

# Bien adapter la fermeture au produit pour une conservation optimale



**Carrefour Belgium propose un nombre croissant de produits alimentaires en emballages refermables. Objectifs ? Faciliter la vie du consommateur et l'aider à éviter le gaspillage alimentaire. L'entreprise choisit systématiquement le système d'ouverture/fermeture le mieux adapté au produit et à l'emballage.**

prevent pack

Quelque **90 références** en emballages refermables

**Carrefour est le deuxième distributeur mondial de produits alimentaires et non alimentaires.** En Belgique, le distributeur propose quelque 90 références en emballages refermables, sans compter les emballages traditionnellement refermables, comme les pots de confiture (voir aussi Dossier). Les principaux produits concernés sont la charcuterie et le fromage

en tranches dans des emballages avec fermeture autocollante, ainsi que les salades préparées, les fromages en cubes et les noix et fruits secs vendus dans des ravieres avec opercule et couvercle. Ces aliments sont en outre proposés dans des emballages de différentes portions.

Faciles à **ouvrir** et à **refermer**

« Les emballages refermables nous permettent de proposer de nouveaux services au consommateur. Celui-ci peut ainsi laisser le produit alimentaire dans son emballage d'origine après ouverture », précise Guido Brosius, Packaging Manager chez Carrefour Belgium. « Ce type de conditionnement engendre aussi une plus grande facilité d'ouverture et de fermeture. En outre, il nous permet de proposer un plus grand choix en rayon. » Les aliments sont sélectionnés sur base de la valeur ajoutée qu'offre un emballage refermable et de ce qui est déjà dispo-

nible sur le marché. « Il est important de choisir les bons produits lorsqu'on envisage un emballage refermable », note Guido Brosius. « Le caractère refermable de l'emballage, tout comme sa facilité d'ouverture, doit réduire le risque de gaspillage du produit, représenter un gain de temps pour le consommateur et l'inciter à renouveler son achat. Il est essentiel de prévoir une facilité d'ouverture optimale : l'emballage ne doit s'ouvrir ni trop aisément, au risque de gaspiller du produit, ni trop difficilement, au risque de décourager le consommateur. »

Léger **surcoût** de production, **moins gaspillage** alimentaire

Proposer un produit alimentaire dans un emballage refermable requiert quelques adaptations au processus de production. Dans la plupart des cas, l'emballage plastique de base est le même, mais une machine spéciale est requise pour apposer les systèmes autocollants. « Ces adaptations compliquent légèrement le processus et engendrent un surcoût estimé à 5 %

environ du coût d'un emballage normal », précise Guido Brosius. « D'un autre côté, nous tablons sur une plus grande satisfaction clients, notamment parce que le gaspillage alimentaire est moindre. Dans le cas de la charcuterie, par exemple, le produit aura moins tendance à se décolorer sur les bords, ce qui évite au consommateur de le jeter trop rapidement. »

bon à retenir

Un **emballage refermable** permet d'optimiser la conservation du produit entamé et donc de **réduire les risques de gaspillage**.

Carrefour Belgium propose un **emballage refermable** lorsque celui-ci est susceptible de **faciliter la vie du consommateur**.

Des **tests** sont effectués avec les producteurs et des panels de consommateurs afin de **garantir cette facilité**.

# Bien adapter la fermeture au produit pour une conservation optimale



## Comment Carrefour développe des emballages refermables

### Étape 1 : détermination de la fermeture la mieux adaptée

Après avoir sélectionné le produit à proposer en emballage refermable et déterminé son grammage, Carrefour Belgium teste différents types d'emballages refermables avec le producteur. Le dispositif est-il facile à ouvrir et à refermer ? L'auto-collant colle-t-il toujours après plusieurs ouvertures ? Le système d'ouverture et de fermeture ne se déchire-t-il pas ?

### Étape 2 : tests auprès d'un panel de consommateurs

Un prototype d'emballage est ensuite réalisé et soumis à un panel de consommateurs qui en testent la facilité d'utilisation. Ces tests permettent de déterminer si le trio emballage plastique, produit alimentaire et système d'ouverture/fermeture s'intègre parfaitement et procure une valeur ajoutée réelle.

### Étape 3 : présentation en magasin

Le consommateur doit immédiatement comprendre qu'il s'agit d'un emballage refermable. Cela peut être renseigné par une étiquette soigneusement conçue à cet effet et éventuellement souligné par de petites pancartes en rayon. L'emballage doit également renseigner clairement quant au mécanisme d'ouverture et de fermeture.

Guido Brosius, Packaging Manager,  
Carrefour Belgium

« Afin de procurer une réelle facilité au consommateur, le produit, l'emballage et le système de fermeture doivent constituer un tout parfaitement intégré. »

### Carrefour et l'environnement

Carrefour s'engage à utiliser systématiquement le moins d'emballage possible tout en minimisant la consommation d'énergie et les émissions de CO<sub>2</sub>. Le distributeur met ainsi en œuvre divers programmes visant à :

- réduire la quantité de matières premières à la source;
- utiliser le plus possible de matières recyclées;
- favoriser la facilité de tri et de recyclage;
- utiliser des matériaux renouvelables.

[www.carrefour.eu](http://www.carrefour.eu)