



# 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**



**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 :

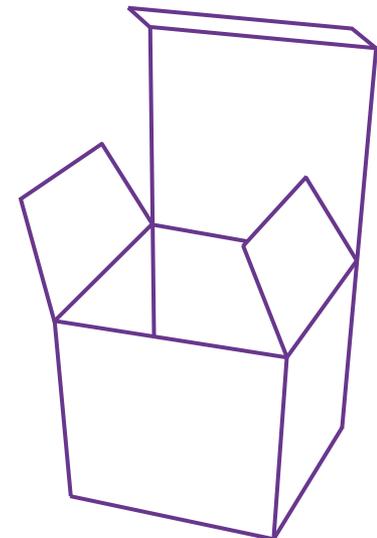
☀ Luxe – Lancement d'un nouveau parfum

### 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 :

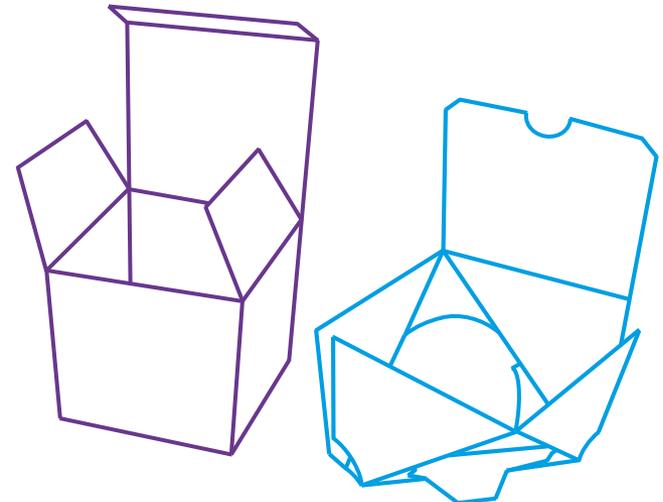
- ⚡ Il faut livrer et vendre
- ⚡ On ne peut pas recréer un nouveau flacon

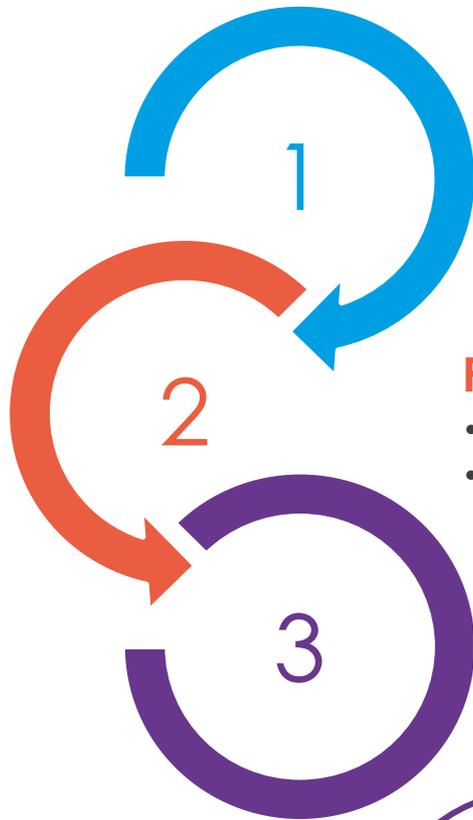
### Action corrective :

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

### Conséquence :

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





## Analyse de la valeur

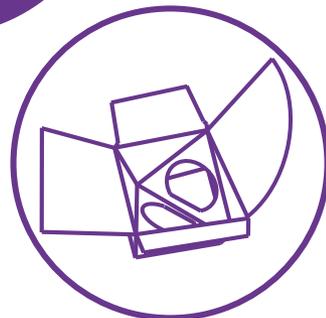
- Analyse fonctionnelle
- **Diagnostic** des coûts matière, main d'œuvre, transport, déchets...

## Re conception

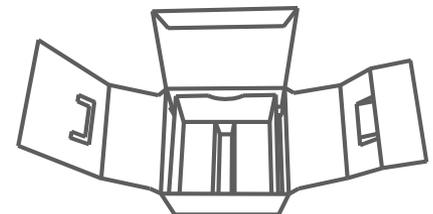
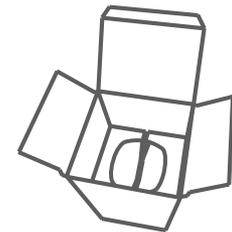
- Recherche de solutions avec intégration de fonctions
- **Variantes** de conception

## Mise au point

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

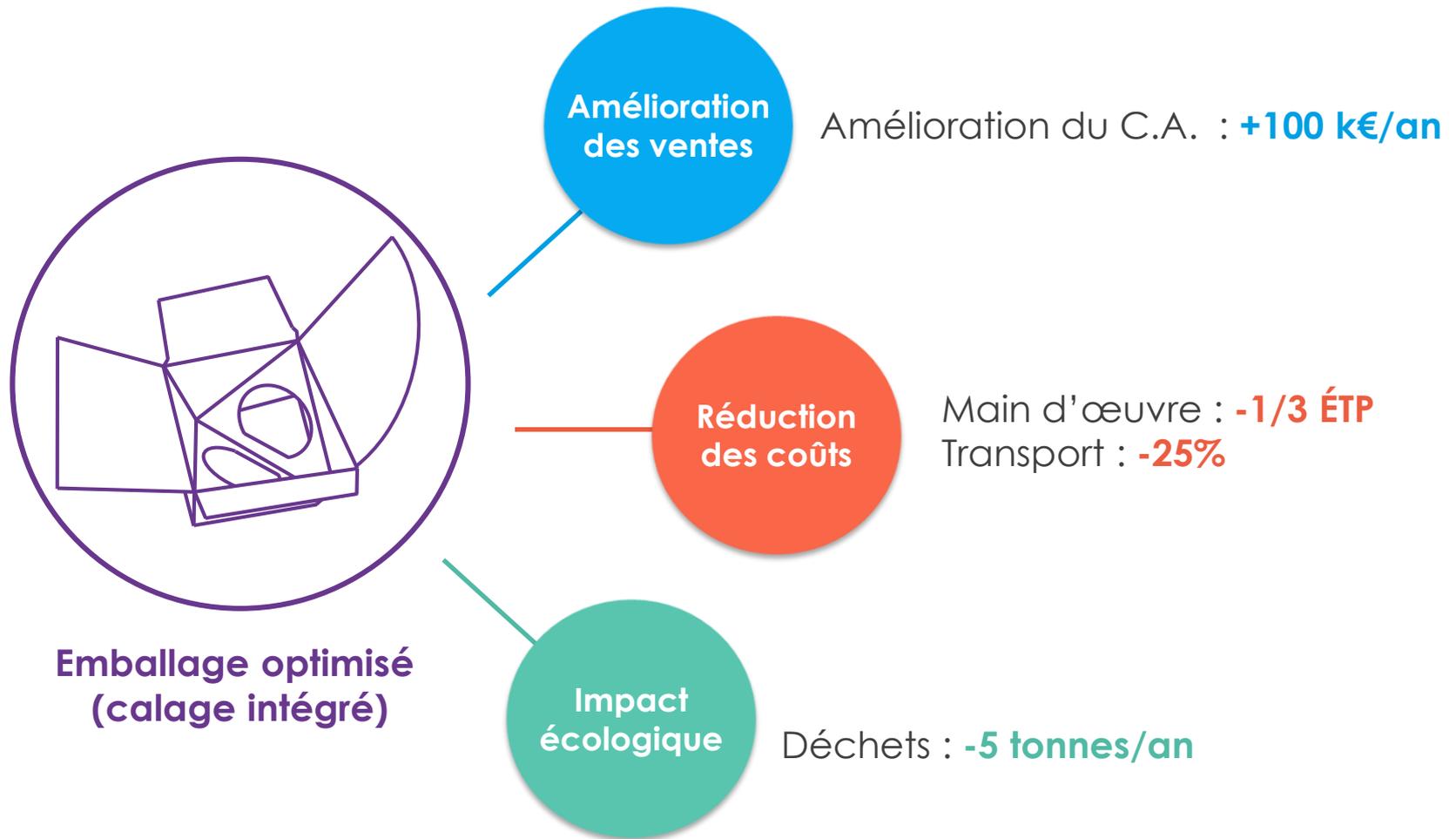


Emballage optimisé  
(calage intégré)





## 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

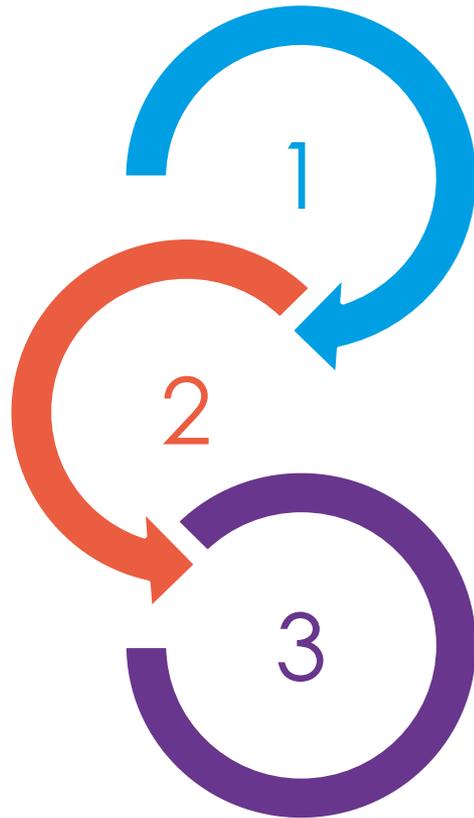
### Problématique

- ✧ 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

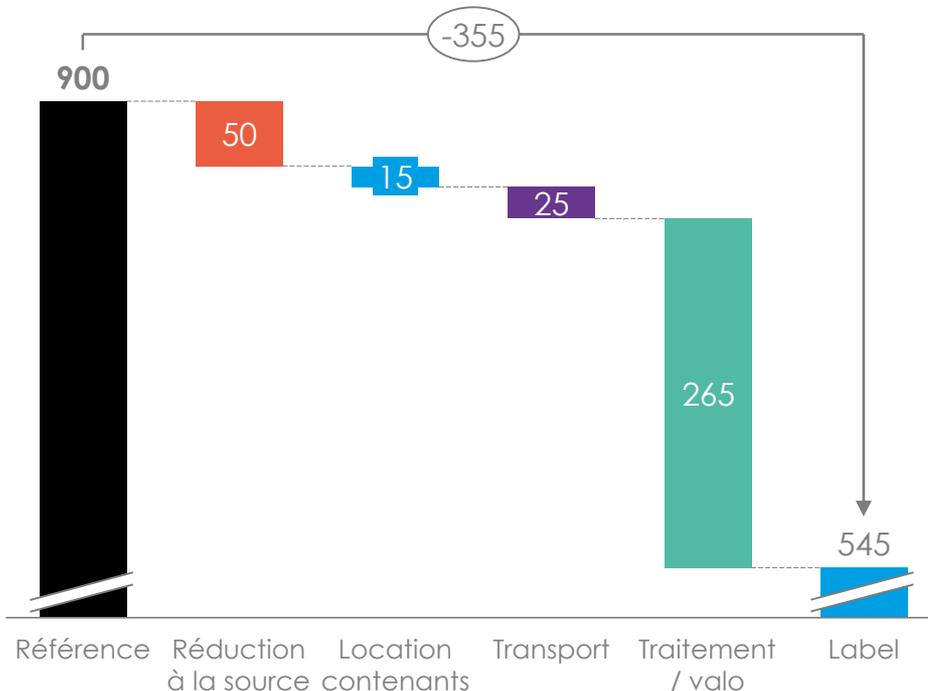
- **Optimisation du poste déchets** en travaillant sur :
  - ✓ *les sources de surconsommation*
  - ✓ *le poids et le volume des emballages*
  - ✓ *le panel fournisseurs*
  - ✓ *Le retour des emballages chez le fournisseur*

## 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)

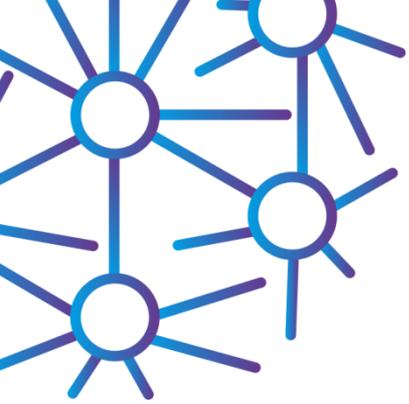


Se doter d'**une vision globale** via

- 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 with a curved glass facade at night. The building's interior lights are visible through the glass. In the foreground, there is a curved walkway with a wooden handrail and a metal railing. The walkway is illuminated, and the silhouettes of people walking are visible. The sky is dark, and the building's facade is lit up.

**Merci pour votre attention**

Pour toutes questions additionnelles,  
[operationsperformance@ayming.com](mailto:operationsperformance@ayming.com)

