



## «Nous sommes dans un nouveau cycle, dans une réinvention des systèmes»

**Fabrice Peltier**  
Expert Création Packaging  
Diadeis

**Dans une société en crise, le marché de l'emballage ne s'en sort pas si mal. D'autant qu'il s'attache à répondre au plus près à l'évolution de nos modes de consommation. Si aujourd'hui la logique d'éco-conception fait partie intégrante des procédés de fabrication, les innovations ne sont pas prêtes de s'arrêter. Entre l'amélioration continue des qualités de préservation des matériaux et le retour en grâce du carton, l'emballage se réinvente en permanence.**

L'emballage écologique est désormais bien ancré dans notre société. En la matière, nous n'en sommes plus à un tournant, mais dans le mouvement et l'action, dans la mesure où les marques travaillent réellement sur l'écoconception et même la recyclaconception. Pas une réunion avec des clients sans évoquer ces problématiques, idem sur les salons professionnels où ces préoccupations environnementales suscitent les innovations. Fini le temps des projets ! L'écologie est définitivement intégrée dans les stratégies des entreprises.

Les marques sont donc impactées directement car cela peut leur coûter très cher, tout comme leur faire gagner de l'argent ! L'écoconception fait partie intégrante du process.

### Des équipementiers en plein bouleversement

Ces nouvelles tendances changent évidemment beaucoup la donne pour les équipementiers. D'ailleurs, certains sont déjà largement en avance sur ces problématiques. Ils n'ont pas attendu que les marchés le leur demandent. Les emballages sont en train de changer durablement. L'emballage, tel qu'il est, a été conçu pour répondre à une problématique industrielle : préserver ce

qu'il contient pour pouvoir être transporté dans les hypermarchés. Or, aujourd'hui, le modèle de la distribution est en plein bouleversement.

A cela vient s'ajouter la problématique des matériaux, avec la nécessité de réduction à la source. L'emballage ne doit pas coûter beaucoup au niveau environnemental ni au niveau des matériaux. Les pays développés se sont fixés un objectif de 75 % de taux de recyclage. Nous avons donc deux obligations : celle d'améliorer l'impact environnemental des packs et surtout celle de les rendre recyclables.

Résultat, les fabricants d'emballages et de matériaux ne peuvent plus fonctionner séparément. Les partenariats s'avèrent inévitables. Nous nous dirigeons vers plus de solutions mixtes. Un fabricant de matériaux d'hier devra également s'intéresser demain aux machines et au produit final. Et vice versa. Nous sommes dans un nouveau cycle, dans une réinvention des systèmes. Les marques et les fabricants de machines se remettent en question pour faire perdurer leurs systèmes. Cette réinvention se fait donc dans le préventif et le prospectif. Elle n'est pas liée à l'emballage proprement dit, mais à l'évolution de nos sociétés, de nos modes de consommation et d'achat, de la distribution, de la mondialisation, et de l'outil industriel. Parallèlement à cette mondialisation, coexiste cette nécessité économique et écologique de réindustrialisation de proximité. Aujourd'hui, nous ne devons donc plus raisonner de manière parcellaire, mais sur une chaîne de valeurs globale.

Le produit final évoluant, les machines évoluent de même. Elles doivent être beaucoup plus souples, et pouvoir communiquer entre elles.

### Emballages intelligents et retour en force du papier carton

De nouveaux matériaux mais aussi les compactages et des associations de matériaux sont particulièrement intéressants. Après avoir longtemps été laissé de côté, le papier carton est en train de revenir en force. Il redevient le véritable matériau d'avenir ! Les cartons se font plus souples, ils vont être compactés avec un

peu de films en plastique. Ces évolutions sont fortement corrélées au prix des ressources et à leur image. Avec un pétrole peu cher, c'était simple de produire des emballages plastiques. Ce n'est plus le cas aujourd'hui, le papier et le carton sont redevenus économiquement intéressants. D'autant que l'on peut aussi y adjoindre de fines pellicules de plastique et de polymère.

On parle aussi beaucoup d'emballages intelligents. Reste que l'emballage est intelligent à partir du moment où il sert à conserver. Il est intelligent par essence ! Viennent s'y greffer les nanomatériaux, et un certain nombre de technologies qui permettent d'allonger les DLC des produits. Nous assistons à une amélioration continue des qualités de préservation des matériaux d'emballage. Tel ce film en plastique assez étonnant pouvant passer au four à 220° ! Les matériaux évoluent de plus en plus dans deux sens : une meilleure protection de ce qu'ils contiennent, et une facilité ou une meilleure utilisation des emballages dans l'acte de consommation.

## Le packaging idéal ? Un emballage harmonieux

L'idée est bien évidemment de concevoir l'emballage le plus idéal possible, c'est-à-dire le plus harmonieux possible. Et pour ce faire, il doit répondre parfaitement aux questions fondamentales que se posent ses quatre principaux clients : les industriels qui fabriquent les emballages et les produits, les distributeurs qui les vendent, les consommateurs qui les utilisent, et la poubelle qui doit les amener vers le recyclage. Le packaging a donc autant de fonctions, sinon plus, que de cycles de vie !

Pour l'industriel, l'emballage idéal préserve au mieux ce qu'il contient, ne coûte pas trop cher à la production et facilite la logistique. C'est donc un emballage qui répond à toutes les problématiques de l'entreprise de manière logistique, économique et environnementale. Pour la distribution, l'emballage idéal est un emballage qui se vend bien et présente bien le produit, qui permet d'accroître la valeur de sa marque ou de son mètre linéaire. Ensuite, pour le consommateur, l'emballage idéal doit lui simplifier la vie : il est facile à ouvrir, à fermer, à stocker, et doit pouvoir se vider complètement.

Enfin, lors de sa dernière phase, l'emballage idéal doit facilement trouver sa place dans les bacs de tri sélectif, et se recycler en boucle.

Reste qu'il n'existe pas qu'une seule et unique solution aux problématiques de l'emballage ! Tout simplement parce qu'il est impossible d'isoler l'emballage de ce qu'il contient. Il faut donc arrêter de parler de l'emballage et uniquement de lui car, en tant que tel, il ne sert à rien !

Ce qui sert, c'est un produit emballé ! Il s'agit donc de parler d'un couple « emballage-produit », et là il existe autant de solutions que de couples. La plupart du temps, on fait le procès de l'emballage car on ne prend en compte que sa fin de vie et on ne le considère que comme un déchet. Il faut arrêter avec cette façon de penser ! On oublie trop souvent tous les services que les emballages rendent !

Il s'agit donc de trouver les meilleurs couples « emballage-produit » en prenant en compte tous les paramètres : du contenu lui-même, à son lieu de production, en passant par son lieu de consommation.