

L'HISTOIRE DE RePack

Consommation & Production Zéro Déchet

4

Comment combiner Zéro Déchet et achats en ligne ? Grâce à son système de livraison en circuit fermé, RePack réduit les emballages du commerce en ligne de 96% tout en offrant la même expérience au consommateur qu'avec un emballage jetable. Une solution simple au problème croissant des déchets du commerce en ligne.



De nos jours, il est possible d'effectuer n'importe quel achat partout dans le monde en seulement une poignée de minutes et quelques clics. **Le commerce en ligne a rendu le shopping plus facile que jamais, si bien qu'il devrait devenir le plus grand canal de distribution au monde d'ici 2021** (Euromonitor International). Le mode de vie très actif des consommateurs est moteur de cette croissance car il les pousse à opter pour la solution la plus pratique possible. Selon un rapport d'Eurostat, 69% des internautes de l'UE ont effectué des achats en ligne en 2018.

Faire des achats sans se rendre en boutique constitue en effet un gain de temps considérable. Toutefois, **l'impact environnemental associé à ces achats devient de plus en**

plus important, le système de livraison et d'expédition actuel produisant énormément de déchets d'emballages.

Acheter sur internet nécessite l'utilisation de beaucoup d'emballages, notamment du papier bulle en plastique à usage unique, du polystyrène expansé et de nombreuses boîtes en carton : chaque produit doit être soigneusement emballé afin d'être livré au consommateur en toute sécurité. D'après Eurostat, le papier et le carton se placent en première position dans les déchets d'emballages de l'UE avec 41% (soit environ 35,4 millions de tonnes en 2016), suivis par le plastique et le verre (16,3 millions de tonnes chacun en 2016).

Le but de l'emballage est ici de s'assurer que le produit parvienne à l'acheteur en parfait état et serve à l'usage auquel il est destiné. **Mais le commerce en ligne est-il voué à produire autant de déchets ?**

Et s'il était possible de renvoyer l'emballage de la même façon qu'il est arrivé ?

En se penchant sur cette problématique, RePack a su trouver **"une solution très simple à un problème qui ne cesse de s'aggraver"**.

Découvrons ensemble cette belle histoire...

1. <https://blog.euromonitor.com/e-commerce-is-the-fastest-growing-global-retail-channel-through-2022/>
2. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce_statistics_for_individuals&oldid=270353
3. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Packaging_waste_statistics



LE CONTEXTE

En 2011, les fondateurs de RePack ont créé une agence de design durable en Finlande afin de combiner analyse de durabilité et design industriel. C'est en travaillant sur un projet avec la poste finlandaise, après avoir passé de nombreuses heures dans les entrepôts à observer les tonnes d'emballages jetables être livrés pour une utilisation unique avant d'être jetés, qu'ils ont réalisé l'ampleur croissante du problème des déchets d'emballages.

Frustré par la quantité de déchets générés, Juha Mäkelä, designer en chef de RePack, a eu **l'idée d'appliquer le système finlandais de consigne des bouteilles avec lequel il a grandi aux emballages du commerce en ligne.**

Pour lui, ce système d'utilisation et de retour devait donc être aussi simple pour les emballages du commerce en ligne que pour les bouteilles. Malgré les nombreuses critiques, Juha a toujours cru en son idée. Avec le soutien des autres fondateurs, il a développé un modèle d'entreprise innovant, connu aujourd'hui sous le nom de RePack.

PREMIÈRES ÉTAPES ET DÉFIS

Bien que l'idée naquit fin 2011, il fallut deux ans avant que le projet soit mis sur le marché, le temps pour les fondateurs de comprendre comment leur système d'emballages réutilisables pouvait prendre vie et fonctionner dans la pratique.

L'élaboration du modèle économique a été le premier défi à relever. Comment récupérer l'emballage après utilisation? Comment fonctionnerait le système? Comment le mettre en place? Comment l'étendre? Comment le vendre et le développer? Où trouver un marché? Il s'agissait ensuite de trouver les meilleurs matériaux, dimensions et formats pour le design de l'emballage en lui-même.

Ce ne sont là que quelques-unes des problématiques auxquelles les créateurs de RePack ont dû répondre afin d'aboutir à un système d'emballages réutilisables unique en son genre.

RePack a finalement signé ses tout premiers contrats en 2013 avec une marque de vêtements durables et une marque finlandaise de plein

air qui ont testé leurs premiers modèles.

Bien que le design de leurs emballages ne fût pas optimal, leur idée a tout de suite plu aux clients - à tel point qu'ils ont obtenu la note moyenne de 9,5 sur 10 pour leur service.

Les fondateurs ont alors réalisé que leur projet parlait aux personnes désireuses de réduire leur impact environnemental, à la recherche de solutions plus respectueuses de l'environnement. Encouragés et stimulés par les retours sur cette première expérience, ils se sont à nouveau penchés sur le design de leurs emballages.



D ÉBALLAGE DU SYSTÈME REPACK - COMMENT ÇA MARCHE ?

Le design de l'emballage:

Les emballages réutilisables RePack, composés de polypropylène durable et recyclé, sont disponibles en trois tailles différentes. Ils ont été pensés pour être facilement repliés au format lettre une fois vides et durer au moins 20 cycles d'utilisation.

Mais RePack n'est pas seulement un emballage réutilisable, c'est aussi un service qui garantit la livraison de l'emballage et son retour grâce à un système de récompense.

Le fonctionnement du système :

À l'achat d'un produit dans une boutique partenaire de RePack, le consommateur peut opter pour la livraison en RePack. Il paie alors un petit acompte pour la livraison

et son retour (environ 3,50 €), qui sera remboursé sous forme de bon de réduction pour un prochain achat.

Après réception du colis, la fermeture peut facilement être détachée et le RePack vide être plié en format lettre. Le client n'a plus qu'à déposer gratuitement le RePack dans une boîte aux lettres n'importe où dans le monde. Il retourne de cette manière au centre logistique de RePack pour le préparer à une nouvelle utilisation.

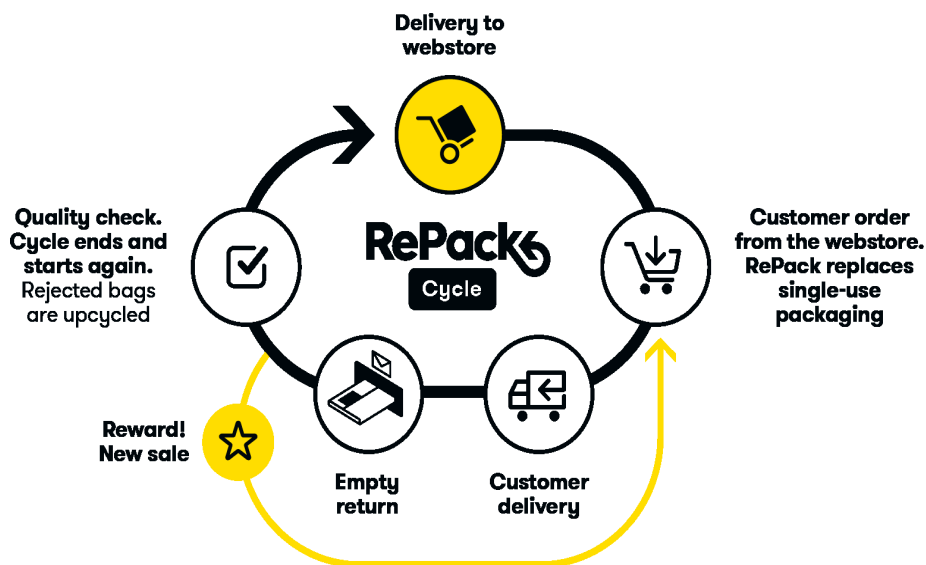
Une fois l'emballage renvoyé, le client reçoit par e-mail un bon d'achat utilisable dans n'importe quelle boutique en ligne partenaire de RePack, et ce, même si le client souhaite retourner l'article, avec pour seule condition qu'il soit renvoyé dans le RePack. Pour ce faire, il suffit de sceller l'emballage à l'aide de l'autocollant situé à

l'intérieur du colis - sur lequel figure déjà l'adresse de retour - et de le déposer dans une boîte aux lettres.

Le véritable avantage du système RePack repose sur le fait que la vie de l'emballage ne s'arrête pas à son arrivée chez le client, contrairement à la plupart des emballages à usage unique utilisés pour la livraison de marchandises.

L'emballage récupéré par RePack est ensuite soumis à un contrôle qualité au centre logistique de RePack pour être nettoyé puis réutilisé. Si le sac est trop endommagé, soit il est upcyclé en un nouveau produit, soit le matériau est recyclé.

4. Pour plus d'informations: https://www.originalrepack.com/files/Package_Presentation_S+M+L.pdf



1. Le client commande un article dans une boutique en ligne. Le RePack remplace l'emballage à usage unique.
2. Livraison
3. Retour du RePack vide
4. Le client reçoit un bon d'achat en récompense
5. Contrôle qualité. Le cycle du RePack recommence. S'il est trop abîmé, il est upcyclé.

LES RÉSULTATS

RePack a été créé avec la conviction que la prévention et la réutilisation sont les meilleures options pour réduire les déchets, et les fondateurs ont réussi à atteindre leur objectif : développer une alternative viable aux emballages jetables du commerce en ligne.

Les colis RePack sont conçus pour être renvoyés et réutilisés, ce qui permet d'éviter des déchets d'emballages jetables à chaque utilisation. Comme chaque RePack peut être réutilisé en moyenne 20 fois, cela signifie **qu'un RePack équivaut à 20 emballages jetables**. En 2017, ce sont environ 20.000

RePacks qui ont été utilisés, et ce nombre est passé à 30.000 en 2018. En 2 ans, l'utilisation et l'élimination de 50.000 emballages à usage unique a ainsi été empêchée. Ces mêmes RePacks pourront dans leurs prochains cycles éviter encore plus d'emballages à usage unique. Alors que le RePack deviendra un déchet après la 20ème utilisation, les emballages jetables génèrent une quantité importante de déchets à chaque utilisation. Les statistiques montrent que **RePack réduit jusqu'à 96 % du total des déchets d'emballage**.

Le système de RePack a donc bien réussi à fournir aux consommateurs une alternative à l'emballage

à usage unique. **Il fonctionne actuellement avec un taux de retour allant jusqu'à 80%, en partenariat avec une cinquantaine de boutiques en ligne dans plus de 10 pays européens.**

5. Pour plus d'informations: https://www.originalrepack.com/files/RePack_%20C02%20.pdf

Quantité de déchets par emballage	
RePack réutilisable (M)	0,118 kg
Plastique jetable	0,075 kg
Carton jetable	0,150 kg

Comme RePack peut-être réutilisé 20 fois, contrairement à un emballage classique:

Quantité de déchets (après 20 utilisations)	
RePack réutilisable (M)	0,118 kg
Plastique jetable	1,500 kg
Carton jetable	3,000 kg

Hypothèses:

Le RePack (taille M) pèse 118 g et le plastique jetable 75 g.



RePack a permis de réduire non seulement les déchets d'emballages, mais également l'empreinte carbone du secteur. Les fondateurs ont aussi souhaité avoir un impact social positif: les paquets sont gérés par des associations de travailleurs sociaux qui emploient des personnes en situation de handicap.

Au-delà de l'impact social et environnemental, RePack est aussi un choix avantageux pour les entreprises. Lors du paiement d'un achat en ligne, les clients peuvent

opter aussi bien pour la livraison en RePack que pour la livraison en colis jetable classique. Par conséquent, l'adoption du système RePack est neutre en terme de coûts pour les boutiques en ligne, tout en promouvant leur engagement vers le développement durable.

Afin d'augmenter la valeur moyenne des commandes, certaines boutiques en ligne offrent des RePack à certains de leurs clients, améliorant ainsi l'expérience-client et la fidélité de ceux-ci. Il permet

également d'attirer des nouveaux clients - les utilisateurs de RePack - dans la boutique en ligne et génère des ventes répétées: jusqu'à 60% des bons RePack sont utilisés.

6. Pour plus d'informations: https://www.originalrepack.com/files/Package_&_C02%20.pdf



PROCHAINES ÉTAPES ET DÉFIS À RELEVER

RePack est convaincu que son modèle pourrait être facilement reproduit dans d'autres pays. Son avenir est d'ailleurs prometteur: Les retours positifs de la part de l'ensemble des 50 partenaires des 10 pays européens les poussent à étendre leur activité dans toute l'Europe ainsi qu'aux Etats-Unis. De plus, parmi toutes les boutiques en ligne ayant testé RePack, seules quelques-unes ont mis fin à la collaboration, principalement en raison de la facilité d'usage des emballages jetables et de la différence de prix.

Bien que la perception sociale de l'emballage à usage unique soit déjà en pleine évolution, la généralisation des emballages

réutilisables nécessite l'instauration de conditions de concurrence équitables par rapport aux alternatives jetables. Or, pour le moment, il n'existe pas de système d'internalisation des coûts pour ces dernières.

Un autre défi pour RePack est de collaborer avec de plus grandes entreprises. De nombreuses petites marques et boutiques en ligne offrent déjà ce service, mais obtenir des partenariats avec des grandes marques pourrait avoir une influence beaucoup plus importante et plus rapidement sur la quantité de déchets générés par les achats en ligne, pour ensuite reproduire ces systèmes d'emballages réutilisables à grande échelle.

Néanmoins, malgré les défis et désavantages concurrentiels

face aux emballages jetables, **le succès de RePack montre que les alternatives Zéro Déchet sont en train de s'imposer. Le système RePack est un excellent exemple de la façon dont un modèle d'emballage réutilisable peut fonctionner sans nuire au confort du consommateur.**

Les nouvelles générations, grandes consommatrices d'achats en ligne, sont de plus en plus conscientes des enjeux environnementaux et sont ouvertes aux approches innovantes en matière d'emballages. Cependant, pour que les modèles d'entreprise Zéro Déchet tels que RePack deviennent la norme, une intervention publique sera nécessaire.



Pour plus d'informations:
www.zerowasteurope.eu

Or contacter:
hello@zerowasteurope.eu

Sources
originalrepack.com



Zero Waste Europe is the European network of communities, local leaders, businesses, experts, and change agents working towards the elimination of waste in our society.

We empower communities to redesign their relationship with resources, and to adopt smarter lifestyles and sustainable consumption patterns in line with a circular economy.

Case Study by Larissa Copello

Visual design by Petra Jääskeläinen & Rossella Recupero

Zero Waste Europe 2019

Attribution-NonCommercial-ShareAlike

4.0 International



Zero Waste Europe gratefully acknowledges financial assistance from the European Union. The sole responsibility for the content of this event materials lies with Zero Waste Europe. It does not necessarily reflect the opinion of the funder mentioned above. The funder cannot be held responsible for any use that may be made of the information contained therein.