



FAITES DE L'EMBALLAGE UN GISEMENT DE VALEUR !

Webinaire
13 mars 2018



ayming

business
performance
consulting

Operations
performance



Gilles Cyprès
Senior Manager



Dominique Marghieri
Consultant Senior
Expert marketing



Bertrand Plauchu
Consultant Senior
Expert déchets



Sommaire

- 1. Le monde des emballages : chiffres-clefs**
- 2. L'emballage : une évidence ?**
- 3. Deux expériences clients**
- 4. Enseignements et perspectives**



1. Le monde des emballages : chiffres-clefs

2. L'emballage : une évidence ?

3. Deux expériences clients

4. Enseignements et perspectives



Le marché de l'emballage en quelques chiffres (papier, carton, plastique, verre, bois, métal)



500 milliards €



100 milliards €



23 milliards €

Taux de croissance annuel depuis 2010 : **4,2%**

En 2018, l'Europe devrait atteindre **1043 milliards d'unités**
d'emballages **consommés**



La France et l'emballage



3ème exportateur mondial d'emballages



1 500 entreprises



115 000 personnes



Le papier et le carton représentent **31 %** des matériaux facturés soit un marché est de **7,13 milliards €**



Maintien en volume des **emballages carton** via le développement du **e-commerce**

Le recyclage des emballages en France



88 % des 4,8 Mt d'emballages **papier & carton** sont recyclés,
contre



23 % seulement des 2 Mt d'emballages **plastiques**

... il reste des millions de tonnes à traiter





Sommaire

1. Le monde des emballages : chiffres-clefs

2. L'emballage : une évidence ?

3. Deux expériences clients

4. Enseignements et perspectives

2

L'emballage doit concilier une multiplicité d'attentes



- **Protection de la valeur** du contenu
(intégrité du produit)



- **Identification du produit**



- Valorisation **de l'image de l'entreprise**



- **Économie de la ressource**



Que veut dire « optimiser les emballages » ?

- ✧ Les spécifications techniques
(papiers utilisés, formats, juste qualité)
- ✧ La création
- ✧ La mise en forme
- ✧ Le taux de remplissage
- ✧ Le poids transporté
- ✧ Les rebuts transport
- ✧ Le coût...



Les entreprises n'optimisent souvent qu'un ou deux de ces aspects quand ils définissent leurs emballages



Sommaire

1. Le monde des emballages : chiffres-clefs
2. L'emballage : une évidence ?
- 3. Deux expériences clients**
4. Enseignements et perspectives

3



Un créateur talentueux qui travaille seul

Notre client :

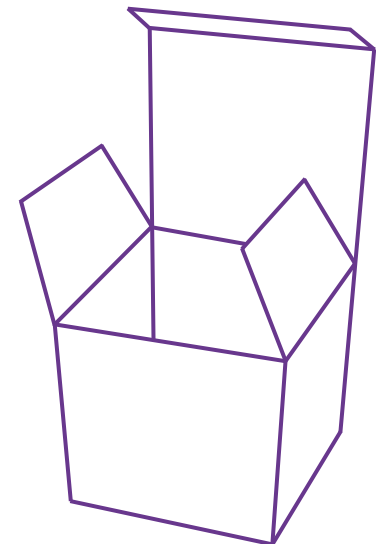
☀ Luxe – Lancement d'un nouveau parfum

Historique :

☀ Dans sa création, le concepteur du flacon n'anticipe pas les aléas logistiques

Conséquence et retour du terrain :

- ☀ Un incident est signalé dès les premières livraisons :
- ❖ *Le flacon n'est pas stable*
 - ❖ *il a basculé dans l'étui carton durant le transport*





La solution d'urgence

Réunion de crise :

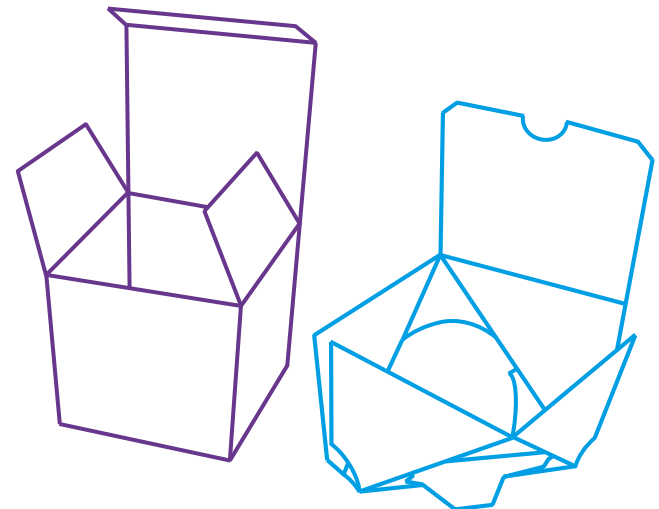
- ⚡ Il faut livrer et vendre
- ⚡ On ne peut pas recréer un nouveau flacon

Action corrective :

- ⚡ « Rationnelle »
- ⚡ A priori la plus logique : ajout d'un calage

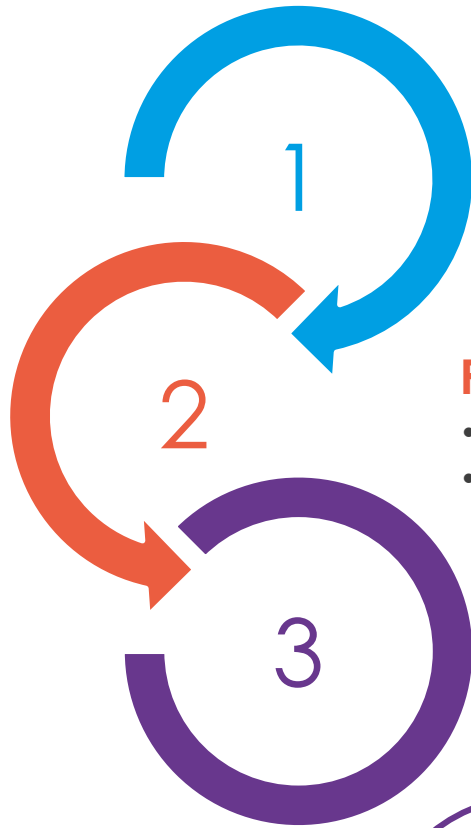
Conséquence :

- ⚡ Une solution qui fonctionne
- ⚡ Mais qui coûte cher en surcoûts





Une solution satisfaisante à coût réduit a été définie en analysant l'ensemble des contraintes avec le concours d'un fournisseur expert



Analyse de la valeur

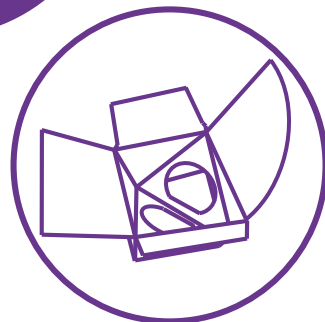
- Analyse fonctionnelle
- **Diagnostic** des coûts matière, main d'œuvre, transport, déchets...

Re conception

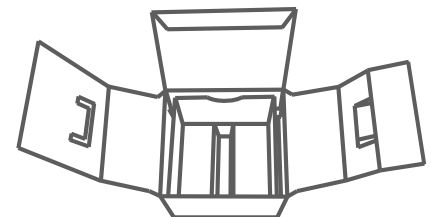
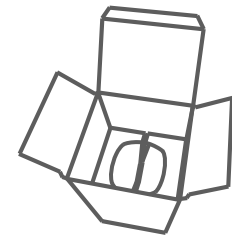
- Recherche de solutions avec intégration de fonctions
- **Variantes** de conception

Mise au point

- **Ajustements** chez le fournisseur
- **Test sur ligne** de conditionnement

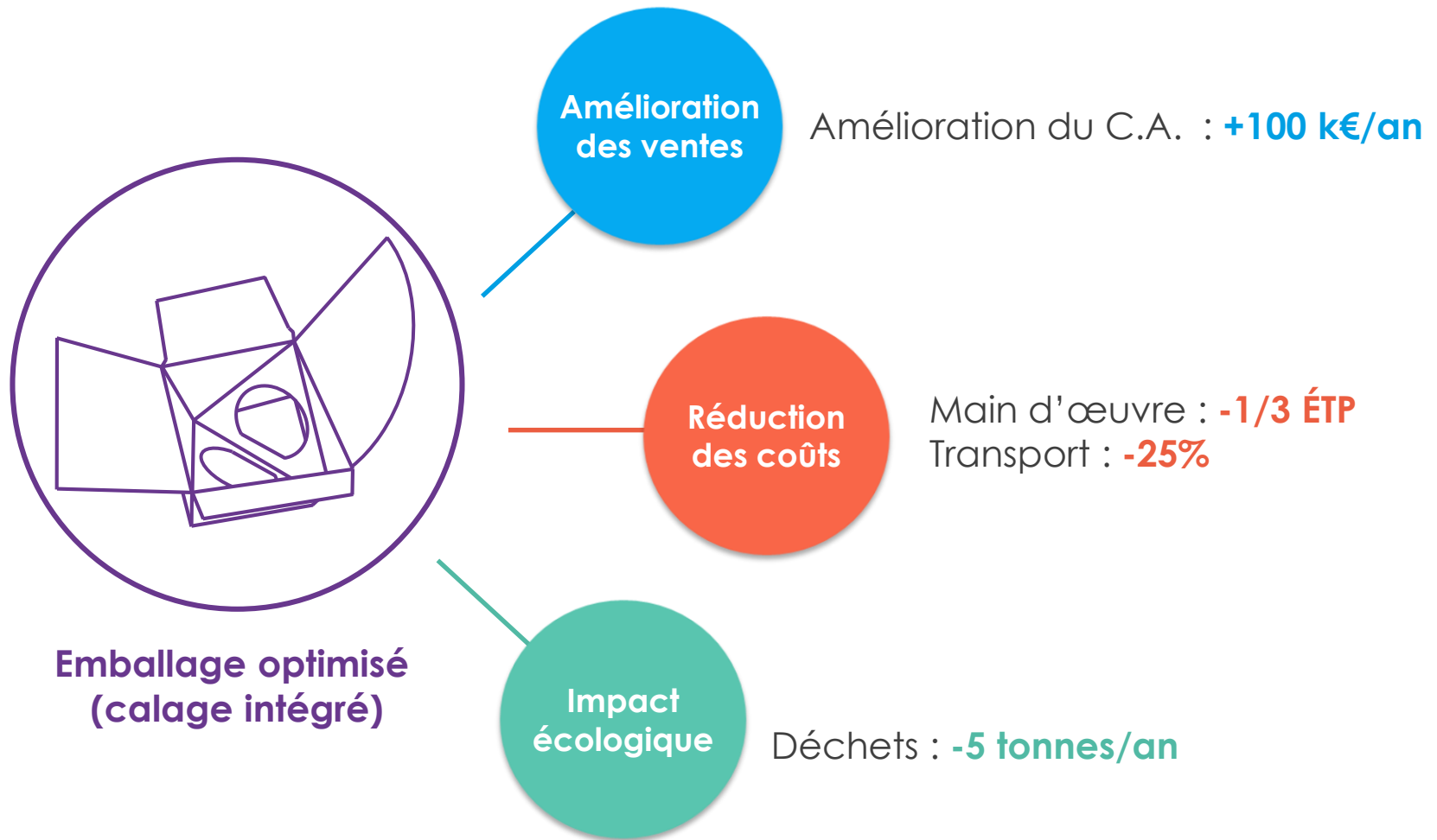


Emballage optimisé
(calage intégré)





Les bénéfices de l'optimisation





Le conditionnement alimentaire : une « usine à emballages »

Secteur d'activité

- ✧ Conserverie - plus de 20 sites en France

Contexte

- ✧ Chaque site génère une grande quantité de déchets
- ✧ Déconditionnement / reconditionnement (qui prend par ailleurs du temps)
- ✧ Des emballages mais aussi des produits finis ou semi-finis éliminés dans le process

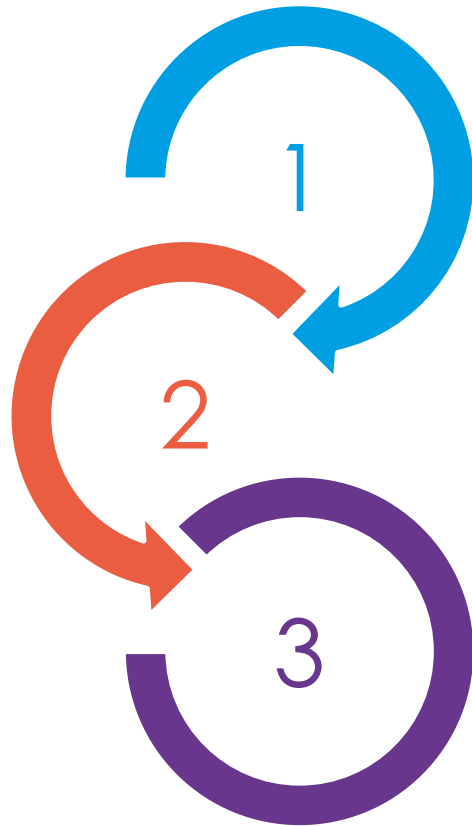
Problématique

- ✧ Volonté de rationaliser et d'optimiser la gestion des déchets sur tous les sites





D'un travail sur les emballages vers l'identification des gaspillages



Analyse de la valeur

- Reconstitution des coûts complets réels sur toute la chaîne
- Identification des inducteurs de coût / de surconsommation
- Recherche de leviers de réduction en amont comme en aval

Mise en œuvre

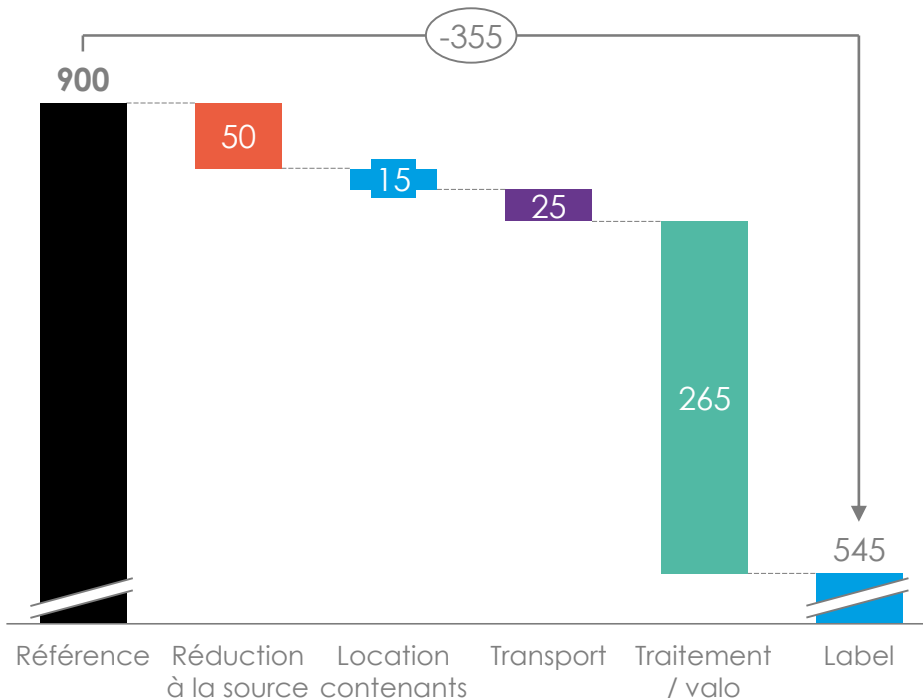
- **Optimisation du poste déchets** en travaillant sur :
 - ✓ *les sources de surconsommation*
 - ✓ *le poids et le volume des emballages*
 - ✓ *le panel fournisseurs*
 - ✓ *Le retour des emballages chez le fournisseur*

Bilan et Mesure des résultats

- Près de 40% de réduction de coût
- Analyse mettant en lumière des coûts cachés sous forme de pertes de matière et de gaspillages dans le process



Des gains substantiels, et le début d'une réflexion nouvelle



... d'abord sur les coûts directs

- ⚡ **Réduction à la source** suite à la quantification des pertes (par mélanges, souillures...)
- ⚡ **Mise en place de process** tel que le tri des déchets en amont
- ⚡ **Circuit de collecte** optimisé
- ⚡ **Augmentation de la valeur de rachat** en supprimant un intermédiaire de traitement

... mais aussi sur les coûts complets !

- ⚡ **Élargissement de l'étude (en cours)** aux pertes de matière, de valeur ajoutée, d'énergie... et aux coûts répartis influencés par les flux de matière

... Mais ceci est une autre histoire!



Sommaire

1. Le monde des emballages : chiffres-clefs
2. L'emballage : une évidence ?
3. Deux expériences clients
4. Enseignements et perspectives

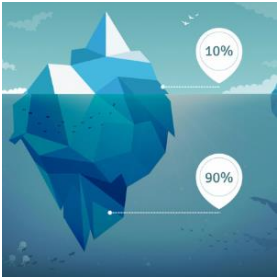
4



Enseignements & perspectives sur l'emballage



Le « bon sens » : partir de l'aval.
Raisonner dès la conception en termes de recyclabilité ou facilité de traitement (économie circulaire)



Se doter d'**une vision globale** via

- une méthode rigoureuse pour prendre en compte TOUTES les fonctions à satisfaire
- la participation de toutes les parties prenantes



S'appuyer sur l'écosystème en mettant à profit les compétences des fournisseurs et prestataires
faire appel à leur capacité d'innovation



Des questions ?



ayming

Operations
performance

A photograph of a modern building at night. The building has a curved glass facade that reflects the city lights. In the foreground, there is a curved walkway with a wooden handrail and a glass railing. The walkway is illuminated, and several people are walking on it. The sky is dark, and the building's windows are lit up.

Merci pour votre attention

Pour toutes questions additionnelles,
operationsperformance@ayming.com

