

REGROUPEMENT

QUAND LA RATIONALISATION GUIDE LES DÉVELOPPEMENTS

Fonction aux contours multiples, le regroupement fait face à des enjeux environnementaux et économiques.



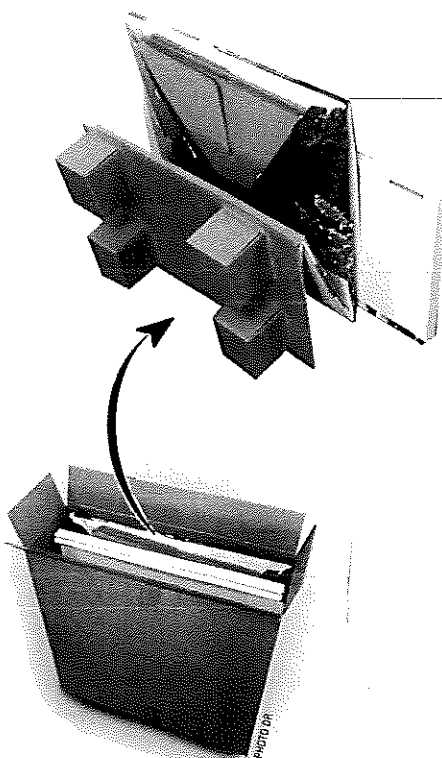
Regrouper pour vendre, regrouper pour promouvoir, regrouper pour séduire, regrouper pour transporter, regrouper pour protéger : dans le domaine de l'emballage et du conditionnement, les fonctions du regroupement sont multiples et variées. Mais un axe de progrès commun peut réunir ces différentes dimensions : la rationalisation. Tant en termes de protection de l'environnement que de logistique ou de coûts, la rationalisation permet, en effet, d'optimiser la fonction de regroupement.

Largement tournés vers les opérations de promotion, les prestataires en copacking font ainsi face à un paradoxe : ils ajoutent le coût – notamment en main-d'œuvre – que constitue la préparation de matériels pour la promotion sur le lieu de vente (PLV) ou la mise sous film de lots alors que le produit doit être vendu moins cher.

Paradoxe

La rationalisation peut alors porter sur la logistique. Sous la bannière Promo Services, DHL Supply Chain a réorganisé ses activités de logistique promotionnelle. Aujourd'hui, le site de Briare (Loiret) est l'une des plus importantes plateformes françaises entièrement dédiée au métier du conditionnement et aux impératifs logistiques du marketing. Quelque 12000 mètres carrés d'ateliers sont consacrés à la préparation des opérations de logistique promotionnelle. Et, dans le cadre d'un partenariat, STI, fabricant de PLV, livre désormais ses produits à plat tandis que DHL se charge du montage, du remplissage et de la livraison.

Quant au logisticien FM Logistic, il a construit, avec ses Pack Center, une offre en copacking entièrement tournée vers la rationalisation grâce à la mutualisation des flux. Et le logisticien compte sur le développement des palettes en carton ondulé



PLIABLE

Innélia Design et Conseil a imaginé un concept de PLV pliables et personnalisées aux couleurs de la marque qui se montent en trente secondes et se remplissent directement sur le point de vente. L'étape de copacking est supprimée.

en intercouches pour éviter le poids des palettes en bois. Un sujet suivi de prêt par DS Smith Packaging France (DS Smith) dont la palette Kaypal est inscrite dans un programme pilote. Société de conseils en développement d'emballage implanté à Saint-Étienne (Loire), Innélia Design et Conseil, nouvelle identité d'EFC Saint-Étienne, a imaginé un concept de PLV pliables, personnalisées aux couleurs de la marque et montables en trente secondes. Une solution qui permet de remplir les PLV directement sur le lieu de vente en fonction du débit de vente. «La marque ne gère plus qu'un seul flux de production, le remplissage étant assuré par la force de vente à partir d'un stock présent dans le magasin. Le distributeur n'a plus à stocker et traiter les PLV», explique Nicolas Salah, fondateur d'Innélia. L'étape de copacking est donc supprimée.

Mais l'emballage de regroupement fait

aussi face aux enjeux de protection de l'environnement et à la perception du consommateur. Entre suremballage, emballage inutile et gaspillage, l'emballage de regroupement doit impérativement justifier sa fonction. C'est en tout cas la position du Conseil national de l'emballage (CNE) qui met le critère de l'acceptabilité de l'emballage, notamment par les consommateurs, au centre de la réflexion. La réduction à la source constitue alors une piste de progrès importante : chez Krones, le LitePac, plus particulièrement destiné aux packs de bouteilles d'eau cintrées, se présente ainsi comme une alternative au film. Et faut-il encore rappeler que Danone a entrepris de réduire ses étuis en carton de regroupement de pots de yaourt ?

Quant à l'optimisation de l'emballage de regroupement en carton ondulé, c'est le cheval de bataille des cartonniers. DS Smith Packaging est en mesure de calculer avec son outil informatique le juste emballage en fonction des caractéristiques physiques du produit : comme des bouteilles rigides apportent une meilleure contribution à la résistance à la compression verticale (RCV) que des sachets souples, l'emballage en sera, par nature, différent. Chez Smurfit Kappa, la mise en banque de données de milliers de références permet de concevoir une solution à partir d'une base technique documentée. En outre, en combinant les fonctions logistiques et marketing, les emballages dits prêts-à-vendre (PAV) ou assurant une mise en rayon rapide, associent deux fonctions majeures. La rationalisation. Toujours.

Henri Saporta