

# TENDANCES [ & ] EMBALLAGES



SPECIAL  
SALON DE L'EMBALLAGE  
PACKAGING EXHIBITION  
PARIS



EXPRESSION LIBRE  
SELF-EXPRESSION

**PHILIPPE THUVIEN**

Directeur Packaging & Développement du Groupe L'Oréal  
Global Head of Packaging & Development, L'Oréal



*Les actualités techniques et pratiques du packaging - The practical and technical news of packaging*

## HYGIÈNE &amp; BEAUTÉ

## HYGIENE &amp; BEAUTY

l'emballage pensée pour que l'utilisateur final utilise l'intégralité du produit. De nombreuses marques de cosmétiques notent désormais dans leur cahier des charges cette exigence : créer un contenant qui permette d'utiliser tout le produit. La démarche se veut respectueuse à la fois de l'environnement et du portefeuille du consommateur, qui n'apprécie pas de jeter un conditionnement pas complètement vide.



© Phi Essentiel

Les nouvelles marques de cosmétiques et de soins s'emparent de ces réflexions pour en faire un de leurs points forts, à l'image de Phi Essentiel, lancée mi-avril 2016. La société s'est attachée à proposer à ses utilisatrices un packaging anti-gaspillage et éco-conçu. Juliette Bonner, créatrice de Phi Essentiel, a imaginé un soin cosmétique bio sur mesure dans un emballage inédit, pensé aussi bien en termes de recyclabilité, d'impact carbone, d'expérience consommateur que d'anti-gaspillage. Phi Essentiel propose un soin à personnaliser en ligne, que l'utilisatrice reçoit dans un carton conçu pour la jeune marque : dimensionné au plus juste, il contient 6 seringues en plastique recyclable à usage unique disposées sur leur support et un coffret en bois protégeant un flacon de verre. Le carton et les seringues sont recyclables, tout comme la boîte en bois, qui peut être jetée, mais à laquelle l'acheteuse est invitée à donner une nouvelle vie. « Je suis partie de mon expérience consommatrice, explique Juliette Bonner. Quand j'achetais des emballages, je trouvais terriblement frustrant de jeter une belle boîte neuve. Dès la création de ma marque, j'avais cette problématique en tête : que l'on puisse récupérer l'emballage et faire quelque chose avec. » Celle-ci, et celle du non-gaspillage : « J'ai choisi des conditionnements compte-gouttes et airless pour que l'utilisatrice puisse utiliser son produit jusqu'au bout. Dans toute ma démarche, je ne me place pas tant dans l'innovation du packaging, puisque je travaille avec des produits existants, que dans l'innovation de la démarche accompagnant la création de packaging. » Son coffret en bois est fabriqué en tilleul, bois PEFC issu des forêts du Jura, un matériau dont l'usage en cosmétiques se développe actuellement.

*the whole product. This approach is respectful of both the environment and the consumer portfolio, which does not like to throw away a not completely empty packaging.*

*New brands of cosmetics and health-care seize upon these reflections to make it one of their strengths, like Phi Essentiel, launched in mid-April 2016. The company is committed to offer its users a packaging that is anti-waste and eco-designed. Juliette Bonner, founder of Phi Essentiel, imagined a made to measure bio-cosmetic care in a unique package, thought of in both in terms of recyclability, carbon impact, the consumer experience and towards anti-waste. Phi Essentiel offers online customised care, the user receives the product in a box designed for this young brand: accurately dimensioned, it contains 6 recyclable plastic disposable syringes arranged on their support and a wooden box protecting a glass bottle. The cardboard and syringes are recyclable, as is the wooden box, which, can be discarded, but the buyer is invited to give a new life. "I am part of my consumer experience, says Juliette Bonner. When I bought the packages, it was terribly frustrating to throw a nice new box. Since the creation of my brand, I had this problem in mind: that we can reuse the package and do something with it." This and also that of non-waste: "I choose a dropper and airless type of packaging, so that the user can use the product right to the end. In my approach, I do not place myself in so much innovation in packaging, since I work with existing products, but in the innovation of the process accompanying the creation of packaging." Its wooden box is made of lime wood, PEFC wood (durable sources) from the Jura forests, a material whose use in cosmetics is developing.*

*Among the new entrants include Colorisi who chose PEFC cherry wood. Manufacturers like Axilone develops this "green attitude" with the use of bamboo packaging for lipstick, meeting the growing demands of the brands. "Lightweight and soft to the touch, this lipstick provides a technique identical to that of traditional lipsticks, with the eco-friendly approach and much more." It is the what is the "more" that makes the difference, as emphasised by the market research company Mintel, "when the price and perceived quality of the product are similar, consumers turn increasingly towards and ecological and alternatives solutions [...]." \*\**



© Phi Essentiel

■ Écrin rechargeable Colorisi, en bois de cerisier et aluminium brossé.