

LE PRODUIT

STICK DÉODORANT RECHARGEABLE MYRO

En pleine tourmente de « plastic bashing », Myro pose la bonne question : le problème est-il que l'emballage soit en plastique ou bien qu'il soit conçu pour être jeté une fois vidé de son contenu ?

1. CHEZ L'INDUSTRIEL

Après des discussions houleuses au Sénat et à l'Assemblée nationale, l'établissement d'un dispositif de consigne des emballages de boisson en plastique a finalement été reporté. Il n'empêche que la chasse au tout-jetable est plus ouverte que jamais. L'amendement au projet de loi antigaspillage pose le principe de l'interdiction de la mise sur le marché des emballages en plastique à usage unique d'ici à 2040. Si le texte ne satisfait absolument pas les défenseurs de l'environnement, car il s'avère peu contraignant et vise un horizon beaucoup trop lointain, il n'en demeure pas moins qu'il s'agit là d'un marqueur politique fort. Celui-ci reflète le désir d'un nombre grandissant de consommateurs : jeter moins de déchets d'emballages en plastique et disposer de contenants réutilisables, fussent-ils en plastique d'ailleurs. Avec son stick déodorant, la start-up new-yorkaise Myro répond déjà à cette attente. Cet emballage en plastique, semblable à une grosse capsule à facettes, est l'étui muni du mécanisme qui permet d'accueillir et d'employer, à la manière d'un rouge à lèvres, une recharge renfermant le déodorant. Ainsi, ce corps de très belle facture et son mécanisme intérieur, composés de 57 g de plastique, sont conçus pour être utilisés à l'infini, car ils sont très solides et lavables. Quant à la recharge, elle est constituée d'un petit contenant creux et d'un couvercle en polyéthylène haute densité (PEhd). Cette solution d'emballage rechargeable contribue à économiser plus de 50% de plastique par rapport à un stick standard, mais aussi, en fin d'usage de la recharge, à jeter un petit déchet facilement recyclable.



Le commentaire de Fabrice Peltier

Un emballage qui démontre que le plastique peut demeurer « fantastique » lorsqu'il n'est pas entièrement à usage unique.



2. CHEZ LE DISTRIBUTEUR

Cette solution d'emballage rechargeable a été imaginée par Myro pour être vendue via Internet. Au premier achat, nous acquérons l'ensemble, le stick et sa recharge. Puis il suffit de commander une nouvelle recharge en fonction de ses besoins et de ses envies. La marque propose des formules et des parfums variés, selon les saisons... Il est même possible de s'abonner. Fort de son succès et de la demande, Myro vient de rendre son offre disponible chez Target, une des principales enseignes de distribution aux États-Unis.

Le commentaire de Fabrice Peltier

Un principe d'emballage qui permet de fidéliser les clients.

3. CHEZ L'UTILISATEUR

Grâce à sa texture et à ses facettes, le stick Myro est très agréable à prendre en main et à utiliser. Le bouchon s'ouvre et se referme très simplement : un petit « clic » permet de bien le bloquer en position fermée. Pour l'employer, il suffit de placer la recharge dans son compartiment et de la faire pivoter légèrement pour la bloquer, d'enlever son couvercle, puis de tourner la molette dans un sens pour que le déodorant monte, et dans l'autre pour qu'il redescende...

Le commentaire de Fabrice Peltier

Un emballage très facile à manipuler et à utiliser.



4. À LA POUBELLE

Réduire, réutiliser, recycler, c'est la formule magique de l'écoconception de l'emballage : Myro l'applique tout simplement...

Le commentaire de Fabrice Peltier

Un exemple à suivre pour sortir du « plastic bashing ».



FABRICE PELTIER

Expert du design, Fabrice Peltier livre chaque mois le fruit de ses réflexions.

www.fabrice-peltier.fr