

Une approche approfondie est un facteur de réussite essentiel

Delhaize économise 108 tonnes de plastique et remporte un Greener Packaging Award grâce au diagnostic emballages

En 2012, Delhaize a adapté son emballage pour les fruits séchés suite au diagnostic réalisé par la XIOS Hogeschool Limburg. Les résultats sont impressionnants. « Nous avons suivi l'avis des experts et remplacé les boîtes en plastique existantes par des sachets en plastique, ce qui nous a permis d'économiser 108 tonnes de plastique par an – sans sacrifier à la qualité du produit », déclare Jonathan Martens, Environmental Project Manager chez Delhaize. « Ce diagnostic est unique car il prend en compte tous les aspects de l'emballage ; de la protection et la conservation du produit au transport et à la logistique. » Fin 2012, le groupe Delhaize a été récompensé pour ses efforts, en se voyant décerner le Grand Prix lors de la première édition des Greener Packaging Awards.

prevent pack

L'emballage **au service** du produit

Pour Delhaize, la qualité du produit occupe une place centrale dans la politique en matière d'emballages. « Selon nous, il n'existe pas d'emballage idéal », explique Jonathan Martens. « L'optimisation des emballages doit être examinée produit par produit. Tout l'art consiste à percevoir au mieux les différents rôles de l'emballage en fonction du produit et de décider, sur cette base, le type et la quantité d'emballages nécessaires. »

« Etant donné que la qualité est essentielle pour nous, nous accordons une grande importance à la protection pendant le transport, à l'allongement de la durée de conservation et à une conservation optimale du produit au domicile du consommateur. La prévention du gaspillage fait également partie de nos priorités. Le nouvel emballage pour nos fromages en tranches en constitue un parfait exemple. En ajoutant un film plastique supplémentaire et en emballant les tranches par trois, nous nous assurons que toutes les tranches, jusqu'à la dernière, restent fraîches et savoureuses et ne finissent pas dans la poubelle. »

Enfin, le marché impose aussi des restrictions. « Les emballages de viandes en sont un bon exemple. Pour les consommateurs belges, un steak emballé sous vide est inacceptable, même si cela nécessite moins d'emballage et que la viande reste fraîche plus longtemps », déclare Jonathan Martens.



bon à retenir

La **qualité des produits** occupe une **place centrale** dans la politique des emballages de Delhaize. La réduction des emballages n'est pas un but en soi et ne peut pas mener à des compromis en matière de qualité.

Le diagnostic des emballages résulte en un **avis objectif** et **étayé** qui tient compte de tous les aspects relatifs à l'emballage.

Le **regard neuf** d'une partie externe est essentiel pour le succès du diagnostic et permet de trouver des solutions que vous n'auriez pas envisagées en tant qu'entreprise.

Une approche approfondie est un facteur de réussite essentiel



Prendre en compte **tous** les paramètres

« Une optimisation des emballages réussie n'est possible qu'en tenant compte de tous ces aspects », poursuit Jonathan Martens. « Adapter un emballage doit être le fruit d'une décision mûrement réfléchie, et c'est ce qui rend le diagnostic du XIOS aussi intéressant. Les experts partagent notre vision globale et ne se concentrent pas uniquement sur la réduction des emballages ; ils intègrent aussi tous les autres paramètres dans leur réflexion. »

Le regard neuf d'un intervenant externe apporte encore une valeur ajoutée. « La suggestion de passer de pots en plastique à des sachets en plastique pour les fruits séchés est assez radicale

et pas si évidente. En tant qu'entreprise, on est en partie aveuglé par nos propres activités et on ne voit pas toujours toutes les possibilités. Leur vaste expertise permet en outre aux experts d'évaluer l'impact d'une telle intervention sur la logistique (transport, stockage, colisage, systèmes automatisés). »

Pour finir, Delhaize a fortement apprécié la neutralité de l'avis. « De nombreux fournisseurs nous proposent des conseils gratuits », explique Jonathan Martens. « Rien de mal à ça, cela ne peut être que constructif. Le problème c'est que l'on ne sait jamais dans quelle mesure leurs objectifs commerciaux priment. Tandis qu'ici, l'on peut compter sur un avis objectif, étayé et nuancé. »

Jonathan Martens

« De nombreux fournisseurs nous proposent des conseils gratuits »

Pour en **savoir plus**

www.delhaize.be

www.greenerpackagingaward.be