



www.packagingvalley.com

infos@packagingvalley.com

La Lettre

Crise ou pas crise ?

Bien sûr les perspectives à court terme sont inquiétantes et le contexte économique pour le moins tendu, mais le pessimisme noir n'est pas encore de mise chez les industriels.

Des difficultés dans un marché qui se contracte, oui; un effondrement, non.

Aujourd'hui, face à tous ces bouleversements financiers et économiques, face à tous les indicateurs négatifs variables selon les matériaux(), (17,5 % pour le carton, 9% pour les plastiques, 6,7% pour le verre,...), l'attentisme, les reports de projets et le recours au déstockage sont les principales ressources utilisées par les industriels.*

Par contre, si on prend en compte ces indicateurs négatifs, il faut aussi croire en ceux qui donnent des atouts en matière d'optimisme, et en particulier, la progression prévue de la consommation de masse, agro-alimentaire, cosmétique et pharmacie, entre autres, sans oublier la baisse des matières premières.

Gardons confiance, et comme toujours en période délicate, appuyons nous sur les ressorts de l'innovation, sur les contraintes environnementales, sur les ressources de l'éco-conception... pour continuer notre développement.

Pascal de Guglielmo
Président

2009
Avril

n° 29

Le salon Emballage 2008 : bilan satisfaisant

Emballage 2008, salon international de l'emballage organisé par Comexposium qui s'est tenu à Paris Nord - Villepinte du 17 au 21 novembre dernier, annonce une fréquentation de 101730 professionnels, dont près de 36% venant de l'étranger. Des chiffres en léger recul par rapport à l'édition précédente, en 2006, qui avait accueilli 108 000 visiteurs, dont plus de 38% d'étrangers. Plus de 80% du visitorat était composé de cadres dirigeants dont la moitié issus de la direction générale, avec de réels besoins d'investissement dans des solutions toujours compétitives. Sur le plan des exposants, Emballage 2008 se caractérisait par une forte domination des machines et équipements, les matériaux et conditionnements étant, au final, peu représentés. Les entreprises du papier et du carton avaient, par exemple, fait stand commun avec toute les organisations professionnelles de la filière.

Pour cette édition 2008, sur les 26 entreprises régionales exposantes, 21 étaient réunies sous la bannière PACKAGING VALLEY sur plus de 800 m².

Pour les industriels présents, ce salon reste une bonne occasion de revoir et recevoir ses clients et de contacter de nouveaux prospects. C'est aussi l'opportunité d'enrichir leur connaissance de la concurrence, de faire une veille technologique.

SUR L'ESPACE PACKAGING VALLEY

08 FABER
08 ARDEN-PLAST
CORIS (Groupe Arbor) 94
08 LE SANGLIER

51 COTUPLAS
51 KIT-BAG
51 PERICHARD
51 SOFREC SEM
51 PEDI France
51 ALPEM
51 STRADIS
51 ALP
51 DIMAV
51 SUPERCAB

89 ECOLOGISTIQUE

10 BRODART 10
10 IMPRIMERIE DE LA HALLE
TILWEL (Groupe Brodart) 77
10 SPACK SYSTEM
10 LAURENÇOT
10 PAKERS MUSSY

52 STOROPACK +
51 IUT GCE
51 ESIEC
51 SPARFLEX

EN "SOLO"

08 FEGE
10 APC Milpass
10 ARIES PACKAGING
10 BLUE PRINT Automation

51 T.E.P.

**Représentées
non exposantes**

51 DUMONT

10 VTA France

De fait, Packaging Valley accueille **23 entreprises** au total, trois d'entre elles n'ayant pas leur site de production en région Champagne-Ardenne :

- Deux font partie d'un groupe dont le siège social est en région : Tilwel 77 appartenant au groupe Brodart Packaging Coris 94 appartient au groupe Arbor
- Une, Ecologistique 89, préfère être présente sur notre espace plutôt que sur celui de sa CCI.

Concernant la répartition géographique, on retrouve celle de l'ensemble des unités composant PACKAGING VALLEY :

- MARNE 10 entreprises + ESIEC et IUT
- AUBE 5 entreprises
- ARDENNES 3 entreprises
- Hte MARNE 1 entreprise

Pour toutes ces entreprises, le fait d'être regroupées au sein de l'Espace Packaging Valley n'amène que des avantages : surface selon besoin, aménagement selon besoin, emplacement 2 faces minimum, Espace Packaging Valley dans le passage obligé entre les Halls 5 et 6,... sans omettre **une économie de l'ordre de 30%** prise en charge par Packaging Valley. Ces dispositions seront reconduites pour "Emballage2010". Nous vous préviendrons le plus tôt possible, dès que nous pourrons vous proposer des conditions définitives.

Divers

LE BAG-IN-BOX® & LE DEVELOPPEMENT DURABLE

Dans une stratégie du respect de l'environnement, Smurfit Kappa Bag-in-Box, déjà impliqué dans le Groupe au niveau du papier et de sa recyclabilité sans conteste, s'est investi depuis quelques années dans la recherche sur le développement durable.

Les premiers constats quant à la constitution d'un Bag-in-Box sont que celui-ci est composé de : 80% de carton et 20% de plastique ; Or SKG assure pour l'industrie européenne de l'emballage carton que le taux de recyclage est supérieur à 73% (étude CE) et des contrôles sont mis en place permettant de s'assurer que la matière première provient bien de fournisseurs certifiés et non d'origine contestable. La partie plastique étant recyclée par système d'incinération avec récupération d'énergie.

Les démarches Smurfit Kappa Bag-in-Box effectuées aujourd'hui sont les suivantes :

1-La réduction du poids de l'outre, de son bouchon et de l'épaisseur des films : Une démarche d'optimisation des dimensions et des épaisseurs de films garantissant le maintien des performances permet une réduction de la consommation non négligeable des matières premières, de l'ordre de -27% pour le Vitop compact par exemple.

2-Le Recyclage de 100% de nos déchets de production plastiques permet une économie importante, la production de polaires et la production de nouveaux bouchons.

3- La réduction des impacts logistiques : avec une optimisation de la palettisation, la standardisation de la gamme de produits et les réductions des poids de nos emballages :

- + 15% d'outres unitaires par camion
- + 36% d'outres ruban par camion

Contact : dominique.collin@smurfitkappa.fr

JOURNEES DE REIMS RECHERCHER PLUS POUR VENDRE MOINS !

Rechercher plus pour vendre moins ! Qu'on se rassure, il s'agit bel et bien de vendre moins d'emballages, et non pas de produits. Considérations économiques et écologiques obligent, diminuer le poids des emballages est assurément la tendance qui monopolise les chefs de projet packaging, les acheteurs et plus récemment les services marketing.

La première raison est économique. Le prix des matériaux ne cesse d'augmenter. Celui de l'acier plat a connu une augmentation de 50% entre janvier et septembre 2008. Les autres matériaux, verre et matières plastiques en tête, connaissent le même phénomène. << Il est aujourd'hui évident que la priorité pour l'entreprise est de réduire le coût de ses emballages. Mais ce que les entreprises doivent intégrer, c'est que bien souvent, des emballages plus écologiques sont synonymes de baisse des coûts. >> Autre raison plus subtile et moins palpable de mieux concevoir ses emballages, l'opinion publique. Les consommateurs intègrent de plus en plus de développement durable et l'environnement dans leur vie quotidienne, et donc dans leurs achats.

Cette nouvelle attente de consommateurs est déjà prise en compte. Cette réflexion sur l'emballage ouvre même le champ à une amélioration plus globale du produit. Les problématiques du transport, de l'approvisionnement, des matières premières, et des énergies de fabrication considérées lors de l'amélioration de l'emballage sont les mêmes qui s'appliqueront ensuite au produit tout entier.

Face au tout écolo, allons nous tendre vers une uniformisation des emballages ? << Il faut faire très attention à la banalisation a réagi. Quand on parle de développement durable, il ne faut pas penser uniquement au CO2 mais aussi à l'aspect social et aux milliers d'emplois d'une filière. >> Demain un emballage écologique aura-t-il plus de chance de se retrouver sur les linéaires des grandes surfaces ? Réponse en demi-teinte côté distributeur. << On pourrait sur le principe privilégier certains emballages par rapport aux autres, admet Corinne Picard. Mais dans la mesure où le consommateur n'a pour le moment pas de préférence pour le verre, le plastique, ou les emballages Tetra Pak, on trouvera les trois. >> Si la tendance est à la diminution de la qualité d'emballage et à une meilleure prise en compte de leur impact écologique, cela doit se faire de concorde avec l'innovation. L'emballage devient un outil de valorisation du produit à part entière. Enfin, si l'emballage gagne en fonctionnalité, il ne doit pas oublier les mécanismes de perception du consommateur. Faire appel aux cinq sens du client et pas seulement la vue, le nouveau défi des emballages ? On imagine mal devoir lécher ou sentir son pot de yaourt pour tester un nouveau parfum. Ou même d'apposer son oreille pour écouter ce qu'il y a à nous dire... C'est donc vers le toucher que les efforts sont à fournir

Supplément PROCESS - n° 1253

Divers

BIENTÔT LA PUCE RFID DIRECTEMENT IMPRIMÉE SUR LE CARTON

Créé en 2005 à l'initiative de plusieurs entreprises, le pôle de compétitivité MAUD (Matériaux A Usage Domestique) compte aujourd'hui 12 projets en cours de réalisation, dont le projet << Decarter >>, visant à développer un système d'identification par radio-fréquences (RFID avec impression directe sur le carton et non plus intégré à une étiquette).

L'objectif est à la fois d'éco-concevoir la RFID tout en baissant les coûts de fabrication des puces. Selon Olivier Varlet, directeur de MAUD, il serait possible d'obtenir une solution à moins de cinq centimes l'unité (contre un prix compris entre 12 et 20 centimes par étiquette aujourd'hui). Il sera néanmoins nécessaire d'améliorer encore le système (optimisation des laizes et utilisation des fréquences 863-900Mhz).

Renseignements : www.polemaud.fr

CARTONNAGES EMBALLAGES MODERNES - n° 706

LES PROFESSIONNELS DE L'EMBALLAGE ONT LEUR SYNDICAT

Le CSEMP (Chambre Syndicale des Emballages en Matière Plastique) et l'UNITES (Union National des Industries d'Emballage Souple) annoncent la naissance d'ELIPSO : le nouveau Syndicat Professionnel des emballages plastiques et des emballages souples. L'emballage plastique et souple représente 370 entreprises qui emploient plus de 42 370 collaborateurs.

La création de ce syndicat a pour objectif d'accompagner les entreprises du secteur qui doivent relever de nombreux défis (inflation des matières premières et de l'énergie). Avec 7,1 milliards d'euros de chiffre d'affaires réalisé en 2007, la France est au deuxième rang des pays européens producteurs d'emballage plastiques et souples, juste derrière l'Allemagne.

Les entreprises françaises d'emballages plastiques et souples ont exporté 30% de leur production en valeur en 2007 (+3,5% vs 2006), majoritairement vers les pays d'Europe. Hors Europe, les exportations vont en priorité aux Etats-Unis, au Japon et en Russie.

CLASSE EXPORT - n° 174

EMBALLAGES ACTIFS UN PROJET EN COURS DANS L'ALIMENTAIRE

Début 2009 doit démarrer le projet EMAC, co-labellisé par trois pôles de compétitivité, Vitagora (goût-nutrition-santé / Bourgogne - Franche Comté), Plastipolis (Rhône-Alpes - Franche-Comté) et Industrie et Agro-Ressources (Champagne-Ardenne - Picardie). Ce projet a été sélectionné par le Fonds unique interministériel (FUI). Il repose sur la mise au point d'un emballage actif destiné à mieux préserver les qualités organoleptiques des produits laitiers et charcutiers en libre-service, à la coupe ou frais emballés, avec des durées de conservation plus importantes.

Initialisé par Lactalis, Chazal et les Salaisons Dijonnaises, les sociétés d'emballage AFT Plasturgie, Plasti-Lax (groupe Lacroix) et Wipak, ainsi qu'un certain nombre de laboratoire de recherche sur les matériaux polymères d'emballage (Grespi/Lempe ; Esiec ; Critt 2ABI) et l'Ensba - Université de Bourgogne, ce programme de R&D bénéficie d'un budget de 5,5 millions d'euros et sera mis en place sur trois ans.

CARTONNAGES EMBALLAGES MODERNES - n° 706

LE CARTON ONDULÉ VEUT AUGMENTER SES PRIX

Avec un volume en recul sur le premier semestre 2008, l'industrie du carton ondulé confirme la dégradation de l'indice de production en France. Au cours des six premiers mois de l'année, les prix de l'ondulé se sont stabilisés alors que les coûts de l'énergie et des matières premières se maintenaient à la hausse.

Les augmentations des coûts de main-d'œuvre n'ont pu être compensées par les gains de productivité du fait des baisses de volume annonce l'organisation professionnelle du carton ondulé (ONDEF) et les hausses en cours des papiers pour ondulé risquent de se poursuivre alors que les marges n'ont toujours pas retrouvé un niveau satisfaisant.

De plus, les onduleurs ont été confrontés, comme tout les autres secteurs, à une inflation des coûts de production en 2008 évaluée à 4%, et l'ONDEF prévoit que cette inflation pour 2009 devrait avoisiner 4,5%. Bref, le carton ondulé risque de ramer, surtout avec la crise ; s'il n'arrive pas à faire passer une hausse des prix.

ETIQ&PACK - n° 22

Divers

L'EMBALLAGE SANS MAL

<<Wrap rage>> est l'expression consacrée en anglais pour évoquer la plaie des emballages difficiles à ouvrir (le <<syndrome de l'huître>> en français). C'est contre cela que veut lutter Amazon.com, via son initiative << Frustration-free packaging >> (ne vous énervez plus contre l'emballage) et contre les blessures qui découlent souvent de ces emballages récalcitrants.

En partenariat avec 19 fournisseurs (Microsoft, Fisher-Price, Mattel, Transcend...), le site remplace des emballages en plastique par des emballages en carton plus faciles à ouvrir, les liens en plastique par un calage, etc. Pour l'heure, seul le site américain propose cette démarche, mais Amazon promet sa mondialisation en 2009.

ETIQ&PACK - n° 24

LES EMBALLAGES MÉNAGERS EN VOIE DE RÉDUCTION : BILAN CHIFFRE

Près de 3 millions de tonnes d'emballages ménagers (2 949 156 t exactement) ont été recyclées en 2007 (encadré ci-contre) et réintégrées au cycle de production de nouveaux produits. Ce qui représente un taux de plus de 61,3%. L'objectif européen avait fixé à l'échéance de 2008, 55% à 80%. Celui défini par la loi du Grenelle Environnement, 75% d'ici 2012, implique de recycler 3,2 millions de tonnes d'emballages par an.

En 2007, le recyclage des emballages en France a permis d'éviter l'émission de 1,5 millions de CO₂ (gaz à effet de serre) et de réaliser des économies de matières premières (30 millions de tonnes depuis 1992).

Chaque tonne de bouteilles et de flacons en plastique recyclé, par exemple, évite l'extraction de 620 litres de pétrole et près de 250 m³ de gaz naturel. Si chacun s'accorde à dire qu'il faut encore faire des efforts, il ne faudrait pas perdre de vue les fonctions de l'emballage : conservation et hygiène, stockage et transport, adaptation aux modes de consommation et à la composition des foyers (portions) et information. Il n'y a pas si longtemps, l'emballage était considéré comme une valeur ajoutée car il évitait précisément de perdre de la nourriture.

Aujourd'hui, 72% des produits de consommation courante se vendent en libre-service. Les emballages sont donc nécessaires.

Tonnage des emballages ménagers recyclés et réintégrés dans la production de nouveaux produits.

* Plastiques (bouteilles et flacons) :

- 218 000 t : en fibres textiles synthétiques, gaines et tuyaux pour l'industrie du bâtiment et toutes sortes de produits de la plasturgie

* Métal :

-320 000 t d'acier

- 17 000 t d'aluminium

Les métaux, recyclables à l'infini, ont des applications très larges dans tous les secteurs de l'industrie et de la consommation

* Papiers/cartons :

- 474 000 t : fabrication de nouveaux emballages

* Verre (bouteilles/bocaux) :

- 1 906 000 t : équivalent de 4 milliards de nouvelles bouteilles en verre

Source : Eco-Emballages -2007

La collecte sélective en France.

* Les Français trient en moyenne 47 kg d'emballages ménagers par an mais en milieu urbain ce taux est de 28 kg/hab (1).

* Les emballages représentent seulement 25% de la poubelle des ménages. C'est le seul flux de déchets dont le tonnage a diminué entre 1994 et 2006 (4,6 à 4,4 millions de tonnes) tandis que la consommation, mesurée par le PIB, augmentait de 25% sur la même période.

* Entre 2003 et 2006, le nombre d'emballages ménagers a diminué de près d'un demi-milliard d'unités.

(1) Les performances du tri varient fortement en fonction de l'habitat : urbain : 26 kg/an - semi-urbain : 41 kg/an - semi-rural : 54 kg/an - Rural : 59 kg/an.

Source : Eco-Emballages -2007

EDpackaging - n° 534

Divers

LES COLLES ET L'EMBALLAGE

L'emballage est le deuxième marché de la colle avec 30% du marché après le bâtiment 39%.

Depuis la plus haute antiquité, les hommes ont su fabriquer de la colle. Les textes les plus anciens parlent de colles "synthétiques" puisque les bitumes des nappes pétrolifères de la Mésopotamie servaient au calfatage des bateaux phéniciens. Colles de poisson, colles de farine, colles de gélatines, sont mentionnées dans les grimoires du Moyen-Âge. Au XIXe siècle à la suite d'un incendie dans une féculerie irlandaise, est apparue la dextrine. Le développement de la chimie du XXe siècle a permis l'apparition des polymères synthétiques à travers les colles à base d'eau dans un premier temps, puis l'avènement des colles thermofusibles dans les années 1970. Elles furent développées pour répondre aux exigences de cadence de machines toujours plus rapides.

En perpétuel progrès

La colle participe activement aux progrès de l'industrie de l'emballage. En constante évolution, elle offre des possibilités nouvelles pour être en phase avec les besoins des utilisateurs et les nouvelles performances des machines. Ainsi, les évolutions visent à répondre à l'augmentation de cadence du matériel et à en réduire les interventions de maintenance. Les progrès effectués cherchent aussi à améliorer ou préserver la qualité, innover dans les formes et les matériaux d'emballage. Les fabricants de colles s'efforcent d'optimiser la quantité de colle déposée pour une performance maximum afin de réduire les coûts. Les colles doivent être en mesure d'adhérer aux matériaux les plus variés comme les plastiques (PET, PVC, PE, PP, même non traités), les métaux (boîtes de conserve, étiquettes métallisées ou papiers aluminium par exemple), le verre, même enduits ou colorés, les cartons kraft, recyclés, traités anti-graisse, anti-humidité, vernis, pelliculés, etc... Les colles offrent des adhésions à des conditions de plus en plus extrêmes en résistant à des températures de -40° dans l'industrie des produits surgelés. On observe également une orientation technologique vers plus de sécurité en baissant notamment les conditions d'utilisation et de fabrication et en éliminant les odeurs.

Priorité à l'environnement et à la sécurité sanitaire

Depuis un peu plus de dix ans, l'industrie s'est préoccupée de la pollution que son développement avait engendré. L'industrie des colles a été parmi les premières à s'efforcer de réduire l'impact sur l'environnement en développant des alternatives aux colles "à problèmes" tels les solvants. Puis sont venues la sélection et l'élimination des colles comportant des ingrédients non aptes au contact des denrées alimentaires. C'est ainsi qu'ont disparu de nombreux solvants, des conservateurs classés comme dangereux pour la santé et différents plastifiants.

En France et en Europe, le marché a tendance à stagner compte-tenu de la croissance économique en berne et de la baisse du pouvoir d'achat. Les fortes évolutions du cours du pétrole et la raréfaction de certaines matières premières ont contribué à la hausse des prix. Les fabricants se rejoignent cependant pour constater que le secteur de l'emballage reste un des segments les plus porteurs.

ETIQ&PACK - n° 24

LES FILMS ET COMPLEXES

Les films et complexes ont pour fonctions principales la protection et la présentation, mais ils ne répondent pas aux mêmes besoins.

A chaque aliment son film. Même si certains films sont utilisés en cosmétique et en pharmacie, l'agroalimentaire reste le plus gros consommateur de films et complexes, principalement pour la production des produits frais. L'offre est vaste car les besoins sont différents pour chacun. Par exemple: un produit cru et un autre cuit n'auront pas la même sensibilité aux rayons ultra-violets et nécessiteront une protection différente. La température et la durée de conservation doivent être également prises en compte sans oublier, aussi, le mode de conditionnement : sous atmosphère inerte, stérilisation, pasteurisation, ... Aussi pour choisir les films complexes les mieux adaptés à leur produit, les industriels doivent ils établir un cahier des charges très pointu.

Les films ont également une fonction "marketing": ils servent à présenter le produit.

Les films transparents comme le polyéthylène téréphtalate amorphe (APET), le polystyrène biorienté non barrière (OPS), le polyéthylène téréphtalate glycole (PETG) ou le polyéthylène téréphtalate (PET) permettent au consommateur de voir parfaitement le poisson ou la viande pour juger de la qualité du produit. Cependant, ces films transparents ne sont en général pas ceux qui sont les mieux adaptés à une durée de conservation élevée. Pour ce type de produit, les films opaques présentent de meilleures qualités barrières, le produit étant alors présenté sous la forme d'une impression. Parmi les barrières, celle de l'oxygène est la plus recherchée. Plusieurs solutions existent, la plus répandue étant le copolymère d'éthylène et d'alcool polyvinylique (EVOH). Cependant si ce film résiste à des températures élevées, c'est l'humidité qui peut en altérer les propriétés.

En conclusion, il est primordial d'évaluer avec soin les besoins de chacun de ses produits pour choisir le film, ou le complexe, le mieux adapté à son conditionnement

Divers

EMBALLAGES ACTIFS et INTELLIGENTS

L'emballage a pour rôle essentiel de contenir, transporter, stocker et protéger, mais depuis quelques années le consommateur demande de plus en plus de fonctionnalité : durée de vie plus longue, traçabilité, anti-microbien, communication,.... C'est pourquoi les emballages intelligents et actifs suscitent beaucoup d'attention.

DEFINITIONS

Emballage actif : change les conditions du produit emballé pour améliorer la durée de vie et la sûreté tout en maintenant la qualité. Ex : absorbeur (O₂, humidité,...), système anti microbien.

Emballage intelligent : contrôle, surveille les conditions des produits emballés pour donner des informations à propos de la qualité de l'aliment emballé durant le transport et le stockage.

Attention cependant à l'utilisation abusive du mot "intelligent". L'appliquer systématiquement à toute application légèrement innovante peut amener au même problème que celui rencontré dans les bio-emballages où les notions de biodégradable, biocompostable et biofragmentable se sont mélangées et ont créé le doute chez les industriels et les consommateurs.

C'est pourquoi la filière de l'emballage a pris les devants, et si tout le monde suit, un futur prometteur est prêté pour ces emballages. En effet, ils correspondent parfaitement aux stratégies de sécurité alimentaire et de transparence envers le consommateur.

Néanmoins pour leur développement plusieurs facteurs doivent être considérés tels que : l'adaptation et l'adéquation des législations entre l'Europe et les Etats-Unis, l'évolution de la confiance du consommateur, la résolution de quelques problèmes techniques et la diminution des coûts.

Avec l'arrivée de nouveaux procédés (micro-encapsulation, greffage chimique, dépôt couche par couche, ...) et la demande continue de la consommation envers toujours plus de fonctionnalités, les emballages ont un peu d'avance dans leur normalisation et industrialisation. Ils auront toutefois besoins de nouveaux matériaux.

Emballages Magazine N° 895

LE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION D'EMBALLAGES

Avec 60% de la consommation, l'agroalimentaire est le premier secteur utilisateur d'emballages, c'est pourquoi il présente un caractère déterminant pour les distributeurs qui présentent des profils très disparates: grands groupes et petites et moyennes entreprises.

Les produits proposés couvrent tous les besoins, de l'emballage primaire aux caisses de regroupement, et pour le conditionnement les distributeurs proposent des solutions correspondant à chaque type de produit: films pour salades, cafés ou chips, papiers alimentaires, verrines et pots, barquettes pour viandes ou glaces, bouchons, capsules...

Des sacs isothermes seront proposés pour le transport, de même que les produits à usage unique tels que coffrets et plateaux repas, boîtes à pizza, boîtes pâtisseries, gobelets qui font l'objet d'une forte demande, conséquence du développement de la consommation nomade.

Pour pallier à la mauvaise image de générateur de déchets, les distributeurs commencent à proposer des gammes écologiques à base de matériaux biodégradables (ex : PLA)

La typologie de leurs clients étant très large - du commerçant de proximité à la grande distribution - les distributeurs se doivent d'être réactifs et capables de livrer rapidement petits et grands volumes.

Emballages Magazine N° 914

L'EMBALLAGE selon le SESSI(*) édition 2008

CHIFFRES CLES DU SECTEUR (2006)

	Industrie de l'emballage	Industrie manufacturière
Nombre d'entreprises	851	19.130
Effectifs employés	110.712	2.682.666
Chiffre d'affaires hors taxes M€	19.648	678.848
Valeur ajoutée hors taxes M€	5.935	175.484

PRINCIPAUX RATIOS ET PERFORMANCES (2006)

	Industrie de l'emballage	Industrie manufacturière
Productivité apparente du travail : VAHT / effectifs k€	53,6	65,4
Taux de valeur ajoutée : VAHT / CAHT %	30,2	25,8
Taux d'exportation : Exp. / CAHT %	23,5	42,6
Taux de marge : EBE / VAHT %	24,3	26,0
Taux d'endettement : Charges fi n. / VAHT %	5,6	7,1
Taux d'investissement : inv. / VAHT %	13,7	11,8
Taux d'autofinancement : CAF / Inv. %	121,3	168,8

Champ : entreprises de 20 personnes ou plus

UNE FILIERE HETEROGENE

L'industrie de l'emballage comprend en 2006 un ensemble de 850 entreprises de 20 salariés ou plus, employant plus de 110 000 personnes. Avec un chiffre d'affaires de 19,6 milliards d'euros, elle représente 3 % du total des ventes de l'industrie manufacturière, poids économique identique à celui de 2003. Au sein de la filière, le plastique et le papier-carton dominent largement. Ces deux matériaux représentent 62 % de la valeur ajoutée et 66 % des emplois. Si le plastique est le premier matériau en valeur, le papier-carton occupe la première place par les volumes produits.

C'est une filière hétérogène, mêlant des industries de main d'œuvre à la structure atomisée - comme celles du plastique et du bois -, et des secteurs beaucoup plus capitalistiques et concentrés- comme l'industrie du verre. Néanmoins, les petites unités et les secteurs à faible intensité capitalistique prédominent au sein de l'ensemble.

En effet, parmi les entreprises de 20 salariés ou plus, le poids économique des petites et moyennes entreprises s'avère plutôt élevé dans l'emballage : les entreprises de 250 salariés ou plus représentent à peine plus de la moitié des emplois, du chiffre d'affaires et de l'investissement, contre respectivement 61 %, 73 % et 74 % dans l'industrie manufacturière. Il en résulte une productivité apparente du travail significativement plus faible dans l'emballage que dans l'ensemble de l'industrie hors énergie. La valeur ajoutée par salarié s'élève à 53 600 €, contre 65 400 € dans l'ensemble du secteur manufacturier. Par ailleurs, les très petites entreprises, qui emploient moins de 20 salariés, sont très nombreuses dans l'emballage : près de 1 200, soit environ six entreprises sur dix. Leur contribution à l'emploi total du secteur est toutefois réduite, inférieure à 10 %. La moitié de ces entreprises fabriquent des emballages en bois.

RESULTATS provisoires 2007

Nombre d'entreprises	862	<i>(en hausse)</i>
Effectifs au 31 décembre 2007	97.163	<i>(en baisse)</i>
CA hors taxes	20.725 M€	<i>(en hausse)</i>
Exportations	4.876 M€	

Avertissement

Les développements qui précèdent ne portent que sur l'industrie de l'emballage stricto sensu, c'est-à-dire les cinq secteurs - ou parties de secteurs - de la nomenclature d'activités française correspondant à la fabrication d'emballages en plastique, en papier et carton, en bois, en métal et en verre. Ne sont pas concernés par ces données: la production de machines pour l'emballage et l'impression du conditionnement.