



## S1.51 L'EMBALLAGE DES PRODUITS/COLIS

### *Les contraintes logistiques*



Objectifs :

- *Identifier les types d'emballages*
- *Comprendre les contraintes logistiques de l'emballage*

Consultez le site [http://www.conseil-emballage.org/emballage.2000/CNE/catalogue\\_98.htm](http://www.conseil-emballage.org/emballage.2000/CNE/catalogue_98.htm).

Sélectionnez l'option 5 « Optimiser les dimensions de l'emballage » et choisissez le shampoing Carrefour.

- 1 – Quelles modifications le flacon a-t-il subies ?  
*forme et poids + bouchon*
- 2 – Quel est l'intérêt d'avoir allégé le flacon ?  
*économiser du poids lors du transport et du stockage*
- 3 – Quel est l'intérêt d'avoir modifié sa forme ?  
*gagner de la place, du volume lors du transport*
- 4 – Quel est l'emballage primaire pour ce produit ?  
*flacon*
- 5 – Quel est l'emballage secondaire ?  
*caisse américaine*
- 6 – Quel est l'emballage tertiaire ?  
*palette*
- 7 – Combien peut-on mettre de flacons en plus sur une palette après ces modifications ?  
*50% en plus (150 au lieu de 100 par exemple)*
- 8 – Le volume de transport a-t-il augmenté ou diminué ? Quel est l'intérêt ?  
*diminué, économie de coûts de transport donc bénéfice plus grand*
- 9 – Combien de camions par an Carrefour économise-t-il ?  
*4 camions*
- 10 – Consultez les autres exemples de la rubrique. Que concluez-vous ?

*Le choix de l'emballage primaire, secondaire et tertiaire doit faire l'objet d'une mûre réflexion. Il a des conséquences sur tous les acteurs de la chaîne logistique. Un choix judicieux peut faire réaliser des économies substantielles et épargner l'environnement.*



# S1.51 L'EMBALLAGE DES PRODUITS/COLIS

## Les contraintes logistiques



### CARREFOUR

#### SHAMPOOING EN FLACON CARREFOUR FRANCE • FAWECO - SAUER - SEAQUIST

1 2 3



a v a n t



a p r è s

#### DESCRIPTION DE LA MODIFICATION

Le flacon PE a changé de forme et a été allégé de 4,5 g (23,5 contre 28 g) ainsi que le bouchon PP. La caisse américaine en carton a été renforcée de 161 à 181 g. Les intercalaires carton ont été supprimés et la palettisation a été améliorée de 50 %.

#### PROCESSUS ET MISE EN ŒUVRE

8 mois de travail ont été nécessaires à Faweco, le fournisseur de Carrefour, en collaboration avec le service produit de la marque et les fabricants d'emballages pour mettre au point le nouvel emballage. Le flacon est fourni par Sauer et le bouchons par Seaquist  
Mise sur le marché : juillet 1997

#### RAISON DE LA MODIFICATION

Le marketing de Carrefour a décidé de moderniser la gamme des shampoings.

#### AUTRES BÉNÉFICES

La modernisation de la gamme a eu un effet positif sur les ventes.

#### BILAN DES RÉDUCTIONS

Emballage	UVC	Secondaire	Tertiaire	Global
Grammes	-5,5	0,87	-0,11	-4,73
%	-15,7%	13,1%	-57,3%	-11,3%
Tonnes/an	-2,75	0,4	-0,05	-2,4

- Augmentation du nombre d'UVC/palette 50%
- Réduction du volume de transport 33%
- Nombre de camions économisés/an 4