

EMBALLAGES

MAGAZINE

STRATÉGIES

EMBALLAGES

LE TROPHÉE EMBALLAGE DU MANAGER 2017

Vous donnent rendez-vous
Page 14

Nos partenaires :



emballage & manutention
become/deviennent

all4pack
Paris

THE GLOBAL MARKETPLACE FOR
PACKAGING | PROCESSING | PRINTING | HANDLING

NOVEMBER 2018 | PARIS NORD VILLEPINTE | FRANCE



PHOTO PIERRE VASSAL

Prochain rendez-vous en **Juin 2018**

TROPHÉES

TROIS LAURÉATS
POUR STRATÉGIES EMBALLAGES 2017

La cinquième édition a fait salle comble au Shangri-La pour découvrir les parcours de Julien Barreau, Christèle Chancrin et Jean-François Molle.



Les lauréats de Stratégies Emballages et leurs parrains sont réunis. De g. à dr. : Henri Saporta (*Emballages Magazine*), Véronique Sestrières (All4Pack), Marc Chiron (DS Smith), Julien Barreau (Lush), Christèle Chancrin (E³ Conseil) et Jean-François Molle (Gestes propres).

Belle soirée et salle comble au Shangri-La le 28 juin pour la cinquième édition de Stratégies Emballages. En 2013, *Emballages Magazine* a conçu le Trophée Emballage du manager de l'année pour donner la parole aux professionnels qui, au sein des marques, tout comme les prestataires, ont mis l'emballage au cœur de leur stratégie. Avec le soutien de ses quatre partenaires, le salon All4pack (Comexposium), le constructeur d'automatismes B & R, le fabricant d'emballages en carton ondulé DS Smith et l'Union nationale des fabricants d'étiquettes adhésives (Unfea), cette nouvelle édition a permis de découvrir trois personnalités aux parcours très différents. Les témoignages de Julien Barreau, de Christèle Chancrin et de Jean-François Molle ont conféré à la soirée une forte tonalité environnementale dans une actualité immédiate : la

réduction à la source et l'écoconception pratiquée par les cosmétiques Lush pour Julien Barreau, parrainé par Véronique Sestrières, directrice du salon All4Pack; la savante maîtrise des éco-contributions pour Christèle Chancrin, qui a inventé un nouveau métier en fondant E³ Conseil, parrainée par la rédaction d'*Emballages Magazine*; et la lutte contre les déchets sauvages pour Jean-François Molle, président de l'opération Vacances propres devenue Gestes propres en juin 2017, parrainé par Marc Chiron, directeur commercial et marketing de DS Smith. Placé sous le signe de la transmission et du partage de l'expertise, Stratégies Emballages se veut un pont entre les générations de la profession, mais aussi entre les fournisseurs et leurs clients. Comme lors des précédentes éditions, des professionnels aguerris et de jeunes diplômés en début de carrière ont ainsi

pu s'exprimer : l'occasion d'apprécier la richesse et la variété des parcours professionnels. *Emballages Magazine* a consacré son dossier de juin-juillet à l'emploi. Et le constat est consternant : les entreprises peinent à recruter alors que la France compte ses chômeurs par millions. Cependant, Stratégies Emballages démontre année après année que le secteur de l'emballage et du conditionnement recrute, car il se développe régulièrement. Un exemple récent ? Perrier a annoncé un investissement de 200 millions d'euros dans son outil de conditionnement français.

Vingt-deux stratèges

Julien Barreau, Christèle Chancrin et Jean-François Molle ont rejoint le club de Stratégies Emballages qui compte désormais vingt-deux membres. En 2013, étaient lauréats de la première édition Henri Demotond (Somfy),

JULIEN BARREAU MET DE LA CRÉATIVITÉ DANS LES ACHATS



Un couple bien emballé ! Si *Emballages Magazine* n'a pas pour habitude de dévoiler la vie privée de ses interlocuteurs, l'anecdote a amusé l'assistance : Julien Barreau vit avec Marie de Bussy qui a remporté un prix dans le cadre du concours Emballé 3.0, organisé par le Conseil national de l'emballage (CNE). C'était en 2013, pour le projet So Fizz. Comme beaucoup de ses confrères, le plus jeune lauréat – 27 ans – de la cinquième édition de Stratégies Emballages a rencontré le monde de l'emballage et du conditionnement par hasard et, convaincu, a décidé d'approfondir le sujet. Titulaire d'un brevet de technicien supérieur (BTS) en mécanique et automatismes, Julien Barreau découvre ses premières lignes de thermoformage chez Fleury Michon. S'enchaînent une licence en maquette numérique, puis un diplôme d'ingénieur obtenu à l'Institut supérieur d'ingénierie packaging (Isip) à Angoulême (Charente). Recruté par Lush, un spécialiste britannique de la cosmétique en forte croissance, Julien Barreau arbore sur sa carte de visite un titre peu commun : « Creative buyer ». La modernité du titre a immédiatement séduit Véronique Sestrières, directrice du salon All4Pack (Comexposium) : la signature du salon dont la prochaine édition se tient en novembre 2018 est en effet « Let's be creative ! » Chez Lush, qui a placé ses formulations ainsi que le vrac au cœur de son positionnement, l'emballage doit s'adapter au produit et non l'inverse. Dans cette démarche affirmée de réduction à la source, « l'acheteur créatif » travaille avec ses fournisseurs pour trouver la solution idéale sans remettre en cause les fonctions, à l'exemple d'un film compostable à base de cellulose ou d'un pot en polypropylène (PP) recyclé avec une étiquette en PP. Ce pot, les clients de Lush sont même invités à le rapporter en magasin afin qu'il soit de nouveau recyclé. Une démarche environnementale loin du « greenwashing » que Julien déteste. Et l'anglais ? Malgré de réelles lacunes, Lush a estimé que la maîtrise de la langue se concrétisait très rapidement sur le terrain. Julien parle aujourd'hui un « fluent English ».



Vincent Ferry (Danone), Bruno Garnier (Carrefour), Corinne Mercadié (Casino) et Arnaud Rolland (Coca-Cola Entreprise). En 2014, les stratèges de l'emballage de la deuxième cuvée étaient Michel Bourguignon (Nestlé), Françoise Lochet (Laboratoires Expanscience), Christophe Morin (consultant) et Françoise Poulat (Danone Nutricia Research). En 2015, Steven Tordjeman (So Shape), Ève Deregnaucourt (Bacardi-Martini), Véronique Bregeon (Merial), Fabrice Ballin (Cristalco) et Annette Freidinger-Legay (Côté Emballage) étaient à leur tour distingués. Anne-Laure Bulliffon (Alpes Packaging), Johnny Grippon (Laiterie Les Fayes), Benoît Renaud (Werner & Mertz France/Benelux), Alexandra Lagisz (Intermarché) et Michel Fontaine (CNE) étaient eux primés en 2016. Rendez-vous en 2018 pour la sixième édition ! ●

Henri Saporta

CHRISTÈLE CHANCRIN DÉCORTIQUE LES ÉCOCONTRIBUTIONS

Le défi était ardu et Christèle Chancrin l'a relevé avec brio : la fondatrice du cabinet E³ Conseil devait rendre accessible et attractif le sujet très pointu que constitue la fiscalité liée à la responsabilité élargie des producteurs (REP). Un sujet d'une actualité brûlante dans la mesure où, après un an de discussions, Eco-Emballages, fondé en 1992, et Eco-folio, créé en 2007, ont concrétisé leur union le 27 juin. La fusion de ces deux organismes est le prélude à une recombinaison plus vaste dans un nouveau contexte de concurrence. Les pouvoirs publics ont en effet agréé trois sociétés pour les seuls emballages ménagers utilisés au domicile ou en dehors pour la période 2018-2022 : Adelphi, filiale d'Eco-Emballages, Eco-Emballages sous sa nouvelle identité et L'éko. Juriste d'affaires et fiscaliste de formation, Christèle Chancrin a eu très vite l'intuition que la fiscalité environnementale pourrait être une thématique majeure au sein des entreprises. Bonne pioche ! Désarçonnée par la complexité de la démarche, une société contacte Christèle Chancrin avant d'envoyer sa déclaration à Eco-Emballages. C'était en 1999... Créé en 2005, E³ Conseil est devenu au fil des années l'expert de référence d'une spécialité inédite : l'écocontribution. Traduction directe du principe du pollueur-payeur tel que défini dans la loi de 1975, la REP impose aux metteurs sur marché – les marques qui commercialisent des produits emballés dans le cas des emballages ménagers – de contribuer à la valorisation de leurs déchets, par le biais du Point vert en l'occurrence. Taxe, contribution, impôt : comme les Byzantins ergotant sur le sexe des anges, les spécialistes aiment débattre de la nature exacte de ce prélèvement obligatoire. Reste que les sommes versées aux éco-organismes se comptent rapidement en centaines de milliers ou en millions d'euros. Passer du temps sur sa déclaration peut dès lors se traduire en espèces sonnantes et trébuchantes. D'autant que cette déclaration, réputée difficile à remplir, est susceptible d'entraîner des erreurs. L'écoconception entre également dans le champ d'expertise du cabinet : l'aérosol compressé d'Unilever provoque, par exemple, une baisse conséquente du Point vert. Le retour à un système de concurrence ouvre une nouvelle ère. Pour Christèle Chancrin, la complexité des déclarations demeure cependant d'actualité. Et la nécessaire harmonisation des différentes REP devrait être la priorité des pouvoirs publics.



JEAN-FRANÇOIS MOLLE CHASSE LES DÉCHETS SAUVAGES

Jean-François Molle est un passionné. Fidèle à sa réputation, le président de Vacances propres a conquis son auditoire en démontrant que chaque consommateur préserve le cercle vertueux de l'économie circulaire en accomplissant jour après jour fois le bon geste de tri. « Qui ne jette pas trie ; qui ne trie pas jette » : la formule fait mouche pour expliquer le fléau que constituent les déchets sauvages. Bien que l'exercice statistique soit par définition hasardeux, on les estime à 63 000 tonnes en 2016 en France. Or, un emballage jeté sur le trottoir, dans une rivière ou au milieu d'une forêt est non seulement une source de pollution, mais aussi une ressource perdue pour l'industrie. Une double peine donc ! Une analyse que Marc Chiron partage totalement : parrain de Jean-François Molle, le directeur commercial et marketing de DS Smith France a souligné que la principale matière première du carton ondulé est aujourd'hui constituée par les papiers et cartons à recycler (PCR) récupérés auprès des ménages grâce au tri à la source et aux collectes sélectives. Composée de fibres recyclées, une boîte à pizza, recyclable par définition, sera effectivement recyclée à condition qu'elle soit jetée dans le bon bac. C'est pourquoi, pour cette cinquième édition de Stratégies Emballages, Jean-François Molle avait une annonce majeure à faire : Vacances propres est devenu Gestes propres en juin 2017. Mettre à la poubelle ou emporter ses déchets au minimum, trier ordures ménagères et recyclables en temps normal et ramasser pour les plus courageux : ces trois gestes sont propres. Avec le soutien d'Eco-Emballages, la société agréée pour la valorisation des emballages ménagers, l'objectif de l'association est désormais d'encourager les collectivités locales, les pouvoirs publics et les entreprises à porter le message de civisme tout au long de l'année et dans tous les lieux. Et Jean-François Molle connaît bien Eco-Emballages pour avoir participé à la création de l'éco-organisme en 1992. Dans la salle, nombreux ont été ceux à apprendre que Vacances propres et Eco-Emballages avaient le même père spirituel : Antoine Riboud. Alors président de BSN devenu Danone, ce grand patron avait compris dès les années 1970 qu'une entreprise de la grande consommation devait inciter ses clients au civisme. La cause est toujours d'actualité.

