

# ADAPTER LES STANDARDS EUROPEENS ECR-SRP DANS L'INDUSTRIE CPG ET LE MERCHANDISING DE LA VENTE AU DETAIL

Prof. dr. Virgil POPA  
Université Valahia de Targoviste  
Département ECR  
[virgilp51@yahoo.com](mailto:virgilp51@yahoo.com)

## **Bref exposé de son contenu :**

*Travailler ensemble pour mieux répondre aux attentes des consommateurs, plus rapidement et à moindre coût.*

*Le mouvement ECR ("Efficient Consumer Response") a été démarré effectivement dans les années `90 et a été caractérisé par l'émergence de nouveaux principes du management collaboratif dans la chaîne d'approvisionnement. On avait compris que les entreprises peuvent servir les consommateurs mieux, plus rapidement et avec moindre coûts si on travaille avec les partenaires commerciaux.*

*Shelf Ready Packaging (SRP) est le terme employé pour faire référence à un produit (CPG - Consumer Packaging Goods) qui se présente dans une unité prête à être commercialisée et facile à identifier, facile à ouvrir, facile à placer sur l'étagère et à éliminer, permettant l'optimisation du réapprovisionnement à l'étagère et une meilleure visibilité.*

*L'implémentation du SRP peut, en nombreux cas, avoir un impact la structure des coûts d'un produit, parce qu'elle peut demander d'investissements industriels ou des coûts additionnels avec l'emballage externe.*

**Mots-clés:** *Shelf (Retail) Ready Packaging, prêt à vendre, étagère, emballage.*

Efficient Consumer Response (ECR) est une initiative du commerce créée pour promouvoir la collaboration entre les détaillants et fournisseurs au bénéfice du consommateur. Il est international dans son champ d'application avec de nombreux pays du monde qui ont leur propre initiative ECR.

Shelf Ready Packaging (SRP) est le terme utilisé pour faire référence à un produit qui vient dans une unité prêt à vendre qui est facile à identifier, facile à ouvrir, peut facilement être mis sur l'étagère et éliminé, permettant une optimisation de la réapprovisionnement de l'étagère et une mieux visibilité. SRP est synonyme avec RRP (Retail

Ready Packaging) et avec *prêt à vendre* ou PAV. SRP couvre tous les types d'emballages qui va au point de retail, y compris promotionnels, palettes, plateaux, caisses, etc.

Retail Ready Packaging existe depuis un certain temps, bien que dans de nombreuses formes différentes. Historiquement, le design de l'emballage secondaire (l'enveloppe extérieure, sur le premier ballot) s'est concentrée sur la chaîne d'approvisionnement dans l'amont - fabrication et distribution et peut-être n'était pas axée sur les exigences de la destination finale - les étagères des magasins et l'acheteur. À sa plus simple, il s'agit d'un plateau de carton qui abritait des boîtes des aliments, mais il a progressé et l'efficacité de la logistique a été renforcée grâce à l'introduction de l'emballage de transport retournable (Returnable Transit Packaging), tels que le plateau en plastique vert.

Tout le spectre de l'emballage couvre trois domaines distincts:

1. **Unready Packaging** - les emballages qui ne sont pas préparés. Des emballages secondaires, qui exigent que les unités de produit d'être pleinement placés sur l'étagère d'extérieur. Exemples: le vin et les frites.
2. **Retail Ready Packaging** - des emballages prêt pour retail. Ils fournissent meilleure identification, reconnaissance, réapprovisionnement directe de la boîte sur les étagères. Idéal, la boîte extérieure est déplacée directement sur les étagères après le principe du "réapprovisionnement dans un seul mouvement". Exemples: des aliments pour les animaux, des produits en conserve et des bouquets de fleurs.
3. **Display Ready Packaging** - emballage prêt pour l'affichage. Ces sont des unités individuelles, tels que les cartons de promotion et des unités merchandising qui sont « déplacés dans l'espace » au lieu des étagères. Elles sont très utilisées pour les lignes avec volume élevé et quelques exemples sont des unités merchandising (UM) des bananes et les emballages de boissons non alcoolisées.

Tout d'abord, afin de guider les discussions entre les fabricants et les détaillants, l'ensemble complet de principes directeurs pour la mise en œuvre de SRP est recommandé:

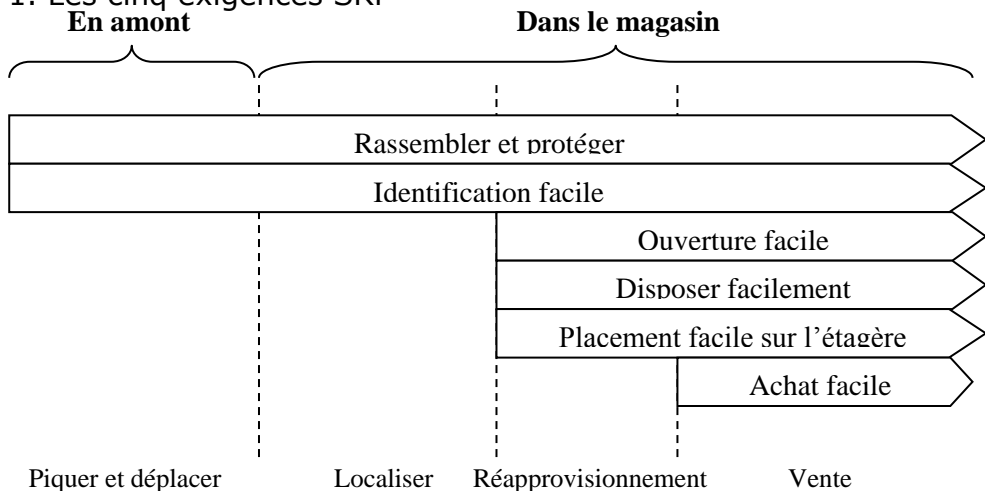
- Toujours avec valeur pour l'acheteur, le détaillant et le fabricant ;
- Conformité avec la législation environnementale et les préoccupations pour la sécurité publique ;
- Eviter la fragmentation et la complexité ;
- Maintenir l'identité de marque ;
- Mesurer la mise en œuvre ;
- Exigence d'engagement à long terme des détaillants et des fabricants ;

- Conformité avec les principes d'efficacité de la chaîne d'approvisionnement totale.

## I. Exigences fonctionnelles

L'expérience montre qu'il est généralement facile de définir ce qui n'est pas SRP. Contrairement, il n'est parfois pas si simple de définir précisément ce qui exactement est SRP. Un accord d'industrie sur les exigences fonctionnelles communes pour la conception SRP, applicable dans toute l'Europe, est donc un important pré requis. Le diagramme suivant illustre les cinq exigences SRP validées par le groupe de travail ECR Europe:

Figure 1. Les cinq exigences SRP



Source : ECR Europe, Accenture, Shelf Ready Packaging (Retail Ready Packaging). Addressing the challenge: a comprehensive guide for a collaborative approach.

Les exigences énumérées ci-dessus peuvent varier en importance selon le produit, et doivent être prises en considération à côté des recommandations d'ECR Europe relatives à la conception des unités de chargement efficaces dans la chaîne d'approvisionnement (1997). L'outil d'évaluation prévu dans le présent document permet d'établir l'importance relative de ces exigences, pour un produit ou groupe de produits, et de mesurer la conformité d'une conception SRP avec chacun de ces exigences. 100% conformité avec toutes les exigences fonctionnelles ne doit pas être un objectif systématique: en fonction des caractéristiques du produit, il peut sembler que certaines de ces exigences ne sont pas

applicables dans un cas particulier. Toutefois, l'identification facile (facilitation de l'identification des produits en entrepôt ou l'arrière du magasin) sera toujours considérée comme la meilleure pratique pour la plupart des solutions d'emballage, si SRP ou non.

La fonctionnalité du SRP peut être livrée par une variété de solutions, et il est important de se rappeler lors de l'évaluation des solutions que le résultat n'est pas limité à un plateau ou une coffre qui s'affiche sur l'étagère. Voici quelques exemples de différentes solutions SRP disponibles sur le marché aujourd'hui.

Etagère – plateau/coffre et fin de couloir.

Unité de merchandising - affichage promotionnel, plateformes mobiles, palettes / 1/2 de palette / 1/4 de palette.

Réutilisables - plateau plastique

La référence à des exigences fonctionnelles permettra d'identifier les meilleures solutions SRP pour l'évaluation et, par l'inclusion des fournisseurs des emballages, des nouvelles conceptions et matériaux vont augmenter la variété et les options disponibles.

Le diagramme ci-dessous illustre ou les cinq exigences fonctionnelles du SRP identifiées livrent de la valeur dans la chaîne d'approvisionnement:

## 1. Identification facile

L'identification facile aide la sélection du bon produit et permet de réduire les erreurs et manques cependant la manutention dans les entrepôts et les magasins. Que ce soit un membre du personnel du magasin qui cherche à réapprovisionner de l'arrière de magasin ou un travailleur en entrepôt qui cherche à localiser un produit, les attributs qui aident à l'identification du produit promouvant la précision de la tâche d'exécution de l'individu.

Table 1. Les attributs qui aident à l'identification du produit

<b>Attribut</b>	<b>Description</b>
Identification visuelle du produit	- Produit visible à travers l'emballage (plastique) ou une représentation claire du produit visible sur l'emballage - Le code du produit, nom, contenu, variantes, dates de péremption doit être clairement affichés, préférablement sur deux côtés

	- L'identification GS1 (ex. les étiquettes des palettes) est facilement accessible et scanne par le personnel cependant manipulation
Information négligeable à l'acheteur	<p>Cette information se rapporte à des données logistiques du produit. Idéalement, il ne devrait pas être sur la face avant le consommateur</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dates de péremption devrait contraster à la fond (par exemple l'encre noire sur une bouteille contenant des liquides noirs n'est pas bon)</li> <li>- l'impression et l'emplacement des dates de péremption doit faciliter la rotation des produits par le personnel du magasin</li> <li>- Pour faciliter la manipulation, le code du produit devrait être un code à barres et le nom du produit imprimés à une taille et dans un texte pour faciliter la lisibilité</li> <li>- Se référer aux recommandations GS1 pour l'étiquetage pour les informations à inclure sur le produit (spécifications générales GS1)</li> </ul>
Focalisée sur l'entrepôt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les produits sont palettisés, afin que leurs types et les marques soient reconnus</li> <li>- Les identifications GS1 (par exemple les étiquettes des palettes) sont facilement accessibles et balayées par le personnel lors de la manipulation</li> </ul>

*Source : ECR Europe, Accenture, Shelf Ready Packaging (Retail Ready Packaging). Addressing the challenge: a comprehensive guide for a collaborative approach.*

## **2. Ouverture facile**

Afin de garantir les avantages identifiés dans l'étude du cas relative à un réapprovisionnement plus facile et plus rapide, les SRP doivent être faciles à ouvrir et faciliter l'exécution en magasin de la chaîne d'approvisionnement.

## **3. Placement facile sur l'étagère**

Les solutions SRP devrait faciliter le réapprovisionnement et le placement sur l'étagère ou la présentation de produit dans un seul mouvement, par exemple quand le coffre sur l'étagère est réapprovisionné dans un seul mouvement dans la place des unités individuelles en ordre. Cet aspect est souvent étroitement lié à l'ouverture facile, car les deux exigences fonctionnelles font partie du processus général de réapprovisionnement.

## **4. Disposer facilement**

Les solutions SRP auront un succès limité si les avantages offerts par l'amélioration de réapprovisionnement sont entravé par une élimination plus complexe et demandant plus de temps. La facilité

d'élimination est essentielle à garder les allées libres et ouverts pour faciliter de l'expérience d'achat du consommateur.

## **5. Achat facile**

Comme indiqué en détail dans la méthodologie d'étude du cas, SRP peut améliorer la disponibilité des produits et réduire les stocks, entraînant une augmentation des ventes. Toutefois, une mise en œuvre de SRP mai ne donne que peu ou pas d'avantages si le produit n'est pas simple d'identifier et de localiser dans le magasin, et simple de choisir ou de remplacer sur l'étagère, les accessoires ou le merchandising par le client. Par conséquent, les attributs pour faciliter et promouvoir l'expérience d'achat pour le consommateur ont été regroupés en « Achat facile ».

## **6. Outil d'évaluation des solutions SRP**

L'outil d'évaluation des solutions SRP fournit une méthode simple et cohérente pour évaluer les "SRPness" d'un produit donné, famille de produits, solution d'emballage ou même catégories.

Avant l'évaluation, l'importance relative des exigences fonctionnelles doit être convenue entre les partenaires commerciaux, y compris la pertinence des questions individuelles (les cellules jaunes). L'évaluation est ensuite menée en remplissant avec «Oui» ou «Non» pour chaque question applicable (les cellules orange).

L'outil d'évaluation de SRP a été développé avec 3 objectifs:

1. Pour soutenir le développement de solutions SRP: il devrait être utilisé pour évaluer les solutions et les dessins alternatifs, et pour aider à sélectionner la plus appropriée (en relation avec l'impact économique évalué dans l'étude du cas).
2. Pour fournir un outil simple et efficace de collaboration, que lorsqu'il est utilisé conjointement par le détaillant et le fournisseur, permet d'identifier les lacunes de fonctionnalité. Plus précisément, les scores des exigences fonctionnelles individuelles mettent en évidence les zones avec des possibilités d'amélioration. L'outil permet également de clarifier l'importance relative des exigences fonctionnelles et devrait faire partie de tous les négociations SRP.
3. Pour faciliter les rapports vers le management de la disponibilité et d'utilisation du SRP. L'outil d'évaluation des solutions SRP (sur le site ECR Europe) peut être utilisé pour évaluer si un produit est ou non SRP, basé sur un score minimum agréée (par exemple 75% dans l'ensemble, sans aucune des exigences fonctionnelles a moins de 65%).

Les emballages sont maintenant considérés comme un élément de la stratégie de l'entreprise de commercialisation de ses produits, et le but du processus d'emballage est d'obtenir des emballages appropriés pour chacun des produits qui sont destinés à la vente.

Pour un emballage d'être approprié, il doit répondre à un certain nombre de conditions indispensables à la promotion réussite d'un produit emballé sur le marché, conditions qui requièrent des performances, tant du point de vue objectif, de la matière (la protection physique, mécanique, chimique), ainsi que sur aspect subjectif, lié à la motivation des acheteurs et de leurs préférences.

Outre le fait qu'il remplit la fonction de protection et de conservation, l'emballage facilite la manipulation, le transport, le stockage et la vente des produits, tant que la promotion des ventes.

L'emballage des produits, ainsi que le transport et le stockage, est une condition préalable de la réalisation des actes de vente-achat de marchandises. L'emballage est complexe, à commencer par la production, parce que l'emballage est une phase intrinsèque de la production, qui se poursuit jusqu'à le processus de consommation, qui est chez le bénéficiaire.

L'emballage doit réduire au minimum possible les dommages qui viennent des risques de la manutention, chargement, déchargement, transport, stockage, distribution, ou causés par les facteurs climatiques, chimiques, physiques, biologiques, etc. Avec des caractéristiques fonctionnelles, qui assurent la préservation de la qualité et la quantité des produits, les emballages doivent correspondre d'une perspective économique.

## **II. Conformité avec la législation environnementale et les préoccupations d'ordre public**

La production, l'utilisation et l'élimination des emballages ont impact sur l'environnement. Les fabricants et les détaillants travaillant dans le cadre du parapluie ECR sont dédiés au développement durable et ont reconnaître la nécessité de minimiser l'impact environnemental de leurs activités, y compris l'impact des emballages au cours du cycle de vie.

### **A. L'Union Européenne**

SRO s'inscrit dans le cadre de la directive 94/62/CE de l'Union Européenne sur les emballages et déchets d'emballages. Cette directive

contient un certain nombre d'exigences essentielles auxquelles un emballage doit se conformer pour pouvoir être admis sur le marché. Ces exigences concernent la prévention quantitative et qualitative des déchets d'emballage (une limitation du volume et du poids de l'emballage), la réutilisation, la récupération (recyclage, récupération d'énergie) ou l'élimination écologique, ainsi que la limitation de substances dangereuses et nocives, telles que certains métaux lourds. Il est important que les exécutions SRP ne soient pas contraires à la législation européenne et nationale sur les déchets d'emballage.

Directive 94/62/CE du Parlement européen et du Conseil, du 20 décembre 1994, relative aux emballages et aux déchets d'emballages

### Article 3

Définitions aux fins de la présente directive, on entend par:

1) «emballage», tout produit constitué de matériaux de toute nature, destiné à contenir et à protéger des marchandises données, allant des matières premières aux produits finis, à permettre leur manutention et leur acheminement du producteur au consommateur ou à l'utilisateur, et à assurer leur présentation. Tous les articles «à jeter» utilisés aux mêmes fins doivent être considérés comme des emballages.

L'emballage est uniquement constitué de:

- a) l'emballage de vente ou emballage primaire, c'est-à-dire l'emballage conçu de manière à constituer au point de vente une unité de vente pour l'utilisateur final ou le consommateur;
  - b) l'emballage groupé ou emballage secondaire, c'est-à-dire l'emballage conçu de manière à constituer au point de vente un groupe d'un certain nombre d'unités de vente, qu'il soit vendu tel quel à l'utilisateur final ou au consommateur, ou qu'il serve seulement à garnir les présentoirs au point de vente; il peut être enlevé du produit sans en modifier les caractéristiques;
  - c) l'emballage de transport ou emballage tertiaire, c'est-à-dire l'emballage conçu de manière à faciliter la manutention et le transport d'un certain nombre d'unités de vente ou d'emballages groupés en vue d'éviter leur manipulation physique et les dommages liés au transport. L'emballage de transport ne comprend pas les conteneurs de transport routier, ferroviaire, maritime et aérien;
- 2) «déchets d'emballages», tout emballage ou matériau d'emballage couvert par la définition de déchet figurant dans la directive 75/442/CEE, à l'exclusion des résidus de production;

- 3) «gestion des déchets d'emballages», la gestion des déchets, telle que définie dans la directive 75/442/CEE;
- 4) «prévention», la réduction de la quantité et de la nocivité pour l'environnement:
- des matières et des substances utilisées dans les emballages et les déchets d'emballages,
  - des emballages et déchets d'emballages aux stades du procédé de production, de la commercialisation, de la distribution, de l'utilisation et de l'élimination, notamment par la mise au point de produits et de techniques non polluants;
- 5) «réutilisation», toute opération par laquelle un emballage qui a été conçu et créé pour pouvoir accomplir pendant son cycle de vie un nombre minimal de trajets ou de rotations est rempli à nouveau ou réutilisé pour un usage identique à celui pour lequel il a été conçu, avec ou sans le recours à des produits auxiliaires présents sur le marché qui permettent le remplissage de l'emballage même; un tel emballage réutilisé deviendra un déchet d'emballage lorsqu'il ne sera plus réutilisé;
- 6) «valorisation», toute opération applicable en l'espèce, prévue à l'annexe II B de la directive 75/442/CEE;
- 7) «recyclage», le retraitement dans un processus de production des déchets aux fins de leur fonction initiale ou à d'autres fins, y compris le recyclage organique, mais à l'exclusion de la valorisation énergétique;
- 8) «valorisation énergétique», l'utilisation de déchets d'emballages combustibles en tant que moyen de production d'énergie, par incinération directe avec ou sans autres déchets, mais avec récupération de la chaleur;
- 9) «recyclage organique», le traitement aérobique (compostage) ou anaérobique (biométhanisation), par des micro-organismes et dans des conditions contrôlées, des parties biodégradables des déchets d'emballages, avec production d'amendements organiques stabilisés ou de méthane. L'enfouissement en décharge ne peut être considéré comme une forme de recyclage organique;
- 10) «élimination», toute opération applicable en l'espèce, prévue à l'annexe II A de la directive 75/442/CEE;
- 11) «acteurs économiques», dans le domaine de l'emballage, les fournisseurs de matériaux d'emballage, fabricants, transformateurs, remplisseurs et utilisateurs, importateurs, commerçants et distributeurs, autorités publiques et organismes publics;
- 12) «accord volontaire», tout accord formel entre les autorités publiques compétentes de l'État membre et les secteurs d'activité intéressés, qui doit être ouvert à tous les partenaires souhaitant se conformer aux

conditions fixées par l'accord afin de contribuer à la réalisation des objectifs définis par la présente directive.

## **B. La Roumanie**

Décision no. 621 du 23 Juin 2005 sur la gestion des emballages et déchets d'emballages

(2) Les principes spécifiques de l'activité de la gestion des déchets d'emballage sont les suivants:

- a) la prévention des déchets d'emballages;
- b) réutilisation des emballages;
- c) le recyclage des déchets d'emballages;
- d) d'autres formes de valorisation des déchets d'emballage qui conduisent à la réduction de la quantité éliminée par le stockage finale.

Art. 5

(1) C'est admis l'introduction sur la marche des emballages qui répondent aux exigences essentielles énoncées dans l'annexe 2.

(2) Il est interdit l'obstruction de la mise sur le marché des emballages qui répondent aux exigences essentielles énoncées dans l'annexe 2.

Table 2. Bonne pratique: comment est-il un bon RRP?

<p><b>IDENTIFICATION ET TROUVANT FACILE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Facile à identifier, vu, reconnu et entendu</li> <li>- Codification claire, simple, souligne du texte</li> <li>- Positionnement logique, avec de cohérence du texte et des codes</li> <li>- Utilisation des marques régionales, saisonnières et d'événement</li> <li>- Codage couleur</li> <li>- Utilisation des symboles</li> <li>- L'emballage primaire a de la priorité</li> <li>- Merchandising « beau »</li> <li>- Présentation centré sur le client, par exemple des codes avec barres cachés</li> <li>- Trouvant facile pour l'acheteur qui peut ne pas être « consommateur »</li> </ul>	<p><b>OUVERTURE FACILE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ouvrir et extraire facilement pour réapprovisionnement               <ul style="list-style-type: none"> <li>- bande de déchirure légère et propre sur le livre</li> <li>- couverture facilement d'éliminer</li> <li>- boîte en deux morceaux facilement détachables</li> </ul> </li> <li>- Construction simple, minimaliste</li> <li>- Changer le paradigme de la « juste ouvert » à une séquence d'ouverture avec résultat final spécifique et prescription de finition de haute qualité</li> </ul>
<p><b>FACILE A RETURNER, RECICLER ET ELIMINER</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La hiérarchie de préférence:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- retournable (le plus écologiquement)</li> <li>- recyclable</li> <li>- éliminable</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>FACILE A ROTATION ET POUR REAPPROVISIONNEMENT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Facile à mettre sur l'étagère et merchandiser               <ul style="list-style-type: none"> <li>- contrôle facile du code et de l'hygiène</li> <li>- facile de merchandiser sur toute face</li> </ul> </li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Matériaux simples, minimalistes</li> <li>- Collapse facile et en toute sécurité</li> <li>- Compact</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Taille adéquate du ballot</li> <li>- Format flexible (3x4 ou 6x2 vs. 1x12)</li> <li>- Solides</li> </ul> <p>Le plus grand avantage = « lignes de rotation nécessaire », « d'aide sur les étagères », par exemple, l'absence de crochets</p> <p>Les meilleures pratiques de merchandising = une largeur extérieure, profondeur "x" et hauteur "y"</p> <p>Bonne correspondants du « cube »</p> <p>La synergie et la précision du processus = l'étagère est prête pour réapprovisionnement</p> <p>Looks bon pour les clients (avec des codes à barres sont cachés)</p> <p>Présentation bonne pour le client (codes avec barres cachés)</p>
--	--

En conclusion, un emballage idéale doit protéger le bien, être facile et bon marché, et ses caractéristiques techniques devraient faciliter les opérations de manutention, de transport et de stockage et aussi pour représenter, avec la manière dont est conçu, un outil efficace de marketing.

Les pays membres de l'UE excluront du marché des emballages qui ne sont pas recyclables ou récupérables. Les instruments économiques visant à promouvoir la récupération des emballages et déchets d'emballages sont prises en fonction des spécificités de chaque pays et la gestion des déchets, l'amélioration des techniques de recyclage et l'utilisation dans le même domaine ou dans d'autres des matières recyclables sont tous des problèmes communs des pays de l'UE.

Il exige, bien entendu, une rigueur de l'éducation des consommateurs, ainsi que l'adoption de lois, les règles d'hygiène pour les protéger, pour que la relation complexe produit - emballage - environnement - consommateur a acquis de nouvelles valences au cours des dernières années. Les emballages ne doivent pas être des sources de danger de la santé des consommateurs, par l'interaction qu'ils peuvent commencer en contact avec des produits, en particulier avec les aliments. Donc, la législation européenne sur les matériaux et objets destinés à entrer en contact avec des produits alimentaires est large.

Dans notre pays, dans les normes d'hygiène pour les aliments, approuvées par l'Ordre de Ministère de la Santé no. 975 d'avril 1998, il est mentionné:

- les matériaux de l'emballage faut avoir un degré élevé de stabilité physique et chimique, qui ne permet pas le transfert, lors de l'utilisation, des substances étrangères au-dessus des limites permises;

- l'encre et les couleurs utilisés pour la coloration et l'impression de matériaux d'emballage qui sont en contact avec les aliments doivent être approuvés par le Ministère de la Santé;
- il n'est pas permis un contact direct des aliments avec la coloration et l'impression des emballages;
- l'emballage ne doit passer de toxicité pour les aliments avec qu'il entre en contact;
- l'emballage ne doit pas avoir d'influence sur les caractéristiques organoleptiques, physiques-chimiques ou la valeur nutritive de l'aliment avec qui entre en contact au cours du traitement, de la manipulation, du transport ou du stockage de celle-ci.

### **Bibliographie:**

1. ECR Europe, Accenture, *Shelf Ready Packaging (Retail Ready Packaging). Addressing the challenge: a comprehensive guide for a collaborative approach.*
2. ECR UK, Institute of Grocery Distribution, *Retail Ready Packaging*, 2005.
3. Le Gouvernement de la Roumanie, *Décision no. 621 du 23 Juin 2005 sur la gestion des emballages et déchets d'emballages*, 2005.
4. Le Ministère de la Santé de la Roumanie, *l'Ordre de Ministère de la Santé no. 975 d'avril 1998*, 1998.
5. L'Union Européenne, *Directive 94/62/CE du Parlement européen et du Conseil, du 20 décembre 1994, relative aux emballages et aux déchets d'emballages*, 1994.