

Ouvertures faciles, un enjeu important pour les IAA

Selon une étude d'Essentra Packaging (2012), la plus grande frustration des consommateurs en matière de packaging sont les emballages difficiles à ouvrir (61 %), devant les difficultés à refermer le paquet (25 %), ou pour lire les informations sur les emballages (8 %). « Avec la génération des baby-boomers qui arrive à l'âge de la retraite, les emballages faciles à ouvrir et refermables sont clé », affirme Michael Love, manager à Essentra Packaging, sur Food Production Daily.

Les industriels développent donc de plus en plus des emballages à ouverture facile. Au Royaume-Uni, rapporte le site, les nouvelles barres de chocolat au lait Cadbury lancées par Mondelez ont un emballage refermable et Nestlé commerciale depuis quelques temps des Kit-Kat avec ouverture facile.

Ouvertures faciles : une dépense pas toujours indispensable

Les emballages tubulaires rencontrent de plus en plus de succès dans la filière confiserie, selon Michael Love, car ils peuvent être produits rapidement et scellés hermétiquement. Mais selon Teresa Tarantino, rédactrice en chef de Candy & Snack Today, rajouter une ouverture facile à un produit déjà présent sur le marché est loin d'être indispensable. Selon elle, les industriels se sont d'ailleurs emparés de ce problème il y a longtemps et les emballages sont aujourd'hui faciles à ouvrir.

Les emballages refermables pour portions individuelles se développent

Parallèlement, une nouvelle tendance se développe : les emballages refermables sont de plus en plus utilisés pour des portions individuelles. Printpack vient par exemple de déposer un brevet pour une technologie de packaging refermable destiné spécialement aux barres chocolatées. Le coût d'une telle technologie est néanmoins élevé pour le moment et peut multiplier par deux les coûts de production.

Source : <http://www.agro-media.fr/actualite/conjoncture-tendance/ouvertures-faciles-un-enjeu-important-pour-les-iaa-8796.html#.UylsW3K4iiM.scoopit> (19/03/2014)