

REPENSEZ VOS CHOIX D'EMBALLAGES ET D'IMPRIMÉS

La trousse OptimEco s'adresse aux gestionnaires et aux décideurs intéressés par la mise en œuvre d'une démarche d'écoconception des emballages et imprimés et par ses bénéfices économiques, environnementaux et réputationnels.

La trousse OptimEco offre des outils essentiels : des arguments solides pour mobiliser vos équipes et vos partenaires et des pistes concrètes pour vous engager, dès maintenant.



Qu'est-ce que l'écoconception?

L'écoconception, c'est un levier stratégique pour utiliser de meilleures pratiques de production et générer des retombées positives en lien avec vos objectifs d'affaires.

L'OPTIMISATION, EN BREF

Plusieurs moyens sont bons pour optimiser le développement de vos emballages et imprimés. De la diminution de la masse et du volume, au choix de matériaux, en passant par la gestion de fin de vie de votre emballage : plus question de passer à côté de processus améliorés et des occasions d'affaires qui y sont associées!

L'ÉCOCONCEPTION, EN BREF

Une démarche d'amélioration permettant de réduire l'empreinte environnementale d'un emballage, durant tout son cycle de vie, soit de sa conception à la fin de sa vie utile. Elle intègre des critères environnementaux tels que la réduction de matières vierges, l'introduction de matières recyclées ou la recyclabilité des emballages.



Et ses bénéfices?

Les bénéfices de l'écoconception sont nombreux : pour l'entreprise qui l'applique, pour le consommateur désireux de faire des choix responsables et pour la société en général. Un véritable choix gagnant à tous les égards, comportant des retombées positives et concrètes!

BÉNÉFICES ÉCONOMIQUES

L'écoconception des produits emballés: une démarche rentable qui peut augmenter vos marges bénéficiaires de 12 % par rapport à celles des produits conventionnels¹.

PLUS DE **12%**

- Réduction** des coûts d'approvisionnement en matières premières
- Réduction** des coûts de transport et de distribution
- Réduction** des coûts de gestion de fin de vie
- Réduction** des pertes de produits
- Réduction** des coûts d'énergie

BÉNÉFICES CONCURRENTIELS ET LIÉS À LA RÉPUTATION

Les consommateurs à l'échelle planétaire identifient l'emballage plus écologique comme l'une des deux principales caractéristiques pour lesquelles ils sont disposés à payer davantage².



- Réponse aux attentes des consommateurs
- Adaptation aux futures réglementations
- Renforcement du positionnement
- Développement d'une culture d'équipe et rétention du personnel
- Promotion de l'innovation et de l'amélioration continue
- Différentiation de vos emballages et imprimés
- Amélioration de votre capacité à répondre aux exigences environnementales
- Amélioration des relations avec vos fournisseurs

BÉNÉFICES ENVIRONNEMENTAUX

L'accompagnement d'entreprises en écoconception offert par l'organisme anglais WRAP (Waste and Resources Action Programme) a permis d'éviter la production de 6,6 millions de tonnes de GES (soit l'équivalent de retirer 2,2 millions de voitures sur la route pendant 1 an) et d'éviter la production de 12,6 millions de tonnes de matières résiduelles³.

12,6 MILLIONS DE TONNES DE MATIÈRES RÉSIDUELLES ÉVITÉES

- Réduction** de la quantité de matières nécessaires
- Réduction** des besoins en énergie
- Réduction** des impacts sur la santé humaine et sur les écosystèmes
- Augmentation** de la recyclabilité et diminution de l'enfouissement
- Augmentation** de la durée de vie du produit
- Réduction** des impacts grâce à l'ajout de matière recyclée



Comment passer à l'action?

Implanter une démarche d'écoconception au sein de votre entreprise est plus simple qu'il n'y paraît. L'important, c'est de connaître les bonnes étapes à franchir!

CONSIDÉRATIONS D'AFFAIRES

LES EFFORTS REQUIS

L'écoconception des emballages demande l'implication de plusieurs fonctions dans l'entreprise, avec l'appui et l'orientation de la direction. Les fonctions qui doivent être impliquées de près ou de loin tout au long du processus de développement de produits sont principalement le marketing, la R&D, la production et les approvisionnements. Certaines grandes entreprises vont dédier des personnes spécifiquement à l'innovation responsable et à l'écoconception. Plus fréquemment, la démarche se fait avec les équipes existantes de développement de produits, en intégrant des critères environnementaux au processus de conception. Des spécialistes externes peuvent au besoin compléter les expertises internes.

L'INVESTISSEMENT REQUIS

De nombreux programmes d'aide sont disponibles pour aider les entreprises à mettre en œuvre l'écoconception dont des subventions, des programmes de formation et d'accompagnement ainsi que certains projets et outils spécialisés destinés aux entreprises.

LE TEMPS REQUIS

Il faut prendre le temps de faire un état de la situation, d'identifier les pistes d'amélioration et les solutions potentielles. Ce processus de mise en œuvre, d'apprentissage et de développement des connaissances demande d'investir du temps et, peut-être, d'aller chercher des partenaires pour aider à lancer l'initiative. Il n'est pas nécessaire de transformer de fond en comble toutes les pratiques dès la mise en œuvre d'une initiative, mais plutôt de mettre en place les bases qui seront structurantes, appuyées sur une vision claire. Lorsqu'une entreprise intègre et maîtrise l'écoconception, sa mise en œuvre ne devrait pas ralentir le processus de développement de produits. L'écoconception peut stimuler l'innovation, et un bon processus permettra d'améliorer la qualité du produit développé, de limiter les modifications tardives et donc de réduire les temps de mise en marché. Pour assurer la pérennité de l'écoconception dans l'entreprise, il est important d'intégrer l'initiative dans les pratiques de gestion de l'innovation et de l'aborder comme un projet d'amélioration continue.

COMMENCEZ VOTRE DÉMARCHÉ

Si l'optimisation des emballages et imprimés est l'objectif à atteindre, l'écoconception constitue pour sa part la route à suivre pour y arriver.

1 ÉVALUER votre situation initiale

Qu'on pense à vos objectifs, à votre secteur d'activité ou tout simplement à vos produits emballés et imprimés, prenez le temps de faire un bref survol de votre situation actuelle.

2 IDENTIFIER les stratégies d'écoconception à adopter

L'écoconception comporte quatre stratégies visant à améliorer chaque étape de votre production. Ces stratégies vous permettent d'optimiser l'approvisionnement, la conception, la recyclabilité et de bien communiquer votre démarche! Pour vous aider à vous y retrouver, nous avons identifié les principales actions à entreprendre selon les quatre grandes stratégies d'optimisation et d'écoconception.

STRATÉGIE 1 - Adopter des critères d'approvisionnement responsable

Engagez vos fournisseurs dans votre démarche de recherche de solutions écoresponsables.



Le choix des matériaux (matières)



Choisir des matériaux recyclés

STRATÉGIE 2 - Optimiser la conception

Utilisez la bonne quantité de matières pour protéger vos produits, en considérant les emballages primaire, secondaire et tertiaire.



Repenser l'emballage



Penser l'emballage pour la logistique et le transport



Réduire les impacts de la consommation d'énergie



Améliorer l'expérience consommateur

STRATÉGIE 3 - Améliorer la gestion de l'emballage en fin de vie

On vise à minimiser, et même à éviter, les impacts environnementaux associés à la fin de vie des emballages et imprimés.



Réutiliser l'emballage



Améliorer la recyclabilité

STRATÉGIE 4 - Communiquer sa démarche

Pour un processus d'écoconception réussi, la communication est un élément clé.



Diffuser de l'information à l'interne



Communiquer aux consommateurs



Dialoguer avec les fournisseurs

3 DÉVELOPPER un nouveau concept d'emballage

Pas besoin de chercher très loin pour revoir vos emballages: parfois, quelques changements simples font toute la différence! La révision d'une ligne de produits ou le développement d'une nouvelle gamme, par exemple, constituent des occasions à saisir pour y intégrer une démarche d'écoconception et générer de nouvelles idées!

4 COMMUNIQUER pour faire connaître vos améliorations et vous différencier

Il est temps de présenter vos nouveaux emballages et imprimés, revus selon les stratégies d'écoconception choisies. Pour valoriser vos emballages améliorés, mettez de l'avant vos initiatives et leurs retombées pour informer et fidéliser votre clientèle.