

## LE PRODUIT

FLACON DE SHAMPOING  
YVES ROCHER

**C'est en concentrant** les formules qu'il sera possible de réduire la quantité d'emballages mise sur le marché. La marque de cosmétiques rappelle qu'un contenant se définit toujours par rapport à son contenu.

## 1. CHEZ L'INDUSTRIEL

Ce petit flacon de shampoing devrait inciter un grand nombre de marques qui présentent leurs produits sous forme liquide et cherchent à réduire l'impact de leurs emballages à se poser sérieusement la question du volume qu'elles proposent. En effet, pour beaucoup de marchés non alimentaires, les standards des conditionnements en plastique contiennent plus de 300 ml. Ainsi, l'immense majorité des formules sont diluées dans de l'eau quand elles pourraient être plus concentrées, donc moins volumiques, pour autant d'utilisations. Le secteur de la lessive liquide s'est engagé dans cette voie il y a longtemps. Yves Rocher se lance à son tour avec un flacon de 100 ml qui permet de réaliser la même quantité de shampoings qu'un flacon de 300 ml. Résultat : une économie de 45% de matériau pour un service identique ! Cette démarche est aussi la parfaite démonstration qu'un contenant est totalement indissociable de ce qu'il renferme. Par conséquent, la révolution de l'emballage passera également par la révolution des formules de certains contenus...

**Le commentaire de Fabrice Peltier**

**Une démarche qui démontre encore qu'en matière d'emballage tout est une histoire de couple contenant- contenu.**

## 2. CHEZ LE DISTRIBUTEUR

J'entends déjà les responsables du marketing m'objecter qu'un petit emballage a moins d'impact en rayon, qu'il est plus facile à voler...

Effectivement, il bouleverse sérieusement les codes et les certitudes des acteurs de la distribution en grandes et moyennes surfaces. Cependant, n'est-il pas idéal pour l'e-commerce, le drive et certains magasins spécialisés n'ayant pas à se soucier de ces points liés à la vente en libre-service ? Alors, le temps est peut-être venu pour la grande distribution de faire évoluer son modèle de présentation en rayon pour accueillir des plus petits conditionnements et dire stop aux gros emballages remplis d'eau...

**Le commentaire de Fabrice Peltier**

**Un emballage qui ne répond pas au diktat du « gros facing » pour occuper l'espace en rayon**

**FABRICE PELTIER**

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

[www.fabrice-peltier.fr](http://www.fabrice-peltier.fr)

## 3. CHEZ L'UTILISATEUR

La fonctionnalité de ce petit flacon est analogue à celle d'un plus grand. Il suffit de s'habituer à passer d'une grosse noix de shampoing dans la main à une petite noisette... En outre, ce flacon présente un avantage notoire : lorsqu'on prend l'avion, il est possible de l'insérer dans sa trousse de toilette sans craindre de se le faire confisquer au contrôle.

**Le commentaire de Fabrice Peltier**

**Un emballage dont la fonctionnalité et le service sont excellents.**



## 4. À LA POUCELLE

Dans ce cas, on peut réellement parler d'écoconception du couple contenant-contenu. Il est inutile de sortir une calculatrice pour évaluer les gains en faveur de l'environnement tant ils sont évidents et importants. Yves Rocher «coche» de nombreuses cases : réduction de consommation de matériau d'emballage, optimisation de la logistique, utilisation d'un matériau 100% recyclé, allègement du volume de déchets et sans aucun doute diminution sensible de l'empreinte CO<sub>2</sub> du couple contenant-contenu.

**Le commentaire de Fabrice Peltier**

**Un modèle d'écoconception de produit emballé.**