Emballage et conditionnement : la révolution des techniques modernes

Autor(en): **Heymann, Philippe**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue économique franco-suisse**

Band (Jahr): **48 (1968)**

Heft 1: **Emballage et conditionnement**

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-887985

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

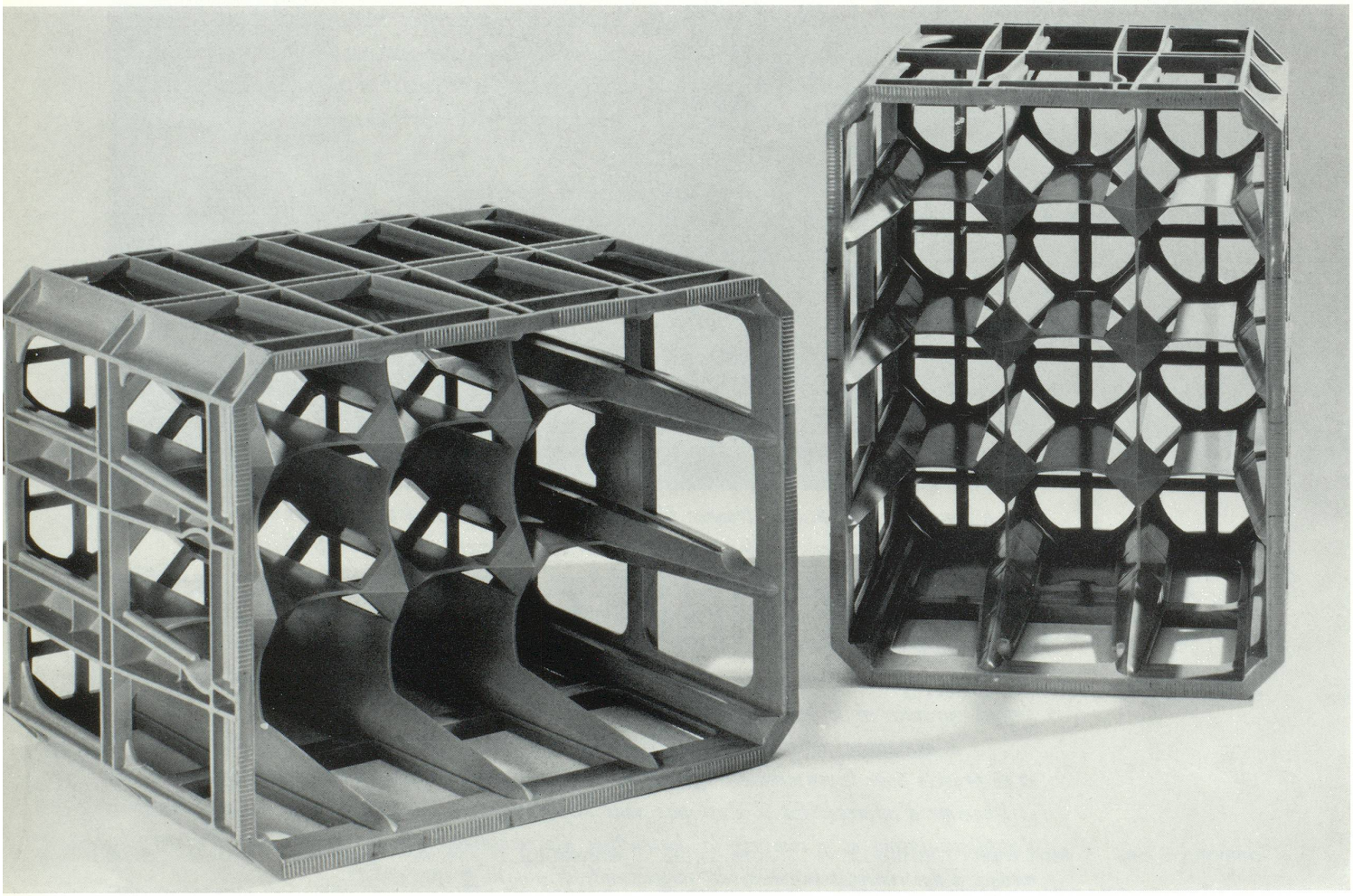
Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Emballage et conditionnement : La révolution des techniques modernes

Philippe HEYMANN

Rédacteur en chef adjoint à la revue « Entreprise »



Le Manolène type cab-o est un type de polyéthylène haute densité obtenu par le procédé de polymérisation basse pression Phillips et spécialement mis au point pour le moulage par injection des casiers à bouteilles. (*Document Sodefine.*)

L'emballage et le conditionnement n'en sont encore qu'à leur début en France. De 1961 à 1970, les emballages et accessoires consommés auront presque doublé : 3,5 millions de tonnes en 1962, six millions en 1970. Malgré cela, la France est encore très en retard par rapport aux autres pays industrialisés à niveau de vie élevé : les dépenses d'emballage par habitant sont d'environ 100 dollars aux États-Unis, 50 au Canada, 40 en Grande-Bretagne, 25 en Allemagne fédérale, mais seulement 15 à 20 en France. Alors que l'emballage et le conditionnement représentent aux États-Unis 15 à 20 % du prix de vente des produits alimentaires, ils ne comptent encore en France que pour environ 5 %.

L'évolution des dix dernières années a révélé un essor considérable des emballages de papiers et cartons alors qu'au contraire on constate un plafonnement relatif — et même parfois un déclin — du bois et du jute. Parallèlement les plastiques ont fait une entrée spectaculaire aussi bien dans les emballages de transport que dans les conditionnements. Dans l'avenir, en dehors d'un essor probable en valeur absolue de l'ensemble des matériaux, se sont les plastiques également qui connaîtront le développement le plus appréciable, les papiers et cartons devraient maintenir leur bonne position actuelle, le métal (notamment l'aluminium) continuera d'élargir son champ d'application, notamment en France.

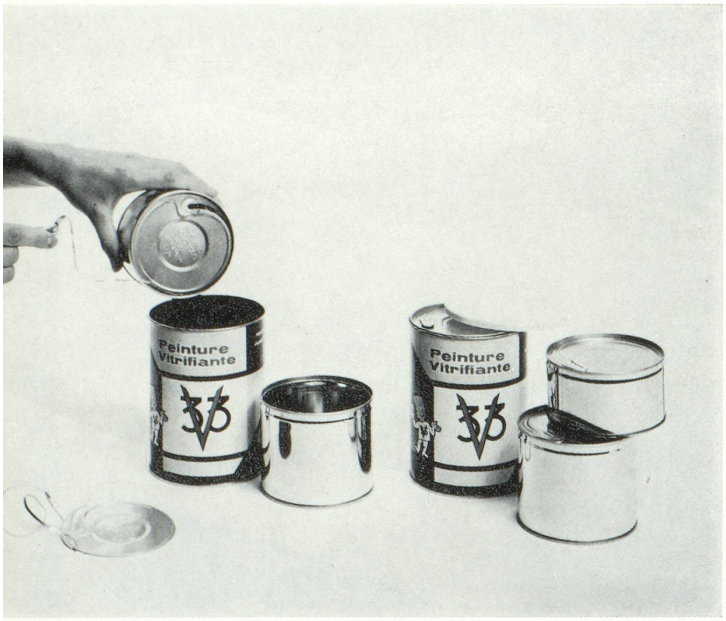
TRANSPORT ET PROTECTION

L'emballage, c'est essentiellement celui qui répond à un impératif de transport, donc de protection contre les aléas physico-chimiques inhérents à l'expédition et à la conservation. De plus en plus, dans ce domaine, on associe plusieurs matériaux de base, soit pour le corps de l'emballage, soit pour le calage intérieur : bois-carton ou bois-métal sont souvent associés pour des poids moyens de 50 à 150 kilogrammes (matériel sanitaire, articles ménagers, etc.). Les matières plastiques sont très couramment maintenant associées au carton. Le bois, matériel très traditionnel d'emballage, est très vivement concurrencé par le carton pour les poids moyens. Il garde cependant de bons atouts grâce à la généralisation de la palettisation et aux techniques nouvelles des panneaux de fibres et de particules, au contre-plaqué et à l'emballage en bois moulé. Comme souvent, le plastique gagne du terrain — notamment dans les usages traditionnels du métal — vers les fûts, bidons, bacs de manutention, conteneurs. Depuis peu se développent rapidement les caisses-navettes en stratifié verre-résine-polyester, entièrement étanches et légères : les emballeurs industriels ont fait de gros efforts dans ce domaine. Enfin, le calage bénéficie lui aussi de l'apparition des nouveaux matériaux et des techniques les plus récentes : polystyrènes expansés pour les produits fragiles, balles de polyéthylène remplies d'air, coussins gonflables et ajustables etc. La grande révolution de l'emballage n'en est encore qu'à ses débuts : c'est celle des conteneurs; selon certaines estimations, ils permettraient près de 30 % d'économies sur les frais de transports : risques moindres d'avaries et de vols, primes d'assurances réduites, économie d'emballage sur le matériau et le temps, réductions des tarifs de transports etc. On produisait au total près de 7 500 conteneurs par an en 1965 ; on en fera sans doute, chaque année, 20 000 en 1970.

Le Manolène type 6009 est un polyéthylène haute densité obtenu par le procédé Phillips.
Ce type possède un poids moléculaire élevé. Il est donc bien adapté à la transformation par extrusion et plus particulièrement au soufflage de corps creux. *(Document Sodefine.)*

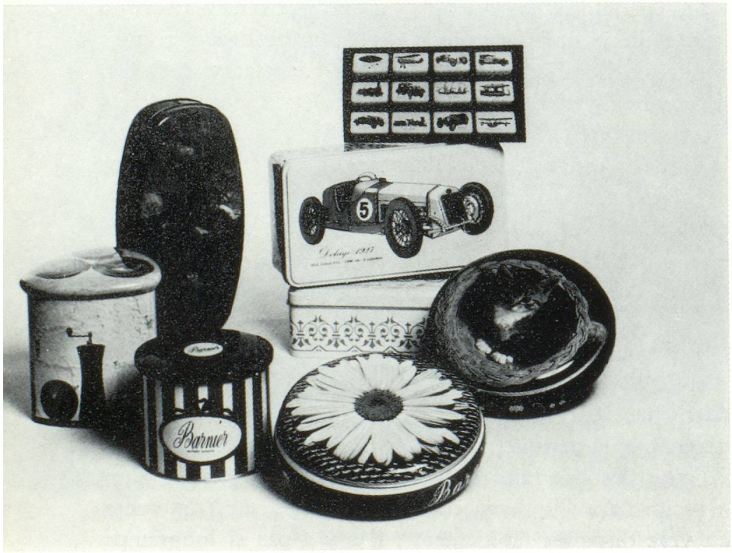
L'EMBALLAGE VENDEUR

Le conditionnement répond à une préoccupation d'emballage mais de plus en plus on lui demande de participer à la vente en attirant l'œil, personnalisant le produit et la marque, faisant connaître le mode d'emploi. A côté des produits qui ont toujours eu besoin d'un « récipient » (liquides, conserves crèmes, etc.), la vente en vrac disparaît rapidement ; il n'y a pas si longtemps



Conditionner dans un même emballage deux produits liquides qui ne peuvent être mélangés qu'au moment de l'emploi pose toujours des difficultés.
Il importe que l'étanchéité entre les deux produits soit totale et que l'utilisateur ne se macule pas les mains en effectuant son mélange dans un récipient adéquat.
La solution réalisée par la Société Ferembal pour le Produit V 33 résoud également ces problèmes.
Un container imprimé d'un bel effet publicitaire renferme deux boîtes métalliques munies chacune d'un couvercle aluminium à couverture facile.
L'une après l'autre, ces boîtes sont ouvertes manuellement, sans ouvre-boîte et vidées dans le container où le mélange est facile à effectuer puisqu'aucune aspérité ou bord coupant ne gêne cette opération.
L'ensemble est obturé avec une capsule plastique et forme un tout homogène pour la livraison à l'utilisateur.

C'est une boîte bien sûr, mais également une casserole, un plat de présentation et une assiette.
Le plat cuisiné est tout prêt ; il suffit, après avoir découpé le couvercle de la boîte, de le réchauffer soit au four, soit sur le gaz en intercalant une plaque d'amiante.
Apportée directement sur la table, cette boîte se transforme pour les « gourmets » en une assiette appétissante, le décor a été choisi de façon à ce qu'elle trouve sa place sur les plus jolies tables.
Ce nouvel emballage vient d'être réalisé par la Société Ferembal.

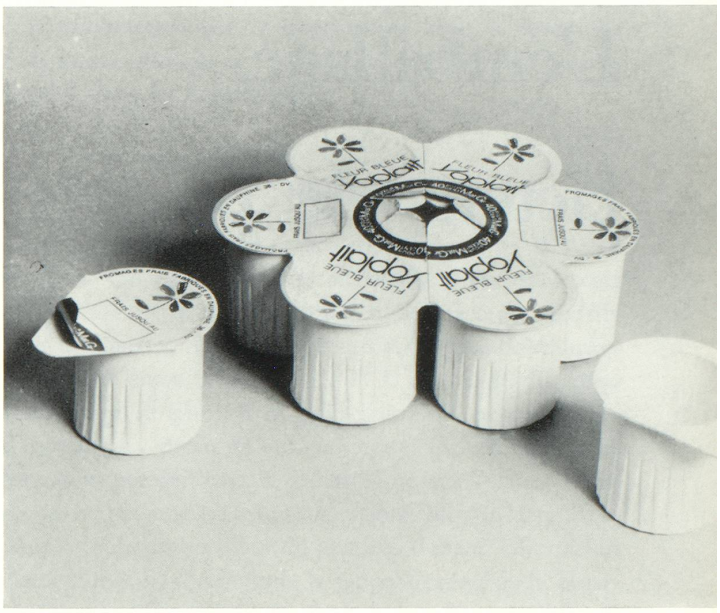


La Société Ferembal accroît sa gamme de boîtes de luxe destinées au conditionnement des produits de la biscuiterie et de la confiserie.
Chaque année, des nouvelles formes et des nouveaux décors voient le jour et démontrent la volonté des promoteurs de s'assurer une place de choix dans le concert européen.
Nos partenaires possèdent déjà chez eux un solide marché qui influencera, à plus ou moins longue échéance, le consommateur français.

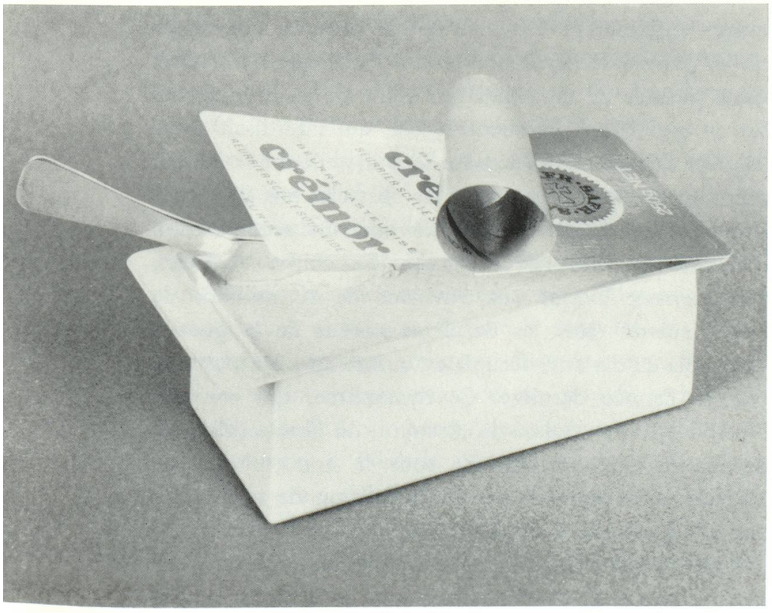
que chaque famille avait son pot de lait : maintenant on achète le lait en bouteille, berlingot, emballage perdu etc. On achète les clous dans des sachets et les marteaux dans des pochettes.

Ce sont évidemment les produits alimentaires qui retiennent le plus l'attention en matière de conditionnement : aux États-Unis, ils absorbent la moitié des emballages produits. C'est dans ce domaine d'abord que se produit la révolution de l'emballage perdu qui semble irréversible : le marché est tellement vaste que le plastique ne fera pas régresser, en valeur absolue, le verre. D'autant que le verre s'est adapté à ce bouleversement en s'orientant vers le verre allégé. Certains estiment cependant qu'en 1970, 35 % du vin sera conditionné en plastique ; ce dernier a déjà bien pris dans les huiles et eaux de javel. Dans les produits de beauté, de parfumerie, de papeterie et même les produits d'entretien, il n'y a pratiquement plus d'emballage consigné. Selon une enquête de l'Institut Français d'Emballage et de Conditionnement, 70 à 80 % des commerçants de détail sont prêts à opter pour l'emballage perdu. Une autre des tendances récentes consiste dans le groupage des produits sous forme d'emballages « multipack ». Ils gagnent les yaourts mais aussi les petites bouteilles (bières), les conserves, les aérosols. Ils offrent surtout une grande surface d'impression publicitaire et, à ce titre, sont un excellent système de promotion des ventes. De même, on trouve de plus en plus d'unités de dimension mieux adaptées à chaque besoin : d'un côté, les petites portions en sachets (thé, café, potages, etc.), de l'autre les cartons grande contenance (3 à 5 kg pour les lessives) avec souvent poignée incorporée pour le transport. Les films plastiques connaissent un développement spectaculaire dans tous les domaines : sachets sous vide, sous gaz inerte ou en stérilisation ; plaquettes alvéolées ; conservation des plats cuisinés ; enveloppes des produits de charcuterie ; pré-emballage ou suremballage de l'emballage vendeur etc. On voit également apparaître des emballages comestibles qui tendront à se développer. En même temps, on attache un soin nouveau à la fermeture des contenants : le bouchage a fait de grands progrès, de même que tout ce qui concerne les capsules, bouchons à vis, ensembles verseurs, etc. Les ouvertures de conserves se sont elles aussi considérablement modifiées (systèmes « Teer-up » ou « Tir-shop » notamment). C'est dans cette évolution qu'il faut replacer le succès récent des aérosols (60 % d'entre eux sont en aluminium) ; tout nouveau, l'aérosol monobloc n'a pas de soudure et évite l'étiquette grâce à une décoration directe. L'aluminium, de plus en plus utilisé, offre l'avantage de la légèreté et de l'inoxydabilité ; sa souplesse est une bonne protection contre les chocs.

Les progrès de l'emballage et du conditionnement vont sans nul doute s'accentuer au cours des prochaines années, ils sont liés au phénomène de consommation et à la prise de conscience chez les industriels, de l'importance des problèmes de commercialisation. La concurrence des produits venant de nos voisins européens — où les techniques nouvelles sont plus largement répandues — ne pourra avoir qu'un effet stimulant positif.



Utilisation du plastique et de l'aluminium : Yoplait a lancé le Suisse-Fleur qui a obtenu d'ailleurs l'Oscar Français de l'Emballage ainsi que l'Eurostar (Oscar Européen de l'Emballage).

Le beurrier Cremor s'est vu décerner l'Oscar de l'Emballage 1967. L'emballage du Beurre Cremor se caractérise par un conditionnement plastique, recouvert d'un couvercle. Une pellicule d'aluminium thermo soudée assure au beurre une conservation plus longue.

(Document de la S.A. des Fermiers Réunis.)