

Traduction de l'article issu de Food Beverage (extraits)

La canette refermable est là, mais va-t-elle durer ? Lynda Searby, expert du packaging, écrit sur les derniers développements des canettes, cartons et poches de conditionnement.

Beaucoup de personnes dans l'industrie des boissons suivront la performance en France du Burn de Coca-Cola. La boisson est révolutionnaire en soi (elle prétend brûler des calories) mais c'est aussi la première boisson vendue en canette de 50 cl équipée avec le couvercle refermable (Resealable End) de Ball Packaging Europe : un mécanisme plastique de fermeture incorporé sur la canette en aluminium.(...)

Le conteneur a récemment reçu le prix de Best in Metal Award 2008 par la Metal Packaging Manufacturers Association, MPMA, et a été nommé pour le German Packaging Award sur le Brau Beviale.

Il est clair que la fermeture est un pas en avant : elle élimine l'inconvénient majeur des canettes, qui ne se conservent pas une fois ouvertes.

L'avantage du nouveau conteneur a un prix, mais Sylvia Blömker, chez Ball, dit que le prix est justifié par la valeur ajoutée et est, en tout cas, inévitable. «Il faut plus de travail pour produire une canette refermable, et en plus on est au début du produit, donc il est plus coûteux».

Mais avec certains pays européens en pleine récession et d'autres pas loin, les consommateurs seront-ils prêts à payer plus cher l'option de la re-fermabilité ? Blömker juge que même dans le climat économique actuel, ce type d'innovation a sa place, suite à la polarisation du marché. «Les entreprises font des produits standards à bas prix ou des produits de niche très sophistiqués. Le seul segment où il ne faut pas se trouver, c'est au milieu. C'est pourquoi nous nous concentrons sur la création de valeur ajoutée.

Nous continuons les recherches sur la re-fermeture ; nous ne croyons pas que le Resealable End soit la seule manière d'y parvenir». Pour l'instant, Ball est le seul fabricant à proposer une canette refermable. Que font les autres ?

Rexam travaille dans une autre direction. «Techniquement, nous avons des solutions pour refermer les canettes, mais nous avons décidé à partir d'une perspective commerciale que le coût final et la quantité de technologie nécessaires ne sont pas couverts par le coût supplémentaire que les clients seront prêts à payer» dit John Reves, Directeur Marketing chez Rexam Beverage Can Europe & Asia.

Au contraire, il dit que Rexam met son énergie à développer des bouteilles en aluminium moins onéreuses : «Par définition

une bouteille en aluminium est refermable, et nous pensons que cet emballage offre des avantages aux consommateurs. Les bouteilles en aluminium coûtent plus cher que les canettes. Une des raisons est qu'elles sont fabriquées par le même type d'extrusion que les aérosols. Nous travaillons sur des moyens de diviser par deux la quantité d'aluminium nécessaire par bouteille. Le prix ne sera jamais aussi bas que pour une canette car le cycle de fabrication est plus long et nécessite plus d'aluminium, mais il sera bien plus bas qu'aujourd'hui, comparable à celui des canettes refermables».

En plus, Rexam a introduit la canette Sleek car, selon Reves, «Les gens trouvent le look d'une canette ennuyeux - alors qu'ici, on est moderne et différent». La canette Sleek a été adoptée par Red Bull en 12oz et par Coca-Cola Italie pour toute la gamme. (...)

«Comme il faut beaucoup d'énergie pour fabriquer l'aluminium, un faible gain sur le poids entraînera une forte réduction de l'empreinte-carbone. La réduction du poids des emballages en verre ou des canettes peut ainsi vraiment réduire l'impact environnemental du produit» dit Nicola Jenkin, Beverages Category Manager chez WRAP. 6,5 milliards de canettes légères ont été produites et l'année prochaine (2009 ndlt) plus de 15 milliards de canettes seront fabriquées selon cette méthode.

Une autre entreprise a trouvé une solution de fermeture de la canette : Acline Plastics avec le Damzy Clip. Le produit, un clip en plastique qui se fixe sur le bord de la canette et qui couvre l'ouverture, a été créé par le fondateur de l'entreprise, M. Didier MARTIN, il y a deux ans, afin d'empêcher les insectes de pénétrer dans la canette.

Toutefois, le Damzy Clip ne se présente pas comme une alternative identique au Ball Resealable End. D'abord, il ne propose pas une étanchéité totale : le clip étant rapporté sur le dessus de la canette, celle-ci ne peut pas être renversée ou rangée dans un sac à main.

Ensuite, Acline Plastics voit plutôt le clip comme un vecteur de communication. La majorité des clips vendus jusqu'ici ont été imprimés de logos ou messages promotionnels et utilisés comme cadeaux d'entreprise. L'entreprise propose que les fabricants de boissons puissent l'inclure comme prime à l'achat et suscitent ainsi des collections en l'incorporant à leurs packs de canettes. Côté prix, un clip est bien moins cher qu'un stylo. (...)