

Anforderungen eines Markenartiklers an die Faltschachtelindustrie

*Dr. Ernst Simon – Packaging Category Manager Confectionery
Nestlé Deutschland AG*

The Power of Packaging

▶ *It protects....* ▶ *It delivers....* ▶ *It communicates...*



The world's leading
nutrition, health
and wellness company



The Power of Packaging

▶ It protects... ▶ It delivers... ▶ It communicates...



CHF 109,7 bn sales

6.2 % organic growth

More than 280,000 employees

449 production sites

Production in 83 countries

The Power of Packaging

▶ *It protects....* ▶ *It delivers....* ▶ *It communicates...*



- 10,000 different products
- About 1 billion products sold every day
- A product for every moment of every day, from morning to night and from birth to old age



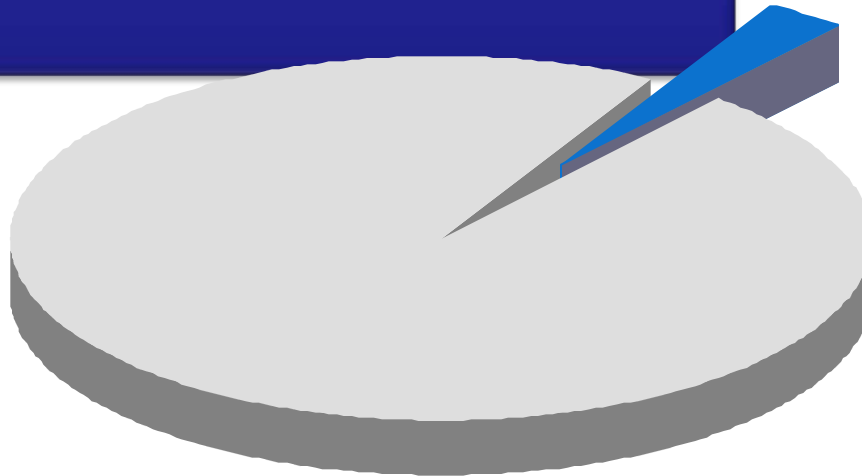
The Power of Packaging

▶ It protects... ▶ It delivers... ▶ It communicates...



Nestlé is the world's largest food and beverages company but is still only 1.7% of the market

Nestlé ~ 1.7%



The 20 largest food companies account for less than 9% of the world market

The Power of Packaging

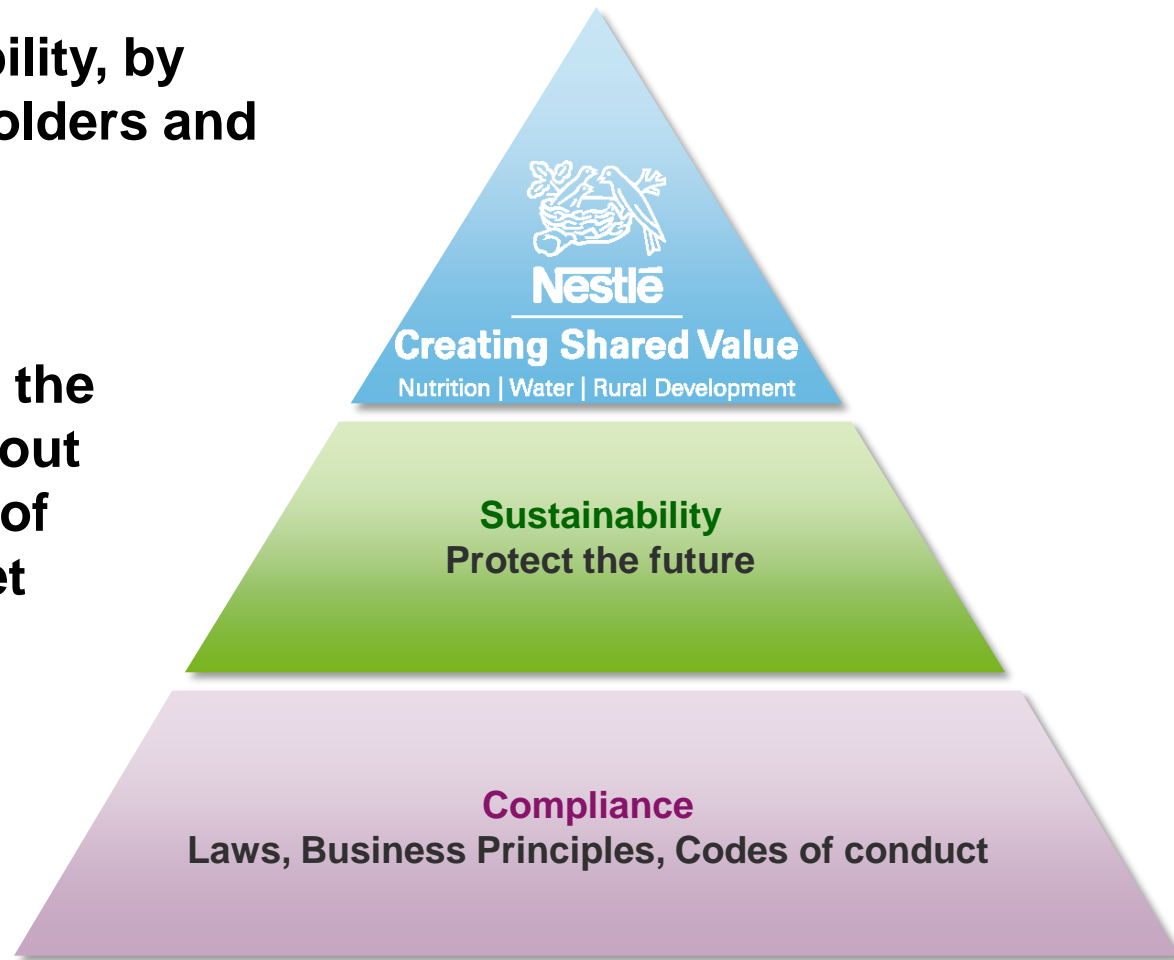
▶ *It protects....* ▶ *It delivers....* ▶ *It communicates...*



«Going beyond sustainability, by creating value for shareholders and society simultaneously»

«Development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs»

«We will not sacrifice long-term development for short-term gain»



The Power of Packaging

▶ It protects... ▶ It delivers... ▶ It communicates...



The screenshot shows a Windows Internet Explorer browser window displaying the Nestlé website's 'Creating Shared Value' page. The browser's address bar shows the URL <http://www.nestle.com/csv/Pages/CSV.aspx>. The page features the Nestlé logo and tagline 'Good Food, Good Life' at the top. A navigation menu includes links for Home, About us, Brands, Jobs, Investors, Media, R&D, **Creating Shared Value**, Cooking, and Nutrition, Health & Wellness. Below the navigation, a breadcrumb trail reads 'You are here: Home > Creating Shared value'. The main heading is 'Creating Shared Value', followed by a quote: 'Creating Shared Value is a fundamental part of Nestlé's way of doing business that focuses on specific areas of the Company's core business activities – namely water, nutrition, and rural development – where value can best be created both for society and shareholders.' Below this, a section titled 'Creating Shared Value Forum' features a photo of a man speaking at a podium and text describing a forum held on May 19, 2011, in Washington, D.C. The text mentions the Atlantic Council and panel discussions on challenges and opportunities in Latin America and Africa. A link is provided: 'For more information and the full event programme visit the CSV Forum page.' To the left is a sidebar with a list of links: 'Creating Shared Value at Nestlé', 'Creating Shared Value Forum', 'About our reporting', 'Reporting performance', 'Nutrition', 'Water and environmental sustainability', 'Rural development', 'Our people', 'News and views', and 'Case studies'. To the right are utility links (Download, RSS, Contact us, Sign me up, Send page, Print, FAQ, FAQs, Share) and social media links for YouTube and flickr. A 'Sign up for CSV news' button is also present. At the bottom, there are buttons for 'NOMINATIONS OPEN' and 'VIDEO HIGHLIGHT'. The browser's status bar at the bottom indicates 'Vertrauenswürdige Sites | Geschützter Modus: Inaktiv' and a zoom level of 100%.

The Power of Packaging

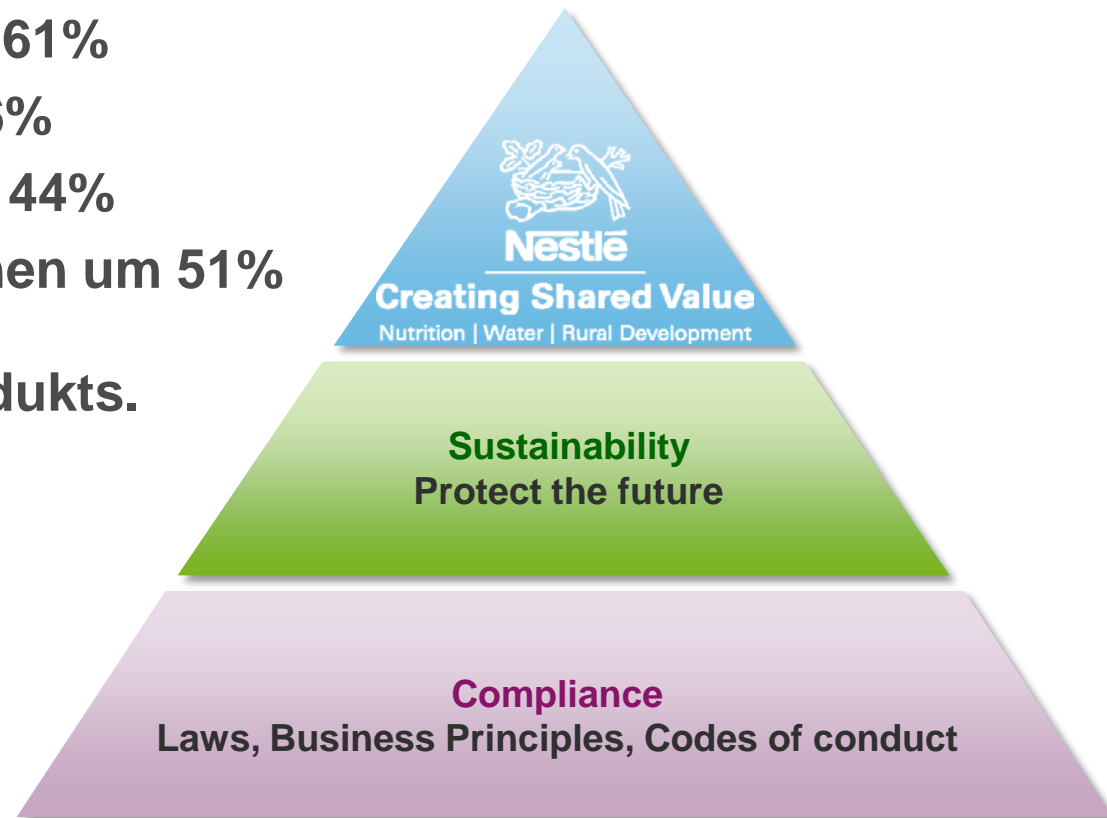
▶ It protects... ▶ It delivers... ▶ It communicates...



**2000 bis 2010: Nestlé steigert die Produktion um 76%,
reduziert aber im selben Zeitraum**

- den Wasserverbrauch um 61%
- den Abwasseranfall um 66%
- den Energieverbrauch um 44%
- die Treibhausgasemissionen um 51%

pro Tonne produzierten Produkts.



The Power of Packaging

▶ It protects... ▶ It delivers... ▶ It communicates...



Nestlé Policy on Environmental Sustainability



Good Food, Good Life

Policy
Mandatory
August 2010

Po

The Nestlé Policy on
Environment

The **packaging** of our products is critical to guarantee our high quality standards, to prevent food waste and to inform consumers. We strive to:

- reduce weight and volume of materials;
- lead the development and use of materials from sustainably-managed renewable resources;
- support initiatives to recycle or recover energy from used packaging;
- use recycled materials.

+ use scientifically based eco-design methodology to evaluate packaging

Life cycle approach

Life cycle approach involving consumer in order to reduce the environmental impact of our products. One of the cycle is to use materials sustainably, to favour the use of renewable resources.

In this way, we intend to help consumers to achieve better nutrition, health and wellness through offering healthier and tastier food and beverages choices while being a reference for preserving the environment and natural resources for future generations.

Key areas

Our business we focus on the following areas:

- Environmental impact
- Energy consumption
- Water consumption
- Waste management

Platform that we co-founded. During the **manufacturing** and **distribution** of our products, we use efficient technologies and apply best practices to:

- reduce the amount of energy consumed per kilo of product;
- utilise sustainably-managed renewable energy sources, where economically viable;
- control and aim to eliminate emissions, including greenhouse gases.

The **packaging** of our products is critical to guarantee our high quality standards, to prevent food waste and to inform consumers. We strive to:

- reduce weight and volume of materials;
- lead the development and use of materials from sustainably-managed renewable resources;
- support initiatives to recycle or recover energy from used packaging;
- use recycled materials.

- ensure that our activities respect local water resources;
- take care that water we discharge into the environment is clean;
- engage with suppliers to promote water conservation, especially among farmers;
- reach out to others to collaborate on water conservation and access, with a particular focus on women and children.

When selecting **agricultural raw materials** we:

- Prefer to use agricultural materials which are produced based on sustainable practices and are locally available;
- Provide technical assistance on sustainable agriculture production methods with our local Nestlé agricultural services or through partnership with public agricultural services and research organizations;
- Promote cooperation with other stakeholders in the food chain to leverage sustainable development in agriculture worldwide, in particular through the Sustainable Agriculture Initiative

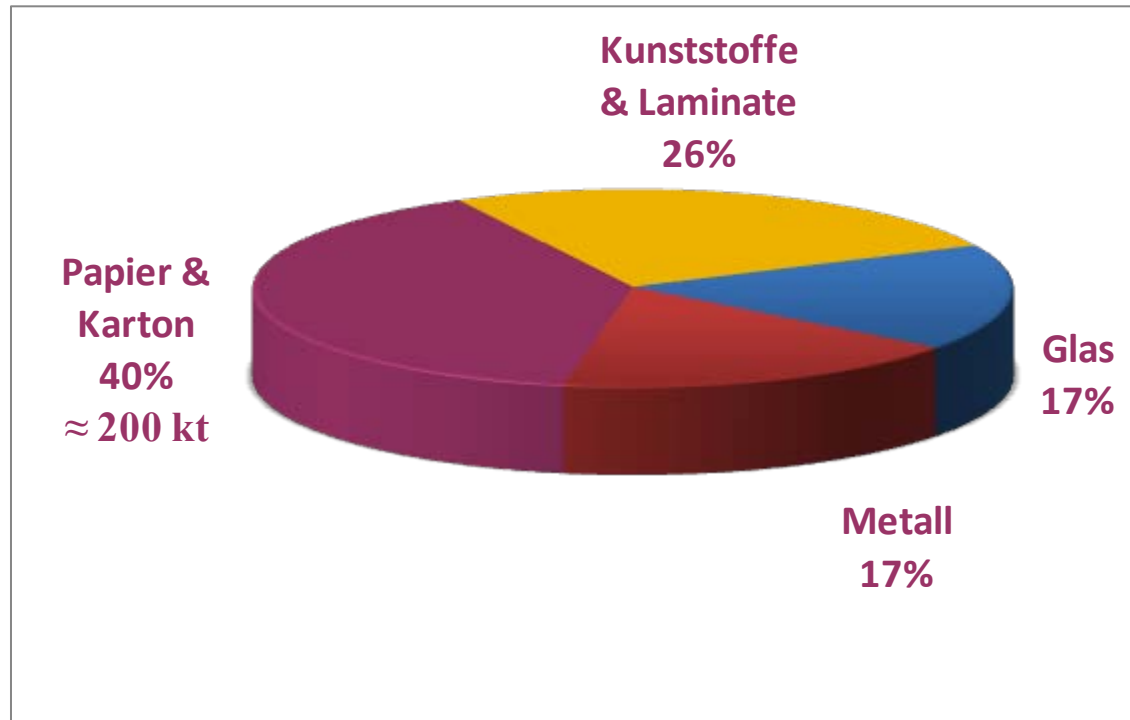


The Power of Packaging

- ▶ It protects....
- ▶ It delivers....
- ▶ It communicates....



Weltweite kumulative Verpackungseinsparung 1991 bis 2010 = 517'700 Tonnen



The Power of Packaging

▶ It protects... ▶ It delivers... ▶ It communicates...





The Power of Packaging

▶ It protects... ▶ It delivers... ▶ It communicates...



Konsumenten lehnen Verpackungen ab.

- **66% der Konsumenten halten Produkte für überverpackt.**
- **Konsumenten unterstellen, dass Verpackungen schlecht für die Umwelt sind.**
- **Konsumenten denken zuerst an die negativen Aspekte der Verpackungen bevor ihnen Convenience, Schutz- und Sicherheitsnutzen in den Sinn kommen.**
- **Nachhaltigkeit beeinflusst Konsumenten- und Shoppermeinungen zugunsten Verpackungen.**

(Source: INCPEN Consumer Attitudes to Packaging Survey 2008)

The Power of Packaging

▶ *It protects....* ▶ *It delivers....* ▶ *It communicates...*



Konsumenten mögen Kartons

- „Kartons stammen aus einer natürlichen, erneuerbaren Ressource“
- „Kartons sind angenehm in Haptik und Gebrauch“
- „Kartons sind einfach zu öffnen und wiederzuschließen“
- „Kartons sind einfach zu recyceln“

The Power of Packaging

▶ *It protects....* ▶ *It delivers....* ▶ *It communicates...*



Schlüssel- Botschaften

1. Das Verständnis für die Einstellung der Konsumenten gegenüber Verpackungen ist der Schlüssel für die Optimierung von Verpackungen.
2. Verpackungen und ihre Auswirkungen auf die Umwelt sind zum frühestmöglichen Zeitpunkt der Verpackungsentwicklung zu minimieren.
3. Um Überverpackung zu verhindern und Verpackungsabfall zu minimieren muss die gesamte Wertschöpfungskette betrachtet werden.



- Verordnung (EG) Nr. **1935/2004** des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. Oktober 2004 über Materialien und Gegenstände, die dazu bestimmt sind, mit Lebensmitteln in Berührung zu kommen und zur Aufhebung der Richtlinien 80/590/EWG und 89/109/EWG
- Verordnung (EG) Nr. **2023/2006** der Kommission vom 22. Dezember 2006 über gute Herstellungspraxis für Materialien und Gegenstände, die dazu bestimmt sind, mit Lebensmitteln in Berührung zu kommen

The Power of Packaging

▶ *It protects....* ▶ *It delivers....* ▶ *It communicates...*



ANHANG

Ausführliche Regeln für gute Herstellungspraxis

Verfahren, die das **Aufbringen von Druckfarben** auf die vom Lebensmittel abgewandte Seite eines Materials oder Gegenstands beinhalten:

1. Druckfarben zur Verwendung auf der vom Lebensmittel abgewandten Seite von Materialien und Gegenständen müssen so **zusammengesetzt** sein und/oder so **verwendet** werden, dass Substanzen nicht von der bedruckten Oberfläche auf die Lebensmittelkontaktseite

a) durch das Trägermaterial hindurch oder

b) infolge eines Abklatsches im Stapel oder im Rollenwickel

in Konzentrationen übergehen, die zu Substanzwerten in dem betreffenden Lebensmittel führen, die nicht mit den Anforderungen von Artikel 3 der Verordnung (EG) Nr. 1935/2004 in Einklang stehen.

...



ANHANG

Ausführliche Regeln für gute Herstellungspraxis

Verfahren, die das Aufbringen von Druckfarben auf die vom Lebensmittel abgewandte Seite eines Materials oder Gegenstands beinhalten:

...

2. **Bedruckte Materialien und Gegenstände** sind in ihrem fertigen wie auch halbfertigen Zustand dergestalt zu **handhaben** und zu **lagern**, dass Substanzen nicht von der bedruckten Oberfläche auf die Lebensmittelkontaktseite

a) durch das Trägermaterial hindurch oder

b) infolge eines Abklatsches im Stapel oder im Rollenwickel

in Konzentrationen übergehen, die nicht mit den Anforderungen von Artikel 3 der Verordnung (EG) Nr. 1935/2004 in Einklang stehen.

3. Die bedruckten Flächen dürfen nicht direkt mit Lebensmitteln in Berührung kommen.



4.4 Design Specification

4.4.1 Designing packaging material for compliance is the principal method by which the objectives of the GMP may be achieved. Designing refers to all the in this GMP covered decisions that need to be taken regarding the final structure of the packaging.

4.4.2 Design of the packaging for compliance is a shared responsibility between the customer of the packaging and the converter. Ultimately the customer is responsible for approving the appropriate selection of:

- substrates
- other starting materials
- application techniques for inks
- production techniques
- structural and graphical design

The Power of Packaging

▶ It protects... ▶ It delivers... ▶ It communicates...



4.6 Relevant Control Points

4.6.1 Each constituent part of the packaging materials should be checked and validated to ensure complete and satisfactory control is achieved for the GMP. Statistical analysis may be appropriate in addition to standard tests. Recording of printing conditions including speed, curing conditions and printing sequence is recommended. Relevant control points at converters include the following:

- ambient conditions: avoiding contact between raw materials / products and dirt, exhaust gases and vapours
- personnel hygiene and response to hygiene incidents
- excellent condition of all machines used
- contact points between machine and product (including lubricants)
- choice and grouping of product specifications
- selection of suitable inks and varnishes, adhesives, plastic films for windows, auxiliary materials, cleaning agents and other chemicals
- obtaining clearance certificates for materials and articles used
- storage of raw materials, work in progress and finished goods
- cleaning and resetting operations, particularly on printing machines
- maximum acceptable application volumes for ink, varnish and adhesive layers according to the risk analysis
- adaptations of the material flow (e.g. ventilation of printed piles before the next process operation)
- covering piles during intermediate storage
- monitoring of the drying/curing of printed layers
- traceability of products and materials manufactured

The Power of Packaging

▶ It protects... ▶ It delivers... ▶ It communicates...



5.10 Changing from Normal to Low-Migration Printing

5.10.1 Ideally, the same ink type should be run continually on a press to avoid the need for costly clean-downs and to avoid potential contamination. However, in circumstances when such changeovers cannot be avoided the following (non-exhaustive) list provides the basis for a code of practice for the changeover:

- use inks from original containers
- empty all ink and coating, ducts and pipes
- for offset process, change fount to the one recommended by supplier, cleaning mixing and storage tanks, filters and pipes as part of procedure
- clean all rollers and blankets
- certain substances liable to migrate may remain in the system – a risk assessment should be used to determine an appropriate time period to ensure any non-low migration traces are removed completely from rubber blankets or rollers
- for first print run, an adequate quantity of run-up sheets should be printed as a way of removing any last traces of 'non-low migration' materials
- if ink is supplied to the press from a drum ensure there is no contamination from normal inks by using a clean pump and pipes and if a 'bag' is used in lining the drum ensure that there is no contamination from plasticisers
- ensure all subsequent processes are free of the risk of migration from solvents, plasticisers, oils, greases and other potential migrants
- storage next to unsuitable ink can also lead to migration



ANHANG IV **KONFORMITÄTSERKLÄRUNG**

Die in Artikel 15 genannte schriftliche Erklärung enthält folgende Angaben:

1. Identität und Anschrift des Unternehmers, der die Konformitätserklärung ausstellt;
2. Identität und Anschrift des Unternehmers, der die Materialien oder Gegenstände aus Kunststoff oder Produkte aus Zwischenstufen ihrer Herstellung oder die Stoffe herstellt oder einführt, die zur Herstellung dieser Materialien und Gegenstände bestimmt sind;
3. Identität der Materialien, Gegenstände, Produkte aus Zwischenstufen der Herstellung oder der Stoffe, die zur Herstellung dieser Materialien und Gegenstände bestimmt sind;
4. Datum der Erklärung;
5. Bestätigung, dass die Materialien oder Gegenstände aus Kunststoff, die Produkte aus Zwischenstufen der Herstellung oder die Stoffe den entsprechenden Anforderungen der vorliegenden Verordnung und der Verordnung (EG) Nr. 1935/2004 entsprechen;
6. ausreichende Informationen zu den verwendeten Stoffen oder deren Abbauprodukten, für welche die Anhänge I und II der vorliegenden Verordnung Beschränkungen und/oder Spezifikationen enthalten, damit auch die nachgelagerten Unternehmer die Einhaltung dieser Beschränkungen sicherstellen können;

...



ANHANG IV **KONFORMITÄTSERKLÄRUNG**

7. ausreichende Informationen über die Stoffe, deren Verwendung in Lebensmitteln einer Beschränkung unterliegt, gewonnen aus Versuchsdaten oder theoretischen Berechnungen über deren spezifische Migrationswerte sowie gegebenenfalls über Reinheitskriterien gemäß den Richtlinien 2008/60/EG, 95/45/EG und 2008/84/EG, damit der Anwender dieser Materialien oder Gegenstände die einschlägigen EU-Vorschriften oder, falls solche fehlen, die für Lebensmittel geltenden nationalen Vorschriften einhalten kann;

8. Spezifikationen zur Verwendung des Materials oder Gegenstands, z. B.:

i) Art oder Arten von Lebensmitteln, die damit in Berührung kommen soll(en);

ii) Dauer und Temperatur der Behandlung und Lagerung bei Berührung mit dem Lebensmittel;

iii) Verhältnis der mit Lebensmitteln in Berührung kommenden Fläche zum Volumen, anhand dessen die Konformität des Materials oder Gegenstands festgestellt wurde;

9. falls in einem mehrschichtigen Material oder Gegenstand eine funktionelle Barriere verwendet wird: Bestätigung, dass das Material oder der Gegenstand den Bestimmungen des Artikels 13 Absätze 2, 3 und 4 oder des Artikels 14 Absätze 2 und 3 der vorliegenden Verordnung entspricht.



ANHANG VII **KONFORMITÄTSERKLÄRUNG**

...

Die schriftliche Erklärung muss eine einfache Identifizierung der Materialien, Gegenstände oder Stoffe ermöglichen, auf die sie sich bezieht, und ist erneut abzugeben, wenn wesentliche Änderungen in der Produktion Veränderungen bei der Migration bewirken oder wenn neue wissenschaftliche Erkenntnisse vorliegen.

(s.a. § 10 Abs.1 bzw. Anlage 12 Bedarfsgegenständeverordnung)



Definition „Konformitätserklärung“ vs. „Spezifikation“

Konformitätserklärungen sind einseitig (durch den Anbieter) abzugebende Bestätigungen der Übereinstimmung eines Lebensmittelkontaktmaterials mit geltenden Vorschriften bezogen auf die angegebenen Verwendungsbedingungen; **die Aussagen der Konformitätserklärung werden vom Abgebenden verantwortet und verpflichten ihn.** Zielsetzung, Inhalt und Abgabe von Konformitätserklärungen sind für bestimmte Materialgruppen (Kunststoff, Zellglas, Keramik u. a.) durch einschlägige Vorschriften verbindlich geregelt und klar definiert. Derartige Konformitätserklärungen sind gegenüber dem Kunden abzugeben und bei Inspektionen den Aufsichtsbehörden vorzulegen; Spezifikationen hingegen sind freiwillig und können zwischen den beteiligten Unternehmen vertraulich bleiben.

(aus „Spezifikationen in der Lebensmittelverpackungskette“, BLL 2010)



Grundsätzlich alle Materialien,

nicht nur kunststoffbasierte und

nicht nur Produktionsmaterialien, sondern auch diejenigen für
Testzwecke,

die in Kontakt mit dem Produkt, d.h. mit Lebensmittel, gelangen, sind
mit einer Konformitätserklärung abzusichern.


Diese Konformitätserklärung muss

neben allen gesetzlich notwendigen Angaben

zusätzliche Angaben über migrierfähige Bestandteile, die (aktuell)
keiner gesetzlichen Beschränkung unterliegen,

enthalten.



 Nestlé	Supplier Assessment Toolkit – S & C
	Supplier site:

Packaging Supplier Material Safety & Compliance Assessment Questionnaire

CONTENTS	PAGE
1. Intended Use of Packaging Material by Nestlé	3
2. Nestlé Compliance for Food Contact	4
3. Legal Compliance	5
4. Crisis Management relating Public Concerns	7
5. Printing	7
6. Converting	10
7. Recovered Materials	11
7.1. Rework	11
7.2. Recycled Materials	11

The Power of Packaging

▶ It protects.... ▶ It delivers.... ▶ It communicates...



Als Markenartikler suchen wir Verpackungen, die

- zeitgemäß
- „krisenfest“
- nachhaltig
- ökonomisch vertretbar
- flexibel verfügbar

sind.

The Power of Packaging

▶ *It protects....* ▶ *It delivers....* ▶ *It communicates...*





Wir „bieten“ partnerschaftliche Zusammenarbeit
innerhalb der gesamten Wertschöpfungskette.

The Power of Packaging

▶ *It protects....* ▶ *It delivers....* ▶ *It communicates...*

