



21 MARS 2011

TOUJOURS PLUS DE PRATICITÉ DANS LE SNACKING

Le Sandwich & Snack Show a montré le dynamisme de l'offre en matière d'emballage, début mars à Paris.



L'essor des box et des cups et, plus généralement, des plats individuels micro-ondables, parallèlement au développement des sandwiches, montre à la fois la croissance et la diversification du marché de la restauration rapide. En progression de 60% depuis six ans, il est évalué à 31,2 milliards d'euros en 2010, dont 20% (6,4 milliards) pour le seul sandwich, d'après le cabinet spécialisé Gira Conseil. Les effets conjugués de la crise, de la réduction du temps passé à déjeuner, de la multiplication de produits plus sains ont favorisé cette explosion. Et stimulé l'innovation. Les multiples déclinaisons des box de pâtes, avec leur fourchette adaptée, commercialisées dans les grandes surfaces comme dans les sandwicheries, en témoignent : elles se sont vendues à 15 millions d'unités en 2010 et suscitent une concurrence effrénée. Il n'est pas étonnant, dans ce contexte, que le salon Sandwich & Snack Show, qui s'est tenu à Paris, Porte de Versailles, les 2 et 3 mars, ait fait le plein, avec 300 exposants, 175 innovations déclarées et 10 520 visiteurs.

Avec, parfois, le concours des fabricants d'emballages, les industriels de l'alimentaire – ceux des boissons sont plus en retrait – profitent de cette évolution en s'efforçant d'apporter encore plus de praticité et de facilité de manipulation, aussi bien pour les points de vente que pour les consommateurs. Ils concilient aussi ce critère essentiel pour le snacking et le nomadisme avec les préoccupations environnementales, compte tenu des volumes de déchets générés par ce type de restauration.

Éco-conception

Ainsi, Davigel, la filiale de Nestlé dédiée à la restauration hors foyer (RHF), propose Minute Cocotte, une gamme de plats cuisinés complets à destination exclusive de la RHF. Son originalité ? C'est un produit éco-conçu avec Eco-Emballages et le logiciel Packaging Impact Quick Evaluation Tool (PIQET). La barquette, dérivée des standards du suédois SilviPak, est en pulpe de bois et pelliculée à l'intérieur avec un film de 90 microns en polyéthylène téréphthalate (PET). Elle se referme grâce à un couvercle dans le même matériau. Saint

Jean a élaboré les recettes Saveurs Express à base de produits du terroir qualitatifs (quenelles, ravioles...) et les sert dans les « nomabox » de Pack Alim, des barquettes de 15 grammes associant carton et plastique thermoformé – mais facilement séparables après utilisation –, sans suremballage. Sojasun a choisi la solution micro-ondable à ouverture contrôlée du même Pack Alim – développée à l'origine pour Charal – pour son « Burger Végétal » (photo 2). Quant à Sapresti Traiteur, il espère imposer le croque-monsieur micro-ondable. Déjà récompensé par le grand prix Tendances et Innovations au Sial 2010 sous la marque Claude Léger (Intermarché), il est très pratique d'utilisation grâce à son étui cuisson en carton ondulé doté d'un susceptor conçu par Smurfit Kappa Siemco.

Pour débanaliser l'offre des salades, Mix Buffet renouvelle à la fois sa gamme Raconte-moi des salades et son conditionnement. Le bol (photo 3), auparavant en polypropylène (PP), est désormais en PET amorphe (APET), intègre 12% de PET recyclé et, grâce au bandeau en carton qui lui apporte de la rigidité, voit

ses parois passer de 700 à 600 microns d'épaisseur. Avec son fournisseur CGL Pack, Mix Buffet vise les 50% de RPET et une épaisseur de 450 microns d'ici l'automne. Pour sa part, l'allemand Salomon FoodWorld a développé la gamme surgelée ServEasy de spécialités asiatiques dans des barquettes faites main en feuilles de palmier (photo 5), recouvertes d'une feuille de bananier, prêtes à servir. Le sucré n'est pas en reste. Un air d'ici présente Juste, des mélanges de fruits secs et de fruits, en trois portions de 30 grammes, dans des pots en PP refermables « à l'infini ». Dans la 4^e gamme, Florette lance des fruits en barquettes individuelles de 100 à 120 grammes, avec une fourchette accolée (photo 1). Enfin, Yoplait Restauration redécouvre les vertus des sachets souples avec Pouch, une poche à sucer de spécialité laitière au goût de fraise, munie d'un bec prédécoupé.

Mais l'offre ne porte pas que sur les produits alimentaires. Elle inclut également les emballages, standards ou personnalisés, car ce secteur n'échappe pas à la règle : « l'emballage est un argumentaire de vente dont on ne peut se passer, tout passe par la vue et l'idée qu'on s'en fait, avant même d'y avoir goûté », rappelle Corinne Ménégau, directrice du salon. Europlastiques surfe sur la vague des box avec quatre modèles de pots, ronds

et carrés, translucides ou colorés. À associer avec les fourchettes de l'entreprise lavalloise ou celles, clipsables, d'Edgar's. Au catalogue de Plus Pack figurent les bols thermoformés Show-Bowl en RPET, dont les couvercles permettent d'optimiser l'empilage et, pour la communication, le passage d'une banderole ou d'une étiquette, la version 980 ml comprenant un réservoir pour une sauce ou un coulis. Par ailleurs, les réponses à la demande de produits plus écologiques abondent. Les visiteurs du salon ont ainsi pu remarquer les moules de cuisson en papier sulfurisé biodégradable Bio Food Pack de Gault & Frémont, les emballages plissés en papier ou en cellophane PleatPak et Magic Bag pour hamburgers et frites de GreenDustries Packaging, la gamme de vaisselle à usage unique et celle d'assiettes à base de pulpe de canne de Solia et Firplast, les bols et boîtes NaturalLine en carton (photo 4), les barquettes en kraft et les coffrets Macaron Kset en carton avec insert thermoformé en RPET de Comatec, ou encore les boîtes et barquettes ÉcoEcho en carton et acide polylactique (PLA), PLA cristallisé, RPET, polybutylène succinate (PBS), fibre de canne à sucre ou PP et carbonate de calcium de Duni. Et le dynamisme du marché n'est pas près de freiner cette tendance.

Arnaud Jadoul