'inauguration d'une nouvelle décennie est évidemment, pour un éco-organisme leader, l'occasion de faire évoluer son identité. Parce que, si le fond du message reste le même, sa forme doit rester résolument moderne pour rester audible. Corepile fait donc évoluer sa charte graphique, et double sa présence sur le web avec son site institutionnel relooké et un nouveau site didactique destiné au grand public.

Un message positif et dynamique

Plus claire, plus impactante, avec des couleurs plus variées et contrastées, la nouvelle charte graphique s'adapte à la complexité croissante des messages à faire passer : enjeux de la collecte et du recyclage, sensibilisation aux nombreux gestes de tri, à la recherche des gisements de P&A cachés, réglementation... Un look plus positif, parce que le message est aussi assorti d'un satisfecit : même si beaucoup reste à faire, la prise de conscience par les utilisateurs, aussi bien professionnels que particuliers, de la nécessité d'agir se ressent dans les résultats de la collecte et du recyclage.

Le logo s'habille de couleurs plus chatoyantes, et s'inscrit désormais dans un carré rappelant le principal outil de la collecte : le Cube à Piles !

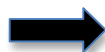


La fourmi, qui personnalise depuis 10 ans l'activité discrète mais industrielle et dynamique de **Corepile**, reçoit un joli lifting, et continue de démontrer, par une analogie amusante et décomplexante, la capacité de **Corepile** à collecter, transporter et traiter des volumes importants de P&A, en dépit de la compacité de sa structure.



Enfin, l'accoche est également revisitée, afin de mettre l'accent sur la facilité et l'efficacité du geste de tri : il ne s'agit plus de convaincre de la nécessité de recycler piles et accumulateurs portables, mais bien d'indiquer que cela ne demande pas d'effort surhumain, et que c'est un geste qui porte ses fruits, et préserve l'environnement et notre qualité de vie.

PILE, C'EST COLLECTÉ.
FACE, C'EST RECYCLÉ!



RECYCLER
SES PILES,
C'EST FACILE
ET C'EST UTILE !

Deux sites internet pour plus d'impact.

Les Eco-organismes se trouvent au centre d'acteurs ayant des besoins spécifiques. Pour mieux répondre à ces besoins, le site www.corepile.fr est désormais entièrement destinés aux professionnels, qu'ils soient metteurs sur le marché, collectivités, points de collecte ou journaliste. Des espaces dédiés, accessibles dès la page d'accueil permettent à chacun de trouver rapidement l'information qui le concerne.

Le second site grand public commence par une adresse simple à retenir : je recycle mes piles.com www.jerecyclemespiles.com, le discours est allégé et centré sur les questions pratiques du consomm'acteur, où déposer ses piles et batteries grâce à la géolocalisation des points de collecte et à quoi sert le geste.



CONTACT PRESSE : Elise Philippot Communication
01.30.88.21.20 – 06.75.12.01.43 - elise.philippot@epcommunication.fr

CHIFFRES CLES COREPILE 2014

- Chaque année **+/- 32 000** tonnes de Piles et Accumulateurs sont mises sur le marché en France

- **Leader en France** avec 67,3% des mises sur le marché, COREPILE récupère 73,3% des quantités collectées de P&A en France.

- **2ème éco-organisme en Europe** en tonnage collecté (environ 15% des volumes collectés en Europe), mais aussi l'un des plus compétitifs en coût pour ses adhérents

- **467 adhérents en 2013**, avec l'adhésion de marques prestigieuses comme Louis Vuitton, Nike, Chevrolet, et de fabricants et distributeurs de cigarettes électronique (Cigartex, Clopinette...)

- **8330 tonnes** recyclées en 2013 soit le poids de **1,2 tour Eiffel**

- Taux de collecte annuel : **38,5 %**, soit, depuis 2010, **1.400 tonnes** d'avance sur les objectifs

- **28.653** points de collecte, soit **5 points de collecte pour 10 000 habitants**

- Près de **16 millions de « cubes COREPILE »** distribués gratuitement plus d'un foyer français sur deux équipé

- Sur **100** piles utilisées, **35** sont recyclées, **35** sont stockées ou en usage dans les foyers, et **30 sont jetées** aux ordures ou dans la nature ! (estimation Corepile)

Le recyclage des piles et batteries c'est utile ! Car cela produit (moyenne estimée) :

- **33% de zinc**, utilisé dans la fabrication de toitures et de gouttières

- **24 % d'alliages de nickel et de fer**, qui permettent de fabriquer les aciers inoxydables que l'on retrouve dans les couverts et carrosseries de voiture

- **3 % de plomb, cuivre, cobalt** et autres métaux réemployés dans l'industrie (notamment fabrication de batteries neuves)