



*RÉGLEMENTAIRE, DURABLE,
DÉSIRABLE...*

LE PACK QUI EMBALLE !

INTRODUCTION	p. 1
Les enjeux de la recyclabilité des emballages	p. 2
Recyclabilité d'un emballage : 1er critère environnemental pour les consommateurs	p. 6
Loi AGECE : projet d'arrêté pour modifier le cahier des charges des éco-organismes de la filière REP des emballages ménagers	p. 8
Emballages réemployés : le décret français notifié à l'OMC	p. 10
Le Décret "Stratégie 3R" en consultation	p. 15
Projet d'Arrêté sur les huiles minérales interdites sur les emballages	p. 18
Plastics Europe dénonce les insuffisances de la collecte en France	p. 20
Le concept d'emballage circulaire de produits cosmétiques Design4Circularity	p. 22
Évolution des matériaux d'emballage : l'avis des professionnels du secteur	p. 23
Packagings : quelles sont les tendances à venir ?	p. 24
Packagings durables : les Américains disent oui !	p. 25
Recyclage du plastique : quelle est l'attitude des Américains ?	p. 26
Bormioli Luigi place ses flacons en verre sous haute protection	p. 27
Heinz Glas lance une gamme de packs parfaitement imparfaits	p. 28
Texen veut révolutionner les routines beauté	p. 29
Heinz Glas lance une collection de flacons en verres dotés de super pouvoirs	p. 30
Seram habille les flacons de parfum	p. 31
Luxe Pack Monaco : toujours plus de durabilité chez Aptar	p. 32
Cosmogen explore l'impression 3D pour ses nouveaux applicateurs	p. 33
Metsä Board veut accélérer l'innovation en matière d'emballages	p. 34

Introduction

Selon le dictionnaire, un emballage sert à... emballer. Et pendant longtemps, cette définition a été suffisante pour l'industrie de la beauté.

De nos jours, il n'est plus possible pour une marque de ne pas être sensibilisée aux concepts de recyclage, de réemploi et de sur emballage. Et pour celles qui feraient encore la sourde oreille, le cadre réglementaire (se durcissant de plus en plus sur ces questions) se chargera de leur rappeler.

Mais les législateurs ne sont pas les seuls à faire pression sur les industriels. Dans un souci de préserver la nature et de limiter leur impact sur l'environnement, les consommateurs sont également moteurs dans cette transition du packaging. Ils sont attentifs à la manière dont leurs cosmétiques sont emballés et ont tendance à soutenir les marques les plus durables.

Cependant, le packaging reste l'un des premiers critères d'achat, surtout dans le secteur de la beauté. Il est donc important pour les marques de conjuguer durabilité et désirabilité.

Pour aider les entreprises à mieux comprendre les enjeux contemporains du packaging, CosmeticOBS a conçu ce Minibook. Il fait le point sur les réglementations en cours, illustre les envies des consommateurs (via des données provenant d'agences de prospectives) et présente les dernières innovations lancées par les fournisseurs d'emballages.

La révolution du packaging est définitivement en marche.



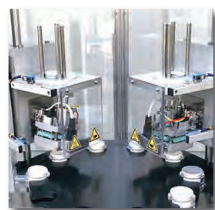
**L'opercule thermocollant :
un rapport poids/fonctions inégalé.**

Étanchéité

Preuve de première utilisation

Design

Dans moins d'1 gramme !



**Toutes les solutions pour vos projets de thermoscellage :
opercules - thermoscelleuses - sous-traitance.**

T.+33 (0)4 78 06 24 96 - contacts@embatherm.com
01120 LA BOISSE - FR - www.embatherm.fr



LES ENJEUX DE LA RECYCLABILITÉ DES EMBALLAGES

À l'heure où la réduction et la recyclabilité des emballages ménagers, y compris cosmétiques, sont devenus des passages obligés, leur mise en œuvre n'en reste pas moins un challenge pour les entreprises. Entre exigences réglementaires et réalité des centres de tri, Marion Halby, Responsable des Affaires institutionnelles de Léko, et Nicolas Pont, Directeur Écoconception et Recyclage de Véolia, ont fait un point sur le sujet lors de la JEST 2002 organisée par Cosmed en septembre.

Léko est un éco-organisme qui s'inscrit dans une filière élargie des producteurs des emballages ménagers mise en place en 1992 sur le principe du pollueur payeur. Concrètement : à partir du moment où un emballage est mis sur le marché, le metteur sur le marché contribue financièrement à sa fin de vie (le coût de la collecte, le recyclage, la transformation), et ce de manière mutualisée, en payant une contribution à un éco-organisme, en charge ensuite d'organiser la filière et de redistribuer des soutiens financiers aux collectivités qui majoritairement, organisent la collecte et le recyclage.

Léko est agréé par l'État depuis 2017. Son fondateur, le groupe Reclay, est ainsi agréé cinq pays : Allemagne, France, Autriche, Slovaquie et Canada.

Aujourd'hui, 830 millions d'euros sont collectés annuellement par Léko au niveau de la filière, auprès de différents secteurs, dont celui de la cosmétique. Le verre représente 49 %, le plastique 23 %, les papiers-cartons 22 %... Les objectifs de recyclage sont fixés depuis dix ans à 75 %, et ne sont toujours pas atteints puisqu'ils n'ont été que de 72 % en 2021.

Léko a donc pour objectif de contribuer à atteindre l'objectif de 75 % d'emballages recyclés en France. Pour cela, l'éco-organisme travaille sur la collecte, le tri et le recyclage, mais aussi sur la réduction et le réemploi, au travers de l'écoconception, de la consigne, du réemploi ou du vrac.

Ses autres actions :

- la simplification des déclarations des entreprises à l'éco-organisme, ainsi que des barèmes et des processus,
- une meilleure information des consommateurs (notamment via la nouvelle signalétique de tri qui est entrée en vigueur cette année),
- la collaboration avec les autres filières REP, de façon pour proposer une démarche mutualisée aux entreprises qui dépendent de plusieurs filières,
- le développement des services à l'international,
- la concertation via la création de comités sectoriels, par industrie et par thèmes (consigne/réemploi, vrai, compostage...).

Les nouvelles réglementations

Elles se sont multipliées ces derniers temps, dans le sillage des nouvelles lois à visée environnementale. Marion Halby a fait un focus sur quatre d'entre elles.

La signalétique de tri

L'extension des consignes de tri (le changement de consigne pour ce qui peut être mis dans la poubelle jaune) a entraîné **une évolution de la signalétique qui doit être apposée sur l'emballage**. Elle a été validée par les pouvoirs publics le 9 septembre 2021.

Un délai a été prévu pour permettre aux metteurs sur le marché de mettre en conformité leurs emballages (jusqu'au 8 septembre 2022), et un délai supplémentaire a été accordé pour l'écoulement des emballages fabriqués ou importés avant le 9 septembre 2021, jusqu'au 8 mars 2022.

Il a été précisé ensuite que les metteurs sur le marché de produits cosmétiques finis ont la possibilité de mettre sur le marché les produits avec un emballage non porteur de l'info-tri après le 9 mars 2023, et

© CosmeticOBS-L'Observatoire des Cosmétiques, 2022
8 rue Bernard Iské
92350 Le Plessis-Robinson – France

51,70 €
ISBN : 979-10-92544-90-9



info@cosmeticobs.com
cosmeticobs.com