



© New Africa - AdobeStock

Supprimer des additifs, ajouter des extraits de plantes bio et des huiles essentielles. La recherche de la formule la moins nocive possible pour l'environnement et la santé fait partie de tout cahier des charges. Des informations obtenues grâce aux applications sur smartphone. Ou prochainement, grâce au nouvel outil développé par [Swania](#). "Nous serons les premiers à blockchainer nos formules. Le consommateur va pouvoir scanner ce qu'il y a dans le flacon grâce à un QR code", explique Daniel Chassagnon, le DG. Un packaging utile qui devrait ravir les acheteurs. L'emballage se trouve justement au cœur d'une question essentielle qui préoccupe enfin les industriels. "Il reste beaucoup à faire sur les emballages, soutient Mélanie Drobysz, chef de produit L'Arbre vert. Nous avons un problème d'approvisionnement aujourd'hui

Blockchain sur les formules

et certains fournisseurs nous proposent des plastiques contenant des ingrédients que nous refusons d'utiliser dans nos produits!" Depuis 2017, en partenariat avec Terracycle, l'Arbre Vert recycle ses recharges de lessive, de crèmes lavantes et de bicarbonate de soude pour leur donner une deuxième vie.

RECYCLAGE OU VÉGÉTAL

L'évolution de la législation y est pour beaucoup, certes, mais face à la connaissance accrue des consommateurs en la matière, il leur est nécessaire d'agir. Mais

entre plastique recyclé et d'origine végétale, les avis divergent. D'un côté, l'approvisionnement en plastique recyclé se complique. De l'autre, le plastique végétal est fabriqué à partir de canne à sucre spécialement plantée, l'impact écologique est très fort. En attendant de parler d'une même voix, les groupes agissent. Henkel augmente la part de plastique recyclé dans ses contenants Fa et Bliss, par exemple. Et si chacun ambitionne de réduire son impact écologique, d'autres alternatives comme le vrac permettent de se projeter dans un monde sans emballage. "Nous allons développer cette année le vrac en GMS avec une machine permettant de sécuriser le consommateur et le distributeur dans le respect de la propreté", explique Yves Boisselier, responsable commercial Nature et Stratégie. Il ne reste plus qu'à faire le plein, pour le consommateur, de cabas. ■