

## Drive, vers la fin des emballages secondaires ?

Les suremballages usuellement appliqués aux produits facilitent rarement le picking et les préparations de commandes en drive.

Réunies au sein du Comité Pack Experts du salon Emballage qui se tiendra en novembre prochain à Paris, les entreprises Coca-Cola Entreprise, Danone Research, Eco-Emballages, Fromageries Bel, groupe Carrefour, Mars Petcare, Nestlé, entre autres, ont mené une réflexion sur les emballages dédiés au drive.

Une de leurs conclusions est la suivante : *« en drive, l'emballage secondaire qui alimente les dépôts en unités de vente consommateurs devrait idéalement disparaître au profit de la palette ou d'un combiné « emballage de regroupement-d'expédition » qui favorise le picking. »*

Cela permettrait effectivement de simplifier la vie et de faire gagner du temps aux préparateurs de commande actuellement obligés de déchirer ou d'enlever les emballages secondaires. Même dans les configurations de drives automatisés, les opérateurs passent beaucoup de temps à dépalettiser les produits pour les envoyer vers les machines (du type transstockeurs) et à déchirer les emballages secondaires pour récupérer les produits unitaires.

### **Aller vers une automatisation des mises en boxs**

Cette réflexion, que détailleront les membres du comité Pack Experts le 20 novembre prochain sur le salon Emballage (de 12h à 13h sur le plateau TV, de 14h à 15h sur le Pack Vision) n'est pas sans conséquences.

Supprimer les emballages secondaires impose, entre autres, que les industriels spécialisent de plus en plus leurs emballages en fonction de leur destination. Et si jamais le box s'impose pour le drive, les entreprises devront alors trouver des solutions d'automatisation de mises en boxs. Ce qui est loin d'être une généralité aujourd'hui.

*« Quel que soit le canal de vente et de distribution, de belles perspectives se profilent pour l'emballage, estiment les experts du packaging. A condition toutefois de garantir la traçabilité, de se doter des moyens nécessaires pour un éventuel rappel de produits chez les mobinautes et internautes, de protéger les produits distribués sous chaîne du froid et de permettre la vente de produits sans poids fixes. »* Les pistes de réflexion pour faire évoluer les emballages et les développer au plus près des besoins sont donc nombreuses.

### **Harmoniser les hauteurs d'étagères en magasins**

Le circuit classique des hypers et supers est également concerné. Le Comité Pack Experts propose, par exemple, d'harmoniser les hauteurs d'étagères chez les distributeurs de façon à standardiser les emballages secondaires (étuis, emballages de regroupement, cartons prêts-à-vendre, etc.).

Ceci de façon à optimiser la logistique, les livraisons et l'occupation du linéaire. De la même façon, tous aimeraient harmoniser les informations portées par les emballages secondaires en vue d'améliorer la traçabilité et l'identification des colis en France comme à l'international.

Cela reviendrait également à simplifier la vie des industriels car chaque distributeur, aujourd'hui, y va de ses exigences en matière d'informations indiquées sur les emballages d'expédition : sur le fond (nombre de données, nature des données indiquée), comme sur la forme (forme de l'étiquette, implantation de l'étiquette, horizontalité ou verticalité de d'impression, etc.).

Source : <http://www.processalimentaire.com/Emballage/Drive-vers-la-fin-des-emballages-secondaires-24557>  
(15/07/2014)