

DU CARTON À LA MARQUE

Massimiliano Luce

Quand la boîte cesse d'être un coût et devient un « ambassadeur de marque ». Voici comment Botta EcoPackaging redéfinit les frontières du secteur.

Dans l'industrie manufacturière italienne, le carton ondulé continue de représenter l'une des infrastructures industrielles les plus importantes. En 2023, les entreprises italiennes ont livré environ 7,68 milliards de mètres carrés de carton ondulé, soit plus de 4 millions de tonnes de matériau, confirmant la centralité de la filière malgré un ralentissement physiologique par rapport aux pics post-pandémiques (EUWID, 2024). Parallèlement, l'expansion du commerce en ligne redéfinit radicalement le rôle de l'emballage. En Italie, la valeur des achats en ligne dépasse 62 milliards d'euros en 2025, avec plus de 35 millions de consommateurs numériques (Netcomm – Politecnico di Milano, 2025). Dans ce contexte, l'emballage n'est plus seulement un dispositif de protection : il devient une interface physique entre la marque et le client. Le moment du déballage s'est transformé en point

de contact marketing : la boîte communique qualité, valeurs et identité avant même que le produit soit ouvert.

Elle fait, à tous égards, partie intégrante du produit lui-même. Dans ce scénario, Botta EcoPackaging (www.botta.it) a su anticiper le changement, non pas en se contentant de produire des boîtes, mais en ingénierisant des solutions qui protègent à la fois le produit et la réputation des marques.

CIRCULARITY BY DESIGN : CONCEVOIR EN PARTANT DE LA FIN

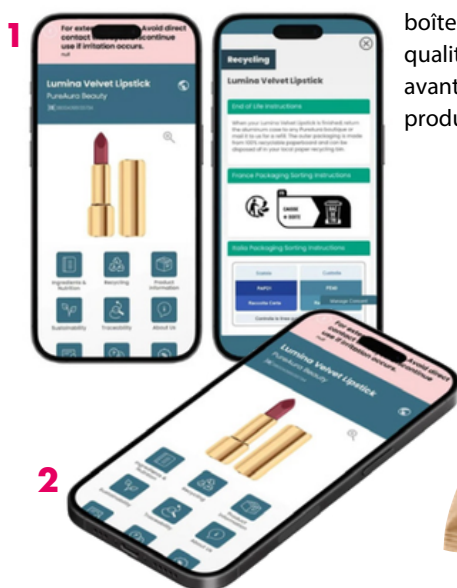
C'est dans ce contexte que s'inscrit la division EcoPackaging, créée en 2018 au sein de Botta EcoPackaging. La différence ne réside pas tant dans le matériau que dans l'approche de conception. Le principe directeur est celui de la circularity by design : concevoir l'emballage en partant de sa fin de vie et travailler à rebours sur l'ensemble du cycle. Avant de concevoir une solution d'emballage, Botta EcoPackaging se demande ce qu'il adviendra après l'ouverture, qui le collectera, comment il sera trié, s'il est compatible avec les flux de recyclage effectivement disponibles sur le marché de destination. Ce n'est qu'à partir de cette réponse que sont prises les décisions sur les matériaux, les structures et les grammages. Cette approche adhère rigoureusement à la hiérarchie des déchets : prévenir l'excès, réduire l'utilisation des matières premières et faciliter une recyclabilité totale. Il ne s'agit pas simplement de « remplacer le plastique », mais d'ingénieriser des solutions capables de réduire les volumes superflus, d'optimiser l'espace dans les transports et de diminuer drastiquement l'empreinte carbone de la logistique. L'emballage est conçu comme un système intégré avec moins de matériau, mais mieux réparti pour garantir une protection supérieure. « Le vrai défi n'est pas

seulement d'utiliser un matériau naturel, mais de le concevoir de la bonne façon », observe Lara Botta, vice-présidente de l'entreprise. « Quand l'emballage est pensé pour disparaître ou réintégrer le cycle de production sans friction, il devient une ressource concrète pour l'ensemble de la filière. »

1 L'iQRcode transforme l'emballage en un point de contact interactif permettant de fournir des données sur la durabilité et la logistique

2 L'intégration numérique transforme la boîte en un ambassadeur de marque capable de communiquer l'identité du produit

3 Le Eco-Paper Cushioning Bag remplace le plastique par une solution en papier entièrement recyclable et protectrice.



LE « BOX MODEL » ET LA CHASSE MONDIALE AUX BREVETS

Un élément qui distingue Botta EcoPackaging sur le marché traditionnel est le soi-disant « Box



4

Model ». Plutôt que de se limiter aux formats standard, l'entreprise agit comme un pôle de recherche mondial. Botta EcoPackaging identifie et acquiert des licences et des brevets d'emballage en carton ondulé du monde entier, les mettant à disposition de ses clients. Cette capacité à « s'approprier » les innovations structurelles internationales permet d'offrir des solutions d'avant-garde — comme des systèmes de fermeture inviolables sans adhésif ou des inserts auto-montants — qui résolvent des défis logistiques complexes sans investissements massifs en R&D de la part du client final. Le carton ondulé évolue ainsi d'un support standard à une architecture fonctionnelle, où les grammages et les types de cannelures sont sélectionnés chirurgicalement pour maximiser la résistance tout en réduisant le poids, en synergie avec les accessoires de protection interne choisis.

OPEN INNOVATION : LE PONT ENTRE RECHERCHE ET MARCHÉ

L'innovation chez Botta EcoPackaging n'est pas un processus isolé, confiné entre les murs de l'entreprise, mais le résultat d'une solide stratégie d'Open Innovation. Ce modèle repose sur la conviction que le progrès ne doit pas découler uniquement des ressources internes, mais de la création d'un écosystème perméable, où idées, technologies et compétences circulent de l'extérieur vers l'intérieur — et vice versa — grâce à des collaborations stratégiques. Grâce à ces synergies, l'entreprise parvient à mettre en œuvre des solutions numériques avancées, comme l'iQRcode — un système propriétaire qui transforme l'emballage en un point de contact interactif fournissant des données en temps réel sur la durabilité et la logistique — et à expérimenter des matériaux de calage de pointe, dont le mycélium.



5



6

4 La reconnaissance SMAU Innovation Award 2025 récompense la stratégie d'Open Innovation et l'excellence technologique de Botta EcoPackaging

5 La famille Botta guide l'entreprise vers un avenir toujours plus durable en alliant tradition et innovation

6 L'équipe de Botta EcoPackaging travaille chaque jour pour transformer le carton ondulé en un atout stratégique pour la durabilité

La coopération s'étend également à des partenaires industriels internationaux, avec lesquels Botta EcoPackaging teste des solutions d'économie circulaire dans des contextes de distribution réels, afin d'en garantir l'efficacité opérationnelle. Cette ouverture stratégique a permis à l'entreprise de se positionner à la frontière technologique, comme en témoignent le SMAU Innovation Award 2025 et la finale aux Sustainability Awards 2024 de Packaging Europe pour l'Eco-Paper Cushioning Bag. Être au centre de ce réseau signifie transformer le rôle du fournisseur en celui de partenaire stratégique : Botta EcoPackaging n'offre pas simplement un emballage, mais un conseil technique de haut niveau fondé sur des données objectives et des tendances émergentes, en anticipant les évolutions du marché avant même qu'elles ne deviennent des standards sectoriels.

E-COMMERCE ET RÉPUTATION : LE RISQUE DU « GREEN-CLASH »

Avec un marché e-commerce qui en Italie dépassera les 62 milliards d'euros en 2025, l'emballage est devenu le premier point de contact physique entre la marque et le consommateur. Cela a engendré une nouvelle problématique : le risque réputationnel. De nombreuses entreprises investissent des millions dans des campagnes de communication sur la durabilité, mais si le client reçoit le produit enveloppé dans des couches excessives de plastique à usage unique ou à l'intérieur d'une boîte manifestement surdimensionnée, la perception de la marque s'effondre instantanément. Ce « clash » entre la promesse de durabilité et l'expérience réelle génère une perte de confiance aux lourdes répercussions économiques. Le Unique Selling Point de Botta EcoPackaging réside précisément dans la capacité à aligner ces deux mondes. L'expertise technique dans le domaine du papier se conjugue à la sensibilité envers le marketing et la communication : l'emballage devient un « Brand Ambassador » cohérent, capable d'inspirer le consommateur et de refléter la vision de l'entreprise à travers l'expérience de déballage.

AU-DELÀ DE LA MATIÈRE

Dans un secteur mature, Botta EcoPackaging démontre que l'innovation ne passe pas nécessairement par la découverte de nouveaux matériaux rares, mais par l'utilisation intelligente et ingénieuse de ceux que nous possédons déjà. Le carton ondulé, soutenu par des compétences en conception circulaire et une vision ouverte à l'innovation mondiale, se confirme comme l'outil le plus fertile pour la transition écologique de l'industrie manufacturière italienne. Mieux concevoir pour moins gaspiller : ce n'est pas seulement un impératif environnemental — c'est la nouvelle frontière de la compétitivité industrielle. |