

Emballages : repensons notre stratégie !

Steelcase étudie la durabilité de ses emballages dans le cadre d'un atelier pluridisciplinaire

🕒 Lire 6 minutes



Vous avez sans doute déjà été confronté à la situation suivante : un paquet vous est livré devant votre porte. Après avoir ouvert le carton, vous trouvez le produit enveloppé dans du papier kraft et protégé par une couche de papier bulle, le tout maintenu par des bandes de fixation en plastique. Parfois, le carton contient aussi du polystyrène ou des particules de calage.

Sans parler de l'emballage du produit lui-même : du film plastique, encore du carton, et des étiquettes à découper. Et lorsque le produit est fragile, il arrive malgré tout qu'il soit cassé.

Une fois l'objet retiré du carton, vous devez déchirer ce dernier après avoir décollé toutes les bandes adhésives. Il vous faut ensuite trier les autres matériaux et les jeter dans les conteneurs adaptés : le plastique doit être collecté séparément afin d'être acheminé jusqu'à une station de recyclage. Mais soyons francs : la plupart de ces éléments finissent à la poubelle.

De fait, la conception des emballages est aussi importante que celle des produits – les consommateurs le savent bien, et les entreprises en prennent peu à peu conscience.



En février 2020, une équipe constituée de groupes pluridisciplinaires s'est réunie pour étudier le conditionnement de certains produits au regard de différents critères – notamment en matière de qualité, de durabilité et de distribution. L'objectif ? Développer des améliorations susceptibles d'avoir un impact positif sur la planète et sur les clients de Steelcase. Le concept a donné naissance à un atelier ad hoc organisé à Grand Rapids (Michigan).

À cette occasion, des experts de la distribution, du conditionnement, du développement durable et de la qualité, mais aussi des concessionnaires de Steelcase ont déballé ensemble les produits sélectionnés et ont passé au peigne fin la conception des emballages, les matériaux utilisés, les déchets générés et les options en matière d'élimination. Ces discussions ont permis d'identifier des pistes d'innovation pertinentes dans le domaine du conditionnement. Les participants ont noté les points forts et les points faibles de chaque emballage, puis ont désigné les quatre produits présentant selon eux la marge de progression la plus importante, fixant ainsi des priorités pour l'année à venir.

« Combien de matériaux d'emballage utilisons-nous pour chaque produit ? Quel est leur coût ? Quelle proportion de ces matériaux termine sa course à la décharge ? »

Steelcase n'est pas la seule entreprise à intégrer le recyclage à sa réflexion en matière de conception. Dernièrement, Ikea a revu le mode d'expédition de son canapé Ektorp : la société a scindé le colis en plusieurs paquets afin de diviser par deux la quantité de matériaux utilisée, ce qui lui permet d'économiser environ

1,2 million d'euros par an. Autre exemple : en réduisant de façon marginale les dimensions de ses boîtes d'emballage, une entreprise commercialisant des pizzas surgelées parvient quant à elle à économiser plus de 510 000 euros par an. Un emballage bien conçu a des effets positifs dans presque tous les domaines : préservation des ressources, réduction de la quantité de matériaux utilisée, diminution des frais de stockage et de manutention, limitation de la consommation de carburant et des émissions de carbone, baisse du volume de déchets générés par les consommateurs, et meilleure protection du produit jusqu'à son déballage.

Steelcase fait partie des entreprises distinguées par le magazine *Newsweek* pour leur engagement en matière environnementale, sociale et de gouvernance, mais nous nous fixons des objectifs de plus en plus ambitieux. Ainsi, Steelcase a récemment annoncé avoir atteint la neutralité carbone et entend réduire de manière drastique ses émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030, conformément aux préconisations des climatologues.

L'entreprise s'efforce de développer des solutions permettant d'identifier et d'utiliser des matériaux plus écologiques en vue d'éliminer les plastiques à usage unique dans les emballages. En outre, nous savons qu'en augmentant la proportion de contenu recyclé dans nos emballages, nous contribuons de manière significative à l'économie du recyclage – c'est la raison pour laquelle nous visons 100 % de contenu recyclé dans quasiment tous les emballages à usage unique.

[En savoir plus sur notre engagement en faveur du développement durable.](#)

En Europe, les départements de l'entreprise dédiés au développement durable mettent tout en œuvre pour devancer la réglementation européenne en matière de conditionnement.

Erich Craciun, chef de projet Ingénierie de Steelcase basé à Munich, a entendu des concessionnaires et des clients se plaindre de la quantité de déchets générés lors de certaines installations, notamment celles des surfaces de travail Ology. Selon ses calculs, l'emballage de chacune de ces surfaces représente environ 2,5 mètres de mousse, 8 mètres de film étirable, 4 angles de protection en plastique – et 4 minutes de déballage. Au lieu de plaider pour une simple réduction des matériaux utilisés, par exemple par le biais d'une mousse plus fine, Erich Craciun défend une approche totalement différente : il préconise le recours au « profilé U », constitué à 100 % de carton laminé, qui peut se coller ou s'attacher au produit. Au moment du déballage, il tombe simplement sur le sol. Erich Craciun propose une analogie évocatrice : « On peut penser à un bon rôti mijoté, dont la viande se détache presque toute seule de l'os ». Il ne s'agit pas d'améliorer les processus existants, mais de résoudre un problème de manière novatrice.

Erich Craciun a également expérimenté les emballages collectifs : au lieu de charger et de décharger huit piètements, huit surfaces de travail et huit connecteurs – conditionnés individuellement –, les opérateurs ont rassemblé toutes les pièces sur une même palette. La durée de chargement et de déchargement d’une remorque entière est passée d’environ deux heures à 30 minutes, et la qualité du produit a été mieux préservée du fait de l’allègement des processus de manutention et de conditionnement, ce qui a permis de réduire le coût du recyclage. « Notre réflexion doit embrasser l’ensemble du cycle de vie du produit, souligne le chef de projet. Nous devons adopter une stratégie de conception orientée vers le recyclage. »

En impulsant ces changements et en lançant d’autres initiatives similaires, notamment un plan sur deux ans de réduction du plastique sur le marché allemand, Erich Craciun a fait des émules dans d’autres pays. Ainsi, des collègues tchèques et espagnols lui demandent conseil pour pouvoir reproduire ces expériences localement. Car il est grand temps d’explorer le champ des possibles dans un domaine trop souvent négligé.

Tous les projets développés dans le cadre de l’atelier de Grand Rapids ne sont pas encore opérationnels, mais des progrès significatifs ont déjà été réalisés. Parmi les initiatives proposées, on peut citer l’élimination d’environ 6 000 kilos de bois par an dans un emballage, et la suppression des blocs de mousse PPE dans un autre, laquelle a permis d’obtenir un conditionnement composé à 99 % de carton et de faciliter ainsi son recyclage. Ces initiatives sont en cours de mise en œuvre sur les sites de production. « C’est une victoire pour Steelcase, pour l’environnement et pour nos concessionnaires », se réjouit Casey Dupuie, responsable des opérations dans le cadre de la stratégie carbone de Steelcase et organisatrice de l’atelier. Ces changements apportés au stade de la conception permettent à Steelcase de réaliser environ 170 000 euros d’économies par an, d’abandonner les blocs de mousse en plastique à usage unique, et de créer des emballages plus facilement recyclables.

Les équipes se concentrent désormais sur d’autres produits afin de développer de nouveaux processus innovants dans le domaine du conditionnement. Les projets suivants font partie de leurs priorités :

- Créer des emballages collectifs pour les écrans en vue d’éliminer la mousse et le film étirable.
- Étudier l’opportunité et la possibilité d’empiler de grands canapés dans des conteneurs afin d’optimiser les mètres cubes disponibles et de réduire les émissions liées au transport.
- Réduire les blocs de mousse en plastique à usage unique dans un autre emballage de Steelcase.

Bientôt, un nouvel atelier sera organisé afin de passer d’autres produits en revue. Comme le note Erich Craciun, « ces innovations nous permettent d’agir simultanément sur plusieurs fronts : nous réalisons des économies, nous contribuons à préserver la planète et nous offrons un service optimal à nos clients ». Une réussite sur tous les tableaux !