



# Extrait\* du guide Plan de prévention et d'écoconception des emballages ménagères pour la période 2020-2025

Entreprises du secteur poissons, crustacés,  
viande, charcuterie, produits préparés –  
traiteur frais

Document destiné uniquement aux entreprises clientes de Citeo et Adelphe

\*Retrouvez l'intégralité du guide sur votre espace Adelphe



Les entreprises du traiteur frais



ADEPALE



Donnons ensemble une  
nouvelle vie à nos produits.



Céline  
ÉNERGIE ENVIRONNEMENT



FICT  
LES ENTREPRISES FRANÇAISES  
DE CHARCUTERIE TRAITEUR



adelphe  
Votre éco-organisme  
à taille humaine

# Plan de prévention et d'écoconception des emballages ménagers pour la période 2020-2025

Entreprises du secteur  
POISSONS, CRUSTACÉS,  
VIANDE, CHARCUTERIE,  
PRODUITS PRÉPARÉS –  
TRAITEUR FRAIS



1. Introduction : contexte et objectifs	4
2. Exigences réglementaires	6
3. Les enjeux emballages du secteur poissons, crustacés, viande, charcuterie, produits préparés – traiteur frais	7
4. Synthèse des pistes d'actions les plus importantes pour réduire les impacts environnementaux sur la période 2020-2025	10
5. État des lieux du secteur	12
6. Catégories d'emballages représentatives du secteur poissons, crustacés, viande, charcuterie, produits préparés – traiteur frais	15
7. Pistes d'actions 3R pour les catégories d'emballages représentatives du secteur	16
7.1 Catégorie des emballages en plastique rigide : barquettes, pots	18
7.2 Catégorie des emballages en plastique souple : doypacks, flowpacks, autres films souples	40
7.3 Catégorie des autres emballages : aluminium, textile, grès, porcelaine, céramique	54
7.4 Le réemploi	58
8. La boîte à outils	66

# I. Introduction : contexte et objectifs

L'écoconception est une **démarche essentielle** pour limiter les impacts environnementaux des emballages et pour répondre à la fois aux **obligations réglementaires** et aux **nouvelles attentes des consommateurs**.

Afin de guider les entreprises du secteur dans une stratégie de réduction des impacts environnementaux, ce plan **propose les pistes d'actions de prévention et d'écoconception potentielles sur la période 2020-2025 pour les emballages représentatifs du secteur**. Ce plan est commun à plusieurs entreprises qui ont choisi volontairement de s'y associer conformément à l'article 72 de la loi AGECE du 10 février 2020 :

*« Tout producteur [...] est tenu d'élaborer et de mettre en œuvre un plan de prévention et d'écoconception ayant pour objectif de réduire l'usage de ressources non renouvelables, d'accroître l'utilisation de matières recyclées et d'accroître la recyclabilité de ses produits [...] ».*

*Ce plan est révisé tous les cinq ans. Il peut être individuel ou commun à plusieurs producteurs.»<sup>1</sup>*

Toute entreprise individuelle du secteur peut décider d'y souscrire.

Le plan de prévention et d'écoconception s'inscrit dans une démarche globale pour l'entreprise, invitée à repenser l'emballage à travers les différentes étapes de son cycle de vie. L'approche se base sur les **axes stratégiques de l'écoconception des emballages connus dans la loi AGECE comme « 3R » (réduire, réemployer, recycler)**. Cette même approche 3R permet de répondre aux objectifs portés à la fois par la loi AGECE (article 72), le décret 3R et la Stratégie 3R ainsi qu'à l'ensemble des obligations réglementaires de la loi AGECE tel que le décret réemploi.

Citeo et les fédérations du secteur concernées : (ADEPALE, CELENE, FICT) accompagnent les metteurs en marché dans cette planification pour en faire une réelle opportunité de mise en œuvre d'actions concrètes et pertinentes pour améliorer les emballages. Ce plan commun pour les secteurs poissons, crustacés, viande, charcuterie, produits préparés - traiteur frais<sup>2</sup> comporte un **état des lieux sur les emballages représentatifs du secteur et leurs problématiques**. Il propose des **pistes d'actions potentielles sur les 3R** et les **opportunités validées par les fédérations citées plus haut pour une trajectoire** dans le temps que chaque entreprise concernée est libre de décider de mettre en application.

Les pistes d'actions potentielles sont illustrées par des exemples concrets mis sur le marché par des entreprises du secteur : l'objectif est **d'apporter un retour d'expérience** aux lecteurs de ce plan sur les **freins rencontrés et les leviers mis en œuvre** pour déployer l'action en question. Les exemples cités n'ont pas vocation à représenter l'exhaustivité du marché. Dans la mesure du possible, les exemples cités ont été choisis parmi des pratiques mises en œuvre par des metteurs en marché de différentes tailles, des industriels ou des distributeurs. Ces exemples ont été intégrés au plan dans le plus strict respect des règles de concurrence et avec l'accord des entreprises citées.

En s'associant à ce plan commun, toutes les entreprises du secteur et clientes de Citeo qui le souhaitent pourront s'approprier des actions cohérentes et réalisables pour leurs catégories de produits emballés. Chaque entreprise pourra librement et en toute autonomie déterminer les actions du plan qu'elle considérera comme les plus pertinentes et qu'elle pourra mettre en œuvre individuellement et volontairement pour réduire les impacts environnementaux de ses emballages.

Les outils et services d'écoconception mis à disposition par Citeo peuvent également aider les entreprises dans cette optique de réduction des impacts environnementaux de leurs emballages.

<sup>1</sup> Article 72 de la loi AGECE complet ici : [https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/article\\_jo/JORFARTI000041553837#:~:text=%C2%AB%20es%20%C3%A9co%2Dorganismes%20peuvent%20s.541%2D10%2D6](https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/article_jo/JORFARTI000041553837#:~:text=%C2%AB%20es%20%C3%A9co%2Dorganismes%20peuvent%20s.541%2D10%2D6).

<sup>2</sup> Le périmètre du plan a été défini selon les codes produits Citeo et les similitudes des produits.

## Méthode utilisée pour la réalisation du plan commun poissons, crustacés, viande, charcuterie, produits préparés - traiteur frais :

L'état des lieux et les indicateurs proposés sont basés sur les données de déclaration à l'UVC 2020 de Citeo/Adelphé, préalablement agrégées. Si ces données ne sont pas exhaustives à la totalité du marché<sup>3</sup>, elles permettent une analyse représentative et suffisamment robuste pour le secteur et ont permis de faire émerger les catégories d'emballages et les actions privilégiées à mettre en œuvre pour s'inscrire dans une stratégie 3R.

Les pistes d'actions potentielles par catégorie d'emballage représentative ont été consolidées par l'expertise de plusieurs ingénieurs packaging, responsables R&D ou responsables achats des entreprises associées aux travaux d'élaboration de ce plan commun et par l'expertise de Citeo à travers ses ressources internes et son étude emballages 2018-2019<sup>4</sup>.

Si les axes portant sur réduire et recycler sont souvent déjà bien développés au sein des entreprises, l'axe réemployer est plutôt analysé dans la perspective du déploiement moyen et long terme, avec les premiers retours d'expériences.

**Il est expressément rappelé que la participation aux plans de prévention proposés par Citeo ne revêt aucun caractère impératif ou obligatoire. À ce titre, les entreprises associées aux travaux de réalisation de ce plan, comme celles qui décideront d'y souscrire, s'engagent dans une démarche purement individuelle et volontaire. Les propositions d'actions détaillées dans le présent document ne préjugent donc en rien de l'application qui sera faite par les entreprises du secteur.**

**Par ailleurs, les travaux d'élaboration du plan ont été menés dans le plus strict respect des règles de concurrence. L'ensemble des acteurs impliqués s'interdisant d'échanger des informations qui pourraient être contraires à ces règles, à constituer de quelque que manière que ce soit, directement ou indirectement, toute forme d'entente, et de manière générale, à se livrer à quelque comportement ou accord qui auraient pour objet ou pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le libre jeu de la concurrence.**



*Le présent document demeure la propriété de Citeo/Adelphé, de l'ADEPALE, de CELENE et de la FICT. 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/Adelphé, l'ADEPALE, CELENE et la FICT déclinent toute responsabilité pour toute erreur ou omission. Citeo/Adelphé, l'ADEPALE, CELENE et la FICT ne garantissent 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. À ce titre, les détenteurs restent seuls responsables de l'utilisation de ce document.*







<sup>3</sup> Les données de déclaration à l'UVC de Citeo/Adelphé agrégées à l'échelle du secteur permettent d'avoir une vue d'ensemble sur les tonnages et les typologies de matériaux déclarés par les entreprises. Elles permettent l'analyse macro du gisement du secteur, détaillée dans l'état des lieux. Elles constituent des données déclaratives des entreprises et sont donc tributaires de la bonne saisie des entreprises. Les plans communs sectoriels proposés par Citeo n'ont pas vocation à couvrir l'ensemble des données déclarées à Citeo.

<sup>4</sup> Cette étude interne à Citeo permet d'identifier les compositions des UVC (Unité de Vente Consommateur - exemple pour une barquette de viande : l'UVC peut être composé d'une barquette, d'un opercule, d'un buvard, d'une étiquette) et les poids de chaque élément d'emballage. Ces données ont permis de nourrir les indicateurs de réduction présentés dans l'état des lieux et repris par la suite pour chaque catégorie d'emballage.



## 2. Exigences réglementaires

Le contexte réglementaire français et européen s'inscrit dans une dynamique de réduction du plastique à usage unique, du suremballage et, plus largement, des impacts environnementaux des emballages. Le tableau ci-dessous synthétise les objectifs et obligations réglementaires qui s'appliquent aux emballages du secteur.

 RÉDUIRE	2025	Au 31 décembre 2025, objectif de tendre vers une réduction de 100 % des emballages en plastique à usage unique inutiles, définis comme ceux n'ayant pas de fonction technique essentielle, comme une fonction de protection, sanitaire et d'intégrité des produits, de transport, ou de support d'information réglementaire - Décret 3R, art. 2.
	2040	Objectif de réduire de 20 % les emballages en plastique à usage unique, dont au moins la moitié obtenue par recours au réemploi et à la réutilisation d'emballages (année de référence 2018) - Décret 3R, art. 2.
 RÉEMPLOYER	2025	Objectif de tendre vers la fin de la mise sur le marché d'emballages en plastique à usage unique – AGEC, art. 7.
	2027	Objectif de réduire de 20 % les emballages en plastique à usage unique, dont au moins la moitié obtenue par recours au réemploi et à la réutilisation d'emballages (année de référence 2018) - Décret 3R, art. 2.
	2030	Proportions minimales d'emballages réemployés ou réutilisés en unités à mettre sur le marché annuellement pour les producteurs mettant plus de 10 000 unités d'emballages sur le marché selon leur chiffre d'affaires annuel, en M€ – AGEC, art. 7 et décret réemploi : • 5 % en 2026, 10 % en 2027 (CA annuel < à 20 M€) • 5 % en 2025, 7 % en 2026, 10 % en 2027 (CA annuel compris entre 20 et 50 M€) • 5 % en 2023, 6 % en 2024, 7 % en 2025, 8 % en 2026, 10 % en 2027 (CA > 50 M€). Les emballages réemployés doivent être recyclables – AGEC, art.9.
2030	Objectif de 20 % de surface de vente consacrée aux produits présentés sans emballage primaire (dont vrac) dans les commerces de vente au détail de plus de 400 m <sup>2</sup> – Loi Climat et Résilience, art. 23.	
 RECYCLER	2025	Objectif de tendre vers 100 % de recyclage des emballages en plastique à usage unique : tous les emballages en plastique à usage unique mis sur le marché disposent d'une filière de recyclage opérationnelle – Décret 3R, art.3. À compter du 1 <sup>er</sup> janvier 2025, les emballages constitués pour tout ou partie de polymères ou de copolymères styréniques, non recyclables et dans l'incapacité d'intégrer une filière de recyclage sont interdits – Climat et Résilience, art. 23.
	2030	Obligation pour les producteurs déclarant un CA annuel > 10 M€ et mettant sur le marché au moins 10 000 unités de produits emballés/an de justifier que les déchets engendrés par les produits qu'ils fabriquent, mettent sur le marché ou importent, sont de nature à intégrer une filière de recyclage – AGEC, art. 61.
 INTÉGRATION DE RECYCLÉ	2022	Pour atteindre les objectifs de recyclage, les metteurs en marché favorisent l'intégration de matière recyclée dans les emballages en plastique – Décret 3R, art. 3.
 HUILES MINÉRALES	2023	Interdiction d'utiliser des huiles minérales avec un seuil de concentration supérieur à 1 % sur les hydrocarbures aromatiques d'huile minérale (MOAH) comprenant de 1 à 7 cycles aromatiques.
	2025	Interdiction d'utiliser des huiles minérales avec un seuil de concentration supérieur à 0,1 % sur les MOAH de 1 à 7 et les MOSH comportant 16 à 35 atomes de carbone sur les emballages.
 AUTRES EXIGENCES AYANT UN IMPACT SUR LA CONCEPTION DES EMBALLAGES	2023	L'arrêté entend par « huiles minérales » les huiles produites à partir de charges d'alimentation dérivées d'hydrocarbures pétroliers utilisées pour la fabrication d'encres. - AGEC, art 112 et Arrêté du 13 avril 2022 précisant les substances contenues dans les huiles minérales dont l'utilisation est interdite sur les emballages et pour les impressions à destination du public.
	2023	Obligation d'indiquer de manière dématérialisée l'information sur les qualités et caractéristiques environnementales, notamment l'incorporation de matière recyclée, les possibilités de réemploi, la recyclabilité et la présence de substances dangereuses et l'information sur le caractère compostable pour les mêmes emballages définis par l'arrêté du 15 mars 2022 (dont sacs de collecte de biodéchets en papier-carton ou en plastique compostables à domicile) - AGEC, art. 13, Décret n° 2022-748. Entrée en vigueur au 1 <sup>er</sup> janvier 2023 pour les producteurs qui déclarent un CA de 50 millions et qui mettent sur le marché au moins 25 000 unités de produits ; le 1 <sup>er</sup> janvier 2024 pour les producteurs qui déclarent un CA de 20 millions et qui mettent sur le marché au moins 10 000 unités de produits ; au 1 <sup>er</sup> janvier 2025 pour les producteurs qui déclarent un CA de 10 millions et qui mettent sur le marché au moins 10 000 unités de produits - AGEC, art. 13, Décret n° 2022-748.

\*Retrouvez l'intégralité du guide sur votre espace Adelphe

## 3. Les enjeux emballages du secteur poissons, crustacés, viande, charcuterie, produits préparés – traiteur frais<sup>5</sup>

### Charcuterie

La charcuterie est perçue comme une part importante du patrimoine français pour plus de 90 % des Français. Ces produits sont d'ailleurs particulièrement plébiscités : 99,7 % des foyers français se disent consommateurs de charcuterie. Ce secteur se structure essentiellement autour de PME détentrices d'un savoir-faire local. Elles représentent 90 % des entreprises françaises de charcuterie. Le secteur peut également compter sur l'exportation en plein développement pour participer à sa croissance. La part d'exportation de charcuterie de porc a augmenté de 7,5 % en 2020 (en comparaison avec 2019).



### Viande

La France est une grande terre d'élevage. Le cheptel bovin français est la plus grande terre d'Europe. À lui seul, l'élevage bovin, ovin et caprin entretient 13 millions d'hectares de prairies soit 20 % du territoire national. Depuis quelques années la consommation de viande, inscrite depuis 10 ans sur une tendance baissière, remonte d'environ 1 % par an, tirée par la demande en volaille (+5,4 % entre 2021 et 2020 pour le poulet). En 2019, la consommation moyenne des Français a été estimée à 300 grammes de viandes cuites par semaine

(hors volaille). Dans le même temps la demande a évolué vers des conditionnements de plus en plus petits, ce qui fait que malgré la baisse de consommation, le besoin en emballage augmente.



### Poissons, crustacés

34 % des Français mangent du poisson deux fois par semaine. C'est bien moins que nos voisins européens et notamment les pays du sud de l'Europe (Portugal 75 %, Espagne 67 %). La consommation de produits aquatiques a été estimée en moyenne à 35 kg par personne et par an. On peut cependant noter des disparités de consommation selon les générations.



Les personnes plus âgées achètent davantage de poisson, ceci de par leurs revenus ainsi que leur savoir-faire et temps disponible pour cuisiner. Les Français plébiscitent notamment

<sup>5</sup> Stratégie nationale « 3R » pour les emballages en plastique à usage unique, Annexe 6.

le cabillaud mais aussi le saumon (provenant généralement des pays nordiques comme la Norvège ou l'Écosse), bien que selon les régions de France les produits plébiscités peuvent varier (hareng dans le Nord, l'étrille en Bretagne, etc.) Les produits aquatiques sont aujourd'hui majoritairement importés, à hauteur de 70 %. (Source FAM).

#### Produits préparés (traiteur frais)

Cette catégorie comprend différents produits : plats cuisinés, traiteur, produits en pâtes, hors d'œuvre, viandes à réchauffer, etc. La diminution de la taille unitaire des foyers français, et l'augmentation de la consommation nomade sont en défaveur d'une diminution des contenances moyennes unitaires consommées. Le développement de produits sans conservateurs implique des contraintes plus importantes sur les emballages notamment sur leurs propriétés barrières. Une hausse des volumes du secteur de Traiteur Frais de 4,5 % a été enregistrée en GMS en 2020 comparé à 2019, et une croissance est attendue via le e-commerce dans les prochaines années à venir.

#### Tendances marché et attentes consommateurs ayant un impact sur les fonctionnalités attendues pour les emballages

Les produits sont soumis à des attentes nouvelles des consommateurs sur la dimension nutritionnelle (nouvelles attentes en teneurs en sel, sucres ou matières grasses), sur la naturalité (réduction des additifs), ce qui peut nécessiter une barrière protectrice plus importante de l'emballage.

La proposition d'une offre segmentée, avec des produits abordables, diversifiés pour varier les repas et simplifier le quotidien peut également jouer dans le choix d'emballages devenant des marqueurs de distinction, de nouveauté (design, couleur et parfois ajout d'éléments d'emballages pour agrandir la surface de communication). Le développement du télétravail et l'inflation qui pèse sur les sorties au restaurant jouent en faveur de la catégorie et peuvent contribuer au renforcement du rôle marketing de l'emballage.

#### Caractéristiques des produits ayant un impact sur les fonctionnalités attendues pour les emballages

Les fonctionnalités de l'emballage sont nombreuses et communes pour les différents produits à emballer : aptitude au contact alimentaire, barrières aux gaz, à l'oxygène, à l'humidité, aux graisses, conservation des arômes. D'autres fonctionnalités sont attendues pour certains produits telles que par exemple la résistance à la chaleur pour le passage du produit au micro-ondes.

Les DLC (dates limites de consommation) sur le secteur sont courtes (moins d'un mois) et varient en fonction des catégories de produits et des procédés de conditionnement. C'est un point important à prendre en considération pour le développement potentiel du réemploi.

Le secteur peut également être soumis à des contraintes réglementaires sur le produit : régulations de certains additifs comme les nitrites dans la charcuterie.



#### Process industriels et de conditionnement ayant un impact sur les emballages

Deux types de conditionnements se distinguent. Les emballages sont achetés déjà mis en forme et respectent des standards de fournisseurs ne permettant pas toujours d'actionner des leviers en termes de réduction.

Certaines entreprises réalisent le conditionnement de leurs emballages sur site à partir de bobines. Les lignes de conditionnement sont la plupart du temps adaptées à différents types de produits à emballer, pouvant ainsi freiner les leviers de réduction puisqu'un même conditionnement est prévu pour des produits de taille et de poids variables.



Votre éco-organisme  
à taille humaine

Retrouvez la suite du plan de prévention  
dans votre espace Adelphe :  
rubrique **Règlementation**, puis **Plans de Prévention (PPE)**.

[Je me connecte](#)

## Notre relation ne se limite pas à un écran d'ordinateur

Lucinda, Julie et Anne sont là pour échanger de vive voix

**Du lundi au vendredi :**

☎ 0809 108 108  
9h à 18h sans interruption

✉ entreprises@adelphe.fr

**Stéphanie Rodrigues**

Gestionnaire Adelphe  
du centre d'appel



## Invitez vos collègues à rejoindre l'espace Adelphe

Un **ensemble d'outils** sont disponibles et pensés pour accompagner chaque métier : marketing, communication, juridique, packaging, achats, R&D...

[Je les invite dès maintenant](#)

## Suivez-nous

[in @Adelphe\\_fr](#)

[ig @Adelphe\\_fr](#)

[f @AdelpheOfficiel](#)

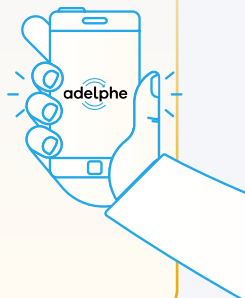
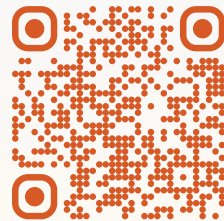
## Rencontrez-nous

2 bis avenue de Taillebourg  
75011 Paris

[adelphe.fr](#)

## Tenez-vous informés !

Abonnez-vous à votre newsletter mensuelle, spécifique à **l'actualité de votre secteur**



[Je m'abonne](#)

Le présent document demeure la propriété d'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 que les informations contenues soient correctes et à jour, Adelphe décline toute responsabilité en cas d'erreur ou d'omission. Adelphe ne garantit ni la pérennité, ni l'exhaustivité de ces informations, au regard notamment de l'évolution ou de l'interprétation de la réglementation en vigueur, de l'état de l'art ou des dispositifs de la filière des emballages ménagers et des papiers graphiques. À ce titre, le détenteur reste seul responsable de l'utilisation de ce document.