



PILOTE RÉDUCTION CHOCOLATS DE FÊTE

Présentation des concepts

Le chocolat de fête, qu'est-ce que c'est ?

Des **chocolats individuels** (ou bonbons)

- En ballotin
- En sachet plastique
- En étui ou coffret

Des **moulages**

- En feuille aluminium
- En sachet plastique
- En boîte, soit carton avec fenêtre, soit plastique



C'est un produit de fête, à **forte valeur cadeau**, qu'on offre pour faire plaisir !

Au-delà des fonctions jugées utiles dans le cadre de la loi AGEC, l'emballage joue un rôle dans la perception du consommateur qui achète autant le contenu que le contenant.



Objectif du projet : conserver la dimension festive en réduisant l'emballage

MODE OPÉRAIRE

1. **Comprendre les besoins du chocolat et le code de marché** en interviewant des acteurs du marché /
 - 10 entreprises interviewées : grande distribution, boutiques spécialisées, marques premium ;
2. **Etudier les types d'emballages les moins optimisés :**
 - le coffret pour bonbons de chocolat
 - la boîte pour moulage
3. **Trouver des solutions d'emballage** qui répondront au code du marché, tout en étant réduites !

➡ **A noter :** Les autres formats (ballotins, sachets plastiques, autres) ne feront pas l'objet d'une étude de cas détaillée mais de nombreuses bonnes pratiques pourront tout de même vous inspirer si vous souhaitez travailler sur ces emballages.

CE PROJET SERA RÉUSSI SI :

- Les solutions identifiées auront **des impacts environnementaux les plus réduits possibles**
- A minima, les solutions identifiées auront des **impacts environnementaux inférieurs à la solution actuelle**



Résumé des besoins exprimés par le secteur

 Des fonctionnalités « utiles » au sens de la loi AGECE

Besoins	Fonctionnalité de l’emballage
Protéger le produit	Préserver les propriétés organoleptiques du chocolat
	Assurer la sécurité alimentaire
Informérer le consommateur	Afficher la liste des informations obligatoires (ingrédients, DLC, ...)
Assurer la distribution du produit	Faciliter les actions de manutention, notamment lors du transport
	Disposer d’une surface adaptée à une vente ponctuelle dans l’année

Résumé des besoins exprimés par le secteur

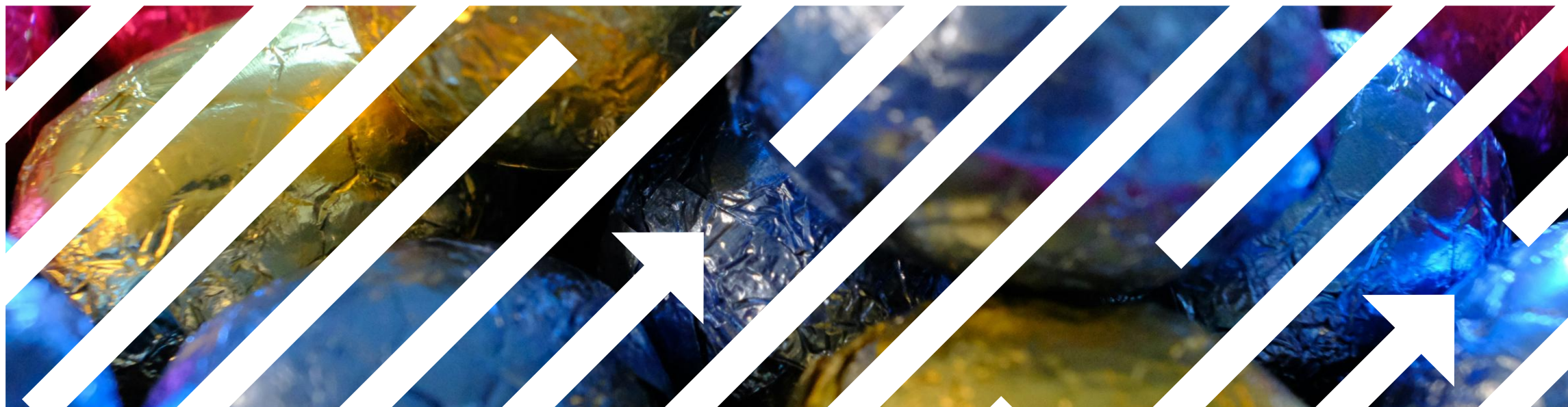


Des fonctionnalités « inutiles » au sens de la loi AGE

Besoin	Fonctionnalité de l’emballage	Solutions actuelles à questionner
Assurer la vente du produit au consommateur	Apporter une valeur cadeau – faire plaisir en offrant aussi bien le chocolat que l’emballage autour	<ul style="list-style-type: none">- Avoir recours à des marqueurs festifs comme la dorure ou le suremballage ;- Donner une image qualitative en jouant sur les épaisseurs de l’emballage, des faux fonds, du vide ;- Utiliser des emballages individuels pour apporter de la couleur
	Mettre en avant le produit / Donner de la visibilité au produit en rayon / Se différencier par rapport à la concurrence	<ul style="list-style-type: none">- Avoir une grande surface de communication en utilisant des emballages aux dimensions importantes (facing)- Avoir recours à des emballages transparents pour voir le produit (fenêtre en plastique notamment)

01



DES BONNES PRATIQUES POUR RÉDUIRE




Réduire en repensant les codes du festif, en changeant d'univers

➡ Passer du code du festif suremballé vers un univers plus sobre, en jouant sur des identités plus épurées, en repensant les textures plutôt qu'en ajoutant beaucoup d'emballages pour donner un aspect premium / cadeaux, etc.
Exemple : miser sur un univers neige pour Noël, plutôt que cadeau doré, etc.



	
<ul style="list-style-type: none">• Reste dans l'imaginaire de l'événement festif• Possibilité de jouer sur les contrastes (ex : trompe-l'œil nœud rouge sur fond blanc)• Utilisation de jeux de texture sans ajouter d'emballage : gaufrage, embossage• Amélioration de la recyclabilité versus emballages métallisés	<ul style="list-style-type: none">• Rupture avec l'univers visuel actuel

 Indicateurs	<ul style="list-style-type: none">• Réduction du taux d'encrage• Amélioration du taux de recyclabilité
--	---



Aller plus loin – les points à étudier pour développer la solution :

- Accompagnement du consommateur vers ce nouvel univers
- Vigilance quant à la recyclabilité si utilisation d'aplat, de nouvelles textures, etc.

Déclinaisons autour de concept

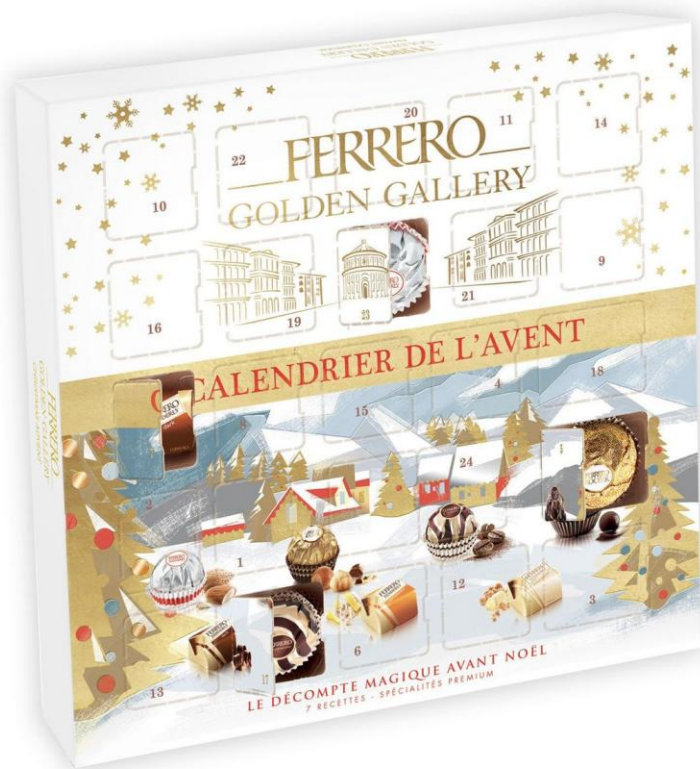


Travailler sur la **couleur, la matière et/ou la finition d'un emballage** peut lui conférer un côté festif / une valeur cadeau, en limitant l'utilisation d'emballage (nœuds, vides, etc.)

Quelques remarques et conseils :

- Travailler sur la **texture de l'emballage**, en regardant les possibilités **d'embossage**
- Préférer les **petites quantités de métallisation** plutôt que les grands aplats pour limiter la quantité de matière métallisée utilisée et/ou améliorer la recyclabilité de l'emballage
- Un code « neige » permet de **limiter la quantité d'encre** utilisée (plus d'informations en consultant notre guide éco-encre !)




Exemples de bonnes pratiques « sobres »



Augmenter la visibilité en jouant sur un effet masse

➡ Favoriser la visibilité en rayon en associant les visuels de plusieurs emballages et ainsi améliorer l'identification du produit en rayon, sans avoir recours à un facing important pour un emballage seul



	
<ul style="list-style-type: none">Visibilité en rayon fortement maximisée par l'association d'images sans surplus packaging (flamme, nœud, ...) : c'est la quantité de produits en rayon qui assure la visibilité plutôt que la quantité d'emballages	<ul style="list-style-type: none">Mise en rayon demandant plus d'attention / de manipulation si l'ilot n'est pas fait chez le metteur en marché mais directement en grande surfacePérennité du visuel : quid de la conservation du visuel une fois les premiers produits enlevés du rayon
<div> Indicateurs</div>	<ul style="list-style-type: none">Bénéfices à chiffrer en comparant sur une solution contenant plus d'emballages (exemple : boîte avec nœud / flamme)



Aller plus loin – les points à étudier pour développer la solution :

- Choix d'un visuel pouvant s'assortir sur toutes les faces (dessus par exemple) pour optimiser la visibilité dans le cas d'un montage en ilot
- Limiter le taux d'encrage

Variations autour du concept d'association de plusieurs emballages pour rendre le produit visible en magasin



Projection îlot






Projection mise en rayon



Passer au vrac pour se différencier et gagner en visibilité

➡ **Rendre son produit plus visible en osant le vrac pour les produits qui s’y prêtent**



	
<ul style="list-style-type: none">• Visibilité en magasin / rayon• Quantité délivrée selon le choix du consommateur• Concept déjà en vigueur dans la vente assistée pouvant permettre une premiumisation des chocolats vendus en grande surface et les associer à l’univers du cadeau	<ul style="list-style-type: none">• Code du festif/cadeau moins mis en avant• Attention mise à disposition de nouveaux contenants
<div> Indicateurs</div>	<ul style="list-style-type: none">• Réduction des quantités d’emballages vs emballage de référence• Attention les impacts environnementaux sont réduits si le consommateur utilise des emballages réemployables



Aller plus loin – les points à étudier pour développer la solution :

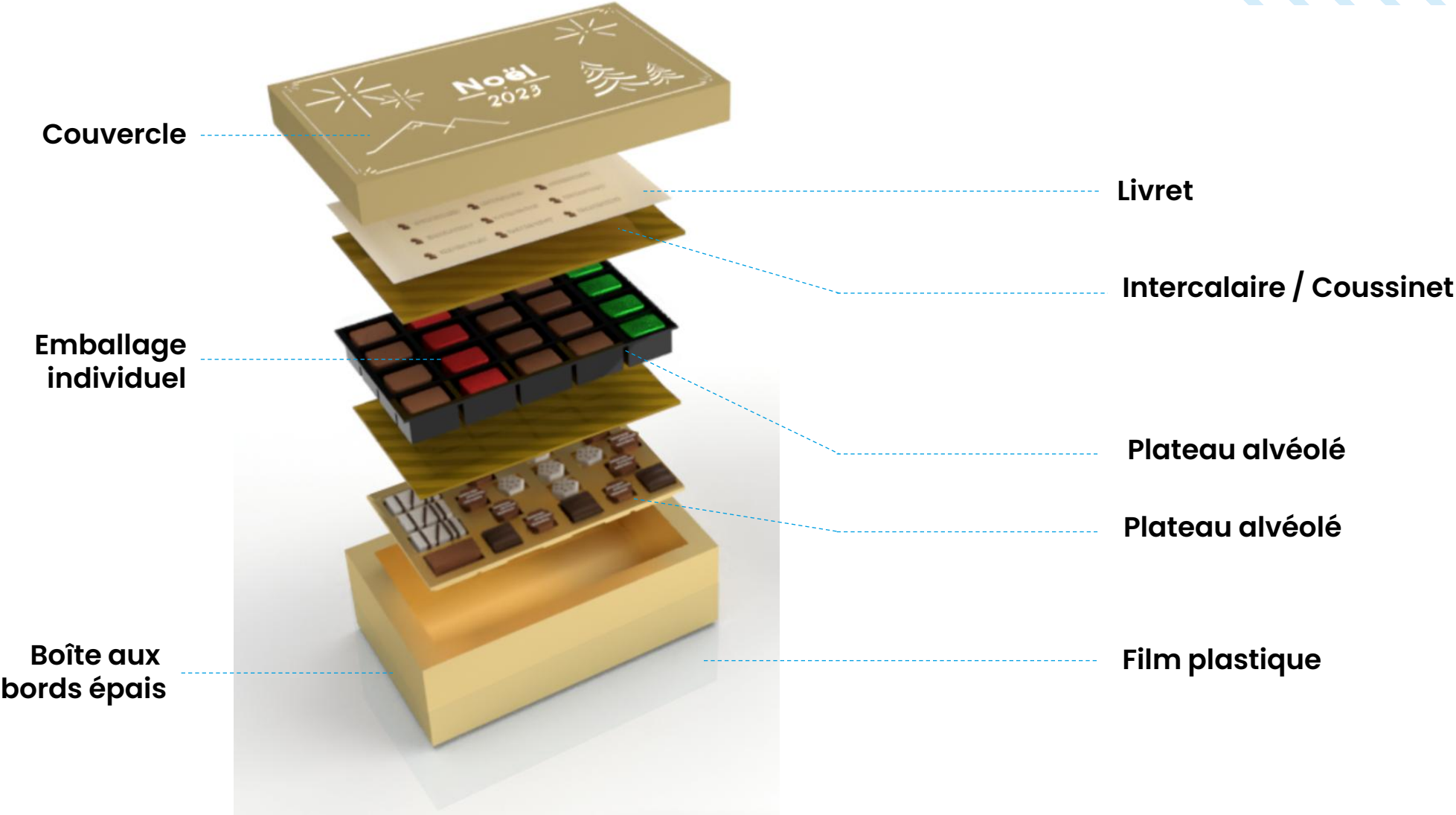
- Travailler sur le visuel de l’emballage de vrac pour conserver l’aspect cadeau (versus sac kraft habituellement utilisé)
- Etude sur l’acceptation du consommateur d’acheter ce produit en vrac
- Possibilité de théâtralisation pour optimiser la visibilité en magasin

02

LE CAS PRATIQUE DU COFFRET



Portrait robot d'un coffret



Identification des fonctionnalités du coffret

Fonctionnalité redondante
Fonctionnalité à challenger au regard de la loi AGECE – ne pouvant justifier d’ajout d’emballage

Unité d’emballage	Description	Fonctions
Boîte (couverture et fond de boîte)	Papier-carton	Contenir Protéger Transporter Communiquer Valeur cadeau – qualité perçue Faire qualitatif grâce aux bords épais
Croisillons et/ou Plateau alvéolé	Papier- carton / Plastique	Assurer la séparation des produits Protéger Ajouter un effet qualitatif
Intercalaire et/ou Coussinet	Papier- carton / Plastique	Assurer la séparation des produits Protéger Ajouter un effet qualitatif
Emballage individuel de chocolat	Aluminium	Protéger Apporter de la couleur Permettre l’identification d’un produit
Livret	Papier	Communiquer
Film plastique	Plastique	Inviolabilité Protéger une autre unité d’emballage en limitant les rayures Assurer le maintien du coffret pour les grands formats (éviter l’effet ventre mou) Apporter de la brillance

Comment remplir ces fonctionnalités sans ajouter d'emballage ?

Comment conserver la valeur « cadeau » / « premium » de ce produit sans le suremballer ?

Comment différencier mes chocolats sans les emballer individuellement ?



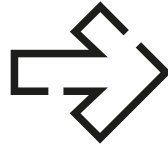
Comment donner les informations sur mes chocolats tout en réduisant la quantité d'emballages ?

Comment protéger en réduisant le nombre d'unités ?

Est-il vraiment nécessaire de rendre ce produit inviolable ?

Sortir d'un imaginaire volumineux vers un imaginaire fin

AUJOURD'HUI



DEMAIN



L'imaginaire du paquet cadeau :




Un format rectangulaire, haut
(parfois grâce à l'utilisation de faux fond), des
bords épais, un ruban, etc.

Un imaginaire en 2D :

Exemples : carte de vœux,
calendrier de l'avent

Sortir de l'imaginaire 3D (cadeau avec nœud, etc.) vers un univers plus sobre



	
<ul style="list-style-type: none">• Suppression des éléments d’emballage importants de l’univers cadeau (nœuds, rubans, papier cadeau de suremballage) tout en restant dans l’imaginaire du festif en imitant une carte de vœux• Réduction des épaisseurs• Réduction du vide	<ul style="list-style-type: none">• Pertinence du concept pour des coffrets à forte contenance (fonctionne mieux sur les petits formats)• Un univers à faire basculer• Taux d’encre à limiter
 Indicateurs	<p>Optimisation des emballages de regroupement et/ou des plans de palettisation</p> <ul style="list-style-type: none">• Nombre d’UVC / palette• Nombre de camions / livraison



Aller plus loin – les points à étudier pour développer la solution :

- Etudier la possibilité d’ajouter un message personnalisé sur l’emballage, pour renforcer l’univers de la carte cadeau. A creuser pour le secteur de la vente en ligne, par exemple.

Exemples d'exemples inspirants



Une boîte de chocolat reprenant les codes d'un livre

- ⇒ A vous de reprendre les codes qui correspondent à votre temps fort de l'année !
- ⇒ Attention à trouver le format 2D le plus approprié et à le réduire autant que possible !



<https://lechocolatdepoeche.com/>



Supprimer les emballages individuels



Supprimer les emballages individuels lorsque ces derniers ne permettent pas de remplir une contrainte technique (exemple : protection du produit) mais ne servent qu'à apporter de la couleur dans une boîte, en différenciant les chocolats par leur forme



<ul style="list-style-type: none">• Réduction importante des coûts et des impacts environnementaux liée à la suppression d'unités d'emballages importantes• Produits visibles en direct	<ul style="list-style-type: none">• Peut nécessiter de revoir les moules des chocolats (coût industriel important)• Solution non adaptée à certains produits particuliers (contenant des liqueurs, ayant des contraintes réglementaires, ...)

	Estimation pour une boîte de 50 chocolats emballés individuellement : <ul style="list-style-type: none">• Poids par emballage : 0,5g, soit 25g de matière en moins par boîte.
Indicateurs	






Aller plus loin – les points à étudier pour développer la solution :

- Travailler sur le design du chocolat pour différencier les chocolats et apporter de la fantaisie (texture, couleur du chocolat, etc.)

Supprimer les intercalaires en faisant porter la protection uniquement par la barquette

➡ Etudier la possibilité de rationaliser la fonction de protection afin de limiter la quantité d’emballage utilisée



	
<ul style="list-style-type: none">• Conservation de la protection, tout en permettant de nombreuses économies de matière• Réduction des coûts	
<div> Indicateurs</div>	<ul style="list-style-type: none">• Amélioration de la recyclabilité en limitant les imbriqués multi-matériaux• Réduction de poids en supprimant des unités d’emballages <p><i>CF exemple Valrhona slides suivantes pour une illustration concrète</i></p>



Aller plus loin – les points à étudier pour développer la solution :

- Lancer des travaux à la recherche du point de rupture, pour trouver le bon niveau d’emballage et éviter la surprotection

Exemple de bonnes pratiques



Eco-concevoir sans renoncer au beau : c'était l'un des défis que devaient relever les équipes.

→ Retrouvez l'interview des équipes Valrhona
<https://www.youtube.com/watch?v=fVKmbAiHOq8>

« On est reparti des besoins clients, on a gardé l'essentiel et on a supprimé le superflu. Pour nous, l'essentiel, c'était la valeur cadeau. Nous avons conservé le nœud mais nous avons pu renoncer à **des épaisseurs et à des plateaux** »




40% de cartons en moins sur les ballotins, soit 5,5 tonnes d'emballages économisés / an



Supprimer le livret descriptif

 Faire porter le rôle de communication à une autre unité d’emballage en ajoutant la description des produits directement sur la boîte



	
<ul style="list-style-type: none">• Information visible en direct à l’ouverture de la boîte• Solution existante sur le marché	<ul style="list-style-type: none">• Trouver un espace suffisant sur la boîte• Coût du projet si besoin de modifier la ligne
<div> Indicateurs</div>	<ul style="list-style-type: none">• Exemple : livret de 7g.• Si vente de 500 000 UVC/an, réduction de 3,5 t d’emballages / an.



Aller plus loin – les points à étudier pour développer la solution :

- Trouver le bon moment pour refondre la charte graphique du packaging

Challenger le besoin d'un film plastique d'inviolabilité

 Supprimer les blisters plastiques lorsque ceux-ci ne répondent pas à un besoin utile au regard de la loi AGECE

Utile au regard AGECE ?

Répondre à une obligation réglementaire

Mon emballage doit être inviolable pour être commercialisé sur certains marchés (Asie, ...)



J'étudie la possibilité de rendre mon emballage inviolable sans ajouter de film supplémentaire, cf slide suivante

→ Je peux me mettre en ordre de marche pour la faire évoluer

Apporter de la rigidité à mon emballage et protéger le produit

Evite l'effet ventre mou, notamment sur les gros formats



Je vérifie si les autres unités d'emballages ne peuvent pas apporter cette rigidité et protection.
Si cela n'est pas possible, **je conserve**, uniquement sur les formats qui en ont besoin

Inutile au regard AGECE

Rassurer le consommateur sur la protection perçue du produit (inviolabilité)

Met en évidence le fait que le consommateur est le premier à ouvrir l'emballage



Je **challenge cette fonctionnalité** et trouve une autre façon de rassurer mon consommateur, qui permet d'utiliser moins d'emballage si cette attente est avérée

Renforcer l'attrait de ma boîte

Rend l'emballage plus brillant et évite qu'il ne s'abîme lors des étapes de transport



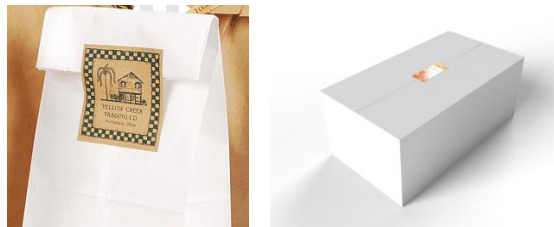
Je **challenge cette fonctionnalité** et trouve une autre façon d'apporter une belle boîte jusqu'à mon consommateur

- La **brillance** est-elle nécessaire ? Est-il possible de capter l'œil par des éléments de détails, d'utiliser des vernis ?
- Comment éviter l'**abrasion des éléments métallisés** ? Est-il possible de les réduire ? De les apposer uniquement sur les faces qui ne seront pas en contact avec la boîte carton de regroupement ?

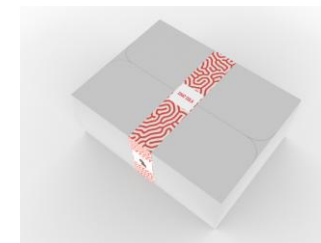
Rendre mon emballage inviolable sans utiliser de film



Dispositifs d'inviolabilité
tout carton



Dispositifs d'inviolabilité
avec pastille autocollante



Dispositifs d'inviolabilité
avec bandeau papier



Aller plus loin – les points à étudier pour développer la solution :

- Mettre en place ces solutions uniquement si l'inviolabilité est une fonctionnalité nécessaire
- Attention au transfert d'impact si le film est remplacé par une autre unité / d'autres matériaux

Un exemple de gains de poids pour un coffret réduit



Données illustratives

Boîte et couvercle 130 g carton
Intercalaires 2 g papier-carton (x3)
Plateau alvéolé 3 g plastique
Croisillons 3 g papier-carton
Emb. individuels 1,2 g alu (x30)
Livret 2,5 g papier

Poids total 180,5 g

Suppression
intercalaires



Suppression
emballage
individuel



Suppression
livret

Réduction des
épaisseurs et
du vide

**Poids total
emballage allégé** 106 g

— 6 g papier-carton

— 36 g aluminium

— 2,5 g papier-carton

— 30 g papier-carton

— 74,5 g



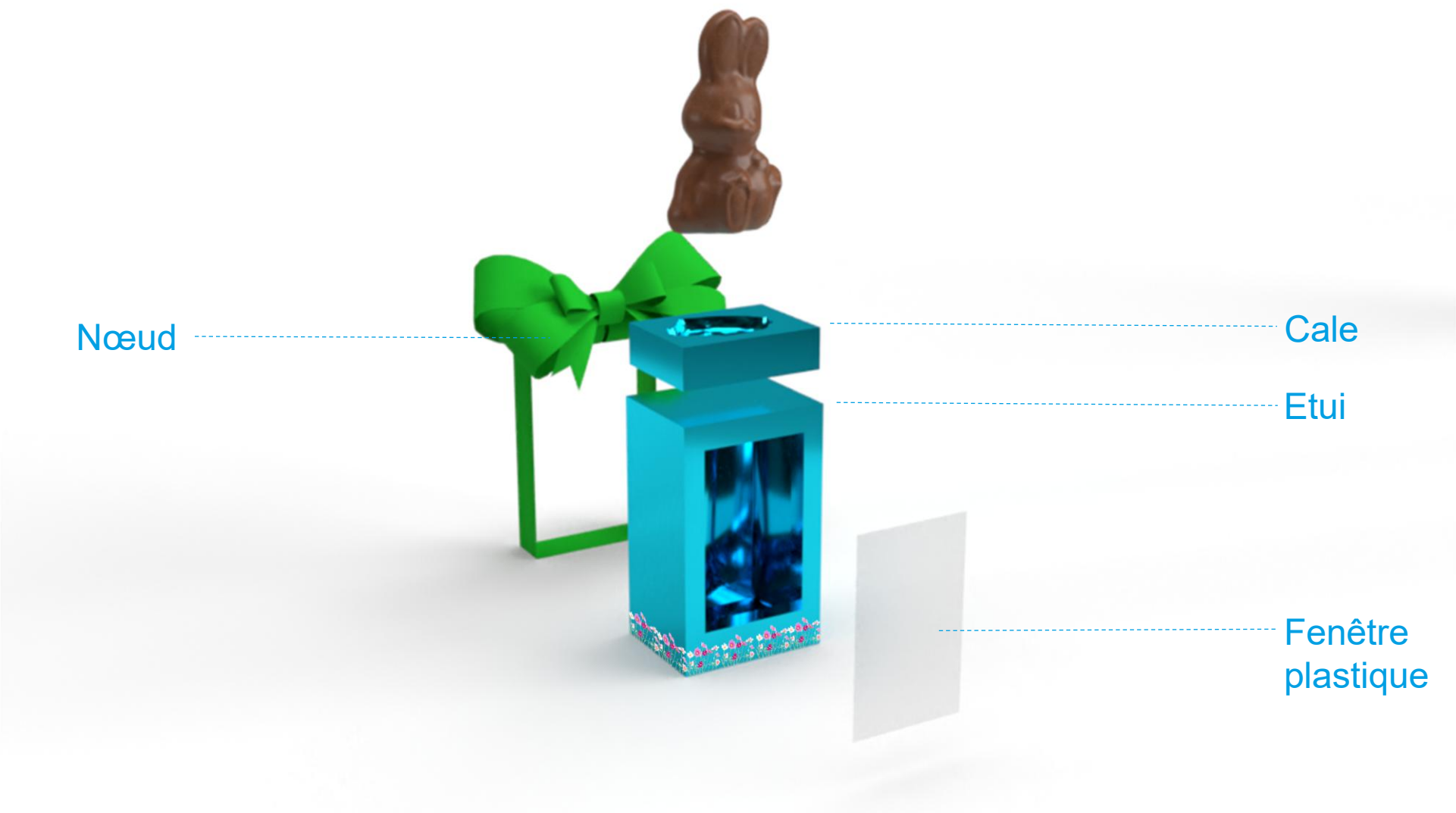
— 41% du poids

03

LE CAS PRATIQUE DE L'ETUI MOULAGE



Portrait robot d'un emballage de produit « moulage »



Identification des fonctionnalités de l'étui de moulage

Fonctionnalité redondante
Fonctionnalité à challenger au regard de la loi AGEC – ne pouvant justifier d'ajout d'emballage

Unité d'emballage	Description	Fonctions
Etui	Carton avec fenêtre plastique	Contenir Transporter Protéger Assurer la visibilité
Etiquette	Papier- carton	Communiquer les informations réglementaires Assurer la visibilité de la marque
Cale	Papier- carton / Plastique	Protéger Assurer la stabilité
Bague / Nœud	Tissu ou Plastique	Augmenter la valeur cadeau perçue Améliorer la visibilité en rayon

L'étui de moulage

Comment assurer la visibilité
du chocolat tout en
supprimant le plastique ?

Comment conserver la
valeur cadeau tout en
supprimant le nœud ?



Comment gagner en
visibilité en réduisant mon
emballage ?

Visualiser le produit en créant des ouvertures sans fenêtre

⇒ Mise en place de prédécoupes permettant la création d'une ouverture avec vue en direct sur le produit.



<ul style="list-style-type: none">• Produit visible en direct• Côté festif pouvant être entretenu (ex : repli en nœud, soulèvement des oreilles de lapin, ...)	<ul style="list-style-type: none">• Qui « remonte le nœud » ? Placé ainsi en rayon, ou assemblé par le consommateur lui-même ?• Largeur de l'ouverture qui ne doit pas laisser passer le produit

	<ul style="list-style-type: none">• Exemple : une fenêtre en plastique de 4g, 500 000 UVC vendus, soit 2t de plastique en moins pour boîtes mono-matériaux vs boîtes carton et fenêtre plastique• Attention à la potentielle augmentation du poids de la boîte carton
--	--

Indicateurs



Aller plus loin – les points à étudier pour développer la solution :

- Définir qui remonte le « nœud » (placé ainsi en rayon, ou assemblé par le consommateur lui-même ?)
- S'assurer que la non « inviolabilité » du produit ne soit pas un frein pour le consommateur

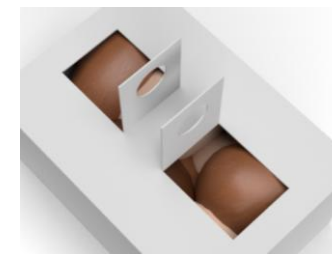
Variations autour du concept d'ouvertures sans fenêtre



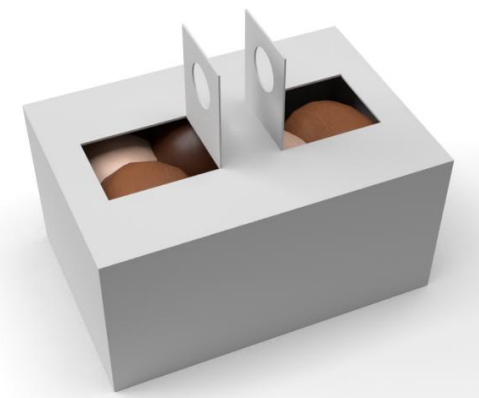
Vue d'ensemble en îlot / PAV

→ De nombreuses pistes de théâtralisation possible en variant les ouvertures, la disposition, etc.

Variations autour du concept d'ouvertures sans fenêtre



**Possibilité d'ouvertures sans
fenêtre avec nœud**

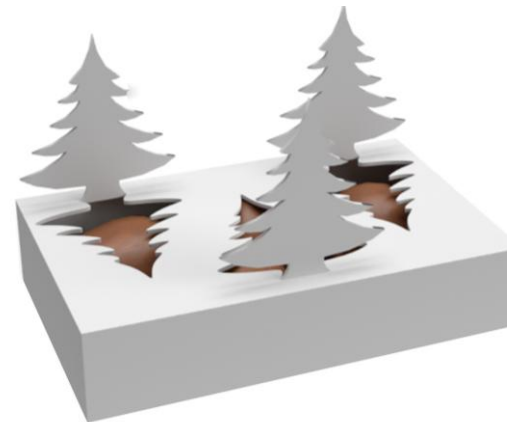
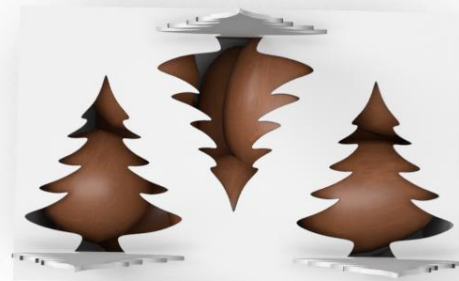


**Possibilité d'ouvertures sans
fenêtre avec poignées**

Variations autour du concept d'ouvertures sans fenêtre



Possibilité d'ouvertures sans fenêtre avec nœud






Possibilité d'ouvertures sans fenêtre plastique avec un motif sapin

Répondre au besoin de voir le produit sans fenêtre plastique

➡ Représenter graphiquement les produits sur la boîte carton (absence de fenêtre plastique – emballage monomatériau)



	
<ul style="list-style-type: none">• Visibilité et surface de communication importante• Suppression de la fenêtre plastique permettant d'améliorer la recyclabilité de l'emballage• Existe déjà sur le marché	<ul style="list-style-type: none">• Visibilité d'une image du produit plutôt que le produit en lui-même !
 Indicateurs	<ul style="list-style-type: none">• Exemple : une fenêtre en plastique de 4g, 500 000 UVC vendus, soit 2t de plastique en moins pour boîtes monomatériaux vs boîtes carton et fenêtre plastique• Attention à la potentielle augmentation du poids de la boîte carton






Aller plus loin – les points à étudier pour développer la solution :

- Etude de marché pour s'assurer que le consommateur est prêt à ne plus voir le produit en direct

Utiliser la réalité augmentée pour visualiser le produit et se différencier

- ➡ **Rendre visible le produit tout en supprimant la fenêtre plastique**
- Augmenter la surface disponible pour communiquer sans ajouter d'emballage**
- Se différencier en jouant sur la sobriété**



	
<ul style="list-style-type: none">• Surface disponible illimitée• Démocratisation des QR Code lors de l'épidémie de COVID	<ul style="list-style-type: none">• Information moins accessible• Nécessite un smartphone qui peut être un frein pour certains consommateurs• Pas de vision directe du produit
 Indicateurs	<ul style="list-style-type: none">• Réduction des quantités d'emballages / du taux d'encrage / ... vs emballage de référence sans QR code• NB : inclure dans cette évaluation les éventuels autres éléments associés à cette solution (PLV, ...)



Aller plus loin – les points à étudier pour développer la solution :

- Associer à un PLV / une tête de rayon pour inviter le consommateur à flasher l'emballage et vivre l'expérience – attention à ne pas surproduire d'emballages (et bien rester dans une action de réduction vs emballage référence)
- Optimiser le QR code en faisant ressortir des visuels rappelant les codes marchés (QR code avec pixels rappelant un visuel de lapin, ...)

Un exemple de gains de poids pour un étui réduit



Etui 65 g papier-carton
Fenêtre 4 g plastique
Etiquette 2 g papier
Cale plastique 5 g
Nœud 3 g autre matériau

Poids total **79 g**



Visualisation du produit
sans fenêtre et « effet
flamme » sans nœud



Jouer sur l'effet
masse pour réduire
l'emballage

Suppression
de la cale

Poids total
emballage allégé **62 g**

— 7 g

— 5 g

— 5 g

— 17 g



–22% du poids

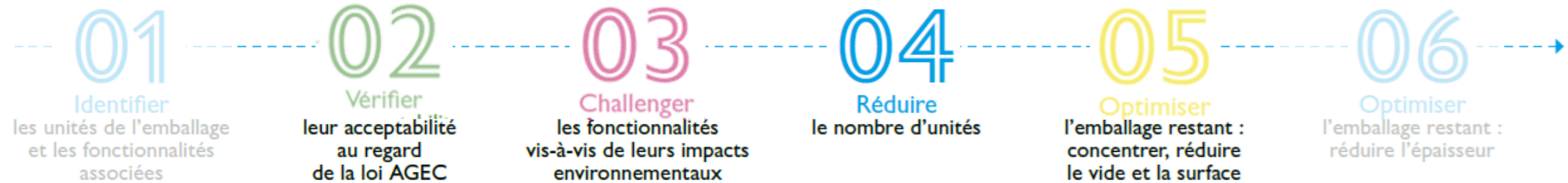
→ en limitant les imbriqués (nœuds et cales)
→ en favorisant le mono-matériau
(suppression de la fenêtre)

04

SYNTHÈSE DES CONCEPTS



Les concepts selon la méthode LESS





MERCI

Pour toutes vos questions :

Client CITEO ? Contactez-nous sur less@citeo.com

Le présent document demeure la propriété de Citeo/Adelphe. Il est transmis à titre purement informatif et n'a pas valeur d'avis ou de recommandation technique et/ou juridique. Bien que tous les efforts aient été consentis pour s'assurer que les informations contenues dans ce document sont correctes et à jour, Citeo/Adelphe décline toute responsabilité pour toute erreur ou omission. Citeo/Adelphe ne garantit ni la pérennité ni l'exhaustivité des informations contenues dans ce document, au regard notamment, des évolutions et interprétations réglementaires en vigueur, de l'état de l'art et des dispositifs des REP Emballages ménagers et Papier graphique. A ce titre, le détenteur reste seul responsable de l'utilisation de ce document.