

Programme de conférences



Mercredi 14 juin 2017

11h10 – 11h40 : Les emballages verts le sont-ils vraiment ? Quelques éléments de réponse grâce à l'Analyse de Cycle de Vie.

L'impact des emballages sur l'environnement suscite toujours des réactions fortes dans l'opinion publique. Alors ils deviennent de plus en plus « verts », en plus d'être performants, actifs, innovants, intelligents... Mais qu'est-ce qu'un emballage « vert » ?

A travers quelques exemples, nous montrerons comment les outils de l'analyse de cycle de vie et de l'écoconception peuvent permettre d'évaluer, comparer, et surtout améliorer les performances environnementales des emballages, dans le contexte de leur utilisation.

Benjamine BELLONCLE, *Chargée de recherche*, **MATERIA NOVA**

11h40 – 12h10 : Le packaging connecté : anticiper les attentes consommateurs grâce au mobile

La nouvelle génération d'acheteurs, et particulièrement les Millennials, expriment le besoin d'information et cherche une interaction plus forte avec les marques et leurs produits.

Comment répondre à ces attentes au moment le plus crucial : lorsqu'un consommateur tient le produit en main.

MYPACK, l'application de reconnaissance des produits, permet l'accès à toutes les informations pertinentes directement depuis le mobile par un simple scan de son packaging.

Antoine TESQUIER TEDESCHI, *Brand Manager*, **MYPACK CONNECT**

14h30 – 15h : Comment choisir l'éco-organisme qui sera en charge de la REP emballage pour votre entreprise à partir de 2018 ?

En 2017, la concurrence entre éco-organismes dans la filière des déchets d'emballages s'est ouverte : désormais plusieurs sociétés se sont portées candidates à l'agrément pour la période 2018-2022. En liste, l'opérateur historique, Eco-Emballages, ainsi que sa filiale, Adelphe, et le challenger Léko-organisme.

Quels seront alors les potentiels critères de choix pour la prise en charge de l'obligation REP emballage de votre entreprise ? La différenciation se fera-t-elle sur les tarifs ? La simplification des démarches en matière d'éco-déclarations ? Les services d'accompagnement à l'éco-conception ? les outils d'éco-modulation ? Les relations avec les adhérents ? les performances de recyclage...

Est-ce que la nature de l'activité de votre société aura un rôle sur les critères de sélection ?

Christèle Chanrcrin, fiscaliste-expert éco-contributions - E³ Conseil, présidente du Groupe de travail LFE 2016 sur « Repenser les filières REP – pour une nouvelle gestion des déchets », accompagne les Producteurs sur leurs problématiques déclaratives depuis 17 ans. Elle interviendra sur ces sujets au cœur de l'actualité du secteur de l'emballage et vous proposera son avis d'expert sur les critères de choix qui s'offrent aux producteurs et distributeurs.

Christèle CHANCRIN, *Expert Eco-contributions & Réduction emballages – Dirigeante*, **E³ Conseil**

15h – 15h30 : Huiles minérales et emballages

Les travaux récents sur des produits de grande consommation vendus emballés dans les grandes surfaces de différents pays européens ont fait apparaître la présence d'huiles minérales dans l'aliment. De nombreuses communications ont été faites sur ce sujet. Une étude lourde a été conduite par le Club MCAS avec l'Ademe et différents autres partenaires.

La commission européenne vient de décider de la mise en place d'une étude de suivi de la présence de ces huiles minérales dans les produits et les emballages. De nombreuses enseignes de la distribution ont annoncé des dispositions pour réduire ou éliminer ces huiles minérales.

Un point est donc nécessaire tant sur ces substances, leurs sources, leur mesure, leurs différenciations,...

Noël MANGIN, *Délégué Général*, **Club MCAS**



15h30 – 16h : Comment éco-concevoir vos emballages ?

L'emballage occupe une place particulière dans l'esprit des citoyens. Il est souvent cité comme symbole de la société de consommation, car une fois le produit déballé, le consommateur a entre les mains un objet sans utilité. Pourtant, l'emballage est aussi le moyen de protéger et de transporter les produits, et d'alimenter une population de plus en plus urbaine, active, et dont les modes de vie sont en évolution continue. L'enjeu d'une démarche d'éco-conception est donc de trouver le bon équilibre entre un emballage protège le produit, tout en limitant son impact environnemental. L'éco-conception des emballages permet aux entreprises d'agir concrètement dès la conception de leurs emballages et de réduire ainsi leur empreinte environnementale. Réduction de la matière, amélioration de la recyclabilité : découvrez les outils et services à votre disposition pour éco-concevoir vos emballages.

Claire PELLETIER, *Ingénieur Eco-Conception*, **Eco-Emballages**

16h40 – 17h10 : Restez connectés : Embrassez le voyage évolutif du consommateur tout en renforçant votre marque au travers des canaux physiques et numériques !

Ces dernières années le comportement du consommateur a fortement évolué, celui-ci surfant d'une plateforme digitale vers les conseils d'une bloggeuse en passant par le site Web d'une enseigne et ce, avec une facilité déconcertante.

Il apparaît essentiel dans cet univers en constante mutation, de conserver une communication consistante au cœur de l'emballage afin de préserver la cohérence et la stabilité du message véhiculé par la marque.

Bénéficiant de plus de 35 ans d'expérience dans le développement d'outils dédiés à la création du pack, la société Esko s'est fait forte de relever ce challenge et souhaite vous exposer les solutions qu'elle met dès à présent à votre disposition afin de vous accompagner dans ce processus.

Cédric DAUPHIN, *Sales Account Executive Food & Beverage France*, **ESKO GRAPHICS BVBA**

Evelyne DANIEL, *Sales Account Executive CPG France*, **ESKO GRAPHICS BVBA**

17h10 – 17h40 : Traçabilité des produits : une exigence réglementaire portée par l'emballage. Le CNE rappelle le rôle majeur que joue l'emballage en tant que support des exigences réglementaires de traçabilité, que ce soit pour les produits emballés ou pour lui-même.

La traçabilité par l'emballage est l'un des leviers de la sécurité globale et d'assurance du produit emballé, ainsi que de la protection des usagers. L'emballage est partie prenante de la maîtrise de la traçabilité. Les critères de réassurance sont généralement associés à des exigences liées au produit, à son transport ou à la protection de l'utilisateur / consommateur.

L'emballage doit également tenir compte de sa propre traçabilité, notamment au regard des produits contenus ; Le CNE proposera quelques exemples de bonnes pratiques en la matière.

Bruno SIRI, *Délégué général*, **Conseil National de l'Emballage**

17h40 – 18h10 : Cas d'étude : Comment la collaboration entre producteur de matière 1ère, imprimeur et marque a permis la création d'un emballage centré sur les besoins du consommateur final.

A travers cette présentation, IGGESUND présentera 2 exemples d'emballages innovants et centrés sur les besoins consommateurs finaux. Ceux-ci ont été développés de manière collaborative à travers la réunion de différents savoirs faire : le carton plat, la transformation et la connaissance du besoin utilisateur.

Quentin WESTRELIN, *Sales – Brand Owners France*, **IGGESUND**

18h10 - 18h40 : Le Packaging Connecté : quelle solution choisir pour faire simple à un coût raisonnable ?

Objectif : La création et l'utilisation d'un packaging connecté doit être le plus simple possible pour le consommateur et pour l'industriel !

Aujourd'hui pouvoir ajouter au packaging un environnement multimédia et ludique afin de fidéliser - informer et échanger avec le client, ce n'est pas du luxe.

Le packaging connecté doit être universel, et donc accessible à partir de tout smartphone et/ou tablette avec un minimum de contraintes techniques tant pour le mobinaute que pour l'entreprise; et être financièrement raisonnable !

Pourquoi : Le consommateur n'accepte pas de faire des efforts pour communiquer avec le produit, malgré le fait qu'il cherche du lien avec celui-ci, L'entreprise cherche à établir via son produit une relation individuelle avec le consommateur, Le packaging doit passer du statut de produit de consommation à celui de service interactif de consommation.

Lisa McGARRY, *Co-fondatrice* et **Jean-Richard MAGUET**, *Co-fondateur*, **MOBEEFOX**



Jeudi 15 juin 2017

9h30 – 10h : Outils de prédiction des interactions emballage / aliments – Application aux transferts des huiles minérales issues de cartons recyclés

Les huiles minérales présentes dans les matériaux de conditionnement sont une source potentielle de contamination des denrées alimentaires. Pour envisager et estimer le risque lié à ce transfert de molécules, il est primordial de connaître les phénomènes mis en cause. Au cours d'un programme de recherche collaboratif, la contamination d'aliments par des huiles minérales par voie indirecte, a été envisagée grâce à un modèle simplifié. Dans ce contexte, des abaques ont été construits sur la base de résultats expérimentaux obtenus. L'objectif final est de permettre de prédire, pour une concentration initiale connue d'un soluté dans un matériau, sa durée de transfert pour une température donnée. A terme, il s'agit de fournir aux industriels un outil de prédiction permettant d'envisager des solutions emballages « sûres ».

Colette BREYSSE, Responsable Activité Emballage, **3SinPACK**

10h – 10h30 : POPPACK, Nouvelle Emballage, Première Mondiale

POPPACK c'est LA bulle d'air qui permet d'assurer à un consommateur :

- sécurité alimentaire
- ouverture facile & non déchirabilité du sachet
- fun, c'est ludique car lors de l'ouverture ça « pop » !

Jean-Baptiste DUEZ, Sales & Packaging Development France, **FPC – The Flexible Packaging Company**

William PERREL, CEO, **POPPACK**

11h10 – 11h40 : L'emballage pour tous et à tout âge

L'emballage pour tous : Qu'il s'agisse de faciliter l'usage d'un produit par une population sénior ou qu'il s'agisse de protéger les enfants de produits dangereux, les acteurs du monde de l'emballage se doivent de prendre en compte les exigences d'ergonomie, d'usage dans tout développement du couple produit-emballage.

Le Conseil National de l'Emballage, par divers exemples de produits de grande consommation rappelle toute l'importance du développement du couple produit-emballage qui doit inclure toutes les populations de consommateurs notamment les plus fragiles (petite enfance, séniors).

Bruno SIRI, Délégué général, **Conseil National de l'Emballage**

11h40 à 12h10 : Les nouveaux matériaux alvéolaires : protection des biens de et l'environnement

2017 est une année riche en nouveautés : plusieurs nouveaux matériaux alvéolaires (cousins du polystyrène expansé) ont fait leur apparition.

La conférence permettra de faire un rapide tour des différents matériaux existants et présentera de façon détaillée un matériau expansé qui protège vraiment l'environnement : à la fois bio-sourcé et compostable, l'Ecovio[®] EA présente des caractéristiques mécaniques remarquables.

Moulable, il laisse une grande liberté de conception. Apte à supporter plusieurs chocs, il permet de pouvoir expédier les produits les plus fragiles sans casse, à l'abri des variations de températures. De plus, son élimination est rendue aisée car il est compostable.

Nous présenterons des exemples d'applications.

Martin DEGRAND, Directeur commercial, **Groupe SIPA**

14h30 – 15h : Pourquoi et comment l'impression numérique des emballages devient un véritable vecteur de communication capable de dynamiser les ventes et la notoriété d'une marque.

L'impression numérique arrive dans le cœur du marché de l'emballage – boîte pliante, carton ondulé, emballage souple – en plus de l'étiquette, et ouvre aux marques de nouvelles possibilités qu'elle est la seule à proposer vis-à-vis de l'impression conventionnelle. Durant cette conférence, nous présenterons ces nouvelles possibilités illustrées par des exemples réels dans divers secteurs du marché. Nous expliquerons ensuite comment et surtout pourquoi des marques parmi les plus prestigieuses comme des start-up considèrent désormais leur emballage comme un véritable outil de communication et de promotion capable de dynamiser leurs ventes, leur notoriété et d'établir une relation privilégiée avec les consommateurs, avec un retour sur investissement exceptionnel.

Patrice BERNOU, Directeur du développement presses numériques HP France, **HP**



Contactez Christophe Gonzalez - 01 41 86 41 47 - cgonzalez@advbe.com