**Fiche PACKAGING**

**Définition :**

Le packaging : c’’est « l’ensemble des éléments matériels qui, sans faire partie du produit lui-même, sont vendus avec lui en vue de permettre ou de faciliter sa protection, son transport, son stockage et sa présentation en linéaire, son identification et son utilisation par les consommateurs ».

Avant de se lancer dans la réalisation d’un packaging, il faut définir simplement les spécifications de base du packaging à réaliser, on rédige alors ce qu’on appelle un cahier des charges.

# Cahier des charges

L’utilisateur du packaging attend de celui-ci qu’il lui rende un certain service, il s’agit de la fonction globale du packaging. Pour pouvoir remplir cette fonction globale principale, il existe d’autres fonctions dites secondaires appelées fonctions de service (techniques, commerciales…), qui définissent la fonction principale. L’ensemble de toutes les fonctions constitue alors la description exacte de ce que l’on attend du packaging.

**Les fonctions :**

1. Fonction globale
2. Fonctions de service

* Protéger
* Informer
* Distribuer

**Protéger :**

1. Produit

* Transport
* Agressions extérieures
* **Choix de l’emballage**, article tiré des Techniques de l’Ingénieur : <http://cueep.univ-lille1.fr/abc/xyz/qualimapa/docs/doc1820-12782-choix%20de%20l%27emballage.pdf>

1. Utilisateur
2. Distributeur
3. Environnement

Tout d’abord il faut savoir qu’il existe différents termes liés à l’écologie, au recyclage :

* Biodégradable
* Compostage
* Compostable
* Recyclable
* Recyclage
* Recyclé
* Renouvelable

Et qu’il existe différents sigles, logos que l’on peut apposer à son packaging selon le bénéfice qu’il apporte à l’environnement.

 Eco-Emballage : ce sigle indique seulement que l'industriel fabriquant le produit verse une contribution à l'une de ces trois sociétés (Eco-Emballage, Adelphe ou Cyclamed (spécialisé médicament)).



RUBAN DE MÖBIUS : Dans la majorité des cas le RUBAN DE MÖBIUS veut dire que le produit est recyclable.

http://www.linternaute.com/acheter/lire-les-etiquettes/images/moebius3.jpgContient des matériaux recyclés, indique que le produit ou emballage contient des produits recyclés. Au centre du cercle de Möbius figure un pourcentage qui mentionne la part de produits recyclés dans le produit. Bien plus concret que le logo précédent.

 Label OK compost : Label européen diffusé par l'organisme belge Aib Vinçotte qui garantit que le matériau d’un produit peut être composté dans une installation de compostage industriel sans effet nuisible pour la qualité du compost. Le matériau d’un produit peut être composté dans un compost privé, en fût, tas ou bac à compost. Si le processus de compostage se déroule correctement, le matériau se décompose dans les 12 semaines.

 Norme NF EN 13432 : Norme européenne relative aux emballages et déchets d'emballages qui dresse les exigences relatives aux emballages valorisables par compostage et biodégradation.

Cette norme comporte quatre critères :

* La composition du matériau qui fixe un taux maximal en métaux lourds et en fluor acceptable dans le matériau initial
* Le seuil acceptable de biodégradabilité selon la composition du matériau varie de 60 à 90% sur une période de 60 à 90 jours
* Définir la désintégration du matériau sous l’effet du compostage (on utilise un tamis de 2 mm et si 10% de la masse initiale du matériau reste au dessus du tamis il n’est pas considéré comme biodégradable selon la norme EN 13432)
* La qualité du compost qui ne doit pas être altérée et grâce à cette norme les paramètres physico-chimiques du compost obtenu sont mesurés (masse volumique, teneur en solides, en sels, PH, présence d’azote total, métaux lourds)



Le Label Compostable : Label européen diffusé par l'organisme allemand Din Certco, qui équivaut à la norme EN 13432 en termes de biodégradabilité et compostabilité.

Le compostage industriel est particulièrement adapté aux déchets organiques secs et suffisamment déshydratés ou aux déchets humides en mélange avec d’autres produits, cela implique des investissements pour la construction de centres de compostage. Lors de cette décomposition, un pic de température est nécessaire (supérieur à 55°C) pour réaliser ce compostage.



Papier recyclé : ce logo indique que le papier utilisé est d’origine recyclé.

http://www.linternaute.com/acheter/lire-les-etiquettes/images/aluminium.gifAluminium recyclable : indique que le produit ou l'emballage est constitué d'aluminium, matériau qui peut être recyclé. Rien ne garantit cependant que le produit soit recyclé.

http://www.linternaute.com/acheter/lire-les-etiquettes/images/acier-recyclable2.jpgAcier recyclable : indique que le produit ou l'emballage est constitué d'acier, matériau qui peut être facilement trié (d'où la présence de l'aimant) et recyclé. Rien ne garantit cependant que le produit soit recyclé.

http://www.linternaute.com/acheter/lire-les-etiquettes/images/plastique.gif

Plastique recyclable

Composé de plastiques recyclables. Le logo est généralement accompagné d'un chiffre qui correspond à un type de plastique :   
- Le chiffre 1 : PET (bouteille d'eau)  
- Le chiffre 2 : PEHD (bouteille de détergent ou de shampoing)   
- Le chiffre 3 : PVC (tuyau d'eau gris, gaine électrique)   
- Le chiffre 4 : PELD (film d'emballage)   
- Le chiffre 5 : Polypropylène (bouchons de boisson gazeuses)   
- Le chiffre 6 : Polystyrène (tableau de bord, isolation)   
- Le chiffre 7 : autres plastiques

http://www.linternaute.com/acheter/lire-les-etiquettes/images/verre2.jpg

Verre recyclable : indique que l'emballage est composé de verre recyclable (le verre est recyclable...). Rien ne garantit que le produit soit recyclé.

http://www.linternaute.com/acheter/lire-les-etiquettes/images/re-emploi.gif

Emballage réutilisable : indique que l'emballage peut être réutilisé, avec ou sans traitement (nettoyage). Bouteilles de verre ou palettes de bois, par exemple.

http://www.linternaute.com/acheter/lire-les-etiquettes/images/tidy-man.jpg

Tidy man rappelle seulement au consommateur que les emballages doivent être jetés dans les poubelles. Ce logo est présent notamment sur les canettes de boissons et certains sacs plastiques.

**Informer :**

1. Produit

* Contenu
* Utilisation

1. Marque lien renvoyant vers fiche problématique de la marque
2. Norme

* **L’étiquetage**

<http://www.ifn.asso.fr/publications/autres/etiquetage_aout2009_IFN_ANIA.pdf>

* **Comment communiquer sur l’aspect nutrition/santé ? :** [RÈGLEMENT (CE) No 1924/2006](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:012:0003:0018:FR:PDF) DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL du 20 décembre 2006 concernant les allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires.

Avec ce règlement, on peut avoir 3 niveaux de communication nutritionnelle différente :

* Le niveau 1 : on parle de produits sources en, riches en ou pauvres en. Pour être l’un des 3 le produit doit contenir une certaine quantité de l’ingrédient sur lequel il est source, riche ou pauvre. Le 1er niveau est facile à obtenir, il suffit juste de prouver que le produit possède bien la quantité exigée pour l’appellation souhaitée.
* Le niveau 2 : on parle d’allégations dites génériques sur l’ensemble des nutriments. Par exemple, sur l’étiquette du produit on pourra trouver la phrase suivante : « les fibres facilitent la digestion. »…
* Le niveau 3 : on parle d’allégations dites spécifiques au produit, c’est à ce niveau qu’on communique vraiment sur le produit. Par exemple, sur l’étiquette du produit on pourra trouver la phrase suivante : « Ce produit contient des fibres facilitant la digestion. »…

Ce 3ème niveau requiert des preuves scientifiques telles que les études cliniques qui montrent que l’effet annoncé sur l’étiquette du produit a bien été démontré, ce niveau est donc plus difficile à atteindre.

1. Séduire

* **Découverte d’un produit :**
* De 4 à 7m : premier contact visuel par la couleur, habillage du produit.
* 3m : on peut voir le logotype de la marque ou un signal graphique.
* 2m : on peut lire la dénomination de vente, la phrase signature, qui permet de classer l’article.
* Devant la gondole 0,5 à 1m : on peut voir l’illustration, l’accroche, qui va provoquer le désir
* **Attentes des consommateurs :**

Attentes générales : ne pas modifier le goût des aliments, être écologique, assurer une parfaite conservation, une sécurité irréprochable, informations sur le produit, encombrement minimum, aide au transport, légèreté, réutilisation possible

Puis selon les consommateurs, les attentes peuvent être différentes :

* *Les environnementalistes :* préoccupation principale = environnement (emballage biodégradable)
* *Les fonctionnels :* bonne conservation, protection efficace, aide au transport, pratique d’usage, notices explicatives
* *Les sensoriels :* attirés par le côté esthétique, gadgets
* *Les puristes :* ne voient que le contenu
* Forme

|  |  |
| --- | --- |
| Formes | **Sens** |
| Carré | Stabilité, robustesse, rigidité |
| Cercle | Perfection |
| Triangle | Divin, esprit, légèreté |
| Ovale | Distinction, souplesse, féminité |

* Couleur

|  |  |
| --- | --- |
| **Couleur** | **Signification** |
| Bleu | Intériorisant, apaisant, antistress.  Symbole de l’eau, air, ciel, mer, fraicheur, le rêve, la fidélité, le sérieux. |
| Vert | Equilibrant, calme.  Symbole de la nature, fertilité, santé de l’homme, angoisse, effroi, espérance, renaissance, paix, repos. |
| Rouge | Extériorisant, agressivité.  Symbole du feu, de la colère, passion puissance, excitation, amour, femme, énergie, enthousiasme. |
| Jaune | Euphorie, piquant, acide.  Symbole de la lumière, le soleil, le Sud, l’or, chaleur et plénitude. |
| Orange | Energie, chaleur, activité, gloire, pouvoir hypnotique. |
| Rose | Sucré. |
| Violet | Douceur, noblesse, mystère, deuil, décadence. |
| Gris-Noir | Nuit, malheur, mort, sorcellerie, vengeance et deuil.  Symbole du luxe, richesse, élégance avec la couleur or. |
| Blanc | Simplicité, naturel, perfection, calme, paix, froid, vide, silence. |
| Or | Luxe, richesse. |

Une évolution des formes et couleurs a été constatée en fonction du sexe, de l’âge.

Les hommes sont plus influencés par les formes carrées et dures, des couleurs foncées, ils sont attirés par la technicité et l’efficacité du produit.

Les femmes préfèrent quant à elles les formes arrondies et courbées, des couleurs plus pâles et claires, cherchant ainsi à conjuguer douceur, plaisir et facilité d’utilisation.

Certaines formes et couleurs sont associés à des produits, on trouve la courbe et le bleu pour le calcium ou encore le vert et la feuille pour la nature.

* Le graphisme

Le logotype est le principal graphisme que porte un packaging, il doit être visible et clair pour cela il vaut mieux utiliser des formes graphiques simples, facilement mémorisables avec des couleurs tranchées, ceci afin d’assurer la fonction « signal » du logotype.

* Matériau
* **L’utilisation du manchon :**

Solution d’étiquetage écologique car ne nécessite pas de colle, le manchon (film plastique), connu à l’origine pour des fonctions de regroupement et d’inviolabilité, sert à l’heure actuelle de plus en plus d’élément de décor sur les contenants. Il existe 2 types de manchons :

* Le stetch sleeve ou manchon étirable réputé pour son élasticité.
* Le shrink sleeve ou manchon rétractable qui se rétracte sur le produit grâce à un procédé technique.

L’avantage principal du manchon est de couvrir la totalité du contenant, offrant ainsi une communication maximale à 360° vis-à-vis du consommateur. De plus le manchon offre des possibilités graphiques illimitées.

* **La texture :**

Les aspects grainés, « soft-touch » procurent une sensation particulière et permet une meilleure adhérence à la préhension.

Les reflets, les nacres, les irisations changent l’aspect de l’emballage sous l’effet de la lumière et des mouvements.

* Promotions

**Distribuer :**

1. Conditionnement

Il existe différents types de conditionnement pour le poisson :

* Le salage
* La réfrigération
* La congélation
* Le fumage
* La pasteurisation
* L’atmosphère modifiée

Il existe également différents types d’emballages :

* Les emballages actifs

<http://veillestrategique.champagne-ardenne.cci.fr/AutoIndex_v1/veilles/fiches-techniques/Emballage%20Info/2004/11emballagesactifs.pdf>

* Contrôle de l’humidité : absorbeur et inhibiteurs de corrosions
* Contrôle de l’atmosphère : absorbeurs d’oxygène, absorption des odeurs, absorbeurs de CO2, les agents bactéricides
* Les emballages intelligents : les Intégrateurs Temps Température (ITT)

<http://cerig.efpg.inpg.fr/memoire/2005/emballage-intelligent.htm>

* Les indicateurs à encres thermo-chromiques
* La sur-étiquette à base de microorganismes
* Les étiquettes RFID
* Les traceurs de température électroniques
* D’autres méthodes d’indication de l’état de conservation des denrées alimentaires : un repère visuel chromatique, une encre sensible à l’oxygène

1. Transport
2. Stockage
3. Mise en rayon lien vers fiche du merchandising

# Le benchmark des meilleurs packs

C’est quoi le meilleur packaging ?

|  |  |
| --- | --- |
| Facteurs d’influence provenant des consommateurs | Réponses apportées en termes d’emballages alimentaires |
| * La préoccupation « santé » : fraîcheur, saveurs, qualités nutritionnelles, le contrôle des portions, calories | Emballages intelligents pour garantir la fraîcheur  Emballages compartimentés |
| * Diminution de la taille des ménages et modes de vie favorisant les repas seuls ou à 2 | Portions individuelles |
| * Mode de vie très mobile, très occupé, multiples activités, tendance à la consommation hors domicile | Emballages « refermables » avec différentes sortes de fermeture  Emballages pour portions « on-the-go »  Produits emballés individuellement |
| * Recherche de confort d’utilisation | Emballages allant au four et au four à micro-ondes  Maniabilité, facilité à saisir à la main  Ouverture facile |
| * Préoccupation pour l’environnement | Utilisation de ressources renouvelables / les emballages sont de plus en plus recyclables  Diminution de l’épaisseur des matériaux |

Un bon packaging est celui qui communique le positionnement du produit, pour clarifier l’offre au consommateur. Il doit éveiller le désir, rester simple et être très imagé.





