

# REPENSER SON PACKAGING SOUS L'ANGLE DE LA DURABILITÉ SANS SACRIFIER LA PERFORMANCE

**14h00**  
DE FORMATION  
À DISTANCE

## Programme de la formation

Loi AGEC, décret 3R, la réduction des emballages est sur toutes les lèvres. Vos packagings constituent l'un des points de contacts majeurs avec vos clients- utilisateurs.

Régis par des codes catégoriels, règles juridiques et contraintes environnementales, ils doivent aussi créer une entrée en relation réussie avec vos cibles et exprimer pleinement les bénéfices des produits qu'ils protègent pour susciter le réachat.

Pour cela, vous devez adopter un set de réflexes pour sécuriser vos partis pris packaging avec un enjeu majeur à intégrer, celui de la durabilité sans oublier de séduire ou réséduire le consommateur. Cette formation présente les **questions fondamentales** à vous poser pour **bien préparer l'arrivée de vos packagings en rayon en magasins physiques ou dématérialisés, et gérer leur fin de vie.**

Et pour bien gérer cette fin de vie, il faut la **penser dès sa/son (eco)conception !**

Si en moyenne le packaging représente 10% environ de l'empreinte environnementale d'un produit, il est un formidable catalyseur pour entreprendre une réflexion systémique autour du produit et rendre lisibles vos engagements en faveur de l'environnement pour en faire un avantage concurrentiel.

**Cette formation décrypte toutes les fonctionnalités du packaging pour vous aider à bâtir votre juste emballage en plaçant le produit et le consommateur final au centre de vos réflexions !**

### Public concerné & prérequis

Directeurs ou responsables marketing, responsables communication, responsables développement packaging, chefs de produits, directeurs de TPE, directeurs ou responsables de l'innovation ou toutes personnes impliquées dans la conception des packagings qui intègre les besoins et attentes des acheteurs finaux

### Objectif

**A l'issue de la formation, chaque participant sera capable de :**

- Construire sa grille d'auto-évaluation des packagings en intégrant la durabilité
- Mieux anticiper les réactions des consommateurs face au packaging
- Connaître les différentes études pour valider ses packagings pour limiter les risques et savoir quand les utiliser
- Se lancer dans l'écoconception inspiré(e) d'un panorama d'initiatives déjà engagées sur différents matériaux
- Souligner l'importance de penser le couple produit-emballage pour aiguiller avec pertinence les ressources de l'entreprise et constituer l'équipe interne idoine pour répondre aux défis de la durabilité et éviter le greenwashing

### Consultante

#### Ingrid Barthod

Consultante études & planning stratégique. Expertise du comportement du consommateur acquise en Instituts d'études à des postes de direction générale. 20 ans d'accompagnement innovation, optimisation mix produit, expérience d'achat, de clients Industriels et Distributeurs (PGC)..

### Durée & Dates

Dates :

**Lundi 3, Mardi 3, Mercredi 5 et Jeudi 6 octobre 2022** de 9h00 à 12h30 ou **Lundi 12, Mardi 13, Mercredi 14 et Jeudi 15 décembre** de 9h00 à 12h30

Durée : 4 modules Visio de 3h30

### Méthodes et outils

- Le nombre de participants minimum est de 5 et ne peut en aucun cas dépasser 10
- Formation 100 % en distanciel
- Avoir rempli son questionnaire d'attentes à l'égard de la formation au moins 5 jours avant le démarrage de la formation
- Assister à la formation avec au moins 3 références packaging de ses gammes, un packaging que l'on trouve performant et un qu'on estime peu efficace quel que soit la catégorie (sur n'importe quel univers produit)
- Ces produits seront partagés via webcam avec les autres stagiaires lors des exercices pratiques

### Modalités d'évaluation

Evaluation des acquis de chaque participant grâce à des études de cas, des cas pratiques, des Quiz...

### Coûts

- 2 240 € HT par participant non adhérent à une fédération de branche
- 1 792 € HT par participant adhérent à une fédération de branche
- Le tarif HT inclut les séances individuelles de coaching d'1h00 pour chaque participant a posteriori de la formation
- Intra possible sur demande : nous consulter
- Cette formation donne lieu à une convention et peut être prise en charge par votre OPCO.

\* Hors frais de déplacement, de restauration et d'hébergement.

# REPENSER SON PACKAGING SOUS L'ANGLE DE LA DURABILITÉ SANS SACRIFIER LA PERFORMANCE

**14h00**  
DE FORMATION  
À DISTANCE

## Programme de la formation

### 1. FONCTION ET ANATOMIE DU PACKAGING

- Tout communiquer, les emballages primaires, secondaires et tertiaires
- Tous les signes à la source de la perception des consommateurs
  - La vue, les couleurs et l'importance des visuels
  - La prise en main (toucher, audition, odorat)
  - Influence des matériaux et de la transparence
- Les mots ne sont pas les seuls à avoir un sens : apport de la sémiotique

### 2. PACKAGING ET DÉCISION D'ACHAT

- La force d'impact, la capacité à émerger
- La prise en main
- Composer (ou pas) avec les codes du marché
- L'achat
- Le réachat
- Impact des éléments trompeurs.
- Pourquoi/quand changer mon packaging

**Atelier : Décortiquer mon packaging préféré**

### 3. PENSER LE PACKAGING POST ACHAT

- Écouter et savoir ce qu'aiment vos clients : Comment ouvrent-ils votre produit ? Que font-ils de votre packaging, une fois ouvert ? Que font-ils de votre packaging, une fois le contenu consommé ? Votre emballage est-il réutilisable, compostable, recyclable, recyclé ? Vos clients le détournent-ils ? Savent-ils comment éliminer les déchets ?
- Écouter ses clients pour savoir aussi qui observer comme concurrents
- Introduction au Nudge marketing

### 4. DÉPARTAGER DES PROPOSITIONS CRÉATIVES ET RÉDUIRE L'INCERTITUDE

- Se fixer des critères de décision et les partager dans son brief créatif
- Sélectionner la bonne piste créative :
  - Sans étude consommateur
  - Avec études consommateur

### 5. TOUTES LES VIES DU PACKAGING

- Les packs connectés, garder le lien
- Les packagings en ligne
- Les packagings sur les réseaux sociaux
- Les collaborations
- Il y a une vie après l'usage : les enjeux de recyclabilité, si les packs favorisaient les bons gestes de tri ?

**Atelier : « Nudger » mon pack**

### 6. DE LA (PAS SI) SIMPLE RÉDUCTION DE VOS EMBALLAGES À UNE DÉMARCHE SYSTÉMIQUE D'ÉCO-CONCEPTION

- Brefs rappels du cadre législatif (focus sur l'AGEC et le décret 3R)
- Tour d'horizon des initiatives et tendances remarquables en papiers et cartons, plastiques, matériaux alternatifs, métaux et verre. Décryptage de leur impact d'un point de vue consommateur.
- Étudier son couple produit/emballage
- Eco-concevoir son packaging, une démarche globale : de l'extraction des ressources destinées à élaborer vos packagings à leur destruction ou recyclage.
- Une nécessaire implication de toutes les parties prenantes sans oublier le consommateur ... et le produit !
- Jusqu'où ne pas aller trop loin pour éviter le greenwashing,

### 6. INTRODUCTION À L'ÉCO-CONCEPTION

- Bien intégrer tous les rôles de l'emballage pour l'optimiser et s'approcher du « juste emballage ».
- Intégrer les multiples enjeux de l'éco-conception dans votre stratégie packaging : enjeux économiques, environnementaux et communication.

**Atelier : Cas pratique appuyé du kit Feel de Citeo.**

### 8. CONCLUSION

- Inventaire des étonnements et prises de conscience
- Elaboration de sa propre grille d'analyse et de son process pour évaluer ses packagings
- Valider la pertinence de réaliser une ACV et savoir mobiliser en interne ; présentation rapide du kit Bee de Citeo

*Note : cette formation traite essentiellement des fonctions d'attraction, d'attribution et d'information du packaging, les fonctions de distribution, protection, sécurité sanitaire ne sont abordées que dans leur impact sur l'attractivité du packaging.*

**Bonus méthodologique :** Une séance individuelle de coaching packaging d'1h00 pour chaque participant a posteriori de la formation