



Renova rénové le concept d'hygiène

Le centre logistique de Torres Novas au Portugal.



Mouchoirs en papier, serviettes de table, essuie-tout ou papier toilette... Renova est leader sur le marché portugais de l'hygiène.

Depuis toujours, le Groupe souligne sa différence en transformant de simples produits papier en produits de soin pour le corps : papier hygiénique lotionné, essuie-tout coloré, etc.

Résultat, la marque est aujourd'hui reconnue pour sa modernité, son irrévérence et ses innovations. Dernier avatar de sa créativité, Renova a lancé en mai 2005 le premier papier hygiénique noir... Un "must have" !

Créé en 1939 au Portugal, Renova est né de l'industrie papetière. Dès 1958, le Groupe s'oriente vers le marché de l'hygiène. Anticipant les attentes du marché, les produits Renova évoluent au fil des années. Au Portugal, la gamme comprend désormais des mouchoirs en étui, des serviettes de table, des rouleaux essuie-tout et des produits d'hygiène féminine. Arrivé en France en 2002, Renova a

logistique, avec l'ouverture d'un nouvel entrepôt à Torres Novas, opérationnel depuis Avril 2005, un des plus modernes d'Europe. Il s'agit d'un entrepôt d'une capacité de stockage de 24 000 palettes (18 m de hauteur), avec un système de gestion des tâches dirigée, extrêmement innovant. Pour Renova, la logistique est un facteur stratégique :



Dernière campagne de publicité, un peu décalée...

“Pour Renova, le respect de l'environnement est un moyen privilégié pour assurer une croissance durable et garantir un développement cohérent avec notre philosophie”.

rapidement réussi à se faire remarquer des clients et des consommateurs avec des produits innovants, comme le papier hygiénique lotionné ou les essuie-tout colorés, ou encore avec une campagne de communication décalée signée “Le plaisir d'être propre”. Un tel succès que la marque est aujourd'hui présente dans plus de 50 % de la distribution française. Et 130 000 consommateurs potentiels lui sont fidèles.

Environnement, qualité, sécurité/santé
“Pour notre Groupe, le respect de l'environnement est un moyen privilégié pour assurer une croissance durable et garantir un développement cohérent avec notre philosophie”, assure Luis Saramago, directeur du marketing. Cet état d'esprit a conduit Renova à développer une politique environnementale, concrétisée par l'obtention de la certification ISO 14001. En 2004, Renova a même été la première entreprise du secteur à obtenir la “Triple Certification Intégrée” : Environnement, Qualité et Sécurité/Santé. “Nos clients reconnaissent la qualité de notre service et notre souplesse”, poursuit Luis Saramago. Renova emploie 700 collaborateurs qui se répartissent entre les deux usines et le centre logistique de Torres Novas au Portugal ainsi que les directions commerciales de Lisbonne, Madrid, Paris, Bruxelles et Luxembourg. Le Groupe a entrepris d'importants investissements, notamment au niveau de la production, de la formation et de la

en effet, le ratio volume/valeur des produits papier est très élevé. De plus, l'arrivée de Renova sur le marché français a augmenté sa couverture géographique et, du même coup, la complexité de sa distribution : longue distance et temps de transit de plus en plus courts entraînent inévitablement des surcoûts de distribution. *“C'est pour faire face à ce nouveau défi que nous avons confié le transport et la logistique de nos produits à un opérateur logistique tel que le Groupe Norbert Dentressangle, explique Luis Saramago. Nos exigences de service, très élevées, sont aujourd'hui satisfaites. Et nous comptons sur notre partenaire pour nous soutenir dans notre développement européen, notamment en Belgique et au Luxembourg.”*



Connu pour sa modernité, son irrévérance et ses innovations, Renova a lancé en mai 2005 le premier papier hygiénique noir.

Norbert Dentressangle emballe Renova

Depuis 2002, Norbert Dentressangle accompagne Renova sur le marché français. Pour répondre au niveau d'exigence de ses clients français, Renova a confié ses opérations de transport et de logistique à un expert.

Objectif : assurer un développement sans risque, avec un haut niveau de qualité de service. Au menu des solutions proposées par le Groupe : camions complets, multi-stop, groupage avec cross-docking, etc. Cela, avec la garantie du respect des contraintes des clients :

- envois fractionnés,
- respect des rendez-vous,
- horaires stricts,
- respect des livraisons.

Résultats : les produits de Renova accèdent à plus de 50 % des points de vente français, avec notamment une implantation réussie dans les magasins de nos divers clients distributeurs. Pour Renova, son partenaire Norbert Dentressangle assure 30 à 60 expéditions par mois.