

ORGANISATION

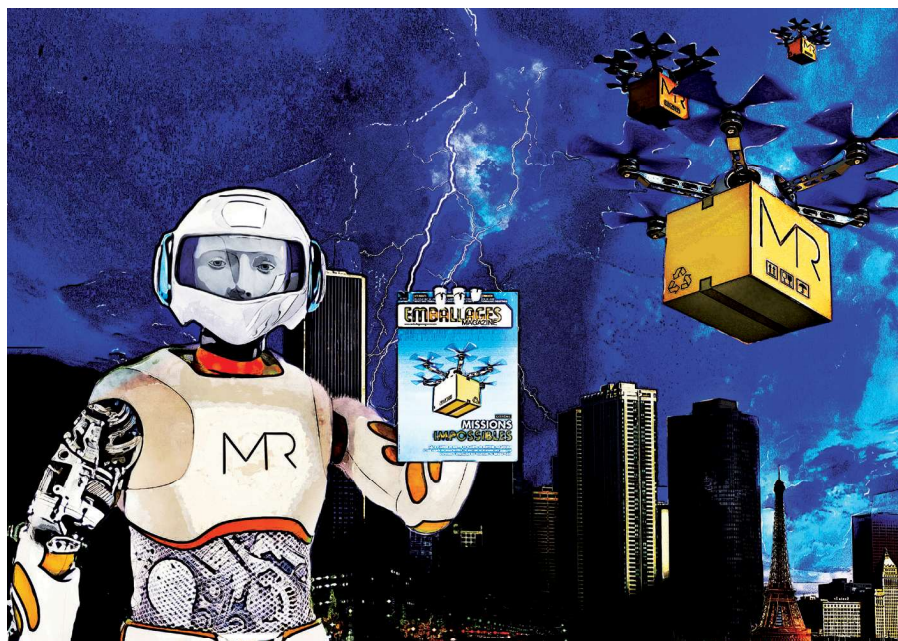
QUAND MR CARTONNAGE NUMÉRIQUE LIVRERA EN 2030...

Après les drones, le fabricant d'étuis de luxe se lance dans l'« in-house production ».



Il pleut des cordes en cette froide matinée de mars 2030. « Les drones ne pourront peut-être pas décoller », s'inquiète Jonathan Mihiy, Pdg de MR Cartonage numérique, qui envoie quelques messages de sa smartwatch pour tenter de résoudre la situation. Au siège de Parfuméo, en région parisienne, on attend de pied ferme ses étuis pour effectuer les premiers tests. Les réunions avec les panels de consommateurs sont prévues de longue date, car le lancement du dernier féminin est imminent. Personne ne rappelle... Qu'à cela ne tienne, Jonathan Mihiy les transportera lui-même avec son scooter électrique. Depuis 2020, MR Cartonage numérique n'utilise que des drones pour livrer ses clients basés en Ile-de-France. Sa flotte se compose de quadricoptères AEE F200 pour porter les cartons de 500 étuis et de minidrones Parrot Mambo pour les plus petites charges comme les maquettes. Les produits, fabriqués en quelques heures, sont déposés sur les toits des agences de création, équipées de « drone-ports ».

Il faut environ quinze minutes pour rallier l'usine de Saint-Ouen-l'Aumône (Val-d'Oise) à la capitale. Une matinée de perdue ? Pas vraiment. Le patron quinquagénaire en profitera pour rencontrer quelques clients. Les vidéoconférences en réalité immersive sont très efficaces, mais, après tout, rien ne vaut une bonne discussion en tête-à-tête pour conclure un contrat. D'autant plus que dans l'usine tout est réglé au millimètre. Les commandes sont enregistrées par les clients dans le Cloud, puis envoyées vers l'ERP de MR Cartonage numérique qui les transmet aux machines. Les « jobs » sont lancés dans la foulée. Impression, finition, gaufrage : depuis la fin des années 2010, tout est numérique dans cette entreprise. Plus besoin de formes imprimantes ni de passer des heures à caler la machine, pas de gâche de papier non plus. La feuille



En novembre 2014, Emballages Magazine consacrait sa couverture au transport de colis par drone.

sort telle qu'on l'attend, du premier coup. En 2022, la société a investi dans une Highcon pour réaliser la découpe et le rainage numériques, si bien que l'imprimeur fabrique ses étuis de A à Z, en un ou plusieurs milliers d'exemplaires pour le même coût marginal.

Dans le Cloud

En fin de ligne, des véhicules à guidage automatique (AGV) transportent les piles d'emballages vers les quais de chargement des camions ou s'engouffrent dans le monte-charge, en direction du toit, pour remplir les drones parqués en terrasse. « Avec sa capacité à imprimer des feuilles de grand format à haute vitesse, la première 30000 HP Indigo nous a vraiment permis de changer de braquet », se souvient Jonathan Mihiy, évoquant cet investissement qui avait eu lieu en 2016. Quatorze ans après, et bien qu'il faille reconnaître que l'automatisation a largement pris le dessus en production, les hommes n'ont

pas disparu des ateliers, bien au contraire. La plupart des opérateurs ont été redéployés dans des tâches à plus forte valeur ajoutée, notamment dans le contrôle de qualité. « Le luxe demeure un marché très exigeant. Personne ne peut remplacer l'œil humain », explique le dirigeant. Et de poursuivre : « Quant aux délais, il est toujours possible de mieux faire ». La prochaine étape se nomme « in-house production ». Parce que les volumes de commandes ont considérablement augmenté et que l'impression numérique ne concerne plus uniquement les petites séries, deux de ses clients ont voulu qu'il installe ses lignes, ainsi que son personnel, dans leurs usines. Ces deux fabricants de crèmes de soin pourront ainsi imprimer leurs étuis à la demande, en fonction de l'écoulement réel de leurs produits chez les distributeurs. Aucun stock ne sera nécessaire. « C'est la supply chain ultime », s'enorgueillit Jonathan Mihiy. ●

Tiziano Polito