



## Packaging&Environnement L'Oréal va plus loin que le respect des réglementations (1)

L'Oréal est une entreprise citoyenne du monde. Le respect de l'environnement est un des piliers de sa politique de Développement Durable. Il se décline dans la conception de ses produits (éco-conception) et plus spécifiquement de ses emballages.

La politique du Groupe en matière de «Sustainable Packaging» repose sur 3 piliers : Respecter, Réduire et Remplacer.

La réduction à la source est un geste fondamental car il permet de réduire les impacts environnementaux tout au long du cycle de vie de l'emballage. Réduire la

quantité d'emballages s'avère être parfois un véritable challenge car il faut allier respect de l'environnement, fonctionnalité, qualité et visibilité dans les linéaires. Pour aller plus loin que le respect des réglementations en vigueur, nous avons développé un outil interne qui identifie pour 3 niveaux (volume de remplissage, volume de l'emballage primaire, volume de l'emballage secondaire) les limites à ne pas franchir. Pour chacun de ces volumes des ratios maximum ont été définis, délimitant 3 zones : verte (conformité), orange (attention) et rouge (alerte). Les ingénieurs packaging doivent vérifier à chaque développement que la définition de l'emballage respecte ces ratios, et alerter les directions du Marketing et des Opérations en cas de non respect. Ces ratios sont identifiés dès la fiche de conception de l'emballage et font l'objet d'indicateurs de performance.

Toutes nos marques - grand public et luxe - sont engagées dans ce processus de réduction. Cet engagement continu a permis en 2008 d'économiser 800 t de plastique sur les seuls flacons plastiques. En octobre dernier, Garnier s'est engagé auprès du Ministère de l'Environnement (MEEDDAT) à réduire ses emballages de 15% sur 5 ans, et à continuer de promouvoir le geste de tri dans la salle de bain. En effet, nos marques ont vite compris qu'elles devaient participer à l'éducation des consommateurs, et notamment sur les bonnes pratiques du tri des emballages.

Chaque marque du Groupe a sa propre identité mais chacune d'entre elle s'applique à suivre les guidelines du groupe en matière d'emballage et d'environnement. Des documents définissent la position du groupe : le recyclage, la communication environnementale, les bioplastiques, le PVC, les substances entrant dans la fabrication des emballages, le papier/carton, les évaluations environnementales, etc. Afin de sensibiliser nos développeurs, packageurs et acheteurs, une formation « Sustainable Packaging » est dispensée sur 2 jours. Elle les sensibilise aux enjeux, leur donne les leviers de réduction des impacts. Ils sont aussi capables d'orienter les marketings vers une communication sincère, pertinente et compréhensible par le consommateur.

L'information environnementale est un enjeu majeur, et c'est pour cela que L'Oréal participe activement aux travaux sur l'Affichage environnemental initié par le Grenelle de l'Environnement. Dans le cadre de la FEBEA (Fédération des Entreprises de la Beauté), nous avons initié un projet pilote sur les shampoings.

L'Oréal is a world citizen company. The respect of the environment is one of the pillars of its sustainable development policy. It is declined in the design of its products (eco-design) and more specifically of its packagings. The "Sustainable Packaging" Group policy is based on 3 pillars: Respect, Reduce and Replace.

The source reduction is fundamental because it allows to reduce the environmental impacts throughout the packaging life cycle. Reducing packaging quantity is sometimes a true challenge because it is necessary to combine the respect of the environment, functionality, quality and visibility in the shelves. To go further than the regulations we developed an internal tool which identifies for 3 levels (filling volume, primary packaging volume, secondary packaging volume) the limits not to be crossed. For each one of these volumes maximum ratios were defined, delimiting 3 zones: green (conformity), orange (attention) and red (alarm). For each development the packaging engineers must check these ratios are respected, and alert marketing and operations directions in the event of non-respect. These ratios are identified from the design step, and are subjects of performance indicators. All our brands are committed in this reduction process. This continuous engagement made it possible in 2008 to save 800 t of plastic. Last October, Garnier committed towards the Department of the Environment (MEEDDAT) to reduce its packaging by 15% over 5 years and to continue to promote recycling in the bathroom. Indeed, our brands quickly understood their role in consumers' education, and especially on the good practices of packaging sorting.

Each brand of the Group has its own identity but each one endeavors to follow the group packaging environment guidelines. Documents define the group position about : recycling, the environmental communication, bioplastics, PVC, hazardous substances, cardboard, etc In order to sensitize our developers, packagers and purchasers, a training "Sustainable Packaging" is given over 2 days. It sensitizes them with the stakes, gives them levers of impacts reduction. They are also able to direct marketing towards a sincere and relevant communication that is comprehensible by the consumer.

Environmental information is a major stake and therefore L'Oréal takes an active part in the Environmental Labeling works initiated by the Grenelle of the Environment. Within the framework of the FEBEA (Federation of the Beauty Companies), we initiated a pilot project on the shampoos.

(1) Titre de la rédaction.