

L'art de l'écoconception ou comment réduire les déchets à la source

En collaboration avec ses fournisseurs, Leroy Merlin repense l'emballage de ses produits pour leur offrir une taille de guêpe. Réduire plutôt que produire : une solution en or qui évite le traitement, chaque année, de dizaines de tonnes de déchets.

RÉDUIRE SANS NUIRE

— Pour limiter l'impact de son développement sur l'environnement, Leroy Merlin redessine le packaging de ses produits. Essentiels pour assurer leur protection et améliorer leur durée de vie, ces emballages informent les consommateurs des conditions d'utilisation sans oublier la performance sanitaire. Ils facilitent également leur transport ainsi que leur manipulation. De fait, les chefs de produits travaillent avec leurs fournisseurs et la cellule « Qualité et Innovation » de Leroy Merlin afin d'écoconcevoir des emballages répondant à toutes ces attentes. Il n'est donc pas question de nuire à la qualité de l'emballage, mais de repenser les choses pour enlever le superflu. Une initiative gagnante, car moins de déchets produits, cela implique aussi une diminution des volumes transportés, donc, une réduction des gaz à effet de serre.

DES EMBALLAGES « EXTRA SMALL »

— De nombreuses actions sont menées pour réduire les déchets à la source. La première lancée par Leroy Merlin est l'abandon de certaines matières polluantes pour le carton, facilement recyclable. Une très bonne idée si on prend notamment l'exemple des packagings de la gamme de radiateurs Equation. En abandonnant le polystyrène pour du carton alvéolaire, les produits ont désormais un packaging à 99 % recyclable qui a permis la suppression de 19,7 tonnes de polystyrène sur une période de quatorze mois. Cela ne s'arrête pas là : suppression totale de l'emballage comme pour les clous, vis et boulons qui sont proposés en vrac, allègement du poids de l'emballage ou encore, passage d'une coque en plastique à un simple sachet sont autant d'initiatives en cours.

PRISE DE PAROLE

Freddy Boulmeau,
designer packaging
Leroy Merlin

« Écoconcevoir un emballage implique un travail de collaboration entre les chefs de produits, les responsables du merchandising, les équipes en magasin, les industriels et les fournisseurs. Il est nécessaire d'intégrer en amont les besoins en packaging à la conception des produits et à leur implantation en magasin. Le pack se pense en parallèle de la gamme de produits et nécessite de nombreux échanges avec nos fournisseurs et nos équipes. »



4,2
tonnes

de plastique par an pour la gamme de sécurité chauffe-eau Equation



35
tonnes

de plastique par an pour la gamme de douchettes Sansea



262,6
tonnes

de plastique par an pour la gamme de peintures Collection Maison

Engagé au côté d'Eco-Emballages

LE SAVIEZ-VOUS ?

Le carton est recyclable à 99 %

Plus d'un million de tonnes d'emballages en plastique sont mises sur le marché chaque année et seulement 230 000 tonnes sont recyclées (chiffres Eco-Emballages). Le taux de recyclage des emballages est de 88 % pour les papiers et cartons, 23 % pour les plastiques (chiffres Ademe, 2011).

LIMITONS L'IMPACT DE NOS EMBALLAGES

Des emballages moins impactants, c'est possible. Partagez vos idées pour les voir réalisées !

[Déposer une idée >](#)

Leroy Merlin s'engage avec **ECO EMBALLAGES**

UN PARTENARIAT AUX MULTIPLES FACETTES

— En plus du travail réalisé par les chefs de produits en collaboration avec les fournisseurs et la cellule « Qualité et Innovation » pour l'écoconception des emballages, Leroy Merlin s'engage au côté de l'association Eco-Emballages. Au cours d'ateliers, l'objectif est de favoriser la mise en place d'actions de réduction à la source tout en veillant aux enjeux et contraintes de chacun des services concernés. S'ajoutent à cette réflexion sur l'écoconception, l'organisation de formations à l'intention des équipes produits, innovation et qualité et des opérations de sensibilisation, comme cet appel à idées lancé en juin 2014 auprès des consommateurs, les incitant à se mobiliser de manière créative autour de cette problématique de réduction des emballages. Comme le souligne Éric Brac de la

Perrière, directeur général d'Eco-Emballages, « ces initiatives et efforts, menés sur la réduction des emballages et l'utilisation de matières plus respectueuses de l'environnement, sont révélatrices de la volonté d'amélioration continue de l'enseigne et de l'engagement de ses collaborateurs ». Primordiales pour l'entreprise, ces actions favorisent aussi l'optimisation du transport des produits et limitent l'empreinte environnementale des activités de l'entreprise.

Des produits innovants, fruits de partenariats inédits

En partenariat avec ses fournisseurs, de préférence locaux pour encourager la fabrication française, Leroy Merlin innove pour renforcer son offre tout en veillant à la qualité de ses produits dans une démarche responsable et durable.

L'HABITAT, UNE PASSION PARTAGÉE

— Avec ses partenaires, Leroy Merlin choisit les produits et solutions de l'habitat de demain. Ils trouvent des alternatives aux produits chimiques et privilégient le choix de matières premières plus saines. Pour optimiser l'isolation durable et garantir un logement économe et sain, Leroy Merlin s'est associé à Knauf Insulation. Ce fabricant de laine minérale propose un produit composé de matières premières recyclées et/ou naturelles. Son secret ? La technologie révolutionnaire ECOSE® Technology qui remplace les composés pétrochimiques par des matières premières renouvelables. Un produit optimal, selon Dominique Tiberghien, chef de produits matériaux : « Nous avons choisi de référencer ce produit car il allie un haut niveau de performance en isolation durable et un faible niveau polluant pour l'air intérieur grâce à son liant sans phénol et sans formaldéhyde.

Nous continuons à rechercher des produits permettant de contribuer aux objectifs de performance énergétique, fiable en qualité et respectueux de l'air intérieur de nos logements. »

INNOVER ET CONCEVOIR, ENSEMBLE

— Avec ses fournisseurs, Leroy Merlin va plus loin. La conception de la collection Playmood, développée avec l'entreprise familiale Grosfillex, est une parfaite illustration de ce type de partenariat. « Designé » par le service innovation de Leroy Merlin et les ingénieurs de la cellule qualité, le concept Playmood, dont le procédé breveté exclusif Flex Technology assure un confort exceptionnel, a été développé avec les équipes de recherche et développement de la société Grosfillex. Le résultat de cette gamme de chaises et de fauteuils : confort, simplicité d'usage, réduction du packaging et optimisation du transport.

PRISE DE PAROLE

François Berchet,
directeur commercial grand public
chez Grosfillex

« C'est cette envie commune de répondre aux attentes de nos clients qui a permis l'émergence de ce nouveau mode de coopération entre nos deux sociétés, basé sur la confiance. Un souhait pragmatique qui s'est matérialisé en un concept innovant d'aménagement de terrasse, centré sur les besoins et usages de l'habitant. C'est cette volonté durable qui a priorisé un partenariat sur le long terme, privilégiant la production locale, la proximité et l'emploi en France. »

Une aventure collective récompensée

TÉMOIGNAGE

Yves Jégo,
président de Pro France

« Leroy Merlin et l'association Pro France ont noué un partenariat privilégié afin de garantir aux consommateurs une information plus juste et objective sur la traçabilité des produits. Pro France est porteuse du label "Origine France garantie", le seul garantissant l'origine française d'un produit certifié annuellement par des organismes indépendants. Leroy Merlin a fait le choix courageux d'inciter ses fournisseurs à s'engager dans la voie de la labellisation et à promouvoir leur certification. Alors qu'un certain nombre de professionnels multiplient les allégations commerciales autour de l'origine France, Leroy Merlin a mis l'accent sur la différenciation en valorisant le travail engagé par Pro France. »

ANTENGRIN ET LEROY MERLIN, UN PARTENARIAT GAGNANT

— Leroy Merlin accompagne Antengrin dans la commercialisation d'une antenne de réception TNT HD passive. Cette solution alternative aux antennes râteaux, aux performances écologiques jamais égalées, utilise des matériaux simples comme le bois composite et offre un format plus compact, permettant la réduction du bilan énergétique et carbone de ce produit entièrement fabriqué en France. Cette fructueuse collaboration a été saluée en 2013 par la Fédération des entreprises et entrepreneurs de France lors de la quinzième édition des Grès d'or, un événement valorisant les partenariats novateurs et durables entre les PME et la grande distribution. Comme l'explique Christian Dutertre, directeur commercial d'Antengrin : « L'implication,

le professionnalisme et la réactivité des équipes Leroy Merlin nous ont permis de remporter ce Grès d'or ! L'antenne Antengrin est le résultat d'une aventure collective qui valorise notre jeune entreprise française et de la volonté partagée de proposer un produit innovant respectueux de l'environnement. Ce Grès d'Or récompense notre étroite collaboration et ouvre des perspectives encourageantes. »

Lors des deuxièmes rencontres de la Fondation en mai 2014