



Présentation des 8 projets lauréats de l'AAP Réduction

Un emballage optimisé pour la vente à distance

Présentation du projet

La Distillerie Combiere souhaite s'attaquer au sujet du suremballage et du vide dans le cadre de la vente à distance. En effet, la PME utilise actuellement des emballages en carton ainsi que des éléments de calage (papier bulle, voyageur en carton) pour protéger ses bouteilles de la casse pour les commandes vendues en e-commerce.

L'objectif du projet est d'identifier un nouvel emballage permettant de réduire la quantité de matière utilisée tout en restant adapté au circuit postal et à ses risques (casse notamment).

Le retour d'expérience de Combiere réalisé dans le cadre de l'appel à projet servira de cas d'école pour identifier des bonnes pratiques pour ce type de commercialisation

Thématique visée



Suppression du vide et d'unités

Présentation du porteur de projet

La Distillerie Combiere est une des plus anciennes du Val de Loire. Fondée en 1834 elle est depuis toujours en activité au cœur même de la ville de Saumur. Elle bénéficie de sa position au centre du Jardin de la France pour s'approvisionner en produits locaux : fruits, fleurs et plantes aromatiques et profite de l'arrivée des fruits et épices exotiques par la Loire. A travers son histoire de près de deux siècles ses maîtres distillateurs au savoir-faire uniques ; à la fois voyageurs, jardiniers, cuisiniers, ingénieurs et penseurs audacieux et innovants n'ont cessé de créer de nouveaux élixirs constituant un patrimoine français exceptionnel, reconnu depuis 2016 par le label Entreprise du Patrimoine Vivant.

Les principales étapes

- Etat des lieux et benchmark/étude de faisabilité afin d'identifier la solution la plus pertinente
- Rédaction cahier des charges à destination des prestataires d'emballage
- Prototypage, essais fonctionnels, tests de robustesse avec laboratoire d'étude



Suppression du canister et réduction des bouteilles



Présentation du projet

La Maison de cognac Rémy Martin poursuit ses efforts en matière de sobriété et d'écoconception. Dans ce contexte, elle prend des décisions audacieuses pour sa gamme « 1738 Accord Royal » avec l'élimination du canister en carton et fer, qui « suremballait » la bouteille, et l'allègement de la bouteille en verre. Ainsi, **le poids de la nouvelle bouteille sera réduit de près de 30%** et **les émissions de GES** liées à la fabrication de la bouteille seront **réduites de 1500TeqCO2**, selon les estimations de l'entreprise.

Thématique visée



Suppression d'unité et réduction des épaisseurs

Présentation du porteur de projet

Depuis 1724, la Maison Rémy Martin produit des spiritueux d'exception qui séduisent les connaisseurs les plus exigeants au monde. Un attachement profond pour ce terroir, une propriété familiale préservée par plusieurs générations et un engagement passionné en faveur de l'excellence ont fait le succès Rémy Martin pendant près de trois siècles.

Les principales étapes

- Cadrage. Définition de la plateforme technique et équation économique du projet
- Développement. Lancement des investissements industriels et packaging, qualification en laboratoire et sur lignes
- Fabrication. Qualification du process industriel et montée en échelle



« **Chez Rémy Martin, nous avons la conviction que chaque réussite est le résultat d'un travail d'équipe.** »

Allègement des bouteilles en verre

Présentation du projet

Le groupe Monin souhaite alléger le format de ses bouteilles de sirop des marques emblématiques Monin et Guiot. Grâce à une revue de la conception des bouteilles et aux avancées techniques, les nouveaux emballages permettront **d'économiser 2800 tonnes de verre** environ, aussi bien pour les références commercialisées en B2C qu'en B2B, tout en gardant l'iconicité des bouteilles, porteuse de l'image de marque des produits et du groupe.

Thématique visée



Réduction des Poids

Présentation du porteur de projet

MONIN, entreprise familiale créée en 1912, est une marque française d'exception, un créateur de solutions d'aromatisation innovantes, un partenaire privilégié pour les professionnels de l'hôtellerie et de la restauration à travers le monde.

Notre façon de penser et de travailler est basée sur 3 mots: Qualité, créativité et innovation.

MONIN c'est

- 6 gammes incluant des sirops, des préparations de fruits, des sauces, des frappés et des liqueurs.
- 150 parfums – 150 pays (75% CA à l'export) – 900 collaborateurs dans le monde – 6 Usines – 13 Studios

Les principales étapes

- Conception et réalisation des plans et maquettes
- Validation Forme nouvelle conception
- Réalisation des moules prototypes
- Essais de machinabilité et d'endurance
- Réalisation des moulures définitives
- Essai machine + transport grande échelle
- Implémentation commerciale



Sobriété et produits haut de gamme

Présentation du projet

Fauchon souhaite repenser son emballage actuel, composé d'un étui en carton et d'une barquette en PVC. La plupart des emballages utilisés dans les produits hauts de gammes sont souvent épais, contiennent du vide et sont composés de plusieurs unités afin de véhiculer une image qualitative. L'objectif du projet sera donc de repenser l'emballage pour réduire la quantité de matière utilisée, tout en améliorant sa recyclabilité, notamment en supprimant les éléments d'emballages en PVC, une résine qui ne dispose pas d'une filière de recyclage. Au-delà des quantités d'emballages concernées, cet appel à projet permettra de s'attaquer à l'image des emballages de produits haut de gamme en conciliant sobriété et aspect premium.

Présentation du porteur de projet

FAUCHON marque internationale de la gastronomie française depuis 1886 et la Biscuiterie Le Drean, biscuiterie bretonne depuis 1937 sont partenaires depuis plus de 30 ans et proposent une gamme de recettes de biscuits unique.

Les principales étapes

- Etat des lieux de la solution existante avec analyse environnementale
- Identification des pistes d'éco-conception
- Validation technique et marketing des solutions retenues (tests sur lignes et études consommateur)

Thématiques visées



Suppression d'éléments, réduction du vide et épaisseurs



« Depuis toujours nous mettons l'innovation au service du goût. Pour relever les défis actuels nous devons mettre notre créativité aussi au service de l'environnement. »

Allègement des tubes

Présentation du projet

Mustela propose de revoir le design et le poids de ses tubes en plastique. Pour chaque produit, en fonction des différents besoins des formules et des contraintes des formats, des épaisseurs cibles ont été définies pour les tubes. Le projet a pour objectif d'identifier des emballages qui correspondent aux fonctionnalités attendues, tout en utilisant le moins de plastique possible. Plusieurs mois du projet seront consacrés à la réalisation de tests afin de vérifier que les nouveaux tubes continueront d'assurer correctement la protection, le transport et l'utilisation de la formule. 150 tonnes d'emballages sont concernées, avec un objectif de réduction de poids de 15 à 35%. Les nouvelles références mises en marché sont attendues dès l'année prochaine. En même temps, l'entreprise travaillera à l'intégration d'un pourcentage plus important de matière recyclée (ce qu'elle fait déjà depuis 2010).

Présentation du porteur de projet

Chez Expanscience, nous sommes une société à mission, et notre raison d'être est d'aider chacun à façonner son bien-être, tout en préservant la santé de la planète. Les parents ne devraient pas avoir à choisir entre la santé de la peau de leur enfant et celle de la planète, c'est pourquoi nous leur apportons des produits naturels, performants et sains à travers notre marque B Corp : Mustela. Nous agissons au quotidien pour avoir une empreinte plus légère et nous avons engagé notre marque Mustela à contribuer à l'atteinte des objectifs climatiques planétaires. Nous avons à cœur depuis 2009 d'écoconcevoir nos emballages d'aujourd'hui et de demain.

Les principales étapes

- Etat des lieux des technologies existantes et lancement de l'appel d'offre
- Test d'homologation et de transport des solutions retenues
- Analyse environnementale des solutions retenues et tests utilisateurs
- Réalisation des décors et mise en production



Suppression de la barquette de biscuits



Présentation du projet

L'entreprise Biscuits Bouvard souhaite repenser son pack de biscuits Petit Beurre Tablette Chocolat. L'objectif du projet sera d'alléger l'emballage actuel en supprimant la barquette entourée d'un sachet plastique, pour la remplacer par 2 films. Plusieurs matériaux seront testés : films plastiques sans PVDC ou papier. La suppression de la barquette permettra également de revoir le format de l'étui carton. Au global, l'entreprise vise **une réduction de 60 tonnes de plastique**.

Présentation du porteur de projet

Biscuits Bouvard est une entreprise familiale créée en 1902, qui exerce dans le domaine de la biscuiterie sucrée à travers 5 grandes catégories : « Biscuits et gaufrettes », « Cakes », « Biscuits BIO et Santé », « Prêt à garnir » et « Snack frais ». Le Groupe compte 16 usines à travers le monde, dont 10 en France. L'usine de la Biscuiterie de la Tour d'Albon est l'usine porteur de ce projet de suppression de barquette.

Les principales étapes

- Recensement et classification de différents types de films
- Réalisation des tests de contrôle d'étanchéité
- Réalisation de contrôles de vieillissement
- Réalisation d'échantillon sur la nouvelle ligne de production

Thématique visée



Suppression d'une unité



Réduction du plastique sur les pots de rillettes



Présentation du projet

Bordeau Chesnel se penche sur la réduction de ses emballages et s'attaque notamment à son pot de rillettes emblématique. Plusieurs prototypes vont être testés, l'objectif de ce projet est de réduire la quantité de plastique de ces pots tout en s'assurant de la bonne acceptabilité de ce changement par le consommateur. Avec ce projet, la société Lhuissier Bordeaux Chesnel vise **une réduction d'environ 77 tonnes**.

Thématique visée



Suppression d'unité et réduction des épaisseurs

Présentation du porteur de projet

Bordeau Chesnel est une entreprise et une marque patrimoniale centenaire, qui compte 160 collaborateurs, dans ses ateliers de fabrication près du Mans en Sarthe. Leader du marché des rillettes avec près de 32 000 000 pots vendus en 2022, Bordeaux Chesnel est engagée dans une démarche de réduction de son impact environnemental. Dans le cadre de son programme d'actions, Bordeaux Chesnel a notamment réduit de 76 % l'impact lié à ses activités de production et a réduit en 2018 la quantité de plastique des pots de *La Véritable rillettes du Mans* (de 12% sur le format 110g et de 4% sur le format 220g).



Les principales étapes

- Identification technologies cibles
- Etude et tests industriels (dont fabrication des moules d'essai)
- Test marketing en conditions réelles
- Déploiement de la refonte emballage



Expérimentation sur le lot virtuel



PEPSICO



Présentation du projet

Dans un souci de réduire la quantité d'emballages plastique mis en marché, PepsiCo France envisage de supprimer le film en plastique regroupant 6 sachets de chips et snacks individuels, qui permet aujourd'hui la vente en lot de ces produits. L'objectif de ce projet inédit sera de bien appréhender et tester auprès du consommateur la mise en place d'une offre « pick and mix » grâce à laquelle il pourra directement sélectionner en magasin les paquets de chips et de snacks individuels de son choix. A la clé de cette initiative, **100 tonnes de films plastiques pourront être évités chaque année !**

Thématique visée



Nouveaux usages et suppression d'unités

Présentation du porteur de projet

Le groupe PepsiCo s'engage au travers de sa démarche PepsiCo Positive « Emballages Circulaires », fondée sur trois stratégies interconnectées :

- la réduction du plastique
- la promotion du recyclage par la sensibilisation au geste de tri, le développement d'emballages recyclables et l'incorporation de matière recyclée
- et la réinvention de nos emballages via le développement du biosourcé et de modèles de commercialisation via l'exploration du « sans ou faible emballage ».

Un triptyque au service de la circularité de l'emballage afin que celui-ci soit valorisé pour ne plus devenir un déchet. Une démarche qui participe à l'objectif globale de réduction de l'impact des émissions de GES en cohérence avec nos ambitions d'atteindre le Net Zéro en 2040 et une réduction de 40% d'ici 2030 (vs 2015).

Les principales étapes

- 1 – Etude qualitative permettant de comprendre les conditions de réussite du lancement du dispositif (freins à l'achat, levier à actionner)
- 2 – Expérimentation dans 10 magasins

« **PepsiCo France explore une nouvelle façon d'allier petits plaisirs et responsabilité environnementale via le lot sans emballage** »

Charlène Defillon – Directrice Marketing Food PepsiCo France

