

GIAN DE BELDER : RESPONSABLE DU DÉVELOPPEMENT CHEZ PROCTER & GAMBLE • INTERVIEW

„ Alléger l'emballage d'une lessive a un bénéfice environnemental infime comparé aux économies d'énergie d'un lavage basse température

Rencontre avec Gian De Belder, responsable du développement des emballages chez Procter & Gamble qui fait le point sur les orientations stratégiques du groupe en matière d'emballage, et nous présente aussi certaines nouveautés du géant américain des biens de grande consommation.

Dès pionnière de l'utilisation des ACV dans les années 1990, la multinationale américaine continue sur sa lancée de la gestion durable avec une double vision. Certes, Procter & Gamble témoigne sa bonne volonté en adaptant son « objectif identité », mais ne souhaite pas (encore) s'engager sur une date pour ses ambitieux objectifs à long terme : des usines fonctionnant avec 100 % d'énergie renouvelable ; 100 % d'emballage en matériaux renouvelables ou recyclables ; plus de déchets transportés en décharge et des produits conçus avec un souci de conservation des ressources.

EtIQ&Pack : Pour la division du développement des emballages, les objectifs à court terme en matière de respect environnemental sont-ils concrets ?

Gian De Belder : Oui, clairement ! Pour 2020, Procter & Gamble s'engage d'abord à réduire de 20 % la masse de l'emballage par unité de consommation et à remplacer des matériaux à base de pétrole par des matériaux « renouvelables ». C'est dit, nous continuons à privilégier une

approche globale du développement durable qui couvre produits, emballages et opérations industrielles et de distribution mais aussi l'usage en aval de nos produits. C'est à savoir essentiel pour l'empreinte carbone. Bien sûr, nous nous engageons à alléger le poids des emballages, mais toute la problématique des ressources est à considérer : économiser les matériaux en allégeant l'emballage d'un façon de lessive est important mais c'est un bénéfice infime comparé aux économies d'énergie d'un lavage à basse température. Ainsi, drogues et formulations innovantes restent-ils au cœur de nos recherches, comme en témoignent nos derniers développements pour Ariel et Tide.

Cette année, l'objectif stratégique de P&G d'acquiescer 50% d'idées innovantes à l'extérieur de la société est déjà dépassé.



EtIQ&Pack : Vos dernières réalisations en matière d'emballage témoignent-elles aussi de cet engagement ?

Gian De Belder : Certainement : c'est en avril dernier que nous avons lancé la nouvelle bouteille Pantène (conditionnement des shampoings et après-shampooing Pantène Pro-V Nature Fusion) réalisée avec du plastique à base de canne à sucre. En comparaison avec le HDPE



traditionnel, voilà une économie de 70 % d'énergie fossile en termes d'émissions de gaz à effet de serre. Il s'agit aussi d'une économie de 170 % d'émission de gaz à effet de serre par tonne, comparé aux plastiques traditionnels à base de pétrole. Ce produit apparaît dès cet été en Europe de l'Ouest avec l'objectif d'être présent dans toutes les grandes surfaces d'ici deux ans. Quand une marque comme Pantène introduit une telle innovation pour un produit de grande consommation, c'est un signe clair de notre engagement pour des emballages respectueux de l'environnement. Nous sommes fiers d'être les premiers dans le secteur des produits du « personal care » (soins personnels) à utiliser cette technologie mais nous devons admettre qu'il reste beaucoup de chemin à faire. Nous y sommes déterminés et notre but est d'apporter sur le marché des innovations importantes qui permettent à tous de mieux vivre, ainsi nous espérons que d'autres suivront cette voie.

EtIQ&Pack : Comment fonctionne l'innovation chez Procter & Gamble ?

Gian De Belder : Cela fait plusieurs décennies que Procter & Gamble investit massivement en R&D (voir encadré). Mais notre manière de le faire a évolué depuis une approche de la R&D menée en interne jusqu'à une gestion exclusivement tournée vers le concept de « Connect+Develop ». En effet, notre programme « Connect+Develop » nous a fait prendre conscience que les TPE, PME, universités et laboratoires sont souvent les véritables sources de l'innovation. De plus, ces derniers sont souvent désireux de nouer des partenariats harmonieux avec l'industrie. Cette année, l'objectif stratégique de P&G d'acquiescer 50% d'idées innovantes à l'extérieur de la société est déjà dépassé. Le taux de succès des projets d'innovations a doublé pour un prix d'acquisition en nette baisse. Concrètement, « Connect+Develop » est un site Internet global ouvert à tous, où il suffit de s'inscrire. Une description de nos besoins particuliers y est définie. Le site vise à stimuler à la fois l'émulation et l'excellence en matière de collecte d'idées et de gestion de l'innovation.

EtIQ&Pack : Faites-vous également des développements avec vos fournisseurs ?

Gian De Belder : C'est en effet un point très important. Nous collaborons beaucoup avec nos fournisseurs qui finissent dès lors par bien connaître nos besoins. A titre d'exemple en 2008, une collaboration fructueuse avec LyondellBasell, PTT et Alpla a permis d'utiliser une nouvelle résine fort performante pour trois modèles de contenants d'additifs de lavage en façon ISM.

Vous avez sans aucun doute également noté la nouvelle bouteille à anse intégrée « Deep Grip » à grande contenance. Elle a en fait été développée conjointement avec Sidel et PTL.

EtIQ&Pack : Quels sont les besoins en emballages de Procter & Gamble qui pourraient intéresser les transformateurs français ?

Gian De Belder : Nous sommes particulièrement à la recherche de concepts d'emballages innovants sur les lieux de vente : les technologies de décoration avec un intérêt particulier pour les effets de brillance, transparence et effets spéciaux. Tout ce qui concerne les emballages flexibles et rigides nous intéresse. Pour nos produits à utilisation domestique, les ouvertures faciles et les fonctions de retenir nous intéressent, tout comme les pompes et verseurs de mousse. Toujours dans le respect de l'environnement bien sûr, Procter & Gamble souhaite aussi aller à la rencontre du nouveau milliard de consommateurs dans les pays émergents, là où l'emballage mono-dose reste une priorité. Enfin, Procter & Gamble se veut responsable au niveau social et sociétal, comme en témoigne notre travail avec le WWF pour la protection de l'eau, des forêts et de l'énergie.

Ce n'est pas un hasard que nous avons complété l'objectif identité de notre entreprise : tant en termes d'emballage que de produits et au bénéfice de chacun de nos utilisateurs, c'est en cercle vertueux que nous souhaitons innover.

Propos recueillis par Dominique Hurst



GIAN DE BELDER EN QUELQUES DATES

RESPONSABLE DU DÉVELOPPEMENT DES EMBALLAGES POUR P&G EUROCOR

1975 Naissance en Belgique

1998 Diplôme d'ingénieur polytechnicien en chimie suivi d'une maîtrise en polymères et composites à l'Université de Louvain (Belgique).

Juillet 2010

Lancement de la bouteille « Deep grip » avec Sidel et PTL, bouteille large contenance à anse intégrée.

Mai 2011

Lancement de Pantène Pro V, première « piant bottle » (à base de plastique végétal) dans le secteur de la cosmétique



Rely on us.

- nyloflex®
- nyloprint®
- nylosolv®

Prenez-les tous !

- Technologie In-The-Round (ITR)
- Plaques d'impression flexo et typ
- Manchons et intercalaires de qualité
- Equipements efficaces pour le traitement des plaques
- Solvant de gravage écologique

Profitez de notre riche expertise

- Gamme de produits complète
- Service compétent
- Excellent savoir-faire technique
- Des solutions innovantes
- Une présence globale

Nous serions heureux de vous conseiller. Contactez nous !

Flint Group
Flexographic Products
T +33 3 8471 6738
info.flint@flintgroup.com

Flint Group
Flexographic Products
www.flintgroup.com

AUTO-PROMO

ETIQ & PACK

NE MANQUEZ PAS DE PARAITRE DANS NOS NUMEROS EXCEPTIONNELS À VENIR

L'IMPRESSION (OFFSET, FLEXO...) DU CARTON, SPÉCIAL DESIGN, LE NUMÉRIQUE À L'ASSAUT DE L'ÉTIQUETTE, INTERPACK, LE CLASSEMENT DE L'ÉTIQUETTE, LABELXP0...

VOTRE PUB DANS LE N°1 DE LA PROFESSION !

CONTACTEZ PHILIPPE MINGORI PAR TÉLÉPHONE AU 06 70 56 09 04 OU PAR MAIL p.mingori@mpmedias.com

