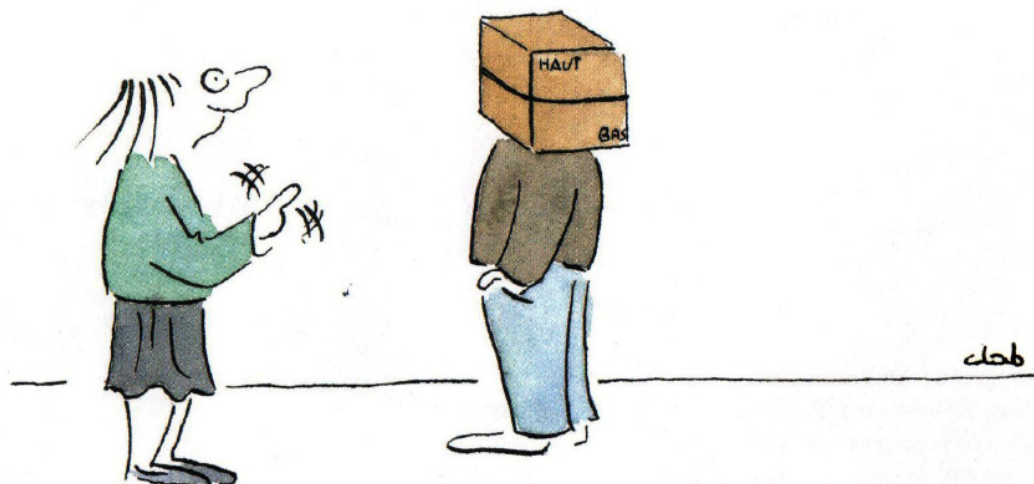


CONSEIL NATIONAL DE L'EMBALLAGE
DES PARTENAIRES POUR UN EMBALLAGE MEILLEUR

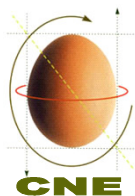
Qualification et appréciation du suremballage

Note de position et dossier annexe



*Note de position adoptée par le Conseil d'Administration présidé par Georges Robin
et approuvée par l'Assemblée Générale du 26 juin 2009.*

Dossier annexe préparé avec le groupe de travail dédié, finalisé pour diffusion en septembre 2009.



Conseil National de l'Emballage

QUALIFICATION ET APPRECIATION DU SUREMBALLAGE

Note de position du Conseil National de l'Emballage

EXPOSE DES MOTIFS ET CONTEXTE

- Le mot « suremballage » évoque, par son préfixe, une forme d'emballage supérieure aux besoins, première manifestation du « trop d'emballage » ; symbole, pour certains, des excès de la société de consommation, il exprime dès lors le principal grief à l'égard des emballages.

- Le terme générique « suremballage » est utilisé pour désigner des réalités bien différentes: enveloppes superposées, emballages de regroupement, conditionnements (perçus comme) surdimensionnés (trop grands, trop épais), éléments de calage, étiquettes, notices... L'étude sur « La place de l'emballage dans la vie des Français », réalisée par Cofremca-Sociovision pour le CNE et Eco-Emballages montrait que le « suremballage » de certains produits apparaissait en tête des perceptions du « trop d'emballage » par les consommateurs. Plus récemment, parmi les questions posées au CNE par les consommateurs, nombre d'entre elles portaient sur des « suremballages » de produits.¹

- Il n'existe pas de définition officielle du terme « suremballage » ; la directive européenne 94/62/CE relative aux emballages et aux déchets d'emballages modifiée par la Directive 2004/12/CE et le Code de l'Environnement français qui la transpose définissent l'emballage comme « constitué uniquement de :

- 1° L'emballage de vente ou emballage primaire, c'est-à-dire l'emballage conçu de manière à constituer, au point de vente, un article destiné à l'utilisateur final ou au consommateur ;

- 2° L'emballage groupé ou emballage secondaire, c'est-à-dire l'emballage conçu de manière à constituer, au point de vente, un groupe d'un certain nombre d'articles, qu'il soit vendu à l'utilisateur final ou au consommateur, ou qu'il serve seulement à garnir les présentoirs aux points de vente. Il peut être séparé des marchandises qu'il contient ou protège sans en modifier les caractéristiques ;

- 3° L'emballage de transport ou emballage tertiaire, c'est-à-dire l'emballage conçu de manière à faciliter la manutention et le transport d'un certain nombre d'articles ou d'emballages groupés en vue d'éviter leur manipulation physique et les dommages liés au transport...»

- La prévention des déchets d'emballages par la réduction à la source (poids et/ou volume) fait l'objet d'une norme européenne (EN NF 13428) qui permet d'évaluer la conformité de tout emballage aux exigences essentielles des réglementations européenne et française, qui portent sur la conception, la fabrication, la commercialisation des emballages et leur valorisation en fin de vie.

- Durant les réunions préparatoires du Grenelle de l'Environnement, le suremballage a été mentionné à plusieurs reprises par des partenaires de la filière, des ONG et des responsables politiques, comme très souvent "superflu", inutilement consommateur de ressources naturelles et, surtout, générateur de déchets : « L'accroissement proposé de la participation des producteurs sur le financement de la collecte et du traitement des déchets d'emballages permettra d'inciter les producteurs à supprimer le suremballage ».

- Les conclusions du Grenelle de l'environnement et plusieurs études récentes de perception, illustrent l'amplification de la contestation qui touche, de façon indifférenciée, le « suremballage », sans que jamais l'objet des critiques ne soit précisé.

- Alors que le projet de loi Grenelle I relatif à la politique de réduction des déchets, voté en première lecture par les députés, stipulait que l'Etat mettra en œuvre un dispositif complet associant « une attention particulière portée à la réduction maximale du suremballage, tout en prenant en compte les nombreuses contraintes liées à l'emballage, notamment en termes de protection des produits, d'hygiène, de transport et d'acceptabilité par les consommateurs. », la référence au suremballage a été supprimée dans l'amendement présenté au Sénat (de même que la notion d'acceptabilité par les consommateurs) : « des mesures limitant l'emballage au respect d'exigences de sécurité des produits, d'hygiène et de logistique »².

¹ Les réponses d'un groupe de travail multipartite du CNE ont été publiées en 2005 sous le titre « Etre ou ne pas être emballés ? ».

² Chapitre 2, article 41, alinéa 13 ebis

• Deux ateliers du CNE³ dédiés à l'étude des « emballages et suremballages des produits laitiers ultra-frais » et des « écorecharges, vide technique, suremballage des produits d'entretien de la maison et d'hygiène de la personne » ont permis de documenter de très nombreuses études de cas et de fournir des pistes d'amélioration pour les professionnels. Pour autant, il est apparu nécessaire au Conseil National de l'Emballage de clarifier et d'objectiver à nouveau le débat en donnant des clés d'appréciation, tant aux consommateurs qu'aux professionnels. Cette note de position se réfère à un dossier complet qui lui est annexé.

POSITION DU CNE

• Le CNE recommande de ne plus utiliser le mot fourre-tout « suremballage » pour désigner, au sens technique, un élément du système d'emballage mais de le qualifier et d'en positionner le niveau (primaire, secondaire...).

• Le « suremballage » résultant dès lors de l'action de trop emballer (emballage excessif) ou d'emballer inutilement (emballage de trop), le CNE en recommande la suppression.

• Le CNE recommande de ne pas produire des emballages manifestement surdimensionnés uniquement dans l'optique d'assurer le développement des ventes des produits contenus.

• Pour apprécier s'il y a « suremballage » (au sens d'emballage excessif ou emballage de trop), il convient d'examiner les éléments du système d'emballage au regard des fonctions qu'ils assurent ou qu'ils contribuent à assurer pour le produit et/ou pour les utilisateurs.

• Le CNE considère que l'emballage offre un ensemble de fonctions pour un produit et pour des utilisateurs, avant d'être un objet ou un matériau. Les fonctionnalités doivent justifier la présence des éléments d'emballages ; dans l'affirmative, il n'y a pas de suremballage, pour autant qu'on veille à la réduction à la source. En revanche, l'absence de fonction(s) propre(s) ou de contribution d'un élément d'emballage à une fonction justifie de le supprimer.

• Les fonctions de l'emballage doivent être analysées tout au long du cycle de vie du produit emballé, de son conditionnement en usine à sa fin de vie, en passant par sa distribution et son utilisation par le consommateur, de l'achat au transport et à l'emploi du produit. Parmi celles-ci, peuvent être citées : la protection du produit contenu et sa conservation, le regroupement pour le transport et le stockage, l'identification du produit et la protection du consommateur, l'information (mentions légales, poids, contenance, dénomination, nom du metteur en marché, code lot, composition, mode d'emploi, code à barres...) et la praticité d'utilisation du produit (ouverture, dosage, refermeture...).

Les fonctions à retenir sont les fonctions pertinentes à prendre en compte, au cas par cas, pour l'application de la norme « prévention par réduction à la source ».

• Le consommateur manipule généralement l'emballage primaire du produit (et parfois le secondaire), et ne peut que rarement le corrélérer au système complet sur lequel doit porter la réduction à la source. La difficulté réside dans la perception des fonctionnalités liées à des étapes situées en amont de l'acte d'achat ou concernant d'autres acteurs de la chaîne emballage. En cas d'interrogation, le CNE recommande de s'adresser au metteur en marché du produit emballé, via son numéro vert ou son service consommateur, ou propose de le contacter au 01.53.64.80.30. ou par e-mail : c.n.e@wanadoo.fr dès lors que la question est commune à plusieurs marques ou couples produit-emballage.

• Le CNE recommande aux professionnels d'examiner le système complet d'emballage du produit pour l'inscrire dans une démarche d'amélioration continue en se basant sur les exigences essentielles de la directive européenne 94-62-CE « emballages et déchets d'emballages », transposée dans le code de l'environnement français (articles R543-42 à R543-52). Les normes européennes permettent d'assurer la conformité d'un emballage à ces exigences. La norme relative à la prévention des déchets d'emballages par la réduction à la source (EN NF 13428) conduit à lister les fonctions (ou critères de performance) de l'emballage (primaire et/ou secondaire et/ou tertiaire) et à identifier un ou plusieurs points critiques, au-delà desquels toute réduction supplémentaire (poids et/ou volume) mettrait en péril une ou plusieurs fonctions. Le CNE recommande d'appliquer le processus d'évaluation au système complet de l'emballage d'un produit, en prenant en compte les points critiques liés aux conditions techniques et économiques de fabrication et d'utilisation de l'emballage.

Paris, le 26 juin 2009

³ Les 2 manuels de bonnes pratiques correspondants ont été édités en mai 2007.

1. De quoi parle-t-on ? De quoi veut-on parler ?	4
1.1 Définition(s) : état des lieux	4
1.2 La perception de l’emballage et du « suremballage »	4
1.3 Orientations du groupe de travail	5
2. Contexte	6
2.1 Données de cadrage, emballage et développement durable	6
2.2 Travaux antérieurs du CNE traitant du suremballage	6
2.3 Contexte réglementaire et obligations des entreprises	6
2.4 Un outil d’autocontrôle de la prévention par réduction à la source : la norme NF EN 13428	9
3. Périmètre d’analyse du groupe de travail	10
3.1 Les questions des consommateurs relatives au(x) suremballage(s)	10
3.2 La métamorphose : du produit à l’emballage	11
3.3 Un français sur deux interpellé par un emballage « trop... »	13
3.4 Les produits « sureballés » pour les consommateurs anglais	14
3.5 Les français et la consommation durable : quels changements en 2009	15
3.6 Décalage entre attitudes et comportements	15
3.7 Les français, la consommation durable et l’emballage	15
4. Analyse critique de cas concrets et pistes d’amélioration	16
4.1 Enveloppes multiples	16
4.2 Etuis	19
4.3 Blisters	20
4.4 Colletterie	22
4.5 Emballages perçus comme trop grands	22
4.6 Emballages perçus comme excessifs	25
4.7 Emballages perçus comme trop épais	26
5. Clés d’évaluation des suremballages et/ou des éléments du suremballage	27
Remerciements	29

1. De quoi parle-t-on ? De quoi veut-on parler ?

1.1 Définition(s) : état des lieux

• Dictionnaire(s)

Pas de définition officielle du mot suremballage.

En revanche :

- Emballage : Conditionnement, paquetage. Ce qui sert à emballer.
- Sur : au dessus (mots du dictionnaire composés du préfixe : surabondant, surajouté, surcapacité, surcharge, surcoût, surdimensionné, surenchère, surencombrement, suréquipé, surévalué, surprotecteur, surfait, surnombre...)

• Directive européenne 94/62/CE et code de l'environnement français

« On entend par "emballage" tout objet, quelle que soit la nature des matériaux dont il est constitué, destiné à contenir et protéger des marchandises, à permettre leur manutention et leur acheminement du producteur au consommateur ou à l'utilisateur et à assurer leur présentation. Tous les articles "à jeter" utilisés aux mêmes fins doivent être considérés comme des emballages. L'emballage est uniquement constitué de :

- l'emballage de vente ou l'emballage primaire, c'est-à-dire l'emballage conçu de manière à constituer au point de vente une unité de vente pour l'utilisateur final ou le consommateur ;
- l'emballage groupé ou emballage secondaire, c'est-à-dire l'emballage conçu de manière à constituer au point de vente un groupe d'un certain nombre d'unités de vente, qu'il soit vendu tel quel à l'utilisateur final ou au consommateur, ou qu'il serve seulement à garnir les présentoirs au point de vente ; il peut être enlevé du produit sans en modifier les caractéristiques ;
- l'emballage de transport ou emballage tertiaire, c'est-à-dire l'emballage conçu de manière à faciliter la manutention et le transport d'un certain nombre d'unités de vente ou d'emballages groupés en vue d'éviter leur manipulation physique et les dommages liés au transport... ».

• Nation Unies 2006, Sous-Comité d'experts du transport des marchandises dangereuses

La seule définition officielle du suremballage, « une enveloppe utilisée par un même expéditeur », proposé par le sous-comité ne s'adapte pas à la problématique traitée ici.

1.2 La perception de l'emballage et du « suremballage »

• **Le terme « suremballage »** évoque, de par son préfixe, une forme d'emballage supérieure aux besoins, première manifestation du « trop d'emballage » ; dès lors, symbole, pour certains, des excès de la société de consommation, il représente le principal grief à l'égard des emballages.

• **Lors de l'étude « La place de l'emballage dans la vie des français »**, réalisée en 2000 par Cofremca-Sociovision pour le CNE et Eco-Emballages, le suremballage de certains produits était apparu en tête des perceptions du « trop d'emballage » par les consommateurs :

- certains parlent du « trop d'emballage » quand il devient « packaging » : élément d'un système marketing, quand on le relie à un commerce, un business, une fonction de vente ;
- les consommateurs sont conscients d'éviter certains types d'emballages au moment des courses ;
- en fait, à tous les stades, des emballages ont des avantages susceptibles de se transformer en inconvénients qui pourront être sanctionnés ultérieurement par l'absence de réachat (les principaux griefs portent sur la protection défaillante au moment du transport ou de la conservation) ;
- la déception ou l'excès dans ses fonctions premières :
 - boîtes trop grandes par rapport à ce qu'elles contiennent,
 - suremballages excessifs et nombreux (corvée du « dépiautage »),
 - survalorisation des fonctions identitaires,
 - support plus publicitaire qu'informatif...

Ndlr : Le même objet peut être perçu différemment selon la catégorie du produit contenu, sa fréquence d'achat et selon le type de point de vente (cf. cartons secondaires - PAV en magasins « hard discount » ou en hyper et supermarché).

- **L'étude TNS Sofres** réalisée pour Eco-Emballages en 2008 qui actualise, pour partie, l'étude précédente, montre qu'un français sur 2 est interpellé par un emballage « trop » :

*Vous arrive-t-il de remarquer des emballages qui ne sont pas adaptés aux produits, par exemple des emballages qui sont **trop lourds, trop volumineux ou trop luxueux** ?*



Base : Ensemble des personnes interrogées

Les Français et les emballages / Perceptions et acceptabilité – Septembre 2008



ECO EMBALLAGES 4

1.3 Orientations du groupe de travail

Le « suremballage », au sens technique, est un élément du système d'emballage complet (primaire, secondaire, tertiaire) ou de chacun des 3 niveaux.

Pour le primaire, on fera la différence entre l'emballage de l'UC (Unité de Consommation) et de l'UVC (Unité de Vente Consommateur, cf. passage en caisse : exemple un pack de 8 pots de yaourts).

Avant d'être un objet, un emballage matérialise un ensemble de fonctions pour le produit contenu et pour le consommateur. Le suremballage doit être analysé à l'aune de ses fonctions ou de sa participation aux fonctions remplies par le système d'emballage du produit. S'il a une justification technique, on peut optimiser son rôle, voire lui en faire jouer plusieurs pour l'utiliser mieux (étiquetage environnemental, informations et lisibilité).

En revanche, on ne cherchera pas à légitimer ou justifier des suremballages qui n'ont pas de fonctions techniques. Un suremballage a des raisons d'être ou n'en a pas. On fera le lien avec les critères de performance listés dans la norme CEN (Comité Européen de Normalisation) NF EN 13428 « Prévention par réduction à la source ».

En synthèse, il convient de considérer que le « suremballage », au sens technique, s'inscrit dans le système d'emballage et couvre plusieurs réalités distinctes selon les fonctions qu'il assure :

- Le regroupement de produits unitaires pour les professionnels et/ou les consommateurs (à des fins de gerbage ou de stockage, de manutention, de mise en linéaire, de transport...) ;
- La protection du produit contenu (protection physique, hygiène et sécurité, anti-vol...) ;
- L'identification des produits par les professionnels et par les consommateurs (marque, nom du produit, format...) et parfois l'accroissement de l'impact visuel ;
- L'information (mentions légales, poids ou contenance, dénomination, composition, nom de l'entreprise, code à barres pour scanner le produit en caisse et code lot pour l'identifier et permettre sa traçabilité...) ;
- La communication (suggestions de recette, offres promotionnelles ...) ; ...

2. Contexte

2.1 Données de cadrage, emballage et développement durable

- Le consommateur n'achète pas un emballage (vide) mais un produit emballé. Depuis 1997, tous les travaux du CNE portent sur le couple produit-emballage car l'emballage est au service du contenu et de ses utilisateurs.
- Selon l'étude « Environmental Impact of Products » (EIPRO) de la Commission européenne, l'impact du packaging ne représente « *pas plus que 8 à 10% des ressources* » qu'il protège et contient. Dès lors, 10% de packaging excédentaire (produit suremballé) conduit à 10% de perte supplémentaire de matériaux d'emballage, en revanche ; 10% de packaging trop réduit (produit sous emballé) signifie que 100% du produit et de l'emballage seront perdus.

Pour autant, la pression sur l'emballage augmente, alimentée par les médias, oubliant qu'il n'est pas dissociable du produit contenu dans l'analyse des impacts environnementaux.

- Il n'y a pas de définition européenne, ni d'accord de la filière sur le sens des termes « sustainable packaging » car cette dernière considère que l'emballage est l'un des éléments qui aide les entreprises à atteindre leurs objectifs de développement durable. Pour Europen, la recherche de l'emballage « durable » n'est pas une fin en soi ; en revanche, l'emballage doit contribuer au développement durable.

2.2 Travaux antérieurs du CNE traitant du suremballage

- Deux ateliers du CNE, réunissant l'ensemble des parties prenantes, ont été dédiés en 2006 et 2007, à l'étude des emballages et des suremballages des produits laitiers ultra-frais et des produits d'entretien de la maison et d'hygiène de la personne.
- Les enjeux ont été évalués au regard des fonctionnalités et des packs ratio (poids de l'emballage / poids du produit emballé), et les axes d'amélioration ont été identifiés (voire pour certains mis en œuvre) selon les différents cas de figure rencontrés.
- Les 2 manuels de bonnes pratiques correspondants ont été édités en mai 2007.

2.3 Contexte réglementaire et obligations des entreprises

La conception, la fabrication, la commercialisation, l'utilisation des emballages et leur valorisation en fin de vie, une fois devenus déchets, sont soumises à des réglementations et doivent respecter des normes européennes, dont les dernières ont été publiées en février 2005. L'expérience partagée avec beaucoup d'entreprises montre que la prévention par réduction à la source, plus qu'une contrainte réglementaire, doit être vécue comme une belle opportunité de « revisiter » ses emballages et d'orienter son marketing.

- **Les exigences essentielles de la directive européenne 94/62/CE⁴ « Emballages et déchets d'emballages »** ont été transposées en droit national par le décret 98-638 qui a été abrogé par le décret 2007-1467 pour en réintégrer les dispositions dans le nouveau code de l'environnement, pour la prise en compte des exigences liées à l'environnement dans la conception et la fabrication des emballages.

La prévention des déchets d'emballages est définie dans la directive comme « *la réduction de la quantité et de la nocivité pour l'environnement* :

- des matières et des substances utilisées dans les emballages, et les déchets d'emballages ;
- des emballages et déchets d'emballages aux stades de la production, de la commercialisation, de la distribution, de l'utilisation et de l'élimination... ».

⁴ La directive européenne 94/62/CE « Emballages et déchets d'emballages » a été modifiée par la directive 2004/12/CE du Parlement Européen et du Conseil du 11 février 2004. La nouvelle directive sur les emballages double à peu près les objectifs de recyclage des emballages et renforce l'objectif fixé en matière de récupération. Elle clarifie également la définition des emballages et permet d'appliquer certaines dispositions au moyen d'accords volontaires pour autant qu'ils fournissent les résultats requis par la législation.

La directive affirme la priorité de la prévention des déchets d'emballage ; les principes fondamentaux supplémentaires sont : la réutilisation des emballages et, en fin de vie, le recyclage et les autres formes de valorisation des déchets d'emballages (au moins 1 des 3 formes de valorisation), et, partant, la réduction de l'élimination définitive de ces déchets.

On se référera toujours à la Directive Européenne, socle de la réglementation en la matière.

• **Code de l'environnement (Livre V, titre IV, chapitre III, section 5)**

Article R543-42 : Sont soumis aux dispositions de la présente sous-section tous les emballages fabriqués, importés, détenus en vue de la vente ou de la distribution à titre gratuit, mis en vente, vendus, mis en location ou distribués à titre gratuit.

Article R543-43 : Pour l'application de la présente sous-section, on entend par " emballage " tout objet, quelle que soit la nature des matériaux dont il est constitué, destiné à contenir et à protéger des marchandises, à permettre leur manutention et leur acheminement du producteur au consommateur ou à l'utilisateur, et à assurer leur présentation. Tous les articles " à jeter " utilisés aux mêmes fins doivent être considérés comme des emballages.

L'emballage est constitué uniquement de :

1° L'emballage de vente ou emballage primaire, c'est-à-dire l'emballage conçu de manière à constituer, au point de vente, un article destiné à l'utilisateur final ou au consommateur ;

2° L'emballage groupé ou emballage secondaire, c'est-à-dire l'emballage conçu de manière à constituer, au point de vente, un groupe d'un certain nombre d'articles, qu'il soit vendu à l'utilisateur final ou au consommateur, ou qu'il serve seulement à garnir les présentoirs aux points de vente. Il peut être séparé des marchandises qu'il contient ou protège sans en modifier les caractéristiques ;

3° L'emballage de transport ou emballage tertiaire, c'est-à-dire l'emballage conçu de manière à faciliter la manutention et le transport d'un certain nombre d'articles ou d'emballages groupés en vue d'éviter leur manipulation physique et les dommages liés au transport. L'emballage de transport ne comprend pas les conteneurs de transport routier, ferroviaire, fluvial, maritime ou aérien.

Pour l'application de la présente sous-section, on entend par " déchets d'emballages " tout emballage, partie ou résidu d'emballage couvert par la définition du déchet figurant à l'article L. 541-1.

Article R543-44 : Les emballages mentionnés à l'article R. 543-42 doivent satisfaire aux exigences essentielles définies ci-dessous :

1° Exigences portant sur la fabrication et la composition de l'emballage :

a) L'emballage doit être conçu et fabriqué de manière à limiter son volume et sa masse au minimum nécessaire pour assurer un niveau suffisant de sécurité, d'hygiène et d'acceptabilité.

b) L'emballage doit être conçu, fabriqué et commercialisé de manière à permettre sa réutilisation ou sa valorisation, y compris son recyclage, et à réduire au minimum son incidence sur l'environnement lors de l'élimination des déchets d'emballages ou des résidus d'opérations de traitement des déchets d'emballages.

c) L'emballage doit être conçu et fabriqué en veillant à réduire au minimum la teneur en substances et matières nuisibles et autres substances dangereuses des matériaux d'emballage et de leurs éléments, dans les émissions, les cendres ou le lixiviat qui résultent de l'incinération ou de la mise en décharge des emballages ou des résidus d'opérations de traitement des déchets d'emballages.

2° Exigences portant sur le caractère réutilisable ou valorisable d'un emballage :

a) L'emballage réutilisable doit répondre simultanément aux exigences suivantes :

- ses propriétés physiques et ses caractéristiques doivent lui permettre de supporter plusieurs trajets ou rotations dans les conditions d'utilisation normalement prévisibles ;

- il doit pouvoir être traité en vue d'une nouvelle utilisation dans le respect des règles applicables en matière de santé et de sécurité des travailleurs ;

- il doit être conçu et fabriqué de façon qu'il soit conforme aux exigences propres à l'emballage valorisable lorsqu'il cesse d'être réutilisé et devient ainsi un déchet.

b) L'emballage valorisable doit être conçu et fabriqué de façon à permettre au moins l'une des formes de valorisation suivantes :

- Recyclage de matériaux : Un certain pourcentage en masse des matériaux utilisés doit pouvoir être recyclé pour la production de biens commercialisables, dans le respect des normes en vigueur dans la Communauté européenne. Ce pourcentage peut varier en fonction du type de matériau constituant l'emballage.

- Valorisation énergétique : Les déchets d'emballages traités en vue de leur valorisation énergétique doivent posséder une valeur calorifique suffisante pour permettre d'optimiser la récupération d'énergie.

- Compostage : La nature biodégradable des déchets d'emballages traités en vue du compostage ne doit pas faire obstacle à la collecte séparée ni au processus ou à l'activité de compostage dans lesquels ils sont introduits.

- Biodégradation : Les déchets d'emballages biodégradables doivent pouvoir subir une décomposition physique, chimique, thermique ou biologique telle que la plus grande partie du compost obtenu se décompose finalement en dioxyde de carbone, en biomasse et en eau.

Article R543-45 : La somme des niveaux de concentration en plomb, cadmium, mercure et chrome hexavalent présents dans l'emballage ou dans ses éléments ne doit pas dépasser 600 parties par million (ppm) en masse s'ils ont été fabriqués après le 30 juin 1998, 250 ppm en masse s'ils ont été fabriqués après le 30 juin 1999 et, enfin, 100 ppm en masse s'ils ont été fabriqués après le 30/06/01.

Ces niveaux de concentration ne s'appliquent pas aux emballages composés entièrement de verre cristal qui respectent la norme homologuée NF B 30-004.

Article R543-46 : Un arrêté conjoint des ministres chargés, respectivement, de l'industrie, de l'environnement, de l'agriculture et de la consommation rend publique la liste des catégories d'emballages qui, en vertu d'une décision des autorités communautaires, ne sont pas soumis aux obligations mentionnées à l'article R. 543-45.

Article R543-47 : Sont réputés satisfaire aux dispositions des articles R. 543-44 et R. 543-45 les emballages conformes aux normes européennes harmonisées dont les références ont été publiées au Journal officiel de la République française ou, à défaut, aux normes françaises ou d'un autre Etat membre de la Communauté européenne, reconnues par la Commission des Communautés européennes, dont les références ont été publiées au Journal officiel de la République française.

Article R543-48 : Le fabricant de l'emballage ou son mandataire établi dans un Etat membre de la Communauté européenne ou dans un autre Etat partie à l'accord instituant l'Espace économique européen assure et déclare, suivant la procédure interne de contrôle de la fabrication décrite ci-dessous, que l'emballage qu'il met sur le marché satisfait aux dispositions des articles R. 543-44 et R. 543-45.

Lorsque ni le fabricant ni son mandataire ne sont établis dans un Etat membre de la Communauté européenne ou dans un autre Etat partie à l'accord instituant l'Espace économique européen, ces obligations incombent à la personne responsable de la mise sur le marché de l'emballage.

Article R543-49 : Le fabricant de l'emballage ou son mandataire ou la personne responsable de la mise sur le marché d'un emballage communique à leur demande aux agents chargés du contrôle un dossier comportant :

1° Une déclaration écrite attestant de la conformité de l'emballage aux exigences définies aux articles R. 543-44 et R. 543-45 ;

2° Une documentation technique relative à la conception et à la fabrication de l'emballage ou du type d'emballage, contenant les éléments nécessaires à l'évaluation de la conformité de cet emballage aux exigences mentionnées aux articles R. 543-44 et R. 543-45 tels que :

a) Une description générale de l'emballage et de sa composition (matériaux, en particulier, métaux lourds mentionnés à l'article R. 543-45) ;

b) Des dessins de conception et de fabrication ainsi que les descriptions et explications nécessaires à la compréhension de ces dessins ;

c) La liste des normes mentionnées à l'article R. 543-47, appliquées entièrement ou en partie, et les résultats des calculs de conception et des contrôles effectués dans le cadre de ces normes ;

d) Lorsque ces normes n'ont pas été appliquées ou en l'absence de normes, une description des solutions adoptées pour satisfaire aux exigences mentionnées ci-dessus et les résultats des calculs de conception et des contrôles effectués ;

e) Les résultats des mesures effectuées afin de vérifier que les niveaux de concentration de métaux lourds mentionnés à l'article R. 543-45 ne sont pas dépassés.

Article R543-50 : En cas de contrôle effectué au cours des deux années civiles suivant l'année de la première mise sur le marché, le fabricant de l'emballage ou son mandataire ou, à défaut, la personne responsable de la mise sur le marché doit être en mesure de présenter cette déclaration de conformité et la documentation technique qui l'accompagne, dans les quinze jours, aux agents qui en sont chargés.

Article R543-51 : Le responsable de la mise sur le marché d'un emballage plein, s'il n'est pas le fabricant de l'emballage, doit être en mesure, en cas de contrôle et dans les mêmes conditions que ci-dessus, de présenter une déclaration écrite de la conformité des emballages utilisés du lieu de conditionnement au lieu de vente au consommateur final.

Article R543-52 : Un arrêté conjoint des ministres chargés, respectivement, de l'industrie, de l'agriculture, de l'environnement et de la consommation précise les conditions dans lesquelles les fabricants d'emballages ou les utilisateurs d'emballages, responsables de leur mise sur le marché, doivent fournir les informations permettant d'établir les tableaux statistiques communiqués annuellement à la Commission des Communautés européennes, en application des articles 12 et 17 de la directive 94/62/CE du Parlement européen et du Conseil du 20 décembre 1994 relative aux emballages et aux déchets d'emballages.

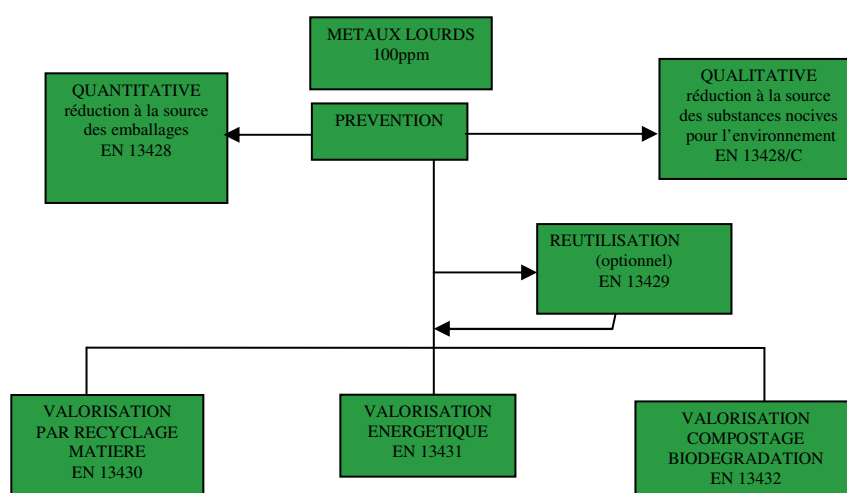
2.4 Un outil d'autocontrôle de la prévention par réduction à la source : la norme NF EN 13428

La conformité des emballages aux exigences essentielles de la directive européenne, permet la libre circulation de l'emballage ou du produit emballé sur le marché intérieur. Elle peut être établie grâce à une batterie de normes élaborées par le CEN (Comité Européen de Normalisation) et publiées au JOUE du 19 février 2005.

La norme NF EN 13427 « chapeau » précise notamment la procédure d'utilisation des normes pour l'établissement de la documentation technique.

La norme NF EN 13428 publiée avant l'ensemble des normes, en avril 2000, traite précisément de la prévention par réduction à la source. Son objectif est d'éviter le suremballage au sens de « trop » d'emballage.

Le schéma ci-après permet d'illustrer le dispositif applicable aux emballages et produits emballés :



• **La réduction à la source est définie par le CEN** comme le « processus permettant de s'assurer, pour des fonctions requises identiques, que le poids et/ou le volume d'emballages primaires et/ou secondaires et/ou tertiaires ont été minimisés tout en garantissant le maintien de l'acceptabilité par l'utilisateur, réduisant ainsi l'impact sur l'environnement », « la substitution d'un matériau par un autre ne constitue pas, en soi, une base pour la réduction à la source ».

• Méthodologie

La réduction à la source s'apprécie par la mise en évidence de « point(s) critique(s) ». Etablir un « point critique » revient à démontrer qu'une réduction supplémentaire de poids et/ou de volume de l'emballage mettrait en péril une ou plusieurs de ses fonctions principales appelés « critères de performance ».

Le tableau ci-après précise la démarche de prévention (des déchets d'emballages) par réduction à la source (des emballages).

PREVENTION PAR REDUCTION A LA SOURCE : <i>(exemple de check list d'évaluation)</i>		EMBALLAGE : <i>(à préciser)</i>	
Critères de performance	Exigences les plus pertinentes/importantes	Points critiques	Références
Protection du produit			
Procédé de fabrication de l'emballage			
Processus de conditionnement/remplissage			
Logistique (y compris le transport, l'entreposage et la manutention)			
Présentation et commercialisation du produit			
Acceptation par l'utilisateur / le consommateur			
Informations			
Sécurité			
Législation			
Autres aspects			
SIGNATURE :		DATE :	

• Point critique

La liste illustrative ci-dessus montre que les points critiques peuvent être liés aux procédés de fabrication, aux processus de conditionnement, à l'acceptabilité par les consommateurs (Le CNE conseille de disposer d'études ou de statistiques en la matière) et à des réglementations sectorielles (touchant à la sécurité, l'information...).

La notion de point critique ne se limite pas aux seules fonctions techniques mais intègre aussi les contraintes économiques avérées (par exemple liées à un outil industriel, à des standardisations d'emballages pour diminuer le prix de revient, à un circuit ou une forme de distribution), qui peuvent expliquer que certains emballages n'apparaissent pas comme complètement optimisés en termes de prévention. L'acceptation par les consommateurs, critère intégré explicitement dans les exigences de la directive européenne (et dans le code de l'environnement -article R543-44- qui la transpose) figure dans la norme CEN. Pour autant cet élargissement à des aspects économiques ne saurait constituer la justification d'une absence de démarche de prévention.

• Contrôles de la conformité de l'emballage

La norme permet, en France, l'autocontrôle par le fabricant de l'emballage (les résultats de la démarche doivent figurer dans un dossier qui comprend une déclaration écrite de conformité et une documentation technique).

La déclaration de conformité sera communiquée à l'utilisateur de l'emballage (le conditionneur, sauf si ce dernier est le concepteur de l'emballage et dès lors le responsable de son élaboration) alors que la documentation technique est destinée aux seuls agents de l'administration chargés du contrôle (DGCCRF).

Voir guide pratique d'application des dispositions des directives européennes (94/62/CE modifiée par la directive 2004/12/CE) transposées en droit français dans le Code de l'environnement, et en référence aux normes harmonisées, publiées au JOUE le 19/02/2005, disponible sur www.conseil-emballage.com

3. Périmètre d'analyse du groupe de travail

3.1 Les questions des consommateurs relatives au(x) suremballage(s)

- Pourquoi ne pas supprimer les suremballages ?
- Pourquoi y a-t-il des emballages de regroupement ?
- Pourquoi y a-t-il des produits avec superposition de 3 emballages ?
- Pourquoi des emballages individuels surtout en cas de superposition d'emballages ?
- Pourquoi y a-t-il des blisters (surtout lorsqu'ils sont trop grands) alors que les produits sembleraient pouvoir s'en passer ?
- Pourquoi y a-t-il des boîtes / étuis carton pour des tubes souples ?
- Pourquoi y a-t-il des suremballages liés aux promotions (exemples : collerettes, lots ...) ?

Les réponses à ces questions, parmi d'autres, ont été élaborées par un groupe de travail multipartite du CNE en 2004 et 2005. Elles ont été publiées sous le titre « *Etre ou ne pas être emballés?* » et sont consultables sur le site internet : <http://www.conseil-emballage.org>, rubrique Publications.

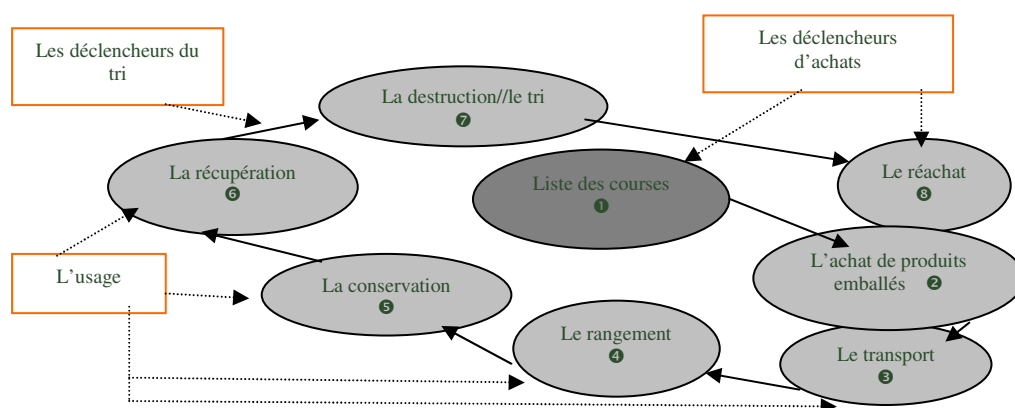
3.2 La métamorphose : du produit à l'emballage

Les informations suivantes proviennent de l'étude « L'emballage dans la vie des français » réalisée par Cofremca-Sociovision pour Eco-Emballages et le CNE en 2000. Cette étude comporte une phase qualitative approfondie (réunions de groupe et entretiens individuels) suivie d'une phase quantitative qui a été actualisée à deux reprises. Elle a été réalisée dans un contexte dans lequel la pression sur l'emballage était moins forte qu'elle ne l'est aujourd'hui, mais dans lequel 60% des interrogés triaient déjà leurs emballages, et ce depuis plus de deux ans dans la moitié des cas. Ses conclusions éclairent le débat et anticipent sur la dichotomie entre attitudes et comportements.

L'emballage fait tellement partie de la vie des gens et des produits eux-mêmes qu'il est difficile à isoler en tant que tel. Les gens achètent un produit emballé : produit et emballages sont inséparables à ce stade.

Le consommateur n'a pas spontanément conscience de la place qu'à l'emballage dans sa vie bien que, tous les jours, il y soit confronté et le manipule. L'emballage accompagne les consommateurs partout dans leurs actes de consommation.

• Le cycle de vie de l'emballage



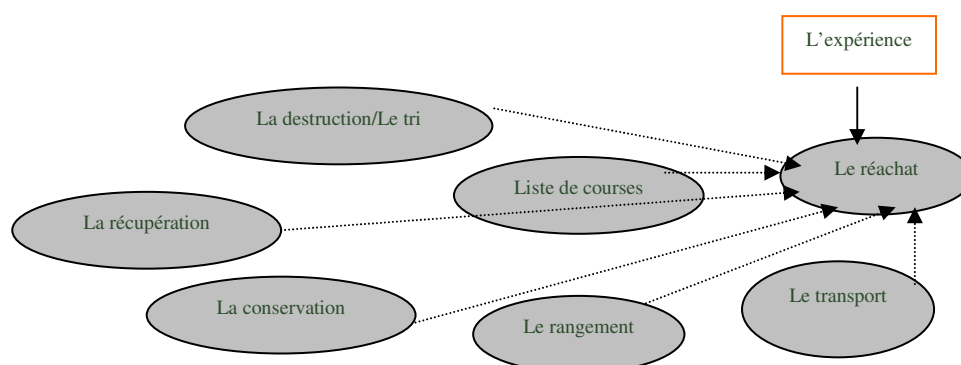
Parfois, l'emballage est présent dès la liste des courses pour les produits avec lesquels les gens ont déjà une expérience quotidienne. Dans ce cas, l'emballage est partie intégrante du système produit (ex : le gruyère avec le zip, la bouteille d'eau ou le flacon de vin, la brique de lait, le pot de yaourt, la canette de bière, la boîte de conserve...) mais plus généralement il est :

- ⇒ Facilitateur dans le transport pour les produits lourds : les poignées de transport, les emballages de regroupement, les matériaux légers, les emballages de protection contre la casse ;
- ⇒ Facilitateur d'identification et d'information produit ;
- ⇒ Facilitateur de stockage/rangement : recherche des petits volumes, doses individuelles,...
- ⇒ Facilitateur d'ouverture, de refermeture : les « clapets » des flacons d'épices, les bouchons sur les briques, les opercules à ouverture facile,...
- ⇒ Facilitateur de stockage, de conservation et du maintien d'hygiène une fois les produits entamés : les zips, les beurriers, ...
- ⇒ Facilitateur d'usage : les sachets cuisson, les doses individuelles, les flacons « tête à l'envers », les bouchons anti-gouttes, les systèmes à pompe ;
- ⇒ Facilitateur du contrôle de la consommation : les bouteilles transparentes...

Pour les gens, il ne commence à être vraiment question d'« emballage » que lorsqu'un contenant est vide de son produit.

- **Les comportements vis-à-vis de l’emballage**

La phase d’expérience conditionne en partie le réachat.



Quand on cite isolément le mot « emballage », il devient un élément extérieur au produit, on dira alors qu’il est : « trop encombrant », « trop volumineux », « trop important », « trop luxueux », « inutile », ... La première modalité d’apparition de l’emballage dans l’esprit des consommateurs est le suremballage.

- **Quelques pistes d’améliorations lors de la conception**

- ⇒ Il n’y a pas « trop » d’emballage en général mais il y a de l’emballage inutile, gadget, superfétatoire, le « trop » volumétrique apparaît lorsqu’il y a un déficit de valeur ajoutée.
- ⇒ Une remise en cause régulière de l’analyse de la pertinence.

- Les trois qualités principales que doit avoir un emballage

(Total des interrogés base : 2.000, données exprimées en pourcentages)

Pouvez-vous nous indiquer dans la liste suivante, les trois qualités principales que doit avoir un emballage ?	% (Base : 2000)
La protection du produit	39
L’encombrement minimum	35
La possibilité de pouvoir le recycler facilement	32
L’aide au transport du produit : poignée de transport, emballage que l’on tient bien en main	31
Les petites astuces qui aident au quotidien	27
L’invulnérabilité : le fait d’être sûr que personne d’autre n’a pu l’ouvrir avant moi	25
La légèreté	23
L’information sur le produit, sa composition, son utilisation	23
La facilité du tri par la suite, une fois qu’il sera vide	15
Le fait qu’il y ait un minimum d’emballage autour du produit	14
La réutilisation possible une fois que le produit a été consommé	9
La possibilité de repérer la marque	9
Son aspect esthétique	7
Ne sait pas	2

(Source : Cofremca-Sociovision pour le CNE et Eco Emballages, 2000)

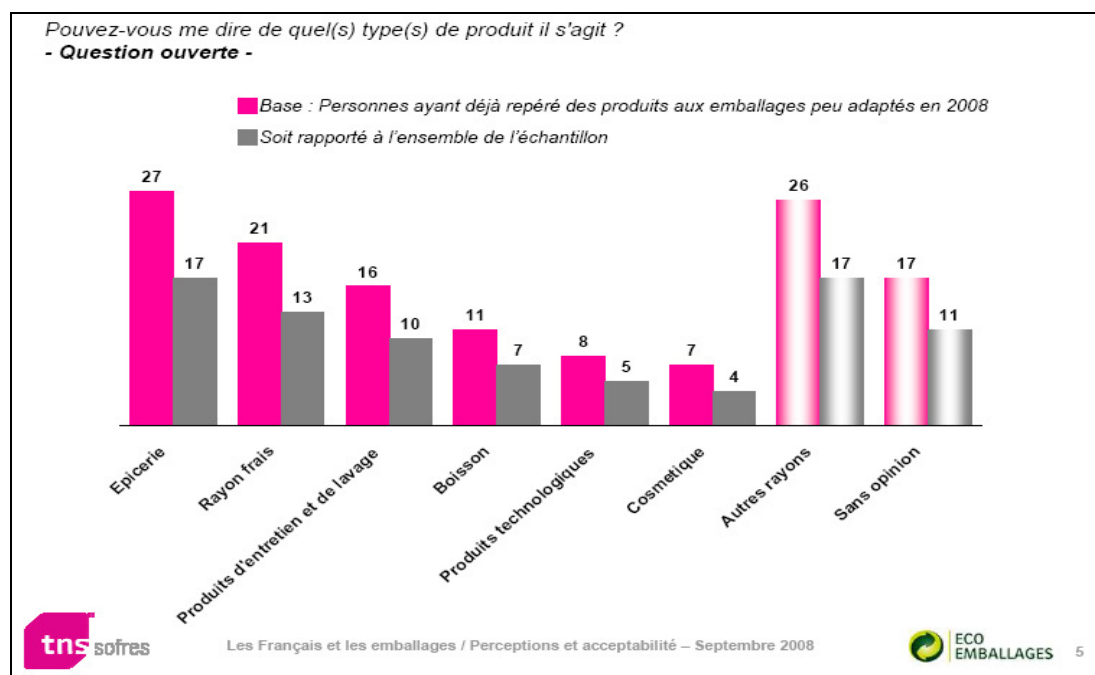
- Les qualités d'un emballage varient suivant les familles de produits :

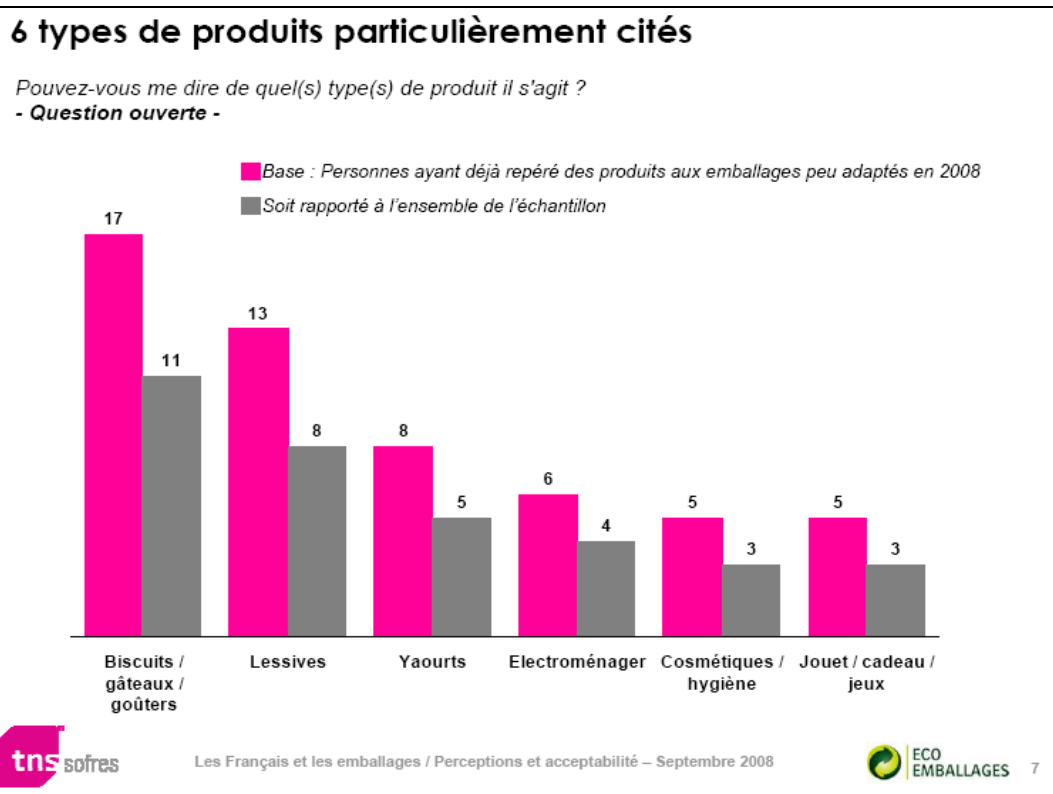
Les qualités principales d'un emballage ?	Produits d'entretien	Produits alimentaires	Boissons	Produits Techniques (HIFI, TV, ordinateur, etc...)
Total interrogés	(Base 2000)		En %	
Protection du produit	47	49	35	48
Inviolabilité	17	45	32	17
Petites astuces qui aident au quotidien	27	36	25	4
Information sur le produit	29	34	21	16
Encombrement minimum	35	22	27	42
Possibilité de recyclage facile	24	16	24	18
Aide au transport du produit	28	16	34	41
Légèreté	20	15	28	27
Minimum d'emballage autour du produit	12	12	8	13
Possibilité de repérer la marque	11	11	10	11
Facilité du tri quand il sera vide	14	10	15	9
Réutilisation possible	8	8	8	4
Esthétique	6	7	8	13
Ne sait pas	2	2	3	6

(Source : Cofremca-Sociovision pour le CNE et Eco Emballages, 2000)

3.3 Un français sur 2 interpellé par un emballage « trop »...

L'étude «Les français et les emballages : perceptions et acceptabilité » (TNS Sofres-Eco Emballages / 2007 et 2008) montre que les secteurs concernés par la perception d'un emballage « trop » sont très diverses :





Certaines catégories ont déjà été travaillées collectivement au CNE (cf manuels « *Emballages & Suremballages des yaourts et des autres produits laitiers ultra-frais* » et « *Ecorecharge, vide technique, suremballage des produits d'entretien de la maison et d'hygiène de la personne* »), d'autres pourraient faire l'objet de nouveaux travaux à la demande des adhérents, associatifs et professionnels.

3.4 Les produits suremballés pour les consommateurs anglais

Alors que l'étude TNS SOFRES reposait sur des questions ouvertes, l'étude INCPEN (The Industry Council for Packaging and the Environment) d'octobre 2008, a proposé une liste préétablie de produits « suremballés ».



Source: Ipsos MORI for INCPEN/Valpak 1,010 British adults aged 16+, f-2-f, in-home, 10-16 October 2008

3.5 Les français et la consommation durable : quels changements en 2009 ?

Une étude d'Ethicity, en mars 2009, montre que les produits du quotidien sont privilégiés dans les éventuelles résolutions des français.

Pour quel poste de consommation seriez-vous prêt à consommer de manière plus responsable ?

	2006	2009	Tendance
Eau, énergie	74 %	67 %	↘
Voyages	7 %	5 %	↘
Transports	27 %	18 %	↘
Alimentation	35 %	44 %	↗
Entretien	19 %	27 %	↗
Habillement, beauté	15 %	9 %	↘

3.6 Décalage entre attitudes et comportements

69% des français déclarent avoir changé de comportement pour le développement durable ces 12 derniers mois. (+ 4 points vs 2008)

Ils sont une large majorité à dire veiller régulièrement à réduire leur consommation d'énergie et à trier leurs déchets. (Respectivement 75,5% et 84%)

☞ Pour autant, la base des « consom'acteurs » tourne toujours autour de 20% de la population :

- Je fais des achats responsables (« Régulièrement ») 20 %
- Au travers de mes choix d'achat, j'agis au service de mes convictions (« Tout à fait d'accord ») 20 %
- Je fais attention à ne pas acheter de marques d'une entreprise dont je réproouve le comportement (« Tout à fait d'accord ») 30 %
- Je choisis des produits respectueux de l'environnement (« Régulièrement ») 25 %

Source Ethicity

3.7 Les français, la consommation durable et l'emballage

La réduction des emballages apparaît, en question assistée, comme l'une des voies prioritaires pour développer une consommation durable. (Source : Conférence de presse FCD - mars 2009)



4. Analyse critique de cas concrets et pistes d'amélioration

Ce chapitre est dédié à l'analyse de cas concrets d'emballages primaires, manipulés fréquemment par les consommateurs, illustrant la problématique du « suremballage » sous ses différents aspects.

Ces emballages s'intègrent dans un système complet (avec l'emballage secondaire et l'emballage tertiaire). Certaines de leurs fonctions sont perceptibles par les consommateurs, d'autres non, mais elles peuvent l'être pour d'autres utilisateurs dans la chaîne emballage. L'analyse fonctionnelle permet de justifier l'emballage et/ou ses éléments et, le cas échéant, de les optimiser par réduction à la source ou de supprimer le « suremballage » de certains produits, en conservant les fonctions.

4.1 Enveloppes multiples

- Pots unitaires de spécialité laitière conditionnés par 4

Ces pots unitaires, livrés préformés individuellement par le fabricant d'emballage au conditionneur, ne sont pas « attachés » et leur forme ne permet pas l'étiquetage latéral. Les fonctions principales du pack sont le regroupement et l'étiquetage.

Le fabricant a amélioré l'emballage de regroupement en supprimant les pattes latérales, ce qui a permis une économie de 223 tonnes de carton par an.

	UC (Pot)	Emballage de regroupement	UVC
Grammes	2	2,69	10,69
%	22,2 %	17,8 %	20,9 %
Tonnes/ an	664	223	887

Cette modification combinée avec l'allègement du pot unitaire (UC) permet de dégager les économies ci-dessus pour le pack de 4 (qui constitue l'unité de vente consommateur ou UVC).

L'emballage secondaire (plateau carton) et l'emballage tertiaire restent identiques.

- Pots unitaires de crème de dessert regroupés x4

Les fonctions principales du « suremballage », au sens technique, sont le regroupement et l'étiquetage latéral. L'intercalaire central séparait les deux couches de pots et contribuait au maintien des 4 pots en verre. Cet emballage de regroupement a été retravaillé, permettant la suppression de l'intercalaire.

	Emballage de regroupement	UVC
Grammes	- 5,8 g	- 5.8
%	- 30 %	- 2 %
Tonnes/ an	- 280	- 280

Le pack carton passe de 19,3g à 13,5g, soit une économie de 30% à ce niveau (les 4 pots en verre utilisés dans le processus de fabrication du produit n'a pas été modifié).

- Pack de 3 boîtes de conserve d'aliment pour chat

L'emballage de l'UC (conditionnement unitaire du produit : boîte métal) ainsi que l'emballage de regroupement (carton) ont bénéficié de réductions. La fonction principale du pack carton est le regroupement ; il contribue également à améliorer le support d'information.

Le groupage en carton (recyclé) du multipack a été ramené de 400g/m² à 350g/m² et la surface du carton s'est vue diminuée par une découpe (34g à 28g pour le x3 et 45g à 38g pour le x4). Il en résulte une diminution de la sensibilité de l'emballage de regroupement aux chocs (transport, linéaire...) et une amélioration sa qualité visuelle en linéaire. L'épaisseur du métal du corps et du fond de la boîte a été réduite, la passant de 50 à 47 grammes.

Le consommateur a le choix entre trois formats proposés à la vente (1 boîte et packs de 3 ou de 4 boîtes).

Boîte de 400g seule

	UVC = Boîte	Secondaire / Tertiaire	Global
Grammes	- 3	-	- 3
%	- 6%	-	- 5,6 %
Tonnes / an	- 960	-	- 960

Pack de 3 x 400g

	UVC x3	Secondaire / Tertiaire	Global
Grammes	- 15	-	- 15
%	-8,2%	-	- 8 %
Tonnes / an	- 615	-	- 615



Avant



Après

- Pots de mousse au chocolat superposés 2x2

La fonction principale du pack est de regrouper 2 x 2 pots superposés. Il contribue à améliorer la fonction de communication de l'unité de vente consommateur (UVC) de 4 pots. Les informations portées par l'emballage de regroupement le sont aussi sur les pots. La réduction de la surface du carton a permis de l'alléger (son poids passant de 12g à 11g). Les autres éléments du système d'emballage (plateaux, palettes...) restent identiques.



	Pack carton
Grammes	- 1 g
%	- 8,3 %
Tonnes / an	- 36

- Pack de 16 pots de yaourt (2 x 8 pots attachés)

La fonction première du pack carton est de permettre le regroupement de « plaques » de 8 pots attachés (fabriqués chez le conditionneur selon la technique FFS = Forme, Fill and Seal). Il contribue aussi à protéger les deux plaques de huit pots (qui sont sécables) et à valoriser le produit en linéaire. L'optimisation a porté sur la réduction de la taille de l'emballage carton et a permis d'en réduire significativement le poids, de 41g à 27,3g, soit -33,4% pour cet élément (les pots et leurs opercules sont inchangés). L'économie annuelle correspondante est de 49 tonnes.

Les autres éléments du système d'emballage (plateaux, palettes...) étant inchangés, le taux de réduction à la source global ressort à 11,7% au niveau de l'unité de vente consommateur de 16 yaourts.



	Emballage de regroupement	UVC x16
Grammes	- 13,7	- 13,7
%	- 33,4 %	- 11,7 %
Tonnes / an	- 49	- 49

- Pots de compotes thermoformés attachés x4

Les pots unitaires fabriqués selon la technologie FFS sont attachés par 4 (plaque de 4 pots). Le « suremballage » qui avait deux fonctions, le regroupement et l'information, a été supprimé. La fonction d'information assurée par le suremballage a été transférée sur l'opercule des pots, mais l'étiquetage latéral a disparu, la technologie utilisée pour former les pots ne permettant pas leur étiquetage (déficit de communication par rapport à la présentation précédente lorsque le produit est placé sur étagère à hauteur des yeux ?). Il s'agit d'un produit de marque distributeur positionné en premier prix.



Avant



Après

	Suremballage	UVC
Grammes	- 20	- 20
%	- 100 %	- 45 %
Tonnes/ an	- 10	- 10

- Pots de mousses au chocolat thermoformés attachés x4



Avant



Après

	Suremballage	UVC
Grammes	- 16	- 20
%	- 100 %	- 38,5 %

Dans le cas de cette mousse au chocolat, la technologie de thermoformage des pots permet non seulement de les attacher (FFS) mais aussi leur banderolage latéral ou étiquetage cylindrique (l'étiquette papier contribue à la solidité des pots et à leur résistance à la compression). Le carton de regroupement a été supprimé et ses deux fonctions principales (regroupement et information) sont assurées par les quatre pots attachés avec la technologie employée.

4.2 Étuis

- Etuis de tubes de dentifrice

Les questions récurrentes posées par les consommateurs concernent l'utilité de l'étui du tube. Le tube est un laminé plastique multi-couches, qui incorpore une couche d'aluminium pour la propriété barrière de ce matériau (en vue d'assurer la constance de la qualité du dentifrice pendant sa durée de vie). Il est protégé par un carton d'emballage pour éviter d'être déformé, percé ou déchiré lors du transport ou de sa mise en rayon. L'étui carton permet également de présenter le dentifrice à plat, en linéaire et de l'empiler de façon stable.



Une alternative est le tube en monomatériau plastique (dit « stand up »,...). Les propriétés barrières du plastique étant inférieures à celle de l'aluminium, il doit être plus épais que précédemment. Il est généralement commercialisé avec un bouchon plus large et disposé en rayon dans une barquette de maintien en carton et/ou des alvéoles en plastique, qui permettent sa mise en rayon et la tenue verticale du produit en linéaire. Les analyses comparatives sur des formats équivalents (75 ml soit 100g de dentifrice) révèlent une différence de poids en faveur du « stand up » (18,61g vs 23,20g) avec une répartition de matériau différente. En revanche, la comparaison ne montre pas de différences significatives des deux formules en terme d'impacts sur l'environnement. (Source : Manuel « Ecorecharge, vide technique, suremballage des produits d'entretien de la maison et d'hygiène de la personne », CNE, Mai 2009)

- Flacon de crème Ysiance dans une boîte en carton

Dans ce cas, l'étui carton sur lequel figurait notamment la liste des ingrédients et les autres mentions légales a été supprimé. Les informations ont été portées sur une étiquette enveloppante qui fait une fois et demi le tour du flacon et dont une partie est pelable pour accéder aux données.

La fonction « inviolabilité » de l'étui est désormais assurée par un témoin placé au niveau de la pompe du flacon.



Avant



Après

	UVC	Global
Grammes	- 9,4	- 9,4
%	- 21,6 %	- 16,9 %
Tonnes/ an	- 0,072	- 0,072

La compréhension immédiate du type de produit a été accrue par la visibilité du flacon pour cette marque (MDD) peu connue. Ce qui est apparu ici comme un « avantage » ne le serait peut être pas pour une marque premium internationale largement diffusée et reconnue par son étui et son graphisme.

4.3 Blisters

Les blisters sont utilisés comme conditionnement unitaire d'un produit, comme enveloppe d'un conditionnement unitaire ou comme emballage de regroupement...

Leurs fonctions varient selon ces cas de figure : protection du produit, hygiène, protection contre le vol et la malveillance, information (dénomination du produit, poids, composition, code à barres, nom du fabricant, code lot...), communication (nom de marque, mode d'emploi, promotions...), mise en rayon sur broche...

- Blister de brosses à dents

Que les ventes soient faites à l'unité ou en lots, les brosses à dents sont présentées en libre-service en blisters pour des questions d'hygiène, d'informations d'usage pour le consommateur (souplesse, dureté, enfant, adulte...), d'informations commerciales (nom de marque), juridiques (adresse du fabricant) et techniques (code à barres), de mise en rayon (accrochages sur broches)... Les présentations diffèrent entre libre-service et officines (recherche d'attractivité visuelle versus recherche d'encombrement moindre).

Les blisters sont souvent bi-matériaux (cartonnette et coque plastique). Les dimensions des blisters varient en hyper et supermarchés, de 230 à 245 mm pour la hauteur de la carte et de 42 à 120 mm pour sa largeur ; le poids de l'emballage primaire qu'il constitue (carte carton et coque plastique) varie de 6 à 29g. Les formats des blisters en hyper et supermarchés sont différents en France (largeur la plus courante 70 mm, mais il existe également du 55, du 60 et du 120 mm) de ceux du reste de l'Europe ou de ceux vendus en officine (42 mm).

	Hauteur (mm)	Largeur (mm)	Poids UVC (g)	Poids à l'UC*
Monopack européen	225	42	6	6
Monopack français	242	70	10	10
Duopack	242	70	10	5
Tripack	242	70	11	3,6
Pack de 4	242		15	3,7
Pack de 4 secable **	230	120	30	7,5

* Pour une brosse

** Fonctionnalité différente de celle des autres packs, chaque brosse à dents étant elle-même protégée dans une barquette individuelle scellée

La réduction de la largeur de la cartonnette pour les brosses à dents vendues à l'unité, permettrait de réduire significativement à la source le poids des matériaux : le passage de 70 à 42 mm, pour les monopacks, conduirait à une économie de matériaux de 40%. En revanche, il diminuerait la visibilité et/ou l'attraction visuelle du produit s'il était seul à l'adopter par rapport à ses concurrents.

Cependant, l'analyse des ventes montre un développement marqué des achats en multipacks, qui constituent aujourd'hui l'essentiel du marché français. Le poids d'emballage des multipacks ramené à la brosse à dents (pack/ratio) est inférieur à celui des monopacks, quelque soit la taille des cartonnettes : les économies d'emballages primaire ramenées à l'UC (une brosse à dents) vont de 40% à 60%.

Quelques industriels utilisent un format unique de cartonnette, quelque soit le nombre de brosses à dents contenues ; la fabrication en série à partir d'un même format de cartonnettes est un argument industriel non perceptible par les consommateurs.



- Cartonnnette pour gel anti-mites

Les 2 « crochets plastiques » permettant la diffusion du gel anti-mites étaient placés sur une cartonnnette sous blister. Le blister qui constituait le suremballage a été supprimé ; les diffuseurs sont désormais encartonnés par deux, le carton sécable servant de crochet et de support aux informations légales et d'utilisation.

Le même principe a été adopté par plusieurs marques de fabricants et de distributeurs.



Avant



Après

	UVC	Secondaire	Tertiaire	Global
Grammes	- 16,4	- 3,81	- 0,04	- 20,25
%	- 74,2%	- 53%	- 58%	- 69%
Tonnes / an	- 2,17	- 0,88	- 0,01	- 2,69

- Flotteur pour la pêche

Le blister a ici été remplacé par un cavalier papier remplissant les fonctions de mise en linéaire, d'information au consommateur et de passage en caisse. Cet emballage primaire a été réduit et est devenu mono matériau, ce qui facilite sa gestion lorsqu'il devient déchet. En revanche, la protection (du produit, contre le vol...) est moindre, mais les consommateurs peuvent toucher le produit, conformément à la stratégie (voir, toucher, essayer...) de l'enseigne « libre service » qui le commercialise (cette « simplification » de l'emballage pourrait ne pas correspondre à d'autres circuits de vente plus traditionnels).



Avant



Après

	UVC	Global
Grammes	- 5,8	- 5,8
%	- 69 %	- 34,1 %
Tonnes/ an	- 0,46	- 0,46

- Aérosol sous blister

Le blister a pour fonction unique la mise sur broche (linéaire), les informations étant portées sur le conditionnement unitaire du produit. Un nouveau bouchon spécifique permettant la mise sur broche a été développé et le blister supprimé; le produit peut désormais être aussi présenté en étagère.

	UVC	Secondaire	Tertiaire	Global
Grammes	- 28	- 6,7	- 0,01	- 34,7
%	- 28,3 %	- 16,7 %	-	- 26,3 %
Tonnes / an	- 18,2	- 4,3	-	- 22,5



Avant



Après

4.4 Colerette

Cet élément d'emballage est utilisé principalement pour des fonctions d'information souvent temporaire (promotion, prix, lancement d'un produit ...) ou complémentaire (distinction, médaille de concours agricole...). La colerette peut compléter une étiquette « permanente » déjà fabriquée.

Dans l'exemple suivant, la colerette (1,89 grammes) ne correspondait à aucun de ces cas de figure, mais indiquait que le produit était sélectionné par l'enseigne, alors même que le produit est, à l'évidence présent dans les magasins de l'enseigne et que l'étiquette permanente porte la mention « Club des sommeliers ». Il a été décidé de supprimer cette identification complémentaire.

Cette simplification s'intègre dans le cadre du plan d'optimisation des emballages du distributeur et sera également appliquée aux 16 autres produits de la même famille.



Avant



Après

	UVC	Secondaire / Tertiaire	Global
Grammes	- 1,89	-	- 1,89
%	- 0,45	-	
Tonnes / an	- 1,26	-	- 1,26

4.5 Emballages perçus comme trop grands

Les vides techniques peuvent être liés à la nature des produits emballés, aux procédés de conditionnement utilisés, parfois à des réglementations sectorielles (directive gamme) et à la présence éventuelle d'accessoires (dosette). Il s'agit de distinguer les vides techniques justifiés techniquement (atteinte d'un point critique), de ceux qui seraient abusifs.

- Les boîtes de lessive et vides techniques

L'importance du vide constaté s'explique par la hauteur de vide nécessaire dans la boîte pour son remplissage (effet de cône), par la variation admise de la densité de la poudre et par l'évolution du tassement de l'étape du remplissage en usine à celle de l'achat par le consommateur.

La hauteur de vide nécessaire dans la boîte lors du remplissage peut être calculée comme suit :

- Caractéristiques du produit :

Poids souhaité de poudre	5,130 kg
Densité poudre : 630g/l avec tolérance	+/- 25g/l
% de tassement de la poudre	- Tassement naturel : 11 % - Si vibré au remplissage : 16 % - Après transport et manutention : 22 %

- Caractéristiques emballage : bande d'arrachage ou bec verseur et/ou gobelet doseur

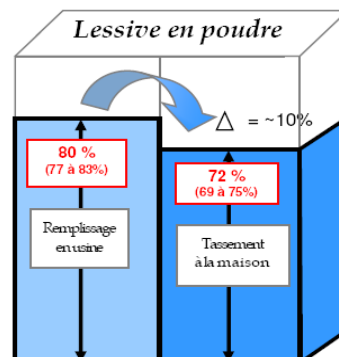
Résultats du remplissage en usine :

	Densité du produit	Hauteur Libre	Taux de remplissage à l'usine
Avec densité minimum de la poudre	605g/l	53 mm	83 %
Avec densité théorique de la poudre	630 g/l	64 mm	80 %
Avec densité maximum de la poudre	655 g/l	73 mm	77 %

Le procédé de conditionnement peut constituer en soi une limite pour une réduction à la source supplémentaire. Le tableau ci-dessus montre le remplissage théorique et le remplissage le plus défavorable techniquement, c'est-à-dire lorsque la densité est la plus faible, pour garder un espace libre minimum (pour le consommateur, la boîte paraît plus remplie alors que le poids de produit est le même). Ainsi, pour une boîte de 252mm de longueur, 122mm d'épaisseur et 320mm de hauteur, le taux de remplissage pour la densité moyenne est, à la sortie d'usine, de 80 % (contre 83% pour densité minimum et 77% pour la densité maximum), ce qui correspond à une hauteur libre de 64mm en haut de la boîte moyenne.

Résultats au niveau du consommateur :

Après transport, le tassement moyen passe à 22% (du fait des vibrations, manutention...) ; de ce fait, le remplissage de 80% passe, chez le consommateur, à 72% pour la densité moyenne théorique (contre 75% pour la densité minimum et 69% pour la densité maximum), ce qui équivaut à une hauteur libre de 90mm en haut de la boîte (et jusqu'à 98mm avec la densité maximum).



Axe d'amélioration : déplacement du point critique (poudres)

Dans le cadre d'une harmonisation des formats de poudres à lessiver domestiques, le fabricant Henkel a introduit de nouveaux formats dans ses lignes de produits en 2007 et a engagé des modifications importantes des chaînes de conditionnement, pour un remplissage inversé permettant de placer le doseur avant la poudre. Les dimensions des principaux emballages des poudres ont été modifiées, et ces changements qui concernent la longueur, la largeur et la hauteur, ont des répercussions positives en termes de prévention de déchets d'emballages à la source. L'augmentation des taux de remplissage des cartons va de 11% à 16%, réduisant en conséquence la quantité d'emballage utilisé par tonne de produit.

- Liquides moussants et vides technique

Il existe une contrainte technique de l'ordre de 15% pour le conditionnement des liquides moussants, ainsi qu'une réglementation (cf. directive gamme en cours de révision au niveau européen) sur les formats (contenances) pour certains produits.

Axe d'amélioration vs vide technique : déplacement du point critique (flacons de liquides)

Un remplissage par le fond du flacon (canule plongeante) d'un détachant liquide a permis, en limitant le développement de la mousse, de réduire le volume ras bord. Cette modification du procédé de conditionnement s'est accompagnée d'une optimisation dimensionnelle de l'emballage.

La mise en oeuvre combinée de ces 2 leviers a permis de réduire l'emballage à la source en poids et en volume. La forme du flacon en PEHD a été modifiée et son poids (hors bouchon et étiquette) a été réduit de 62 à 52g. La caisse américaine (qui ne regroupe désormais que 10 unités au lieu de 12) est passée de 500 à 400g. La palettisation a été augmentée de 576 à 720 UVC.



Avant

Après

Emballage Par lavage	UCV	Secondaire	Tertiaire	Global
Grammes	- 10	- 1,67	- 0,39	- 12,06
%	- 14,6 %	- 4 %	- 20 %	- 10,7 %
Tonnes/an	- 95	-15,83	- 3,71	- 114,5

L'augmentation du nombre d'UVC par palette est de 25 %, ce qui a permis une réduction du volume de transport de 20 %, soit 100 camions par an.

- Boite de graines à gazon

Identification en linéaire, mode d'emploi, protection et transport sont les principales fonctions de cette boîte de graminées pour gazon. Les dimensions de la boîte 1kg ont été optimisées : réduction de hauteur de -3,5 cm pour une augmentation de l'épaisseur de +0,5 cm ; ceci a permis de réduire le poids de la boîte de 10 grammes.

La caisse américaine de regroupement de 10 UVC a également été réduite de 50 grammes.

Avant

Après



Emballage	UCV	Secondaire	Tertiaire	Global
Grammes	- 10	- 5	- 0,28	- 15,28
%	- 10%	- 10%	-14,3%	-10,1%
Tonnes/an	- 0,83	- 0,41	- 0,02	- 1,26

- Paquet de truffes en chocolat



Avant

Après



Avant

Après

L'étui carton que constitue l'emballage de ce produit, permet à la fois le regroupement des truffes en chocolat, mais aussi leur protection, notamment pendant leur transport, la communication ainsi que les informations sur le produit. Une réduction de l'espace mort dans l'étui a été effectuée, avec une diminution de son poids qui passe de 31g à 22g (- 29%), ceci a permis une optimisation de l'emballage de regroupement et de la palettisation. L'économie totale de matériaux est de 34%, la réduction du nombre de palettes de 44% et le nombre de camions a diminué de 44%.

Conclusions sur les vides techniques des emballages perçus comme trop grands

- La nature du produit peut justifier la présence d'un vide technique et être en soi un critère qui peut se révéler critique pour une réduction supplémentaire du volume de leur emballage ; en effet, les caractéristiques physico-chimiques de certains produits conditionnés peuvent avoir une influence sur le vide technique : produits pulvérulents, liquides moussants, viscosité ou capacité à évacuer l'air emprisonné dans le produit (gel de lavage...). On cherchera à déplacer ce point critique en agissant sur la formule du produit et le procédé de conditionnement.

- Le procédé de conditionnement disponible peut être à l'origine d'un point critique (voir la liste des critères de performance). Certains modes de remplissage (par exemple « méthode volumétriques ») et l'ancienneté de certaines installations de conditionnement peuvent expliquer que des vides soient plus importants que d'autres. Pour autant, des améliorations sont possibles et doivent être recherchées.

- La formation d'un « cône » lors du remplissage des poudres justifie un vide technique (sans même prendre en compte l'ajout d'une pelle ou d'un gobelet doseur ou la présence d'une bande d'arrachage pour faciliter l'ouverture ou d'un bec verseur) qu'il faut calculer au plus juste.

- Une poudre non tassée occupe un volume plus important qu'une poudre tassée après transport et manutention. Les vides techniques sont accentués entre le conditionnement des produits et leur usage chez le consommateur (pour autant, l'indication du nombre de lavages exprimé sur l'emballage garantit, sinon la contenance apparente, la quantité utile en termes d'usage). On cherchera à remplacer, dans la mesure de ses possibilités économiques et techniques, le remplissage naturel (tassement 11%) par le remplissage vibré (tassement 16%).

- Les vides non justifiés techniquement sont à proscrire, de même que les emballages «trompeurs» que l'on ne devrait plus voir sur le marché (voir réglementation R-U).

4.6 Emballages perçus comme excessifs

- Paquet de brownies

L'emballage de ce produit permet à la fois le regroupement de plusieurs gâteaux, mais aussi leur protection, notamment pendant leur transport, la communication ainsi que les informations nutritionnelles du produit. En revanche, tous les éléments de l'emballage ont pu être réduits : laize (film 210 vs 255 mm) du « flow-pack » de regroupement, dimensions de l'étui carton (205x145x45 vs 218x190x39 mm) et, en conséquence, réduction des dimensions du « wrap around » de 6 étuis (289x208x108 vs 379x321x120 mm). La modification de l'étui s'est accompagnée de l'ajout d'une ouverture facile.

La diminution des dimensions de l'étui a permis d'optimiser la palettisation de 420 à 468 UVC entraînant des gains de stockage et de transport. La diminution de l'étui s'est accompagnée d'une diminution du «facing» unitaire permettant une meilleure utilisation du linéaire.



Avant



Après

Emballage	UCV	Secondaire	Tertiaire	Global
Grammes	- 12,64	- 8,3	- 0,18	- 21,16
%	-24,5%	- 30,3%	- 10,3%	- 26,2%
Tonnes/an	- 18,22	- 12,02	- 0,26	- 30,5

- Paquet de tartelettes

Comme les brownies, cette boîte permet le regroupement, le transport, la protection, la communication ainsi que les informations nutritionnelles du produit.

L'étui carton a été optimisé, ses dimensions réduites, et son poids a été diminué de 20,4 g à 17,2 g. Le contenu de la caisse de regroupement a été augmenté de 14 à 18 étuis (+28%), la palettisation a été augmentée de 1 008 à 1 260 UVC, entraînant une suppression de 5 camions par an. Cette réduction est communiquée au consommateur par un balisage en rayon.



Emballage	UCV	Secondaire	Tertiaire	Global
Grammes	- 3,20	- 0,95	- 0,15	- 4,30
%	-23,2%	- 7,9%	- 20%	-7,3%
Tonnes/an	- 2,83	- 0,84	- 0,13	- 3,80

4.7 Emballages perçus comme trop épais

- Bouteilles de jus de fruits en verre

La bouteille a des fonctions techniques de conservation, de visibilité du produit (lors de l'achat et de la consommation), d'information et de service (refermeture).

Après avoir déjà été réduite de 470g à 450g en janvier 1999, la bouteille en verre a, de nouveau, été allégée de 450 à 340 grammes sans autre modification (capsule, étiquette).

Ceci permet une réduction du poids de la caisse américaine (emballage secondaire) de 281 à 261 grammes (la première réduction avait été réalisée de 290g à 281g) et l'augmentation d'une caisse par couche de palette. Ce cas illustre un processus d'amélioration continue non perceptible pour les consommateurs.



Avant

Après

	UVC	Secondaire	Tertiaire	Global
Grammes	- 110	- 1,7	- 1,5	- 23,2
%	- 23,9%	-7,1%	- 67%	- 23,3%
Tonnes / an	- 275	- 4,2	- 3,8	- 283

- Boîtiers des compacts discs

Les boîtiers des CDs ont pour fonction essentielle de les protéger, d'informer les consommateurs et de faciliter le passage en caisse. Le but a été de proposer aux consommateurs un boîtier de CD moins encombrant : l'épaisseur des boîtiers plastiques des « Compact Discs » enregistrables CD-R a été réduite de 10 à 5 mm et leur longueur de -20 mm. Ceci a aussi permis un allègement de 25 grammes du boîtier auquel s'ajoute la suppression de la cartonnnette qui entourait 10 CD. Cette réduction n'a aucune incidence sur les fonctions du boîtier.

Les dimensions de la caisse américaine en carton (emballage secondaire) sont inchangées, mais celle-ci contient désormais le double de CD-R.

	UVC	Secondaire	Tertiaire	Global
Grammes	- 48	- 32,5	- 1,3	- 81,8
%	-51,5%	-50%	-50%	-50,9%
Tonnes / an	- 15,3	- 10,3	- 0,4	- 26



5. Clés d'évaluation des suremballages et/ou des éléments du suremballage

Le suremballage revêt des formes très différentes qui peuvent être acceptés, tolérés ou contestés par les consommateurs, les associations de protection de l'environnement, les hommes et femmes politiques...

Nous proposons de distinguer dans l'évaluation :

- ⇒ Les critères d'appréciation qui sont perceptibles par les consommateurs (en vert sur le tableau) :
 - niveau unité de vente consommateur (cf fonctions de l'emballage primaire) ;
 - à certaines étapes, pendant et après l'acte d'achat (transport au domicile, stockage, utilisation, valorisation fin de vie).
- ⇒ Les critères explicatifs dans les étapes amont de la chaîne emballage qui ne sont pas perceptibles par les consommateurs (en orange sur le tableau) :
 - dans le cadre du système d'emballage complet (primaire, secondaire, tertiaire) ;
 - lors de certaines étapes amont : fabrication, conditionnement, transport du fabricant vers l'entrepôt, stockage en entrepôt, livraison vers le point de vente, mise en linéaire, passage en caisse.
- Un illustratif est présenté ci-après, à toutes fins utiles, pour aider à identifier et positionner les fonctions selon les étapes et les niveaux d'emballages.

			SYSTEMES D EMBALLAGES											
Analyse des fonctionnalités (Chacun des niveaux doit répertorier l'ensemble des fonctions qui peuvent arriver à un point critique)			Etapas en amont (Professionnels)						Etapas en aval (Consommateurs)					
Niveau	Exemples	Eléments d'emballages analysés	Conditionnement	Stockage	Transport	Stockage et préparation	Livraison	Mise en rayon	Achat	Passage en caisse	Transport	Stockage	Utilisation	Fin de vie
Emballage tertiaire	- - -	- - -	Non perceptible par les consommateurs	Non perceptible par les consommateurs	Non perceptible par les consommateurs	Non perceptible par les consommateurs	Non perceptible par les consommateurs	Non perceptible par les consommateurs	Non applicable	Non applicable	Non applicable	Non applicable	Non applicable	Non applicable
Emballage secondaire			Non perceptible par les consommateurs	Non perceptible par les consommateurs	Non perceptible par les consommateurs	Non perceptible par les consommateurs	Non perceptible par les consommateurs	Non perceptible par les consommateurs	Non applicable	Non applicable	Non applicable	Non applicable	Non applicable	Non applicable
	- - -	- - -	Non perceptible par les consommateurs	Non perceptible par les consommateurs	Non perceptible par les consommateurs	Non perceptible par les consommateurs	Non perceptible par les consommateurs							
Emballage primaire	- Cavalier / Pick Up / Cluster / Film plastique - Fourreau / Etui - Blister - Collerette - Elément de calage - Flow Pack		Non perceptible par les consommateurs	Non perceptible par les consommateurs	Non perceptible par les consommateurs	Non perceptible par les consommateurs	Non perceptible par les consommateurs							
Exemple														

Remerciements

aux adhérents membres du groupe de travail

Corinne Picard	Casino
Thibault Pinoteaux	Casino
Stéphane Bernhard	CLCV
Jean-François Stosser	CLIFE
Delphine Caramella	CNE
Fanny Douville	CNE
Olivier Labasse	CNE
Raymond Wallaert	CNE
Bruno Siri	Danone
Guillaume Frezza	Elipso
Françoise Gerardi	Elipso
Benoît Lefebvre	Elipso
Agathe Grossmith	FCD
Evangeline Baeyens	ILEC
Charles Duclaux	L'Oréal
Olivier Draullette	ONDEF
Gilles Barreyre	Procelpac
Jean-Michel Pointet	Système U
Murielle Pierre	Unilever

aux entreprises dont nous avons repris, pour illustration, les cas concrets

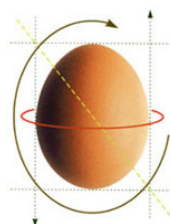
Auchan, Brossard, Casino, Danone, Decathlon, Mars,
Nestlé, Procter & Gamble, Système U, Unilever

et à clab pour le dessin de couverture tiré de son livre « je me souviens de l'avenir » aux éditions EpA

Toutes nos publications sont en ligne sur notre site :
www.conseil-emballage.org

Pour plus d'information, merci de contacter :
Olivier Labasse, délégué général, ou Fanny Douville
Conseil National de l'Emballage
Par téléphone : 01.53.64.80.30.
Par e-mail : info@conseil-emballage.org

AMF (Association des Maires de France)
CLIFE (Comité de Liaison des Industries Françaises de l'Emballage)
CLCV (Consommation, Logement, Cadre de Vie)
ECO-EMBALLAGES
FCD (Fédération des entreprises du Commerce et de la Distribution)
FEDERATION FAMILLE DE FRANCE
FNADE (Fédération Nationale de la Dépollution et de l'Environnement)
ILEC (Institut de Liaisons et d'Etudes des Industries de Consommation)
INTERFILIERES MATERIAUX (Acier, Aluminium, Plastique, Papier-Carton , Verre :
Arcelor Mittal, France Aluminium Recyclage, Valorplast, Procelpac, CSVMF)
ORGEKO (Organisation Générale des Consommateurs)



CONSEIL NATIONAL DE L'EMBALLAGE

71 avenue Victor Hugo – 75116 PARIS
Téléphone : 01.53.64.80.30. Télécopie : 01.45.01.75.16.
E-mail : info@conseil-emballage.org - Internet <http://www.conseil-emballage.org>
SIRET n°41513678700017 APE : 913