

Un packaging qui change de couleur en fonction de la fraîcheur

Le plus important fabricant de résine plastique du continent américain, Braskem, a présenté sur le salon Interpack début mai une de ses dernières avancées en matière d'emballage intelligent. Développée en partenariat avec les universités Clemson aux Etats-Unis et Rio Grande do Sul Federal University au Brésil, cette technologie repose sur l'intégration de substances chimiques dans la résine de l'emballage, capables de réagir à différents indicateurs de dégradation du produit (pH, activité de l'eau, température, etc.). Résultat, le packaging se colore lorsque le produit frais devient inapte à la consommation ou présente un risque. L'altération du pH mesurée sur des viandes et poissons pendant la phase d'expérimentation engendre ainsi un changement de couleur de l'emballage pour alerter les consommateurs.

Sécurisation de toute la supply chain

« Cette innovation va pouvoir profiter à l'ensemble de la chaîne de valeur. Cela offre aux consommateurs une plus grande assurance de la qualité des produits qu'ils achètent et permet également aux fabricants de contrôler l'intégrité des produits qu'ils mettent sur le marché, au moment de la production, pendant le transport et jusqu'au point de vente », s'enthousiasme Patrick Teyssonneyre, directeur technologie et innovation de Braskem.

Braskem, par ailleurs très en pointe sur le PET bio sourcé avec son PET "I'mGreen", a commencé ses recherches sur les emballages intelligents en 2013, a réalisé ses premiers essais concepts en 2015 et lancé des prototypes en 2016. «Les emballages intelligents doivent être personnalisés pour chacune des applications ou segments de marché : cela signifie qu'il faudra encore quelques années avant qu'ils apparaissent sur les étagères des supermarchés », explique Patrick Teyssonneyre. Restera alors à voir si le marché est prêt à accepter ce type d'innovation. Jusque-là, les emballages intelligents, tels que les indicateurs temps température (ITT) n'ont, en effet, pas percé sur le marché français, en tous cas pas en BtoC. Les pastilles développées à ce jour apportent pourtant un gage en termes de respect de la chaîne du froid et d'intégrité du produit, apprécié des consommateurs (et efficace en BtoB). Mais elles représentent

encore un risque assez important de mauvaise interprétation par le consommateur. Et engendrent un surcoût que le marché n'est pas encore prêt à assumer

Source : <http://www.processalimentaire.com/Emballage/Un-packaging-qui-change-de-couleur-en-fonction-de-la-fraicheur-31246>