

pro carton



Marketing : **10 tendances de consommation pertinentes en 2013**

Marques : **McDonald's : Leadership pour le changement à l'échelle**

Design/Prix : **De la créativité dans tous les produits**

Événements : **L'emballage : un support de l'ère numérique**

Études : **L'apparition de nouvelles valeurs**

Développement durable : **La belle histoire de Pro Carton avec l'environnement continue ...**



PRO CARTON

Association of European Cartonboard and Carton Manufacturers

Il ne fait aucun doute que les cartonnages et les cartons plats représentent aujourd'hui la forme d'emballage la plus écologique. Par ailleurs, le développement durable est un atout en passe de devenir le principal facteur en matière de production au cours des prochaines années.



Les cartonnages et les cartons plats présentent également l'avantage de véhiculer le charme des produits dans les rayons grâce à la qualité d'impression et aux options de transformation. L'industrie des produits de marque utilise les emballages carton pour promouvoir activement ses produits sur le point de vente.

Grâce à une vaste étude, nous étions en mesure, l'année dernière, de confirmer que l'emballage est également un puissant support publicitaire avec de multiples répercussions, tant au niveau du point de vente que dans les foyers. Il s'adapte aux attentes des consommateurs en termes de communication et les invite sur Internet, via des codes numériques tels que les codes QR, où le consommateur pourra découvrir des offres spéciales comportant une véritable valeur ajoutée : par exemple, des informations complémentaires, des offres supplémentaires, des applications, des conseils d'utilisation, des fans clubs et beaucoup d'autres choses encore.

Cette édition de notre magazine vous propose une sélection de quelques-unes des plus importantes E-news Pro Carton sur ces sujets, comme référence ou pour vos archives, parmi lesquelles des informations sur les tendances et les bonnes idées autour du design, les fabricants de cartonnages et de cartons plats, les propriétaires de marques, le commerce de détail et les médias.

Notre lettre d'information électronique E-News est publiée en anglais, français, allemand, italien et espagnol. Elle est lue par plus de 9 000 abonnés dans 41 pays européens. Si vous n'avez pas encore reçu notre bulletin électronique mensuel E-News, c'est le moment de vous inscrire. Abonnez-vous directement sur notre site www.procarton.com/News.

Bonne lecture !
Cordialement,

Roland Rex, Président de Pro Carton

Tendances marketing

10 tendances de consommation pertinentes en 2013

L'institut « trendwatching.com » a prédit 10 tendances pour l'année 2013, parmi lesquelles des approches intéressantes pour la conception d'emballages : le développement durable sera un élément essentiel pour la chaîne d'approvisionnement tandis que la transparence, l'authenticité et la globalisation représenteront de nouveaux défis pour la conception d'emballages.

10 TENDANCES DE CONSOMMATION INDISPENSABLE POUR 2013



Frank Rehme, Metro

Un plaidoyer en faveur de l'emballage

Frank Rehme, le directeur des services d'innovation de Metro Systems GmbH, voit l'expérience de l'achat comme une clé de l'avenir du secteur du carton. Il défend l'idée qu'il faut développer l'expérience d'achat et sa composante émotionnelle et essentielle : l'emballage. Pro Carton l'a interviewé durant le congrès de l'ECR à Bruxelles.



Le numérique est obsolète ?!

N'importe quelle personne qui utilise le mot « numérique » de nos jours pourrait être considérée comme étant une personne du passé. Le numérique est devenu la normalité. Le numérique est la « Nouvelle Normalité ». C'est ce que Peter Hinssen nous dit dans son nouveau livre intitulé « The New Normal » (la « Nouvelle Normalité »). Ce constat comporte de lourdes implications pour notre système commercial dans son entier.

Roland Rex, Président de Pro Carton, a fait la remarque suivante : « L'emballage est en train de prendre en charge de nouvelles tâches au niveau du dialogue avec les consommateurs. Au moyen de l'utilisation de plusieurs mécanismes de réponse, l'emballage est en train de passer d'un moyen d'information pur à un moyen de dialogue, au point de vente comme à domicile. »

► Plus d'infos sur www.procarton.com/Actualités

Marques & Marchés

Pour Pâques, Nestlé va plus loin avec des emballages 100 % recyclables

Pro Carton est heureux d'annoncer que Nestlé est le premier grand confiseur à utiliser des emballages 100 % recyclables pour l'ensemble de sa gamme de chocolats de Pâques. Nestlé UK & Ireland



a remplacé les 48 tonnes de plastique rigide utilisé pour l'emballage de ses œufs en chocolat par du carton homologué FSG, rendant ainsi sa collection de Pâques complètement recyclable. Ils utilisent également un film compostable pour la fenêtre, ce qui réduit l'emballage de 30 % sur toute la gamme des chocolats de Pâques.

Leadership pour le changement à l'échelle

Répondre quotidiennement aux besoins de 15 millions de consommateurs en Europe nécessite énormément d'emballages – mais l'emballage emblématique de McDonald's est en passe de devenir le symbole du développement durable.



« Nous avons l'esprit pionnier chez McDonald's », déclare Jacqui Macalister, responsable du développement durable au sein de la chaîne logistique européenne. « Nous voulons être à la pointe du progrès ». Pro Carton lui a demandé ce sur quoi travaillait actuellement l'équipe packaging de McDonald's...

Plus d'infos sur www.procarton.com/Actualités

Design/Prix

Un emballage stratégique avec le Packvertising

« L'emballage doit agir comme un spot publicitaire dans le rayon, c'est pourquoi nous parlons de Packvertising. 80 pour cent des produits dans les linéaires des supermarchés ne bénéficient d'aucun soutien en termes de communication,

qu'il s'agisse de spots télévisés, d'affiches ou d'annonces publicitaires. C'est là que l'emballage doit apporter les réponses pertinentes et caractéristiques ». Déclaration du Dr Christian Scheier, Directeur Général de decode Marketingberatung. Pro Carton l'a interviewé.

Gagnant Beverages Pro Carton/ECMA Award 2012: Remy Cointreau „Coeur de cognac”



Gagnant Confectionery Pro Carton/ECMA Award 2012: Ferrero Deutschland „tic tac Fan-Rassel”

De la créativité dans tous les produits : Cérémonie de remise des 16e Prix Pro Carton/ECMA

Les Prix annuels Pro Carton/ECMA font partie des prix les plus prestigieux décernés dans leur catégorie et cette année ils fêtent leur 16e édition. Ces prix récompensent les emballages qui ont fait leur preuve sur le marché. Pour la première fois, la compétition était ouverte

à tous les partenaires de la chaîne d'approvisionnement : fabricants de cartonnages et de carton plat, concepteurs, propriétaires de marque et détaillants. Les prix ont été présentés le 20 septembre 2012 au Congrès d'ECMA à Copenhague. Le Prix revenant au Carton de l'Année a été décerné à l'emballage du champagne Taittinger Rose Lens de Van Genechten.

► Plus d'infos sur www.procarton.com/Actualités



Carton of the Year, Pro Carton/ECMA Award 2012: Taittinger „Rose Lens”



Événements

Acheteurs : la prochaine génération

C'est au cours de la XVI^e conférence de l'ECR en début mai à Bruxelles que se sont rencontrés de grands experts d'importantes compagnies européennes dans le domaine de la vente au détail et des propriétaires de marque.



Modérateur Alex Thomson / Barney Burgess, COO Grocery Home Shopping, Tesco

Les trois principaux sujets traités furent la collaboration dans la chaîne d'approvisionnement, l'ère numérique et la croissance durable. Le programme et les apports tout comme les nombreuses vidéos sont bien documentés sur le site web ecreuropeforum.net. Pro Carton a choisi certains temps forts pour vous.



Jan Zijderveld, président Unilever Europe

Dr. Andreas Blaschke, président ECMA



La route vers l'avenir

« Tracer la route vers l'avenir » était la devise de la rencontre des membres de l'industrie du cartonnage et du carton plat à l'occasion du Congrès de l'ECMA du 19 au 22 septembre à Copenhague. Le grand éventail des thèmes abordés a couvert les points suivants : un aperçu de l'avenir de la société et des affaires en Europe, des exemples actuels de développement durable, ainsi que le « Good Manufacturing Practice Guide » (Guide des Bonnes Pratiques de Fabrication). Le Président de l'ECMA, Dr. Andreas Blaschke, et le Président de Pro Carton, Roland Rexont, ont présenté les 16^e Prix Pro Carton/ECMA.



L'emballage : un support de l'ère numérique

Le 9^{ième} congrès Pro Carton a apporté une multitude de nouvelles connaissances : à l'ère numérique, les emballages prennent une importance considérable.

En effet, les consommateurs veulent d'abord voir, même lorsqu'ils effectuent leurs achats en ligne, et sentir ensuite !

Ils souhaitent quasiment tous recevoir des informations concernant le produit sur leur Smartphone. L'apparence de l'offre derrière le code scanné diffère selon la branche et le produit. Toutefois, avec une bonne campagne, les chiffres d'affaires peuvent augmenter de manière significative.

► Mehr auf www.procarton.com/news

Études

L'emballage : un moyen très puissant

Une récente étude intitulée « L'Emballage, un moyen très puissant » compare l'efficacité et la portée de 23 canaux de communication. L'étude a été faite à la demande de Pro Carton et de FFI et a été menée par Pointlogic International Media Consultants. Pour la première fois, il y a des données : le carton ne sert pas seulement à l'emballage, mais il est aussi un instrument de marketing en soi et un canal de publicité tout comme la télévision, les imprimés ou Internet.



L'apparition de nouvelles valeurs

Une toute nouvelle étude du détaillant britannique Sainsbury's indique clairement que, malgré les mesures d'austérité, les consommateurs ne sont pas disposés à sacrifier la durabilité et ils s'attendent à des solutions appropriées du commerce et de l'industrie. L'étude souligne cinq nouvelles tendances de consommation qui ont toutes un élément en commun : elles renforcent le rôle de l'emballage, notamment celui des cartonnages.

► Plus d'infos sur www.procarton.com/Actualités



Développement Durable

« L'emballage carton : Une ressource et une solution d'emballage à faible empreinte carbone ». Nouveau document de Pro Carton maintenant disponible

Le dernier document publié par Pro Carton explique l'approche de l'emballage carton



par rapport à la durabilité, à l'utilisation efficace des ressources et à la faible empreinte carbone. Cela prouve que le carton a une longue histoire en matière de protection de l'environnement et souligne les avantages de l'emballage carton quant aux émissions de carbone.

La belle histoire de Pro Carton avec l'environnement continue ...

L'empreinte carbone est maintenant de 915 kg équivalent CO₂ fossile/tonne. Les nouveaux chiffres actualisés indiquent une réduction de 5 % en 3 ans. Depuis 2005, Pro Carton a rassemblé et communiqué à intervalles réguliers les données relatives à l'impact environnemental des processus de production du carton et des cartonnages. Le dernier rapport en date présente les données du Cycle de Vie pour l'année 2011, et inclut le carton en fibres vierges et recyclées ainsi que les cartonnages imprimés.



Le papier et le carton sont les matériaux d'emballage les plus recyclés en Europe

Le papier et le carton, y compris les cartons plats, ont atteint un taux de recyclage de 78 % en 2010. Ce sont les matériaux d'emballage les plus recyclés en Europe, selon les calculs de la CEPI (Confédération européenne des industries du papier) qui a utilisé les données Eurostat. Ce chiffre ne cesse de progresser passant de 63,8 % en 2000 à 73,3 % en 2005, bien au-delà de l'objectif des 60 % établi par la Directive sur l'emballage et les déchets d'emballage.



Adopter les emballages carton c'est faire le choix d'un style de vie écologique

Que ce soit pour ses excellentes qualités environnementales ou pour son rôle dans la prévention des déchets, faire le choix de l'emballage carton contribue à rendre la filière plus respectueuse de l'environnement et aide les consommateurs à adopter des styles de vie plus écologiques.



Gagnant Sustainability, Pro Carton/ECMA Award 2012: Green Packaging „Ja! Natürlich“

L'emballage carton aide à la prévention des déchets alimentaires

De plus en plus, les déchets alimentaires sont considérés comme un enjeu social et environnemental majeur. L'emballage joue un rôle essentiel au sein de la filière alimentaire en matière de diminution des déchets et de perte des ressources utilisées pour cultiver ou fabriquer le produit emballé. S'il n'y avait pas d'emballage, la nourriture et les autres marchandises seraient perdues pour dégradation lors de la manipulation, manque d'hygiène et insuffisance d'informations sur l'utilisation du produit. L'emballage améliore la durabilité de l'approvisionnement alimentaire en protégeant la nourriture contre les dommages au cours de son transport de la ferme à l'usine, du détaillant au consommateur final.

L'impact environnemental découlant de la fabrication du produit emballé est

beaucoup plus grand que celui qui découle de la production de son emballage et les fabricants d'emballages tels que les fabricants de cartonnages ont un intérêt à n'utiliser que la quantité pertinente d'emballage puisque cela réduit les coûts et contribue à la protection de l'environnement. En Europe, 62 % des boîtes pliantes produites sont utilisées pour l'emballage de la nourriture et, avec d'autres emballages, constituent une partie de la solution au problème des déchets alimentaires.

Continuer à améliorer la performance environnementale

L'industrie de l'emballage carton a une belle histoire environnementale à raconter et peut garantir aux consommateurs que le carton est le meilleur choix pour l'environnement. Le dernier rapport de Pro Carton présente les données de cycle de vie depuis 2011, lesquelles incluent les fibres vierges et recyclées ainsi que les cartons imprimés. Sur une même base de comparaison, les données 2011 par rapport à 2008 indiquent les améliorations suivantes dans les principales catégories d'impact sur l'environnement. Beaucoup des améliorations sont dues à un usage plus efficace de l'électricité,



Tableau des améliorations

Les changements relatifs dans les principales catégories d'impact environnemental depuis 2008 sont :

Consommation de ressources non renouvelables (appauvrissement abiotique)	-1 %
Emissions pouvant causer des pluies acides (acidification)	-4 %
Emissions pouvant conduire à la perte d'oxygène (eutrophication)	-6 %
Emissions pouvant nuire à la couche d'ozone (appauvrissement de la couche d'ozone)	-8 %
Réduction de l'empreinte carbone	-5 %



une augmentation de l'utilisation de la bioénergie et une plus grande attention sur les mesures et le contrôle de l'utilisation de l'eau.

Réduire l'empreinte carbone

Le bilan carbone de Pro Carton est de 915 kg équivalent CO₂ pour une tonne de carton produit et transformé .

À partir des données de cycle de vie de Pro Carton, les experts ont calculé l'empreinte carbone des industries du carton et des cartonnages en 2005, 2008 et 2011. L'analyse des dernières données recueillies en 2011 a montré que le bilan carbone actualisé pour les cartons était de 915 kg équivalent CO₂ / tonne de carton produit et transformé et que l'empreinte écologique des cartons avait diminué de 5 % par rapport à 2008. Ce nouveau chiffre du bilan carbone s'inscrit dans la tendance à l'amélioration continue de la performance environnementale de l'industrie.

Du carbone biogénique dans les cartons

En 2009, l'institut suédois de recherche sur l'environnement IVL a développé une méthodologie pour calculer le carbone biogénique dans l'empreinte écologique des cartons.

La matière première du carton est une fibre de bois qui provient de forêts gérées durablement dont les arbres absorbent et stockent le carbone. La méthodologie d'IVL mesure le carbone biogénique contenu dans les cartons en rattachant les avantages du carbone de la matière première naturelle à l'emballage en carton.

IVL a proposé un lien positif entre la séquestration nette de carbone dans les forêts gérées durablement et la

consommation de cartons : la demande en cartons des consommateurs stimule la demande en bois (fibre de bois pour fabriquer le carton) qui à son tour encourage la gestion durable des forêts.

L'étude suggère qu'en raison de la demande du marché en faveur du carton, 730 kg de dioxyde de carbone biogénique en moyenne par tonne de carton sont éliminés de l'atmosphère en Europe. Par conséquent, choisir le carton favorise la capture du dioxyde de carbone pour produire un matériau renouvelable et montre la contribution positive de l'emballage carton dans le débat sur le changement climatique et l'environnement. Le travail d'IVL vient compléter les données Pro Carton qui mesurent la quantité d'équivalent de dioxyde de carbone émise par les combustibles fossiles utilisés dans les processus de production de l'industrie (de l'extraction de la ressource aux portes de l'usine).

En 2011, le bilan carbone de Pro Carton était de 915 kg équivalent CO₂ / tonne de carton produit et transformé. Dans une approche partielle du cycle de vie produit (de l'extraction de la ressource aux portes de l'usine), l'émission de 915 kg équivalent CO₂ / tonne de carton produit et transformé est largement compensée par les 730 kg de séquestration de CO₂ biogénique.

Responsabiliser l'achat des ressources

Les qualités environnementales des cartons européens sont étayées par l'utilisation du carton dont la matière première bois provient de forêts gérées durablement. Ces forêts ne sont pas seulement une ressource renouvelable ; chaque année, le nombre de nouveaux arbres plantés dépasse d'une surface équivalente à 1,5 millions de terrains de football celui des arbres coupés. Pour y

arriver, les propriétaires et les exploitants de forêts européens observent une combinaison de réglementations nationales, européennes et internationales ainsi que des programmes de certification forestière, tels que le FSC® et le PEFC™. Un certificat de « chaîne de traçabilité » atteste que l'origine du bois utilisé dans la fabrication des emballages carton en Europe est légale et traçable. Les fabricants de produits peuvent alerter les consommateurs sur les avantages du carton pour l'environnement par le biais d'un label indiquant que l'emballage carton est issu de forêts aménagées de façon responsable.



En Europe, l'approvisionnement responsable de matière première pour le carton utilisé dans la fabrication des boîtes pliantes passe à la fois par le bois et le papier recyclé.



L'industrie du papier et du carton possède une infrastructure de récupération bien établie en Europe. Les cartons sont collectés de la maison ou en bordure de trottoir ou apportés à des points de ramassage puis envoyés, par l'intermédiaire de négociants en déchets papier, à des usines de recyclage. Environ 60 % des cartons en Europe sont fabriqués à partir de carton recyclé. En 2010, les emballages papier et carton ont atteint un taux de recyclage de 78 %, ce qui en fait le matériau d'emballage le plus recyclé dans l'UE selon les données d'Eurostat.

C'est clair : le choix des emballages carton aide les consommateurs à adopter des modes de vie plus écologiques, donc bénéfiques pour l'environnement.

► Pour plus d'information sur l'efficacité de l'utilisation des ressources et le développement durable, visitez le site de Pro Carton à www.procarton.com



Pro Carton : une plateforme marketing et communication

Pro Carton est la plateforme marketing et communication des fabricants de cartonnages et cartons plats. La principale mission de Pro Carton est de communiquer sur les avantages et le potentiel des emballages en carton.

Les cartons représentent un instrument marketing important et les plus écologiques de toutes les solutions d'emballage. Ils constituent un support publicitaire capital au niveau des points de vente et dans les foyers. En dehors des points de vente, ils deviennent de plus en plus le lien entre le monde réel et le virtuel.

Pro Carton : des informations marketing et sur la conception

Pro Carton informe l'ensemble de la filière emballages – l'industrie des cartonnages et cartons plats mais aussi les concepteurs, les propriétaires de marques et le commerce de détail – ainsi que leurs clients dans toute l'Europe sur les derniers développements en matière de design et de marketing à travers :

- le site **www.procarton.com**
- le bulletin électronique E-News distribué à plus de 9 000 personnes concernées en Europe
- le « Prix Pro Carton/ECMA » (**www.procartonecmaaward.com**)
- la présentation du prix international « Pro Carton Design Award » (**www.procartondesignaward.com**)
- le congrès Pro Carton
- des études sur des sujets professionnels pertinents
- une collaboration avec des partenaires dans les pays européens

Pro Carton : un réseau pour toutes les questions autour de l'emballage

Pro Carton est un réseau et la première source d'informations pour toutes les questions qui touchent à l'emballage. Pro Carton relie l'ensemble des partenaires de la filière de l'emballage – fabricants de cartonnages, concepteurs, fabricants de cartons plats, propriétaires de marques et commerce de détail – ainsi que les médias et les politiques.

Actualités Design et Marketing

Chaque mois, le bulletin Pro Carton E-News est envoyé à plus de 9 000 décideurs dans les domaines du marketing, de la conception et de l'emballage. Ayez un aperçu en quelques secondes – d'un simple clic, accédez à des études de cas, des entretiens avec des experts, des résumés de congrès, des études de marché, dans analyses de la concurrence et bien d'autres informations encore.

Avantage particulier : vous êtes le premier à recevoir des informations rigoureusement recherchées sur les tendances et pouvez les intégrer dans vos stratégies à long terme. Vous n'en retirerez que des avantages, comme peuvent en témoigner nos lecteurs du secteur de l'emballage, de l'industrie des produits de marque et du commerce de détail dans 41 pays européens.

Inscrivez-vous DÈS MAINTENANT sur www.procarton.com au service de lettre d'information électronique et recevez gratuitement chaque mois deux à trois informations de toute dernière main concernant le marketing, le design et l'emballage.

La présente version imprimée du Magazine Pro Carton est publiée une fois par an comme « Revue » à lire ou à archiver.

Référence de publication

Éditeur : Pro Carton, Suzanne McEwen – Head of Marketing and Communications, mcewen@procarton.com, Jennifer Buhaenko – Head of Public Affairs, buhaenko@procarton.com, Pro Carton c/o AC Fiduciaire SA, Todistrasse 47, Postfach 1507, 8027 Zürich, Schweiz, **Design :** W&W Grafik & Design, **Impression :** Starzengruber, 1200 Wien. Reproduction permise en citant la source. Merci de nous envoyer copie des épreuves.

À propos : souhaits et suggestions sur notre service E-Mail-sont les bienvenus. Envoyez simplement un e-mail à :



Suzanne E. McEwen
Head of Marketing and Communications
mcewen@procarton.com



Jennifer Buhaenko
Head of Public Affairs
buhaenko@procarton.com

Les sujets suivants sont prévus pour les E-News 2013 :

Entretiens avec des experts
Résumés du congrès
Études de marché
Tendances marketing
Études de cas marketing
Développement durable
Concours 2013



PRO CARTON

Association of European Cartonboard and Carton Manufacturers

POB 36, 1020 Vienna
Telephone and Fax + 43 /1/ 218 69 18
office@procarton.com, www.procarton.com