

# notes et documents

## L'IMPORTANCE COMMERCIALE DE L'EMBALLAGE DANS L'INDUSTRIE DES FRUITS COLONIAUX



*Il ne suffit pas de produire beaucoup, car le jeu de la concurrence favorise toujours la qualité. Et à qualité égale, un produit bien et agréablement présenté se vend toujours mieux. Le rôle de l'emballage est donc très important. C'est pourquoi nous avons demandé à M. BOULAIS de présenter aux lecteurs de « Fruits d'Outre-Mer » une étude succincte dans laquelle seraient exposées les conditions que doit réunir l'emballage des fruits et de leurs dérivés. Nous sommes heureux de pouvoir remercier M. TKATCHENKO, Maître de Recherches, Chef de la Division de Chimie de la Section Technique d'Agriculture Tropicale du Ministère de la France d'Outre-Mer, dont nos lecteurs connaissent l'ouvrage sur la « Technologie de l'Ananas », du concours éclairé qu'il nous a apporté à cette occasion.*

J. A. MASSIBOT

*Chef du Service des Recherches Agronomiques  
de l'I.F.A.C.*



Bien que le conditionnement proprement dit des fruits coloniaux doive avoir une répercussion importante sur le chiffre de vente, nous nous efforcerons au cours de ces quelques lignes de ne traiter que du problème des emballages de Transport et de Présentation. Il est certain qu'une présentation impeccable

ne rimerait à rien si le producteur ne pouvait fournir un produit parfait. Dans le cas des fruits, ceci implique le triage, le calibrage et le nettoyage; les lots jugés impropres pour la vente en frais pouvant fort bien être utilisés par les industries de Transformation.

UNE OPINION UN PEU TROP RÉPANDUE EST QUE L'EMBALLAGE EST UN LUXE et que l'obtention d'un beau fruit est une fin en soi. Ce serait vrai si les consommateurs pouvaient se déplacer et, comme dans nos campagnes, acheter des pêches et des poires cueillies quelques heures auparavant.

Pour conserver à ce beau fruit, si péniblement obtenu, toutes ses qualités organoleptiques et le transporter dans les centres urbains dans un état aussi parfait qu'au moment de sa cueillette,

il faut se livrer à une suite d'opérations, dont la plus importante est le choix des matériaux d'emballage.

Tous nos fruits coloniaux doivent parcourir des milliers de kilomètres avant d'être livrés aux consommateurs, aussi faut-il leur assurer une protection particulière au cours du transport, puis une présentation agréable au moment de la vente.

On s'accorde généralement à trouver aux fruits américains une saveur médiocre et cependant leurs exportations augmentent dans des proportions incroyables. La principale raison n'est-elle pas la présentation remarquable de leurs emballages ?

Si nous voulons reconquérir les marchés où nous avons été distancés, il n'est que temps de faire aussi bien que nos voisins, et nous possédons en France des fabricants de matériaux d'emballage et de machines spéciales qui sont à même de satisfaire tous les goûts. Le premier salon de l'Emballage et du Conditionnement qui se tiendra en Octobre 1947 à Paris, prouvera facilement, qu'un effort commun, mené par tous les milieux intéressés, peut nous faire regagner en quelques années (2 ou 3 ans) le terrain perdu.

D'AUTRE PART, EN PLUS DE SES QUALITÉS DE PROTECTION ET DE CONSERVATION, L'EMBALLAGE COMMERCIALISE ET FAIT VENDRE.

— Commercialise, en facilitant la vente, en développant les notions d'hygiène qui, petit à petit, gagne le grand public.

— Fait vendre, en attirant les regards du passant, en le renseignant sur la nature, la qualité, le poids du produit, son prix... etc.

Comme nous le verrons plus loin, il est difficile d'établir le prix de revient des opérations d'emballage dans le prix de revient total d'un produit, mais, même sans faire intervenir l'accroissement automatique du chiffre de vente, la seule diminution du pourcentage de déchets en cours de stockage et de transport, rembourse largement les frais supplémentaires que le producteur a dû engager.

Les emballages de transport varient à l'infini quant à la nature, la forme, les dimensions. Toutefois, ils doivent tous présenter des conditions techniques bien définies telles que : rigidité, légèreté, prix de revient faible, possibilité d'aération du contenu, forme rectangulaire.

Les deux principaux matériaux utilisés sont par ordre d'importance le bois et le carton.

### CAISSE EN BOIS

Le bois est probablement le plus ancien de tous les emballages d'expédition. Chaque fois, qu'il sera possible de s'en procurer sur place, il sera tout indiqué de s'en servir pour l'emballage des fruits. Les caisses obtenues à partir de ce matériau sont rigides, légères (bois scié, déroulé, etc...), permettent une bonne aération et peuvent être facilement adaptées aux normes de transport.

Il est très important de choisir du bois dont la teneur en eau ne dépasse pas 18 %. Au-dessus de ce chiffre, la caisse est soumise à des efforts considérables pendant le séchage, ce qui entraîne le relâchement des joints, voir l'inefficacité du cerclage.

Au cours des récents Congrès qui ont réuni tous les milieux intéressés par l'emballage, le problème de la normalisation a été fréquemment débattu. Partisans et Adversaires de l'emballage perdu se sont affrontés mais il semble, en principe tout au moins, que ce soit les premiers qui l'aient emporté.

Nous ne pouvons que nous en féliciter car, il ne peut y avoir d'emballage parfait lorsque des producteurs essaient par une véritable politique de bouts de ficelle et de colle de doubler ou tripler la durée normale de service de leurs matériaux.

Evidemment, le moment est un peu mal choisi pour parler d'emballage perdu puisque nous manquons de bois et de carton, mais il est excellent que le principe soit posé et que chacun sache que, dans les limites de disponibilité de tels ou tels matériaux, l'emballage perdu doit supplanter l'emballage retournable.

Les dimensions standard à adopter ne sont qu'à l'état de projets et nos lecteurs pourront trouver quelques chiffres intéressants dans notre revue de Mai 1946.

Nous avons parlé tout à l'heure d'emballages rectangulaires. La définition en est simple : emballage non emboîtables dont les fonds et les couvercles ont la forme d'un rectangle ou d'un carré. Les principaux emballages rectangulaires sont les caisses, caissettes, cagettes, plateaux et cadres.

Les caisses californiennes et floridiennes ont été, jusqu'à maintenant, les plus utilisées pour le transport des agrumes, mais il serait nécessaire d'abandonner peu à peu la première qui ne donne pas de garanties suffisantes de solidité, pour ne plus utiliser que la caisse floridienne. Cette dernière pèse 4 kg. 400 environ et peut contenir une quarantaine de kilos d'oranges (1).

Faites de pin maritime, ses caractéristiques techniques sont les suivantes :

2 têtes constituées d'un cadre rectangulaire à 4 éléments, d'un panneau formé de 2 ou 3 planches jointives obturant l'espace vide du cadre et fixé solidement à ce cadre sur sa face interne (fig. 1).

Cadre : 4 montants de 290 × 33 × 22 mm.

Panneau : 288 × 288 × 3 mm.

1 séparation médiane : 295 × 290 × 8 mm.

8 planchettes de parois : 673 × 135 × 6 mm.

2 barrettes externes : 290 × 15 × 9 mm.

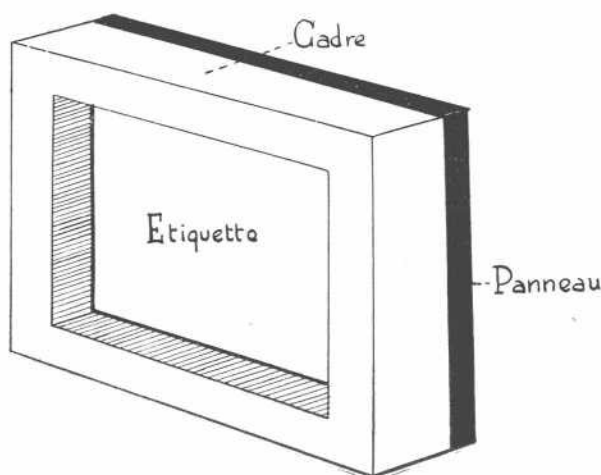


Fig. 1

On remarquera que la séparation médiane dépasse les planches de tête de 5 mm., ce qui oblige le couvercle à rester bombé et à épouser parfaitement la masse des fruits, même au cours du tassement inévitable produit par l'évaporation. Le cerclage n'est pas obligatoire avec de telles caisses.

(1) A titre d'indication, nous donnons ci-dessous le nombre de fruits, les calibres d'oranges et de pomeles emballés dans la caisse floridienne dont le poids net est de 40 kg 823 (90 livres) et 36 kg 287 (80 livres).

ORANGES			POMELOS		
Nombre de fruits par caisse	Diamètre en cm.		Nombre de fruits par caisse	Diamètre en cm.	
	Minimum	Maximum		Minimum	Maximum
96	8,568	9,358	36	12,700	14,122
126	8,094	8,884	46	11,898	13,016
150	7,620	8,252	54	11,108	12,214
176	7,292	7,936	64	10,634	11,582
200	6,976	7,620	70	9,990	10,950
216	6,660	7,292	80	9,516	10,476
250	6,344	6,976	96	9,042	9,990
288	6,028	6,660	112	8,726	9,674
324	5,712	6,344	126	8,410	9,358

D'après Citrus Industry of Floride — Department of agriculture (Tallahassee, 1946).

La caisse ne correspond pas à une définition précise. Elle sert à désigner de petites caisses, dont la « caisse des canaries » utilisée pour l'exportation des tomates vers l'Angleterre semble être le type le plus courant. Elle contient de 4 à 5 kgs de fruits et mesure  $400 \times 280 \times 110$  mm. Les ananas sont également emballés en caisses standard.

Aux Açores, dont la réputation n'est plus à faire sur les marchés Européens, les principaux types de caisses employés sont :

a) Dimension intérieure :  $0 \text{ m. } 55 \times 0 \text{ m. } 55 \times 0 \text{ m. } 20$ ; épaisseur des extrémités :  $0 \text{ m. } 02$ ; des côtés, fonds et couvercles :  $0 \text{ m. } 01$ .

b) Dimension intérieure avec séparation d'une épaisseur de  $0 \text{ m. } 025$  :  $1 \text{ m. } \times 0 \text{ m. } 50 \times 0 \text{ m. } 18$ .

La première de ces caisses contient de 5 à 7 fruits suivant la qualité et pèse environ 15 kgs. La deuxième caisse peut contenir jusqu'à 14 fruits de deuxième qualité (diamètre  $0 \text{ m. } 14$ ) et pèse environ 30 kgs (1).

### CAISSE CARTON

Le carton tend de plus en plus à remplacer le bois partout où ce dernier fait défaut. Son principal inconvénient résidait dans le fait qu'il n'assurait pas aux fruits une aération suffisante. On y remédie aujourd'hui en perçant un certain nombre de trous en des endroits bien déterminés.

De même que pour les caisses en bois, il importe de choisir un matériau solide ayant satisfait aux divers essais (résistance à l'éclatement, essai à la compression, plan incliné, tables à secousses, etc.).

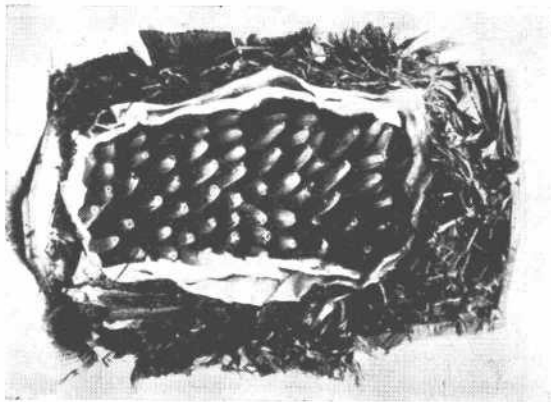


Fig. 2b. — Vue en coupe d'un emballage "vrac canarien" montrant les diverses couches de ouatellose et de papier fort. (Ph. OFALAC, Alger).

Les américains ont mis au point pendant la guerre une caisse en carton compact imperméable. Cette dernière était composée d'un certain nombre de feuilles de papier laminées et collées les unes aux autres par un produit à base d'amidon et de résine urée-formol. Toutefois, pour que l'imperméabilité soit parfaite,

(1) d'après les normes du Ministère de l'Economie Portugais.



Fig. 2a. — Un régime de bananes emballé pour l'expédition.

il faut ajouter sur les parois internes de la caisse une feuille de papier goudronné. Naturellement, cette question d'imperméabilisation ne joue pas pour les fruits frais, mais il y a un nombre infini de produits coloniaux, dont les bananes séchées et les boîtes de conserves, qui bénéficieront directement de ce progrès.

L'I.F.A.C. a d'ailleurs commencé une série d'études sur la résistance de ces caisses au cours des transports et il y a tout lieu de croire que les résultats seront satisfaisants.

Le cerclage est absolument nécessaire. Il double la solidité de la caisse et empêche le vol partiel du contenu.

L'utilisation de la bande de Kraft gommée est le complément indispensable de ce nouvel emballage. Un petit appareil permet de fixer automatiquement les bandes qui s'intègrent littéralement aux parois des caisses.

### EMBALLAGE DES FRUITS FRAIS

Etant assuré d'utiliser des matériaux suffisamment résistants pour conserver aux produits leurs qualités initiales, il faut ensuite se livrer à un second emballage, ou emballage de présentation. Ce dernier aura pour but d'assurer aux fruits ou autres produits une position stable dans l'emballage extérieure et une présentation parfaite au moment de la mise à l'étalage.

#### a) Bananes.

Le développement des transports maritimes spécialisés a fait disparaître l'emballage en caisse, pratiqué depuis longtemps aux Canaries.

Pour ce fruit l'emballage perdu est de pratique courante. On utilise, de plus en plus, à juste raison d'ailleurs, l'emballage

papier. La méthode qui semble la plus pratique consiste à envelopper le régime dans une feuille de ouatellose, puis dans une feuille de papier sulfuré. Les mains de bananes sont isolées des voisines et soutenues par des tampons de fibre de bois ou de paille d'avoine. Les extrémités de la feuille en papier fort roulées en couronne permettent à l'air de circuler à l'intérieur. Un emballage de ce genre pèse moins de 2 kgs et convient parfaitement pour tous les régimes (fig. 2a et 2b).

Ainsi protégés les fruits peuvent voyager dans des conditions parfaites de la plantation au port de débarquement, mais la présentation en régime n'est pas toujours suffisante dans la boutique du détaillant. De plus certains centres trop éloignés des mûrisseries risquent de recevoir des bananes atîmées par des manipulations trop fréquentes et couvertes de taches noires. La solution idéale consisterait alors à adopter la méthode américaine de redistribution pratiquée depuis plusieurs années dans certaines régions françaises Nord et Est en particulier. Les mains sont emballées séparément et disposées avec goût sur des lits de ouatellose, séparées les unes des autres par des papiers de couleur différente. On utilise des caisses standard de 20 kgs en contre-plaqué. Il semble que la combinaison de l'emballage en papier fort (1) pour le transport et de la caisse en contre-plaqué pour la vente de luxe représente le meilleur moyen de distribution à réaliser en Europe.

#### b) Agrumes.

Nous avons décrit sommairement la caisse floridienne qui doit, selon nous, être utilisée pour le transport des Agrumes.



Enveloppement individuel des oranges dans une feuille de papier de soie marqué.

Comment disposer les fruits d'une façon générale à l'intérieur des caisses ? Quels matériaux utiliser ?

Il existe un produit, la fibre de bois, dont l'apparition a révolutionné, il y a quelques années, les conceptions les plus modernes de l'emballage. Depuis 1942, ce matériau possède une dénomination officielle, du fait de l'homologation de la norme B 5.84

(1) Appelé couramment « vrac canarien ».

qui en définit les conditions générales de présentation, les dimensions, les essences, etc... L'épicea, puis les bois de pins donnent les meilleurs résultats pour l'emballage des fruits. Les autres essences possèdent une odeur trop forte qui se communique rapidement. Il y a intérêt à utiliser la dimension 12 x 100 qui donne des fibres courtes et élastiques, assurant un calage parfait. Le premier chiffre indique l'épaisseur et le second la largeur en 1/100 de mm.

L'élasticité est la propriété la plus importante de la fibre de bois. Les américains l'appellent sa « vie ». Il suffit, en effet, de comprimer une poignée de ce matériau et de relâcher l'étreinte pour voir la masse augmenter de volume, se détendre pendant plusieurs minutes. Malheureusement nos bois coloniaux ne semblent pas posséder cette « vie », et il est indispensable de se servir des essences énumérées plus haut. La fibre de bois assure en plus un isolement thermique parfait et se prête difficilement au transport des microbes et des poussières. Elle est peu putrescible et ne fermente pas.

Le meilleur moyen de l'utiliser est d'en faire des matelas que l'on dispose dans le fond et sur les parois. On tapisse le tout d'une feuille de papier, sulfuré de préférence, en tâchant de rabattre les bords le plus possible vers l'extérieur. La caisse ainsi préparée, on peut commencer le remplissage.

Il y a intérêt à effectuer le papillotage des fruits soit en papier de soie, soit en papiers spéciaux : aluminium, cellophane.

L'aluminium a une résistance très élevée aux variations de température. Il empêche les fruits de se dessécher et de se ratatiner. L'épaisseur moyenne des feuilles d'aluminium varie entre 5 et 8/100 de mm. La cellophane est également très efficace, mais il semble que la meilleure solution soit la combinaison de feuilles d'aluminium et de feuilles d'acétate de cellulose, la cellophane par exemple collée à l'aide de Butyral de Vinyle. L'impression de la feuille d'aluminium donne une présentation remarquable aux paquets; c'est de plus une excellente publicité, une « Marque » comme nous le verrons par la suite.

On dispose les fruits dans le fond de la caisse en rangées bien égales, séparées les unes des autres par un petit rouleau de fibre sous papier sulfuré.

Lorsque la première couche est posée, on ajoute un matelas de fibre et de papier et on dispose la seconde couche de la même façon. On peut recouvrir la dernière couche de fruits, de copeaux de cellophane colorée ou de fibre très fine, puis on rabat les bords des feuilles vers l'intérieur. Le couvercle capitonné n'est pas absolument indispensable, mais il contribue à donner à l'ensemble une solidité à toute épreuve. Pour les autres fruits tropicaux et subtropicaux tels que l'avocat, la mangue, la papaye, ces règles générales sont valables, l'emballage en plateau (c'est-à-dire un seul rang de fruits) est seul à préconiser. Cette méthode est déjà employée à l'étranger.

#### c) Ananas.

L'emballage de l'ananas pose un problème plus délicat. Il est difficile de le faire mûrir artificiellement comme la banane et en le coupant à l'état de maturité complète, on risque de livrer à la métropole des fruits trop avancés. Quoiqu'il en soit, le conditionnement dans la caisse standard, dont nous avons parlé plus haut, a donné les meilleurs résultats.





Fig. 3

Par suite de sa masse et de sa densité, l'ananas a tendance à écraser le matelas de fibre et à se creuser une large alvéole dans laquelle il peut jouer; aussi est-il recommandé d'utiliser des fibres très élastiques et très résistantes de dimension  $15 \times 300$  au minimum.

L'enroulement du fruit dans une simple feuille de papier glacé ou mieux sulfurisé suffit à empêcher toute évaporation et, par suite, la ratatinement. Les américains placent chaque ananas dans une petite boîte en carton, doublée de papier sulfurisé. Cette méthode donne un calage parfait à l'intérieur de la caisse et assure une présentation idéale pour la vente au détail.

Nous pensons toutefois que la vente de l'ananas frais ne peut toucher qu'une clientèle limitée et que, le débouché naturel de cette production est la conserve en jus ou en tranches, qui seule, permet d'utiliser des fruits présentant le maximum de qualités organoleptiques et de bonne présentation.

#### EMBALLAGE DES PRODUITS DÉSHYDRATÉS

Dans cette catégorie d'emballage la banane séchée domine nettement, et si nous avons besoin d'étayer notre argumentation en faveur de la présentation, sur un exemple concret,

nul doute qu'il serait difficile de mieux choisir que le cas de l'industrie de la banane séchée.

Après cinq années d'expérience, nous assistons à un échec complet de cette industrie de transformation. Partout, on constate une accumulation des stocks et la plupart des consommateurs interrogés déclarent que ce produit est loin d'être mauvais, mais qu'il est « sale ». Le problème, dès lors, est simple. Pourquoi un produit parfaitement mangeable ne se vend-il pas ?

Tout simplement parce que, neuf fois sur dix, sa fabrication et son conditionnement sont déplorables; un paquet sur deux contient des vers et dans ceux qui paraissent les plus sains, il n'est pas rare de trouver des insectes morts, ou leurs œufs, etc...

L'Institut des Fruits et Agrumes Coloniaux a déjà eu l'occasion de traiter de ce problème, mais il est bon d'en rappeler les principaux points.

D'une façon générale, le conditionnement a lieu sur la plantation à l'échelle individuelle. Les moyens d'emballage, généralement insuffisants, ne permettent pas une désinsectisation suffisante et les vers apparaissent immédiatement. Quelquefois, une Société se charge de ce conditionnement en faisant un Centre d'emballage. Malheureusement, ce dernier est situé le plus souvent loin du lieu de production et, en cours de transport, les bananes séchées sont tellement infectées qu'une désinsectisation, même poussée, ne donne pas les résultats escomptés. Pour obtenir un produit

parfait, il n'y a qu'une solution : Le centre d'emballage sur le lieu de production sous forme de coopératives où les planteurs viendraient apporter leurs régimes. La figure 3 montre un paquet de bananes séchées fabriqué en Amérique du Sud, précisément dans une de ces coopératives de conditionnement.

Le procédé employé est le suivant :

Les bananes choisies une à une, de même taille, sont desséchées dans des fours et laissées pendant 24 heures à ressuyer dans un local parfaitement propre, à l'abri des mouches et des autres insectes. Après désinsectisation, on les emballe sous cellophane et le tout est enfermé dans une petite boîte en carton, elle-même garnie d'un papier sulfurisé. Une fenêtre permet de voir le contenu du paquet. Par mesure de précaution, la boîte est recouverte d'une autre feuille de cellophane. Les fruits sont ainsi parfaitement à l'abri des attaques des insectes. De plus, cette boîte se prête à une présentation parfaite et a l'avantage d'attirer l'attention de l'acheteur. L'emballage sous simple feuille de cellophane, fait à partir de bananes transportées en vrac, n'a pas donné les résultats escomptés, aussi faut-il rénover complètement la présentation du produit.

Beaucoup de planteurs penseront que tout ceci est inutile et que la banane séchée disparaîtra fatalement du marché dès que le régime des transports spécialisés sera redevenu normal. C'est un point de vue un peu pessimiste et nous pouvons être persuadés qu'il y aura toujours en France, et surtout en Europe Centrale, un marché régulier pour des produits de première qualité. Comme pour la poudre de banane, l'industrie de la banane séchée servira alors à utiliser les fruits frais refusés par les services du conditionnement.

### EMBALLAGE DES PRODUITS CONGELÉS

Il est peu probable que la congélation des fruits puissent être appliquée sur une grande échelle dans nos territoires d'outre-mer. Toutefois, ce procédé qui ne peut manquer de se généraliser dans toutes les branches de l'industrie alimentaire, finira par avoir une certaine répercussion sur les marchés coloniaux. La plus grosse difficulté à résoudre est celle des transports à  $-18^{\circ}\text{C}$ . D'autre part, le prix de vente d'une marchandise transportée sur des milliers de kilomètres dans de telles conditions permettra-t-il de l'écouler facilement ? Voilà une question à laquelle il semble difficile de répondre à l'heure actuelle. Signalons toutefois que la Société Dole aux Iles Hawaï congèle des tranches d'ananas préparées avec un léger sirop, et les expédie enveloppées sous cellophane sur le marché américain.

On peut dire que presque tous les matériaux ont été essayés pour emballer les produits congelés. A l'heure actuelle, tout le monde s'accorde à trouver que la cellulose régénérée « cellophane » est un matériau remplissant toutes les conditions requises, à savoir : être inodore, avoir une bonne conductibilité thermique (la congélation rapide est effectuée dans l'emballage), être parfaitement imperméable, transparent, etc... Il existe une pellicule cellulosique « cellophane A.I.S. » qui a été spécialement adaptée pour tous ces besoins.

Ce matériau ne constitue toutefois que l'emballage intérieur. Il faut y adjoindre un emballage extérieur résistant, le carton

par exemple. Cette boîte en carton doit être, elle aussi, parfaitement imperméable, mieux, parfaitement étanche. En effet, même maintenue à basse température, la glace s'évapore fortement provoquant le dessèchement de la denrée. De plus, la vapeur d'eau qui se dépose à la surface du carton lorsque ce dernier est soumis à une température plus élevée que la sienne, finirait par détériorer son contenu. Les Américains utilisent avec succès une feuille d'aluminium comme emballage intérieur, et une petite boîte en carton paraffiné comme emballage de présentation. Cette boîte en carton, munie d'une fenêtre, peut être fort agréablement illustrée en couleurs différentes.

Pour le transport, il faut souligner l'avantage de la caisse en carton ondulé qui, grâce à ses propriétés isolantes provenant des couches d'air emmagasinées dans les canelures, permet une réfrigération moins intense en cours de transport.

### JUS DE CONSERVES

L'industrie des jus et conserves est appelée à se développer rapidement dans tous les territoires d'outre-mer. Jus d'agrumes et d'ananas, confitures de goyaves, marmelades pourront bientôt être produits en grande quantité et il est nécessaire de se préoccuper dès maintenant de leur conditionnement ; deux matériaux peuvent être principalement utilisés, le fer blanc et le verre.

#### Boîte métallique.

Ses principaux avantages sont la légèreté, la facilité d'emploi une résistance thermique et mécanique élevée. Par contre, sa résistance chimique est moins bonne. Les boîtes métalliques les plus couramment utilisées sont les boîtes en fer blanc (plaque d'acier doux recouverte d'étain).

La pénurie d'étain a obligé les constructeurs à se tourner vers des matériaux moins rares dont les principaux sont :

- l'aluminium pur à 99,5 % qui a une bonne résistance chimique, mais résiste mal aux chocs ;
- la boîte en fer noir, à condition qu'elle soit enduite d'un vernis suffisamment résistant ;
- la boîte mixte qui permet d'utiliser le fer blanc, la tôle vernie, le carton.

Parmi ces boîtes mixtes, signalons la boîte fer blanc — fer noir qui a donné de bons résultats. Néanmoins, chaque fois que l'on pourra s'en procurer, il y aura intérêt à utiliser la boîte en fer blanc ordinaire.

L'emballage de transport de ces boîtes peut fort bien se faire en caisse carton.

#### Bocal en verre.

Ses principaux avantages sont la transparence et une grande résistance chimique. Toutefois son poids élevé, l'encombrement qu'il provoque, n'en font pas un matériau idéal de transport. Il y a également lieu de faire remarquer aux industriels que son emploi est un encouragement aux conserves ménagères, donc un concurrent éventuel.

Nous verrons plus loin que cette possibilité de réutilisation exerce une forte attraction sur les acheteurs.

Le bocal en verre n'étant pas déformable, se prête peu aux températures de stérilisation (généralement aux environs de 100°C) qui peuvent provoquer l'explosion du récipient. Par contre, il peut parfaitement convenir pour les confitures ayant une proportion de sucre d'au moins 65 % avec un pH de 3.

### FACTEURS ESTHÉTIQUES

Il nous reste à voir maintenant la façon dont l'emballage de présentation doit être conçu pour attirer le client et, le cas échéant, lui faire acheter un produit auquel il ne pensait pas quelques instants auparavant.

Il existe une psychologie de l'acheteur, différente suivant qu'il s'agit d'un homme ou d'une femme, et que tous les vendeurs savent généralement utiliser.

Une présentation bien conçue doit elle aussi faire entrer en ligne de compte ces détails, peu importants à première vue, mais dont l'ensemble distingue un produit qui se vend, d'un produit qui se vend mal.

On a écrit des volumes entiers sur le choix des couleurs, des slogans, des marques en matière de présentation. Cependant la conclusion se ramène toujours à cette idée que, 85 % des acheteurs des produits alimentaires étant des femmes, il importe, avant tout, de chercher à satisfaire les goûts féminins.

Le premier objectif sera donc de faire naître la curiosité au moyen de couleurs vives et claires de préférence. Ces dernières ont en effet l'avantage d'avoir une propagation d'ondes lumineuses beaucoup plus rapide que celles des couleurs sombres et frappent l'œil immédiatement. Après avoir attiré l'attention de l'acheteur, il faut l'obliger à faire l'effort de recherches qui lui permettra de se renseigner complètement sur le produit. Il ne peut être question de slogan pour ce stade de présentation. L'emballage doit dire clairement par lui-même ce qu'est le produit, quel est son poids, son prix, ses diverses utilisations, etc... Ceci nécessite l'emploi d'un certain nombre de phrases qu'il importe de détacher de la façon la plus habile. Très souvent des acheteurs ne disposant que de faibles ressources n'osent pas poser de questions aux vendeurs par peur de traduire trop clairement leur crainte de dépenser une somme trop élevée.

Il existe un troisième stade de présentation qui est celui de la Marque, accompagnée ou non de son slogan. Cette marque, généralement alliée à un dessin, ou à un emblème, est presque toujours une dénomination de fantaisie, cherchant à rappeler le plus possible l'idée qu'on se fait de la marchandise.

Juridiquement, cette marque est protégée de la même façon que les brevets d'invention. Elle est à la fois un moyen de défense pour le fabricant et une garantie d'honnêteté pour le client.

D'après de multiples expériences effectuées dans les pays anglo-saxons, amateurs de statistiques, les clients s'en tiennent généralement à une marque déterminée, lorsqu'ils ont été satisfaits dès le début. On voit immédiatement l'intérêt que l'on doit porter au choix du slogan ou du dessin, puisqu'en définitive, c'est la faculté qu'aura l'emballage de s'imposer à l'esprit des clients qui fera redemander ou non le produit ainsi présenté.

Nous avons parlé un peu plus haut, au sujet des bocaux de verre, des possibilités de réutilisation de certains emballages. Toujours à la suite des expériences de vente effectuées dans de grands magasins, on s'est aperçu que de petits dispositifs, aussi simples que les versoirs, les bouchons stiligouttes, les poudreurs adaptés sur des emballages, augmentaient le chiffre de vente d'une façon considérable.

Il semble qu'à la suite de ces constatations, il y ait toujours intérêt à étudier une forme d'emballage pratique, pouvant servir à de multiples usages. La ménagère conserve beaucoup de petites boîtes, bocaux, flacons dans sa cuisine; c'est une réclame permanente et gratuite qu'il ne faut pas négliger.

Le fabricant dispose donc, grâce à sa Marque, d'un atout puissant. Tant qu'il produit une marchandise parfaite, il a la certitude de garder la préférence de sa clientèle, mais en contrepartie, il ne peut se permettre de mettre en vente un produit de qualité secondaire, sous peine de déprécier du même coup toute sa marchandise. C'est ce que nous appellerons « maintenir à un niveau constant le standard de production ». Si pour une raison quelconque il arrivait à ce fabricant d'avoir à écouler un produit « raté », il lui faudrait en assurer la vente soit en sous-marque, soit en « non habillé ». Il y aurait peut être une diminution marquée du bénéfice, mais ce serait insignifiant toutefois par rapport aux répercussions qu'entraînerait automatiquement une tentative de fraude auprès de la clientèle.

Au début de cet article, nous avons dit qu'il était difficile de chiffrer très exactement les prix de revient des opérations de conditionnement. Mais les résultats remarquables obtenus par tous les fabricants qui ont eu à cœur de livrer des produits parfaitement conditionnés sont là pour nous montrer le chemin à suivre.

Terminons cet article en citant cette phrase relevée dans l'encyclopédie annuelle de l'emballage « Emballages-catalogue 1947 » (1): « L'emballage paye parce que l'emballage vend ».

J. BOULAIS (I.F.A.C.).

(1) Compagnie Française d'Éditions, 40, rue du Colisée, Paris (8<sup>e</sup>).

## ***Le Salon de l'Emballage***

étant retardé aura lieu du 23 Octobre au 5 Novembre 1947  
à PARIS, Porte de Versailles.