

Verdir vos opérations de vente en ligne

Un guide pratique
pour écologiser
vos envois de colis



Introduction

Le marché exige beaucoup des commerces et des marques : il faut être efficace et rapide, et cela, sans nuire à la planète ni au portefeuille.

Comment peut-on offrir des produits verts et des services écoresponsables tout en maintenant une rentabilité propice à la croissance?







Que vos objectifs de commerce durable soient embryonnaires ou bien définis, voici un guide d'idées, de conseils, de points de vue et de tactiques pour vous aider à verdir vos opérations de vente en ligne, depuis le choix des matériaux d'emballage jusqu'aux méthodes de retour d'article, en passant par le dernier kilomètre de livraison à franchir pour remettre entre les mains d'une clientèle, de plus en plus vigilante, des colis qui confirment bel et bien la culture de votre entreprise au service de la planète.

En vert et pour tous, découvrez ici comment répondre à cette tendance forte du marché.



Table des matières



	01. Comprendre les attentes de commerce durable		4
	02. Emballer pour protéger vos produits et la planète		10
	03. Utiliser des services d'expédition écoresponsables		14
	04. Réduire l'impact environnemental des retours		18
	05. L'écoresponsabilité jusqu'au-delà du dernier kilomètre de livraison		22
	06. Nos initiatives de développement durable		25

01.

Comprendre les attentes de commerce durable

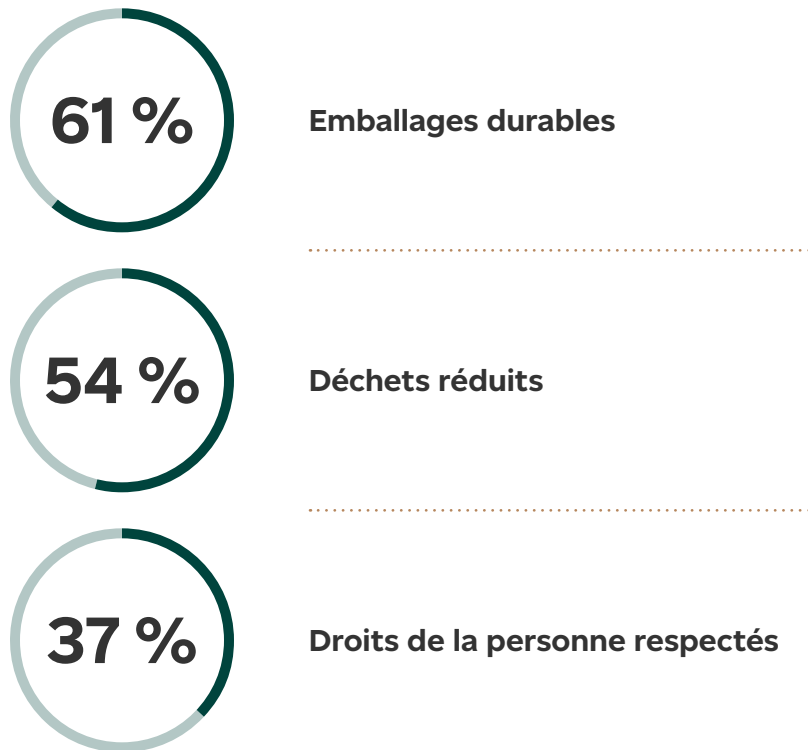
Le commerce axé sur le développement durable n'est pas une mode passagère : il reflète des valeurs et des attentes qui tiennent profondément à cœur aux gens du pays. Réduire les déchets et la pollution, utiliser intelligemment les ressources naturelles, garder les cours d'eau propres : ces gestes, et bien d'autres, sont essentiels pour eux.

Les gens continuent d'évaluer les marques et les commerces, mais leurs critères ne reposent plus essentiellement sur la gamme et la qualité des produits offerts ou la concurrence des prix. Un sondage effectué l'an dernier¹ a révélé que 66 % du marché canadien juge important que leurs entreprises de choix adoptent des pratiques durables et sociales qui changent vraiment la donne. Et il y a plus encore...



Le partage des valeurs

Les gens privilégient les commerces et les marques dont les pratiques environnementales et éthiques s'alignent sur leurs valeurs¹.

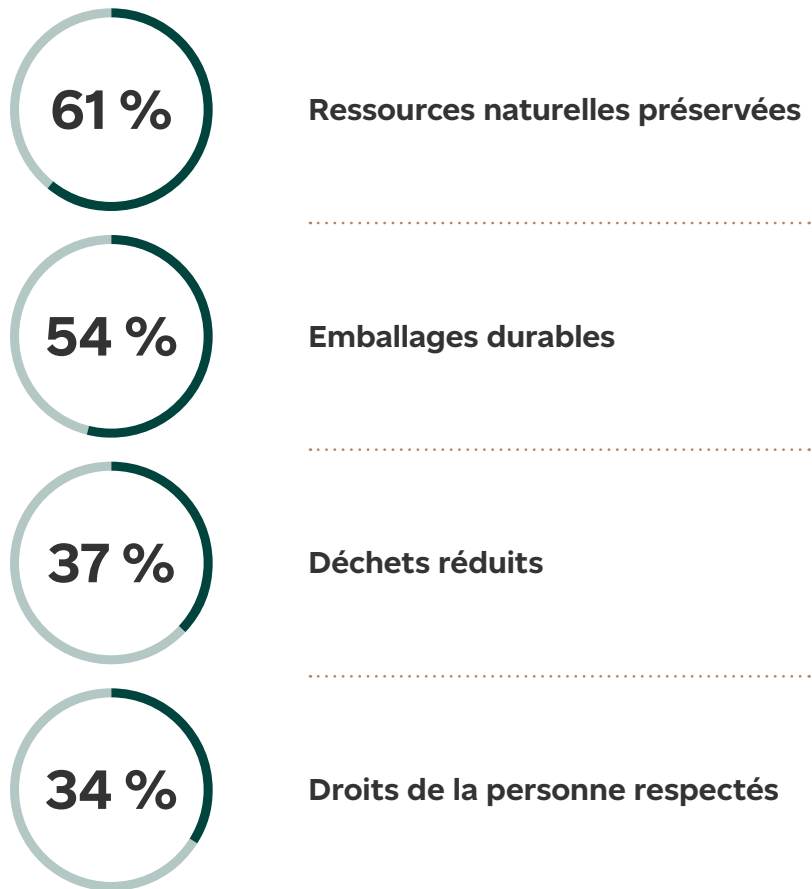


« Une marque socialement responsable sait offrir des produits de qualité tout en faisant preuve de transparence, de conscience écologique et de pratiques durables. La protection de l'environnement et le bien-être du personnel passent avant les profits. L'entreprise doit opérer en laissant la plus petite empreinte environnementale possible. C'est tout le contraire d'une fabrique de mode rapide qui se dit soucieuse de l'environnement parce que ses vêtements portent la mention « matières recyclées », alors qu'elle relâche des produits chimiques dans l'eau. »

— Commentaire reçu d'une personne sondée

Oui aux dollars de plus

Les gens paieraient volontiers quelques dollars de plus pour encourager des pratiques environnementales, sociales et de gouvernance comme celles-ci :



« J'aimerais en savoir plus sur les produits qui sont bons ou mauvais pour l'environnement. J'entends beaucoup de choses sur bon nombre de produits et d'entreprises socialement responsables, mais j'ignore si c'est vrai. »

— Commentaire reçu d'une personne sondée

Les obstacles à surmonter



Le prix des articles et le manque d'information constituent les principaux freins de la consommation durable au Canada. Comment pourriez-vous les relâcher?



Offrez des solutions durables

Lorsqu'ils magasinent en ligne, 71 % des gens s'attendent à ce que les commerces et les marques proposent des solutions plus durables pour réduire les déchets d'emballage et atténuer l'impact environnemental de leurs commandes¹.



Fournissez des renseignements éclairants

Notre sondage a aussi montré que 71 % des gens voudraient être mieux informés pour choisir des produits vraiment durables¹.



Passez à l'action

Deux tiers (66 %) des gens jugent important que leurs entreprises de choix adoptent des pratiques qui améliorent nettement leur rendement environnemental et social¹.

Qu'en tirer de plus?

Afficher vos valeurs de développement durable porte-t-il vraiment des fruits?

Pour le confirmer, il suffit d'examiner les perceptions et les sentiments du marché sur ce plan. Cela vous aidera à déterminer lesquelles de vos opérations de commerce en ligne valent d'être revues pour réduire votre impact environnemental et vous démarquer auprès d'une clientèle à l'esprit de plus en plus critique.

Pour en savoir plus

Lisez notre rapport
***Un marché de plus en plus
vigilant – Comprendre et
remplir les attentes de
commerce durable.***



En vedette



« La mode lente ne fonctionne pas pour tout le monde, mais les membres de notre communauté y ont pris goût. Ils expliquent même à leurs proches comment s’y mettre. »

— Candice Munro, fondatrice de Buttercream Clothing

Buttercream Clothing est une marque qui vend directement sur le Web des vêtements confectionnés selon des principes éthiques.

Cette marque est reconnue tant pour son inclusivité que pour la qualité et le confort de ses collections. Voyez comment l’entreprise mise sur la communauté et la communication pour promouvoir le concept de mode lente.

 [En savoir plus](#)

02.

Emballer pour protéger et vos produits et la planète

Vos emballages peuvent être un facteur déterminant de la décision d'achat des gens qui ont à cœur l'environnement.

Notre sondage le confirme : les emballages durables (61 %) et les déchets réduits (54 %) sont les pratiques durables les mieux vues¹. Vous aurez donc raison d'en tenir compte, puisqu'il s'agit d'incitatifs convaincants.



10 façons de réduire l'empreinte de votre marque

Voici comment écologiser vos emballages :



1. Privilégiez plus de matières recyclées

Recyclées est encore mieux que *recyclables* : vous utilisez moins de matières vierges, et vous marquez des points auprès des segments de marché plus écolos.



2. Évitez les mélanges de matériaux

Les gens apprécient moins les emballages mixtes, parce qu'il faut les décomposer pour les recycler.



3. Utilisez le format adéquat

Évitez d'utiliser des boîtes trop grosses pour leur contenu ou de bourrer vos colis d'un matériau de remplissage non recyclable. En plus d'être mauvais pour l'environnement, cela pourrait nuire à votre réputation... surtout dans les médias sociaux.



4. N'expédiez que des commandes complètes, si possible

Vous économiserez sur les frais d'expédition; vos stocks de fournitures dureront plus longtemps; vous réduirez vos émissions de carbone.



5. Consultez des spécialistes de l'emballage

Vos affaires sont en pleine croissance? N'hésitez pas à faire appel à des entreprises spécialisées pour comprendre les avantages et inconvénients de différents matériaux d'emballage et obtenir des conseils.

10 façons de réduire l'empreinte de votre marque

Pour en savoir plus

Vous voulez optimiser l'emballage de vos commandes pour hausser votre chiffre d'affaires?

Jetez un coup d'œil à notre guide ***L'art de l'emballage*** pour enrichir votre savoir-faire.



6. Considérez les emballages réutilisables

Votre clientèle pourra renvoyer l'emballage d'une commande pour qu'il soit remis en circulation après avoir été vérifié et nettoyé. Vous pouvez gérer cette option ou faire appel à une entreprise tierce.



7. Formez vos équipes responsables de l'emballage

Parlez-leur de l'importance d'un emballage vert, bien choisi et bien mesuré, pour la satisfaction de la clientèle. Sensibilisez-les au gaspillage et aux risques de retour d'un produit brisé à cause d'un emballage trop grand ou insuffisamment bourré.



8. Renseignez votre clientèle

Précisez comment recycler vos emballages s'il y a lieu. Affichez cet engagement de commerce durable sur votre site Web, dans les médias sociaux ou dans les courriels des commandes.



9. Optez pour des matériaux de remplissage recyclables

Le papier kraft, le papier de soie, le film à bulles biodégradable ou ondulé, la paille de papier plissé et les billes de remplissage biodégradables sont d'efficaces solutions vertes pour protéger les articles durant la livraison.



10. Tenez compte de la météo

Certains matériaux d'emballage compostables et biodégradables ne résistent pas aux conditions météorologiques extrêmes. Si vous en utilisez, faites affaire avec une entreprise de livraison qui dispose de boîtes aux lettres ou de casiers à colis conçus pour garder les colis à l'abri des intempéries.

En vedette

« On ne se contente pas de vendre de la litière; on informe et on conseille les clients, tout en les aidant à réduire leur empreinte. »

— Carl-Philippe Nantel, fondateur d'Ecocat



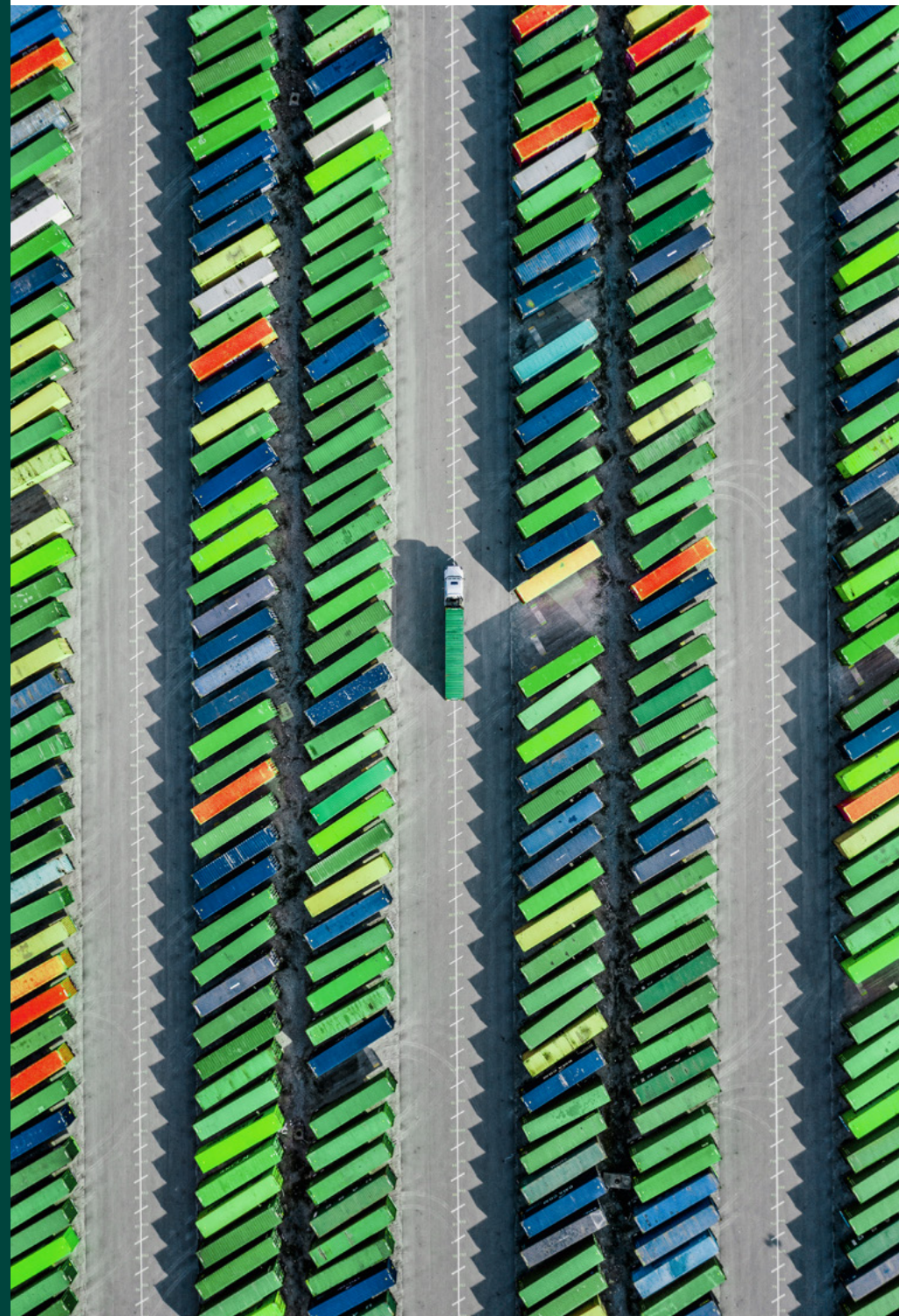
[En savoir plus](#)

Ecocat propose une litière à base de soja entièrement végétale qui retient les odeurs tout en étant biodégradable et compostable. Voyez comment l'entreprise montréalaise a conçu un sac sous vide et un emballage biodégradable qui optimisent l'expédition et réduisent l'impact environnemental de ses envois.

03.

Utiliser des services d'expédition écoresponsables

Les changements climatiques préoccupent de plus en plus les gens, qui tendent à privilégier davantage les options durables. Pour répondre à la demande, le secteur du commerce en ligne et ses partenaires doivent repenser leurs stratégies d'expédition et s'adapter.



Comprendre les émissions de gaz à effet de serre

Dans le monde entier, des camions, des avions, des trains et des bateaux transportent des colis. Ils brûlent des hydrocarbures (des combustibles fossiles), comme le gaz, le pétrole et le diesel, qui rejettent du dioxyde de carbone (CO₂) dans l'air.



Les GES

Les émissions de gaz à effet de serre (GES) se mesurent en équivalents de dioxyde de carbone (éq. CO₂) afin d'obtenir une mesure commune du potentiel de réchauffement planétaire des combustibles consommés lors d'un déplacement.

Le CO₂

Le CO₂, qui est le principal gaz à effet de serre émanant des combustibles fossiles, peut aussi résulter du chauffage ou de la cuisson d'autres matières comme celles qui entrent dans la fabrication du ciment.

Calculer les émissions de GES générées par la livraison d'un colis

À Postes Canada, nous calculons les émissions de GES générées par la livraison d'un colis du point d'origine jusqu'à la destination, à l'intérieur de notre réseau. Notre méthode est validée par l'organisme mondial UL Solutions; elle nous permet de remettre des rapports détaillés fondés sur des données précises pour que les commerces en ligne soient bien informés de l'impact environnemental de leurs activités d'expédition et prennent des mesures adéquates pour l'atténuer.

4 façons de réduire votre impact environnemental

1. Offrir des services de livraison écoresponsables

Réduire l'empreinte écologique de vos envois, c'est un bon pas pour vous démarquer de la concurrence et satisfaire les attentes de commerce durable du marché canadien.

Pour réaliser cet objectif, vous pourriez opter pour l'expédition carboneutre, qui consiste à acheter des crédits carbone pour compenser les émissions produites pendant le transport de vos colis.

Diverses entreprises offrent des solutions de la sorte.

À Postes Canada, l'expédition carboneutre est offerte pour tous nos services d'expédition par voie terrestre du régime intérieur, notamment Colis standard^{MC} et Colis accélérés^{MC}. Pour que demain soit plus vert, nous nous sommes engagés à acheter une quantité de crédits carbone équivalente aux émissions de GES générées par nos activités de transport.

2. Privilégier les envois par voie terrestre

Le saviez-vous? Le transport par voie aérienne émet plus de GES que celui par voie terrestre. Si vous en informez votre clientèle, ses choix pourraient vous surprendre.

Par exemple, selon le livre blanc d'une entreprise de solutions logistiques de transport européenne² (en anglais seulement), plus de la moitié des personnes sondées se disent plutôt ou très intéressées par des services de livraison sans danger pour l'environnement. Mieux encore, 54 % de l'échantillonnage de cette étude a confirmé sa volonté d'attendre plus longtemps une commande pour favoriser cet intérêt.

La transparence plaît à la clientèle : aidez-la à trouver l'équilibre entre vitesse de livraison et responsabilité environnementale.

4 façons de réduire votre impact environnemental

3. Répartir vos stocks entre plusieurs entrepôts

Cette tactique aide à réduire tant les frais d'expédition et les délais de livraison que les émissions de carbone, car elle permet de traiter chaque commande depuis l'entrepôt le plus près de la destination du colis.

Assurez-vous toutefois de bien maintenir vos stocks pour ne pas devoir prélever, emballer ou expédier des marchandises d'un autre emplacement. Intégrez les données de chacun de vos centres afin d'avoir un tableau précis des unités de stock qui s'y trouvent.

4. Planifier des ramassages de colis

Évitez les déplacements superflus en prévoyant le ramassage de plusieurs commandes à la fois. Les itinéraires de livraison principaux sont optimisés pour utiliser chaque véhicule au maximum de sa capacité et planifier le parcours judicieusement en fonction de la demande d'une région donnée.

Pour en savoir plus

L'expédition carboneutre vous intéresse? Découvrez nos ***initiatives pour assurer un avenir plus durable et plus vert*** à la population et aux entreprises canadiennes.

04.

Réduire l'impact environnemental des retours



L'importance des retours dans le parcours d'achat

La gratuité des retours d'articles est un critère important quand vient le temps de favoriser un commerce. Cependant, notre sondage de l'an dernier¹ a révélé que près de la moitié du marché canadien (48 %) se soucie de l'impact environnemental des retours d'achats en ligne.

Une étude de la BBC³ (en anglais seulement) leur donne d'ailleurs raison en précisant que les retours d'articles de par le monde génèrent 5 milliards de livres (2,27 Gkg) de déchets chaque année.

Il revient donc aux commerces de trouver des solutions à la fois durables et satisfaisantes pour leur clientèle, tout en n'y perdant pas au change.

Connaissez la cause des retours pour mieux les maîtriser et limiter les déchets qu'ils génèrent

Selon les spécialistes de l'environnement, la façon la plus efficace de réduire les déchets est de prévenir les retours d'articles. Mais, au fait, quelles sont les principales raisons de retourner un article¹?

Principales raisons de retourner un article

La mauvaise taille ou pointure des vêtements et chaussures	62 %
Un article endommagé ou défectueux	52 %
Une description trompeuse	46 %
Une commande erronée	29 %
La commande de différentes tailles pour n'en garder qu'une	24 %

Ces statistiques sont un bon point de départ, mais l'idéal serait de sonder les gens qui vous retournent de la marchandise afin de mieux comprendre ce qu'il faut améliorer.

La conciliation entre retours d'articles et pratiques durables

Améliorez l'expérience d'achat en ligne en fournissant des descriptions détaillées, des évaluations de la clientèle et des photos réalistes.

Examinez le contenu et les outils de votre boutique en ligne. Permettent-ils à votre clientèle d'effectuer ses achats en toute confiance?

Explorez des possibilités d'essai virtuel et veillez à ce que vos descriptions de produits soient les plus précises possibles en prenant soin d'y inclure des photos de qualité.

Voyez aussi d'autres astuces à la page suivante.

Quel contenu est le plus utile¹?

68 % Des descriptions de produits exactes et détaillées

66 % Un guide des tailles approprié à l'article convoité

57 % Des photos prises sous tous les angles et la possibilité de zoomer

55 % Des évaluations de produits intégrées au site

52 % Des photos de vêtements portés par des modèles de différentes mensurations

La conciliation entre retours d'articles et pratiques durables



Veillez à bien emballer les produits et à les protéger à l'aide de matériaux de calage et de renforcement

En plus de prévenir les bris au cours du transport, cette pratique permet de réutiliser l'emballage d'origine si l'article doit être retourné. C'est d'ailleurs ce que font 81 % des gens¹.



Offrez un programme de revente

Les programmes de commerce inversé permettent aux gens de retourner leurs articles usagés en échange de crédits, de cartes-cadeaux et de rabais. Les produits ainsi récupérés sont revendus à un prix réduit, ce qui favorise une chaîne d'approvisionnement circulaire et la fidélisation de la clientèle.



Faites don des articles retournés

Plutôt que de détruire la marchandise que vous ne pourriez revendre, offrez-la à des organismes de bienfaisance.



Privilégiez les emballages réutilisables

Ceux-ci peuvent être renvoyés vides ou servir aux retours d'articles. Dans les deux cas, ils sont détournés des sites d'enfouissement et contribuent au cycle de la réutilisation.



Incitez les gens à réfléchir à leurs retours d'articles

Expliquez-leur en quoi vous les aidez à faire des choix durables et quelle est l'incidence des options qui leur sont offertes. Par exemple, un service de livraison carboneutre permet d'atténuer l'impact environnemental tout en offrant un service pratique. C'est gagnant!

05.

L'écoresponsabilité jusqu'au-delà du dernier kilomètre de livraison

Le dernier kilomètre, étape finale du parcours de livraison, est plus important qu'on pourrait le croire, surtout dans un contexte où la popularité du magasinage en ligne ne s'essouffle pas.

En conséquence, la livraison des commandes exerce un effet considérable sur l'empreinte écologique d'une marque.

La bonne nouvelle? Il existe plusieurs avenues, et certaines sont plus vertes. Avant de choisir un partenaire de livraison, tenez compte de son modèle de livraison et de ce qu'il fait concrètement pour réduire son impact environnemental.



Comment choisir un partenaire d'expédition aux pratiques durables

Les marques soucieuses de l'environnement déploient leurs efforts d'écoresponsabilité de manière assez semblable.

Voyez-les comme votre boussole pour trouver des partenaires dont les champs d'intérêt et les objectifs environnementaux s'alignent sur les vôtres. Voici quelques pistes :

Les objectifs et les valeurs

Affirmez vos valeurs et assurez-vous de comprendre celles de vos partenaires; c'est en partageant une vision et des objectifs que vous tisserez une relation d'affaires saine et atteindrez les résultats voulus.

L'équité, la diversité et l'inclusion

Les entreprises qui se soucient de l'environnement prônent aussi l'égalité, une rémunération équitable et la diversité.

Moins d'hydrocarbures consommés sur la route

Télétravail, moyens de transport électriques, parc de véhicules écoénergétiques : privilégiez un partenaire qui s'efforce de réduire son empreinte de différentes façons.

La réduction des émissions de CO₂ et des GES

En vous adjoignant un partenaire sensibilisé aux émissions que génèrent ses activités, vous pourrez évaluer les vôtres plus facilement et vous fixer des objectifs réalistes. Votre programme de développement durable gagnera aussi en crédibilité.

Le bien-être du personnel

Maillon essentiel d'un bon service à la clientèle jusqu'à la fin du parcours d'achat, votre personnel joue un rôle clé dans le succès de votre entreprise.

Le soutien aux collectivités locales

Une forte présence locale permet de tisser des liens avec la collectivité tout en stimulant l'économie.

La confiance

Les entreprises qui associent portée et fiabilité tout en s'illustrant dans la collectivité vous aideront à satisfaire votre clientèle.

En vedette

« Je suis fière que mon entreprise reflète cette vision et cultive l'abondance par ses pratiques durables, qu'on pense à l'origine de nos fourrures, au travail d'atelier ou au choix des services de livraison. »

— Brenda Dragon, fondatrice de la marque Aurora Heat

Aurora Heat prône l'utilisation traditionnelle de la fourrure en expliquant au public ce que signifie le développement durable dans un monde moderne. La marque expédie ses produits dans un emballage minimaliste fait de carton recyclable léger et d'encarts en papier. Ce souci de durabilité s'étend aussi à l'action communautaire.

[En savoir plus](#)



06.

Nos initiatives de développement durable

À Postes Canada, nous nous soucions de l'environnement et sommes déterminés à réduire notre empreinte pour offrir un avenir plus durable aux gens d'ici.



Un avenir plus vert pour tous

Nous comptons réduire de moitié nos émissions de GES d'ici 2030, un objectif qui nous engagera dans un parcours vers la carboneutralité d'ici 2050.

Nous nous engageons à électrifier notre parc de 14 000 véhicules d'ici 2040. Nous continuons à tester de nouvelles solutions de livraison durables, notamment des véhicules à faibles émissions de carbone et à zéro émission, comme des tricycles cargo électriques et des véhicules électriques à faible vitesse, sur certains itinéraires de centres urbains.

Pour écologiser le traitement des colis, nous modernisons nos immeubles existants et concevons de nouvelles installations carboneutres, comme celle de Scarborough, en Ontario, qui constituera un centre clé de notre réseau national.

Sources :

1. Phase 5. *Canadian Online Shopper Study*, mai 2022.
2. Descartes. *Retailers: Sustainability is Not a Challenge, It's an Opportunity*, septembre 2022.
3. Constable, Harriet. « Your brand new returns end up in landfill », BBC Earth. Article consulté en ligne à <https://www.bbcearth.com/news/your-brand-new-returns-end-up-in-landfill> le 3 avril 2023.

^{MC} Marques de commerce de la Société canadienne des postes. Toutes les autres marques appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

Nous joindre

Nous pouvons appuyer l'atteinte de vos objectifs de développement durable en mettant à votre disposition les solutions, les outils et les ressources qui vous aideront à répondre aux attentes de la clientèle soucieuse de l'environnement.