

L'emballage e-commerce peut-il devenir le moteur d'une logistique circulaire ?

par Michel Berthelon, Directeur E-commerce du Groupe BLONDEL et Victor Bodart, Responsable des opérations de MOBIUSpack



Avec **1,7 milliard de colis expédiés en France en 2024**, l'e-commerce est devenu un pilier économique majeur, mais aussi une source d'impact environnemental significative, estimée à près d'un million de tonnes de CO₂ selon l'ADEME. Si la décarbonation du dernier kilomètre concentre l'attention, un levier reste largement sous-estimé, celui de **l'emballage**. Souvent surdimensionné et majoritairement jetable, il génère un **coût écologique et financier** encore supporté par la collectivité. La loi AGECL, l'extension de la REP et le futur règlement européen PPWR actent un basculement clair, **la fin de l'emballage jetable comme standard**. Une nouvelle ère s'ouvre, celle d'emballages **plus sobres, plus compacts et réemployables**, appelés à transformer en profondeur la chaîne logistique.

Un cadre réglementaire qui change radicalement la donne

La bascule est désormais actée. En France comme en Europe, le cadre réglementaire redessine en profondeur les règles du jeu et accélère la transition vers le réemploi. Adoptée en 2020, la loi AGECL et ses décrets d'application fixent des objectifs chiffrés et progressifs : dès 2025, les

entreprises réalisant plus de 50 millions d'euros de chiffre d'affaires devront intégrer **7 % d'emballages réemployables**, contre **5 % pour les plus petites structures**. En 2027, ce seuil sera porté à **10 % pour l'ensemble des entreprises**. Cette dynamique est renforcée par l'extension de la **Responsabilité Élargie du Producteur (REP)** aux emballages professionnels et commerciaux à compter de janvier 2026. Fabricants, distributeurs et importateurs sont désormais pleinement engagés dans une logique d'économie circulaire structurée, transférant la responsabilité de la fin de vie des emballages vers les acteurs qui les mettent sur le marché. À l'échelle européenne, le règlement **PPWR** (*Packaging and Packaging Waste Regulation*), dont l'entrée en vigueur est prévue à l'été 2027, fixe une trajectoire encore plus ambitieuse, articulée autour de cinq principes clés : **réduction, réemploi, écoconception, réparabilité et recyclabilité**. Il prévoit notamment que **40 % des emballages commerciaux soient réemployés d'ici 2030**, puis **70 % à l'horizon 2040**. La superposition de ces textes crée un cadre normatif exigeant, qui pousse l'ensemble des acteurs — retailers, industriels, e-commerçants et logisticiens — à repenser en profondeur leurs modèles et usages des emballages.

Une transformation qui impacte l'ensemble de la chaîne de valeur logistique



Cette mutation ne se limite pas à l'emballage. Elle bouscule l'ensemble de la chaîne de valeur logistique : conception produit, préparation de commandes, systèmes d'information, transport, gestion des retours et expérience client. Passer au réemploi impose de **repenser les flux, d'intégrer le suivi des emballages, de fiabiliser les boucles de retour et d'aligner les outils numériques** avec les contraintes du terrain. Le colis devient alors un **véritable actif logistique**, à tracer et piloter, et non plus un simple consommable.

Les retours d'expérience sont clairs : le réemploi ne peut réussir que s'il est déployé de manière progressive et stratégique. Les **flux fermés** — magasins, click & collect — constituent souvent une première étape pertinente avant d'envisager des **flux ouverts** comme les points relais ou

les lockers. La clé du modèle réside dans la **vitesse de rotation des emballages** : plus ils circulent rapidement, plus le modèle est économiquement et environnementalement vertueux. À l'inverse, la livraison à domicile demeure aujourd'hui plus complexe à intégrer dans des boucles de réemploi performantes.

Autre enjeu majeur, souvent sous-estimé, l'**optimisation du vide**. Selon l'ADEME, près de **50 % du volume des cartons est vide en moyenne**. Un carton mal dimensionné génère du calage inutile, transporte de l'air et dégrade l'empreinte carbone du colis... jusqu'au camion.

Des initiatives qui ouvrent la voie et créent des avantages compétitifs



Sur le terrain, des solutions émergent et démontrent que cette transformation est déjà à l'œuvre. Pour rendre le réemploi viable à grande échelle, l'innovation « utile » doit porter autant sur les **usages** que sur la **technologie**.

L'approche de MOBIUSPack montre que le succès du réemploi repose autant sur l'organisation des flux que sur la conception des emballages. Les dimensions logistiques, économiques et numériques sont interconnectées. Systèmes de fermeture recyclables sans adhésif, revêtements adaptés gages de retrait instantané des étiquettes, optimisation des étapes de nettoyage : chaque brique répond à un objectif clair — **réduire le coût d'usage**, véritable clé de compétitivité du réemploi. Dans un marché e-commerce ultra-concurrentiel, où les marges sont sous pression, cette logique change profondément la donne. Un emballage réemployable qui repart immédiatement dans le flux, sans opération intermédiaire, devient à la fois **économiquement viable et industrialisable**.

Autre levier souvent négligé : la réduction du vide. Les travaux menés par la BU e-commerce du Groupe BLONDEL illustrent comment une optimisation fine des dimensions des colis, du calage et du chargement peut limiter significativement le transport d'air inutile. À la clé, une consommation réduite de matériaux, une meilleure densité de chargement et un impact environnemental moindre.

Loin d'être un surcoût, le réemploi de l'emballage peut ainsi devenir un **véritable levier de performance et de différenciation**. Il permet de réduire les coûts liés aux déchets, d'optimiser

les flux et de renforcer l'image de marque. L'emballage participe pleinement à l'expérience client, alors que les consommateurs sont de plus en plus attentifs à la **sobriété**, à la **qualité perçue** et à la **cohérence des engagements RSE**. Il constitue enfin un enjeu de **marque employeur** : dans les entrepôts comme dans les magasins, les équipes sont de plus en plus sensibles à la réduction des déchets dans une démarche RSE.

Une première étape qui sera le moteur de la circularité de la logistique européenne

À l'échelle européenne, la transformation de l'emballage ne pourra réussir sans une refonte coordonnée des modèles logistiques. Réemploi, recyclabilité et réduction du vide relèvent avant tout d'un **enjeu d'orchestration des flux**, au cœur du métier des logisticiens e-commerce et retail. Dans un marché unique où les marchandises circulent en continu entre plateformes, magasins et consommateurs, la logistique devient le **point de convergence naturel** entre réglementation, performance opérationnelle et impact environnemental. L'Europe dispose d'un atout décisif : un maillage logistique dense, des réseaux de points relais et de magasins parmi les plus développés au monde, et une forte maturité du e-commerce. Pensée à l'échelle des flux réels, cette infrastructure peut devenir le socle d'une **logistique circulaire européenne**, capable de massifier le réemploi, de standardiser les formats d'emballages et de mutualiser les boucles de retour.

Dans ce contexte, le rôle du logisticien évolue profondément. Il ne s'agit plus seulement d'exécuter le dernier kilomètre, mais de devenir **architecte de boucles vertueuses**, garant de la vitesse de rotation des emballages et de leur compatibilité avec des chaînes automatisées. La France joue aujourd'hui un rôle de laboratoire, mais l'enjeu est clairement européen : si les acteurs du e-commerce, du retail et de la logistique s'emparent collectivement du sujet, l'emballage réemployable peut devenir un **standard industriel**, au même titre que la palette ou le conteneur.

Pour les logisticiens comme le Groupe BLONDEL, cette transition impose d'accompagner les e-commerçants dans leur mise en conformité réglementaire, tout en faisant évoluer les modèles logistiques vers plus de sobriété, de traçabilité et de performance. La compétitivité de demain ne reposera plus uniquement sur la rapidité d'exécution, mais sur la capacité à intégrer durablement l'emballage dans une logique de circularité industrielle.

A propos de BLONDEL

Implanté à Saint-Quentin en Picardie, le Groupe Blondel est devenu un acteur européen important de la Supply Chain sous l'impulsion de son président Grégoire Blondel. Le groupe s'organise autour de 4 pôles d'expertises complémentaires Transport, Logistique, Industrie et E-commerce. Il propose des solutions sur l'ensemble de la chaîne de valeur du transport (transport de lots complets ou partiels, navettes inter site, transports spéciaux, mise à disposition de camions avec chauffeurs, messagerie) et de la logistique (stockage, préparation de commande, conditionnement, approvisionnement des chaînes de production, logistique du e-commerce, gestion de la douane). Grégoire Blondel a fondé le développement de son groupe familial sur l'accompagnement proactif de ses clients dans leurs besoins en Supply Chain en France comme à l'international. Ses clients comptent parmi les leaders mondiaux de l'aéronautique, de la cosmétique, de la défense, de l'industrie, de l'agroalimentaire, ou encore de la grande distribution. Aujourd'hui, le Groupe Blondel représente 3 000 collaborateurs répartis sur une quarantaine de sites en France et à l'international (Canada, Maroc, Tunisie), compte 1 800 moteurs et dispose de 400 000 m² de surface d'entreposage.

A propos de MOBIUSpack

MOBIUSpack est une jeune entreprise française qui développe des solutions d'emballages réemployables pour le retail et l'e-commerce, en France et en Europe. L'entreprise conçoit et opère des systèmes complets de réemploi, associant des emballages durables, des technologies de traçabilité et des réseaux de collecte innovants, afin de rendre le réemploi économiquement viable et opérationnel à grande échelle. En remplaçant les emballages à usage unique par des contenants conçus pour effectuer de multiples cycles, MOBIUSpack accompagne les entreprises dans la décarbonation de leurs flux logistiques, la réduction de leurs déchets et l'anticipation des évolutions réglementaires. Sa mission : faire de l'emballage réemployable un standard performant, mesurable et compétitif pour la logistique de demain.