

Les capsules et bouchons gardent le cap sur l'innovation

Capsules, plastiques, liège, les bouchons ont dépassé leur rôle protecteur pour véhiculer l'image du produit. Jean Schrurs, consultant spécialisé dans les boissons et l'emballage, nous présente les tendances majeures du secteur.

En Europe de l'Ouest, 10 sociétés produisent 60 % des 160 milliards de bouchons et capsules chaque année, selon le bureau d'études AMI (Bristol). C'est dire combien l'industrie européenne du bouchon traverse une phase de consolidation importante.

De plus, un changement s'opère dans la composition même des bouchons : le plastique représente aujourd'hui 40 % du total du marché, et devrait atteindre 50% en 2009 (source : AMI, Bristol).

La part du lion de cette production de bouchons revient aux industries des boissons. Celles-ci représentent les deux tiers des applications, laissant le dernier tiers aux secteurs cosmétiques, détergents et produits d'hygiène personnelle.

Les moteurs de croissance sont d'une part liés aux évolutions des exigences des consommateurs, et d'autre part aux progrès technologiques des industries impliquées.

Le comportement du consommateur domine le marché

Le besoin de se différencier et d'anticiper les besoins du consommateur est devenu un impératif dans tous les segments de l'industrie des boissons.

Jamais autant de produits qu'aujourd'hui pour répondre aux attentes croissantes de segments de marchés spécifiques. L'industrie de l'eau minérale est en pleine croissance. Les brasseurs ne cessent d'élargir leurs variétés de produits et d'emballages pour contrer un marché stagnant en Europe. Enfin, les boissons aux vertus énergisantes ou dans la tendance-santé bien-être trouvent leur place dans les nouvelles habitu-

des des consommateurs.

Le temps est bien révolu où il suffisait que les bouchons soient fiables et économiques. Les fonctions d'inviolabilité sont aujourd'hui devenues indispensables et intégrées aux systèmes d'ouverture. Leur rôle principal consiste à garantir l'intégrité du produit, d'éviter les contrefaçons ou d'altérer le produit.

Le bouchon, relie la marque au consommateur

Mais ces bouchons protègent surtout la précieuse relation entre la marque et le consommateur. Confiance et qualité favorisent la loyauté du consommateur envers les marques. En utilisant au maximum les sens, les bouchons aux caractéristiques d'inviolabilité renforcent la confiance des consommateurs. Le subconscient contrôle l'inviolabilité du bouchon à plusieurs niveaux : le visuel avec la bague scellée en deux morceaux, le toucher avec le léger forçage et l'auditif avec le bruit spécifique à l'ouverture.

Les bouchons et les capsules sont des points de contacts essentiels entre les utilisateurs et le produit lors de sa consommation. Leur rôle est donc critique et se doit d'être adapté à l'utilisateur, qui attend un plus. En plus du gage de sécurité, le bouchon doit être pratique et multifonctionnel.

Un bouchon, nomade, fonctionnel, maniable

Nomadisme, fonctionnalité et facilité d'utilisation : voilà trois dimensions de fond que les propriétaires de marques peuvent utiliser pour différencier leurs produits.



Jean F. SCHRURS

Directeur - Cape Decision sprl

avenue de la Métairie 9

1420 Braine l'Alleud - Belgique

Tel +32 498 53 04 58

www.capedecision.com

jean@capedecision.com

Bouchons et capsules deviennent des outils importants de leurs stratégies, tant sur le point de vente qu'au moment même de la consommation.

La possibilité de refermer un récipient est devenu un atout indispensable. Les producteurs de canettes cherchent eux aussi à répondre aux besoins créés par le nomadisme. À titre d'exemple, certains grands brasseurs notamment commentent enfin à se rendre compte de l'importance de faciliter la vie du consommateur, avec la capsule dévissable à la main.

Les premiers bouchons adaptés aux seniors font également leur apparition outre-atlantique : plus larges, ils offrent une meilleure préhension.

Sur le marché depuis quelques années, les bouchons becs verseurs, bouchons sport à fermeture charnière, bouchons à paille intégrée, bouchons sécurité pour enfants dans le secteur pharmaceutique...

Enfin, le bouchon peut aussi se la jouer mode : il est alors un outil de

marketing pur au club de gym, en voiture, au bureau, sur le terrain de sport, seul ou en groupe. Si un bouchon peut améliorer le processus d'ouverture et de consommation, pourquoi ne pas rendre l'expérience amusante ? Le tout alors est de créer des bouchons en conséquence...

Les progrès technologiques au rendez-vous

Tout d'abord, l'augmentation du prix des matières premières plastiques nécessite l'allègement des emballages et l'augmentation de la productivité industrielle. Inévitablement, une parfaite maîtrise des procédés s'avère indispensable : produire un bouchon plus élaboré, à plus haute cadence, avec moins de matière est un beau défi d'industriel.

La tendance vers le bouchon mono matière est induite par les contraintes environnementales. La compatibilité avec les chaînes de recyclages doit aussi être prise en compte dans le cadre du tri sélectif.

Même si certaines innovations technologiques ne sont pas perçues directement par le consommateur final, bon nombre de développements visent aussi à servir la chaîne d'approvisionnement en soutenant les flux logistiques de plus en plus tendus, pour garantir fraîcheur et qualité. Partie intégrante du système d'emballage, ces bouchons servent ainsi à améliorer la conservation des produits en prolongeant leur durée de vie dans les rayons des grandes surfaces. En témoignent les bouchons absorbants d'oxygène pour la bière et les jus qui ont fait leur apparition.

L'intégrité du produit préoccupe aussi les responsables du développement et de l'assurance qualité. Le marché demande de concevoir et d'utiliser de nouveaux systèmes et matériaux adaptés. En voici deux illustrations : les bouchons en polymère pour le vin et les bouchons anti-fuite dans le marché des fontaines à eau.

À plus long terme, les bouchons de demain comprendront sans doute des fonctionnalités innovantes comme la traçabilité RFID, l'amélioration des processus d'asepsie, et la diffusion ou l'injection d'ingrédients

Doser les innovations

Les principes de gestion de l'innovation dans ces secteurs sont semblables à tous les autres. Les producteurs récolteront les fruits d'une véritable stratégie gagnante en maximisant et en équilibrant leur portefeuille d'innovations. Celui-ci comprendra tout d'abord les innovations de réduction de coût, suivies ensuite d'un ensemble de réapplications court terme d'un marché vers un autre, complétées par des développements évolutifs pour niches à forte valeur ajoutée et

finale des innovations de rupture uniques à leur industrie.

Pour garantir le succès de chaque initiative, les décisions de développement devront prendre en compte les investissements des nouveaux équipements de bouchage et l'impact sur les cadences des lignes de conditionnement.

Avec le consommateur au coeur de cette matrice d'innovation et une créativité sans cesse renouvelée, les producteurs continueront à profiter pleinement de ces tendances de fond...



Question de caractère

Les vins nobles ont une forte personnalité, c'est pourquoi ils méritent un emballage irréprochable. KRONES offre aux caves de vinification des lignes complètes de remplissage et d'emballage à la hauteur de toutes les espérances.

Pour que le consommateur puisse savourer pleinement tous les avantages de votre vin.