

LE PRODUIT

EMBALLAGE PAPIER LE TRÈFLE

Cet emballage de regroupement de papier toilette présenté comme plus respectueux de l'environnement paraît une telle évidence qu'on se demande pour quelle raison il n'a pas été mis sur le marché plus tôt...

1. CHEZ L'INDUSTRIEL

Après Renova qui a lancé en avril 2019 son Paper Pack, c'est au tour de la marque Le Trèfle d'abandonner le plastique. Elle aussi remplace le film en polyéthylène par un papier kraft pour emballer ses rouleaux de papier toilette. J'imagine les intenses discussions des équipes du marketing autour de la transparence indispensable de l'emballage pour voir le papier, sa texture, son moelleux, sa douceur, sa blancheur... Il suffisait probablement de réaliser une petite étude consommateur pour tordre le cou à cette idée saugrenue. Cependant, l'engagement environnemental de l'entreprise et le respect de ses objectifs de réduction drastique d'utilisation de plastique ont triomphé devant le dogme des «fameux» codes de marché et des prétendues préférences des consommateurs. Peut-être s'agit-il aussi d'un retour aux sources pour cette marque «à quatre feuilles», puisqu'elle affirme dans sa communication que la qualité de son papier hygiénique est appréciée des Français depuis 1904. Comme nous devons l'invention du film étirable à Ralph Diley, stagiaire au laboratoire Dow Chemical en 1933, et que sa commercialisation n'a eu lieu qu'à partir de 1949, nul doute qu'avant cette date, l'emballage du papier toilette Le Trèfle était en papier.

Le commentaire de Fabrice Peltier

Un produit pour lequel l'emballage en plastique n'était plus nécessaire...

2. CHEZ LE DISTRIBUTEUR

Les rouleaux de papier toilette contenus dans l'emballage sont représentés sur le packaging par des visuels hyperréalistes. Compte tenu de la qualité de reproduction sur le support papier, c'est en ayant «le nez dessus» qu'on s'aperçoit qu'il n'est pas transparent et qu'il s'agit d'images. Cela ne me semble absolument pas être un handicap à côté de tous les autres emballages du rayon.

Le commentaire de Fabrice Peltier

Un emballage opaque qui permet de présenter son contenu via des visuels très réalistes.



FABRICE PELTIER

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

www.fabrice-peltier.fr

3. CHEZ L'UTILISATEUR

Cet emballage en papier apporte les mêmes fonctionnalités et la même facilité d'ouverture que son homologue en plastique. Certes, il n'est pas aussi protecteur contre l'humidité. Cependant, il semble qu'il y ait autant de consommateurs qui, une fois chez eux, ouvrent l'emballage et s'en débarrassent pour ranger les rouleaux que de consommateurs qui gardent les rouleaux dans l'emballage de regroupement.

Le commentaire de Fabrice Peltier

Un emballage papier qui offre la même qualité de service que ses concurrents en plastique.



4. À LA POUBELLE

Les points forts de ce changement de matériau : l'origine végétale renouvelable et, bien entendu, la capacité d'intégration significative de matière recyclée ainsi qu'une recyclabilité éprouvée. Même s'il existe une filière de recyclage des films souples en polyéthylène, tout ce qui passera entre les «mailles du filet» du tri à la source demeurera toujours un problème. Aussi, convient-il de réserver le film plastique aux applications indispensables. Ce qui n'est visiblement pas le cas pour du papier toilette...

Le commentaire de Fabrice Peltier

Une substitution de matériau qui permet de limiter l'usage du plastique et de le destiner à d'autres priorités.