

## → TENDANCES

## L'EMBALLAGE : DU PROBLÈME À LA SOLUTION

*Souvent décrié, l'emballage endosse le mauvais rôle : celui du pollueur. Les expériences se multiplient pour le réduire voire le supprimer. Cette vision réductrice est contrecarrée par les nombreuses vertus du pack dont la lutte contre le gaspillage alimentaire fait partie. Petite revue des expériences existantes et pertinentes.*

**L**e 18 juin dernier, les fabricants d'emballage se sont fait des cheveux blancs. WikiFoods, société basée à Cambridge (Etats-Unis) et Paris, a présenté sa dernière forme comestible de conditionnement de produit alimentaire : WikiPearl. Ce concept s'inscrit dans la tendance de la construction alimentaire qui fait parler d'elle et qui va changer les comportements. Elle établit que demain, le consommateur ira jusqu'à recréer sa propre nourriture en l'assemblant, en la reconstruisant sur le modèle de ce que fait la nature et en limitant l'utilisation d'emballages polluants.

L'insulte est lâchée : l'emballage pollue. David Edwards, fondateur de la technologie WikiCell explique : « WikiPearl se propose de participer à la lutte contre une certaine forme de pollution tout en apportant des solutions liées à la physiologie de la nutrition. La peau, 100 % comestible et biodégradable, indissociable du contenu alimentaire et élaborée sur le modèle de celle de l'abricot ou du raisin, est destinée à protéger les aliments et les boissons, mais aussi capable d'apporter une valeur ajoutée sur le plan gustatif au produit qu'elle protège ».

Lors de la présentation du produit dans un lieu dédié à sa vente, le WikiBar (rue du Bouloi à Paris), nombre d'observateurs se sont inquiétés de la disparition d'un packaging classique permettant, dans un souci d'hygiène, d'isoler le produit de l'extérieur. Ils ont vite été rassurés par David Edwards : « Tout comme une pêche, une pomme ou du raisin, les WikiPearl peuvent être lavés à l'eau avant d'être consommés... sans subir ni altération ni modification du goût ».

Comme un produit issu de la nature, un WikiPearl se conserve le temps que Dame Nature lui a octroyé, soit de quelques jours à quelques mois, suivant ses conditions de stockage. Certains se conservent en froid positif, d'autres en froid négatif. Enfin, cet emballage comestible peut être dégusté ou abandonné sans incidence aucune pour l'environnement.

### ON CRIE HARO SUR L'EMBALLAGE

Ce n'est pas la première expérience qui tente de réduire voire supprimer le pack. Le laboratoire de la consommation Responsable Mes Courses Pour la Planète (qui anime notamment le site d'information spécialisé [Mescoursespourlaplanete.com](http://Mescoursespourlaplanete.com)) et l'ADEME ont publié l'étude « La vente en vrac : pratiques & perspectives ».

Son objectif était de recenser les initiatives et d'analyser leurs retours d'expérience, afin de faire le point sur les impacts notamment environnementaux et économiques de la vente en vrac.

Sans surprise, le vrac se révélait bon tant pour l'environnement que pour le portefeuille des consommateurs. Anne Barbarit, responsable de Mescoursespourlaplanete.com, avait alors mis en exergue l'exemple d'Alter Eco, fabricant de produits d'épicerie (céréales, légumineuses, chocolat, café) issus du commerce équitable. « L'enseigne a développé une offre de produits en vrac pour les supermarchés. Cette initiative a généré une réduction du poids des emballages estimée à 64 % par rapport aux produits identiques de la marque vendus préemballés. Cette réduction se traduit par une diminution des émissions totales de gaz à effet de serre des produits d'Alter Eco, les emballages représentant 35 % des émissions totales de la marque. Les produits sont vendus en moyenne 20 % moins cher voire même jusqu'à 45 % moins cher sur les produits plus rares comme le thé ».

Autre initiative plébiscitée dans l'étude : les éco-recharges. Ainsi, ASDA, l'enseigne



britannique de supermarchés, a lancé en partenariat avec plusieurs fabricants (dont Unilever) une expérience-pilote de vente en vrac d'adouçissant grâce à des distributeurs automatiques dans les supermarchés : les clients peuvent remplir à la pompe (d'une capacité de 1000 litres), non pas le traditionnel bidon, mais un «DoyPack», cette poche en plastique souple plus légère (35,2 g en moyenne contre 98 g pour un bidon). Le WRAP (organisme public britannique chargé de la réduction des déchets) estime que l'utilisation de ces poches permet de réduire de 71 % les émissions de gaz à effet de serre dues à l'achat. Ce chiffre atteint même 95 % si le consommateur réutilise 10 fois (comme cela est prévu) le «DoyPack». Côté budget, la démarche permet d'économiser 10 pence dès le premier achat puis 30 pence – soit une économie totale de près de 4 euros par rapport à l'achat de 10 flacons classiques de même contenance.

Anne Barbarit poursuit : « Dans un tout autre domaine, Kenzo (groupe LVMH) a choisi de distribuer son parfum « phare » Flower via des fontaines à parfum, disponibles dans les magasins Sephora (appartenant au même groupe) – et lancées dans le cadre d'un dispositif double comprenant aussi des éco-recharges. Chaque fontaine dispose d'une réserve de 500 ml de parfum et permet de remplir dix bouteilles de 50 ml. Cette initiative aurait permis de réduire de 47 % les émissions de gaz à effet de serre, de 35 % de la consommation d'énergie et de 36 % l'utilisation de ressources par rapport au conditionnement habituel. Elle permet aussi de réduire le prix du parfum de 10 à 20 % ».

**Jusqu'à 4 %  
de yaourt est  
perdu dans  
les pots  
banderolés  
classiques  
de 125 g  
par défaut de  
cuillérabilité**



### NE PAS ENTERER LE PACK TROP VITE

L'emballage a des vertus. Non seulement, il possède une fonction de protection des produits et sa suppression, lors de la vente en vrac, peut poser des enjeux sanitaires, mais il fait partie de la solution pour lutter contre le gaspillage alimentaire. Pour le maillon production, une solution serait de créer des emballages qui se vident mieux de leur contenu (avec un meilleur taux de restitution) notamment pour les denrées de types pâtes à tartiner, yaourts, sauces... Jusqu'à 4 % de yaourt est perdu dans les pots banderolés classiques de 125g par défaut de cuillérabilité. Ces chiffres peuvent paraître anecdotiques sur une unité de consommation, mais ce sont des volumes perdus conséquents, au regard des quantités de produits vendus. Sur la base de 2 milliards de pots de yaourts banderolés classiques de 125g, la perte peut être estimée à 10 000 tonnes de produit, soit la production de lait de près de 1 100 vaches.

Danone a inauguré en 2011 en Espagne le nouveau modèle de pot de yaourt Kiss, acronyme de « Keep It Simple and Safe ». Avec une base plus ronde, il devrait concurrencer à terme l'ensemble des cinq milliards de pots commercialisés chaque année en France. Le contenant est plus stylisé, plus longiligne, et plus « cuillérable » selon Danone, car la base est arrondie et laisse ainsi un accès plus facile à la cuillère. Pour le maillon distribution, le rôle de l'emballage est d'assurer la protection contre les atteintes mécaniques lors du transport et de la distribution en général (utilisation de coffres en carton ondulé, cornières, coins métalliques, etc.)

Pour le maillon consommation, le Fraunhofer Institute a par exemple mis au point un capteur qui, apposé sur l'étiquette des emballages alimentaires et relié au contenu, permettra d'indiquer la fraîcheur des aliments. Le système utilise un capteur d'oxyde métallique qui permet de détecter des paramètres complexes tels que les mauvaises odeurs, les contaminations microbiennes, etc.

Aujourd'hui, les différentes causes du gaspillage alimentaire ont été identifiées. Les nouvelles solutions apportées par les emballages innovants permettraient de diminuer en partie l'effort de productivité à fournir pour parvenir à nourrir la planète dans les dizaines d'années à venir.

Enfin, pour ceux qui pensaient se débarrasser définitivement des emballages, il est à noter que les glaces WikiPearl sont vendues dans un emballage en cellophane biodégradable en 30 jours. Alors, qui est le plus fort ?

Irène Lopez

Pour en savoir davantage :

<http://www.wikipearl.com>

[www.mescoursespourlaplanete.com](http://www.mescoursespourlaplanete.com)

[www.alcimed.com](http://www.alcimed.com)

<http://conseil-emballage.org>