

PACKAGING

Emballage connecté, pourquoi s'emballer

Encore peu connu du consommateur, l'emballage connecté a de nombreux atouts pour séduire les industriels.

LAURENT ROUSSELLE

Le packaging intelligent n'a pas encore gagné le cœur des Français. Il soulève même un certain scepticisme chez 18 % d'entre eux, qui considèrent cette nouvelle génération d'emballages communicants comme « des outils marketing sans intérêt », contre 10 % des Allemands et seulement 2 % des Espagnols, selon un sondage réalisé par l'Observatoire société et consommation (Obsoco). Les industriels doivent-ils pour autant s'en désintéresser alors que les possibilités qu'ils offrent en termes d'expérience client, de traçabilité, de sécurité répondent à des sujets réels de préoccupation chez les consommateurs ? Ils sont déjà 42 % à allouer ou à vouloir allouer des moyens spécifiques à une solution qui combine leurs emballages avec des applications sur smartphone. Revue de détail des développements dans l'agroalimentaire, les spiritueux et la cosmétique.

1 ENRICHIR SA COMMUNICATION

Les enfants sont une cible de choix pour des applications ludiques que permet l'emballage connecté. Tetra Pak et Lactel, soucieux de sensibiliser le jeune public aux questions environnementales tout en jouant la carte de l'innovation, ont proposé en juillet Lactel Max. Ce lait enrichi est conditionné dans une briquette à toit incliné dont la particularité est d'intégrer de la réalité augmentée. Destiné aux 6-8 ans, l'emballage invite l'utilisateur, par le biais d'un QR code discret, à télécharger l'application Lactel Max sur son smartphone ou sa tablette. Celui-ci peut ensuite diriger son écran vers la face avant de l'emballage, où figure Axel, la mascotte, pour la voir s'animer. Plus de 40 contenus – saynètes, vidéos, quiz – deviennent accessibles pour s'informer en s'amusant sur le recyclage et sur la qualité des produits laitiers. Les adultes ont des besoins plus fonctionnels, a compris la PME morbihannaise Michel Guillemot, qui a fait le saut technologique pour ses andouilles de Guémené. Objectif: monter en gamme et se rapprocher de ses clients qui, en scannant l'emballage, accèdent à des informations et à des services comme la géolocalisation de points de vente, la commande et le paiement en ligne. Une fois le design et le conditionnement revisités, la marque bretonne a confié à Mobeefox, une start-up spécialisée dans la communication sur mobile, le soin d'intégrer toute l'intelligence. L'application hébergée dans le cloud évite les bugs et les téléchargements et l'entreprise peut à tout moment enrichir ses contenus.

2 LUTTER CONTRE LA CONTREFAÇON

Au-delà de l'effet « waouh » que peut susciter la créativité des services marketing, l'emballage intelligent peut répondre au besoin d'une solution sécurisée, capable d'authentifier et de lutter contre la contrefaçon. Sur le



« NOUS SUPPRIMONS LES CONSERVATEURS ANTIMICROBIENS »

LOÏC MARCHIN,

PDG et cofondateur de Pylote, une société toulousaine qui imagine et conçoit de nouvelles propriétés aux emballages

En quoi consiste votre innovation, et que va-t-elle apporter aux emballages ?

Nous avons mis au point une technologie qui permettra de doter les emballages de fonctionnalités spécifiques, pour renforcer la protection et la conservation des produits, rendre visible la traçabilité, améliorer l'efficacité énergétique et augmenter la durée de vie de ces effets. Le tout sans avoir besoin de modifier les processus industriels

existants, d'investir dans la recherche et le développement ou de réclamer un dossier réglementaire.

Comment fonctionne-t-elle ?

Notre innovation fait appel à un procédé issu de la chimie verte et appelé pyrolyse pulvérisée. Cette méthode de synthèse utilise l'eau et la chaleur pour créer des microsphères qui porteront les effets souhaités. Nous encapsulons par exemple de la céramique pour détruire les germes microbiens, de l'air pour renforcer l'isolation thermique et nous pouvons intégrer n'importe quelle molécule et intervenir sur sa diffusion... Excepté le

verre et les métaux, nos microsphères peuvent intégrer n'importe quel matériau.

Après cinq ans de recherche et développement, où en êtes-vous ?

Nous allons commercialiser Pylclear Protection. Il s'agit d'une solution technologique pour supprimer les conservateurs antimicrobiens. Notre premier produit, qui sera mis sur le marché entre 2017 et 2018, est Pylote Added, un compte-gouttes ophtalmique en plastique. L'embout, principal vecteur de transmission microbienne, sera alors entièrement décontaminé. ■



La mascotte Axel s'anime quand l'enfant dirige vers les briquettes de lait un téléphone équipé de l'application 3D Lactel Max.

marché des spiritueux, la maison Rémy Martin a confié à l'entreprise belge Selinko le soin de concevoir la Rémy Martin Club connected bottle. Destinée au marché chinois, cette bouteille de cognac combine une puce haute sécurité NFC à un système de cryptage asymétrique qui détecte l'ouverture de la bouteille et permet de vérifier l'authenticité du contenu. En outre, le consommateur accède via une application à un programme de fidélité qui lui permet de cumuler des points et de gagner des récompenses. Le tout en scannant simplement le bouchon. Flasher le produit pour connaître son authenticité est également proposé par Arjo Solutions. Utilisé par les acteurs de la cosmétique et de la parfumerie, son système Signoptic permet de sauvegarder tous les éléments visibles d'un packaging et d'y associer la signature unique contenue dans la matière. «La composition fibreuse n'est jamais la même, explique Herlé Carn, le directeur de la business unit protection des marques d'Arjo. Signoptic éclaire une zone de quelques millimètres carrés pour faire ressortir les bosses et les creux, la photographie et convertit cette image en informations avant de l'associer à tous les codes visibles: code de traçabilité, 2/5, Datamatrix, QR code... Cette somme d'informations est enregistrée dans une base

de données.» L'authentification peut ensuite être vérifiée par le professionnel à partir d'un lecteur dédié ou par le consommateur grâce à une application pour smartphone.

3 LIMITER LE GASPILLAGE

Connaître la fraîcheur d'un produit et savoir si la chaîne de froid a été rompue sont deux préoccupations des acteurs de l'agroalimentaire, de la distribution et de la restauration. Didier Oudin est de ceux-là. Président du groupe girondin Arom, il a adopté Topcryo, une pastille de contrôle fraîcheur, pour Dabbawala, sa marque de livraison de repas. Produite par Cryolog, la pastille thermosensible microbiologique interprète l'impact du temps et de la température sur la conservation des produits par un changement de couleur. Présentée sous forme d'étiquette autocollante, elle trace les produits dans une zone de température de 2 à 12°C. Une technologie simple qui permet à Didier Oudin de rappeler ses objectifs: «Montrer aux services vétérinaires nos efforts pour améliorer la qualité de nos services d'hygiène. Renforcer notre démarche en faveur du non-gaspillage adoptée avec la signature de la charte des traiteurs de France. Et donner à nos clients les moyens de consommer les produits en toute sécurité.» ■