

LES FICHES PRATIQUES



L'emballage au service de notre société

Le Conseil National de l'Emballage explique pourquoi l'emballage est ce qu'il est et rappelle ses différentes fonctionnalités et son rôle essentiel dans le développement économique et social de notre société.

Baisse de la taille moyenne des ménages⁽¹⁾

-22 % en 36 ans⁽²⁾

66 % de la population

mondiale **vivra** en ville en 2050, **vs 50% en 2015⁽³⁾**

85 %

du tonnage des emballages ménagers sont **dédiés aux produits alimentaires⁽⁴⁾**

(1) INSEE / (2) 2,88 à 2,26 personnes par ménage

(3) ONU / (4) Éco-Emballages

%

CHIFFRES

- ▶ **S'assurer** que les parties prenantes aient accès à une **information factuelle et vérifiée** ;
- ▶ **Rappeler** les fonctionnalités de l'emballage et les **bénéfices avérés** qui en résultent ;
- ▶ **Inscrire** la chaîne de valeur de l'emballage dans l'**évolution plus large** de nos modes de consommation ;
- ▶ **Intégrer** les évolutions **socio-démographiques** de la société ;
- ▶ **S'adapter** aux besoins des consommateurs-utilisateurs dans leurs différents **moments de consommation**.



RECOMMANDATIONS

Les consommateurs n'achètent pas des emballages vides, mais des **produits emballés**. Le couple produit/emballage n'est dissocié qu'à l'utilisation ou après consommation du produit conditionné.

Les **fonctionnalités** du couple produit/emballage (protection du produit et du consommateur, hygiène, logistique-transport du site de production au bassin de distribution-consommation, visibilité, stockage, usage...) induisent des choix techniques et économiques de conception qui doivent **répondre aux besoins attendus** par le consommateur-utilisateur.



ENJEUX

Réglementation :

- ▶ Directive 94/62/CE ;
- ▶ Règlement (UE) n° 1169/2011 dit règlement INCO ;
- ▶ Règlement (UE) n° 1935/2004 concernant les matériaux et objets destinés à entrer en contact avec des denrées alimentaires ;
- ▶ Code de la consommation Section 18 : matériaux et objets destinés à entrer en contact avec des denrées alimentaires.

Référentiels et guides de bonnes pratiques :

- ▶ Guide méthodologique d'éco-conception CNE ;
- ▶ Emballages et Économie circulaire ;
- ▶ Allégations environnementales relatives aux emballages.



RÉFÉRENCES

Le meilleur de l'emballage pour répondre à 4 enjeux :

1  **Conditionnement, stockage et transport**
L'emballage, acteur de la supply-chain

Transporte le produit :

- ▶ De son lieu de production au bassin de consommation.

Optimise en toute sécurité la chaîne logistique des produits :

- ▶ Transport, stockage, vente, etc.

Intègre les nouveaux modes de distribution :

- ▶ e-commerce, drive, etc.

Participe activement au processus d'élaboration de bon nombre de produits :

- ▶ Champagne, bière, yaourt, etc.

Est un acteur décisif d'optimisation des coûts de production et conditionnement.

2  **Protection du produit, conservation**
L'emballage, allié indispensable du contenu

Garantit l'intégrité et la protection du produit :

- ▶ Protège des agressions extérieures : chocs, lumière, microbes... ;
- ▶ Fait partie intégrante du processus de conservation des produits alimentaires : stérilisation, pasteurisation, etc.

Protège le consommateur :

- ▶ Contribue à l'hygiène des produits et à la sécurité des utilisateurs / consommateurs ;
- ▶ Respecte la réglementation en termes de neutralité de celui-ci vis à vis du produit contenu.

Contribue à la lutte contre le gaspillage :

- ▶ Augmente la durée de vie des produits ;
- ▶ Réduction des pertes de produits.

3  **Usages et services**
L'emballage au bénéfice de l'utilisateur

Intègre la facilité d'usage (ergo-conception) :

- ▶ Ouverture, dosage, versage, réchauffage, etc.

S'adapte à tous les moments de consommation/utilisation et ses évolutions :

- ▶ Nomadisme, marché hors-foyer, CHR, etc.

Participe activement à l'usage du produit :

- ▶ Boîte aérosol de peinture, de laque, stick de rouge à lèvres, mascara, etc.

Contribue à la lutte contre le gaspillage :

- ▶ Consommation différée et refermabilité de l'emballage ;
- ▶ Portions individuelles ;
- ▶ Réduction des pertes de produits.

4  **Information et communication**
L'emballage média

Consommateurs/utilisateurs :

- ▶ Assure la traçabilité du couple produit/emballage : confiance et réassurance ;
- ▶ Communique des informations sur le produit : fidélité.

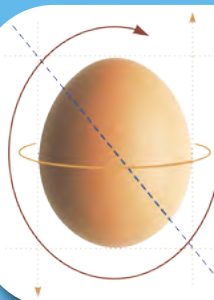
Entreprises :

- ▶ Est l'un des supports de l'information légale ;
- ▶ Est le premier média qui parle au consommateur, à l'utilisateur ;
- ▶ Communique les valeurs du produit, de l'entreprise ;
- ▶ Facilite le traitement des incidents : rappels et retours des produits défectueux, moyen de traçabilité ;
- ▶ Lutte contre la contrefaçon ;
- ▶ Est une interface, un objet connecté, communiquant pour rendre, demain, encore plus de services.



Retrouvez ce dossier complet sur le site du CNE :

http://www.conseil-emballage.org/wp-content/uploads/2014/01/104_3.pdf



La mission du Conseil National de l'Emballage, qui réunit depuis 1997 l'ensemble des acteurs de la chaîne emballage consiste à élaborer et diffuser les bonnes pratiques de conception, d'utilisation et de commercialisation de l'emballage des produits.

CONSEIL NATIONAL DE L'EMBALLAGE

71 avenue Victor Hugo 75116 Paris
Tel : +33 1 53 64 80 30 - Fax : +33 1 45 01 75 16
E-mail : c.n.e@wanadoo.fr
www.conseil-emballage.org



Avec le soutien technique et financier de