



Madame le Professeur Liliane Gallet-Blanchard, une grande bienfaitrice pour tous les étudiants et l'avenir de l'université Paris IV Sorbonne

J'ai connu le Professeur Liliane Gallet-Blanchard à l'époque où je faisais mes études en maîtrise LEA à Paris IV. Elle assurait un cours très original et unique par sa dimension professionnelle et innovante où intervenaient des professionnels en direct et même de l'étranger par liaison satellitaire. Ces technologies qu'elles mettaient en place il y a de cela plusieurs années, commencent à peine à être connues des grandes écoles. Cette volonté d'aller au devant et d'employer les nouvelles technologies dans l'enseignement font sans aucun doute de Mme Gallet-Blanchard, un grand Professeur visionnaire, en avance sur son temps. Ce sont des personnes comme elles qui font bouger les choses au sein des universités et croire en

l'avenir de ces institutions habituellement peu favorables au changement.

L'introduction d'un master en alternance spécialisé dans le commerce international a sans doute été une révélation pour l'ensemble des institutions de l'éducation nationale publiques ou privées, d'une part parce que la formation par l'entreprise permet aux étudiants d'acquérir une expérience d'une valeur inestimable sur le marché du travail, et d'autre part l'intérêt pour le commerce international commence à peine à se faire sentir dans l'enseignement supérieur alors que le marché demande des cadres qualifiés depuis de nombreuses années déjà.

L'ouverture des méthodes d'enseignement sur les nouvelles technologies est une des innovations majeures que le Professeur Gallet-Blanchard va apporter aux doctorants. Ainsi de nombreuses thèses allient désormais économie ou commerce international avec des études techniques. C'est grâce à l'ouverture d'esprit remarquable de Mme Gallet-Blanchard que des thèses portant sur des sujets techniques, alliant commerce international et étude d'une filière industrielle vont naître. Les branches de formation commerciales posent toutes le problème du manque de spécialisation dans un secteur industriel, ce qui représente un handicap considérable sur le marché du travail. C'est dans ce cadre que s'inscrit la thèse que je rédige actuellement sous la supervision du Professeur Gallet-Blanchard portant sur *l'Etude de l'évolution du « Smart Packaging » alimentaire et analyse des marchés des pays industrialisés : actualité et tendances*. De la recherche dans ce domaine a résulté la création d'une entreprise de conseil spécialisée dans le développement des *Smart Packaging* sur le marché européen, SMART-INPACK.



Ce qu'on appelle en anglais « Smart packaging » est un concept qui inclut à la fois les emballages intelligents et les emballages actifs (Robertson, 2006). Les emballages intelligents détectent le changement et le signalent, les emballages actifs détectent les changements et modifient leurs propriétés pour s'adapter à ce changement (Brody, 2010). Aujourd'hui l'emballage franchit une étape : d'un outil marketing et de vente, il devient un acteur qui prolonge la durée de conservation des aliments et les préserve, et un langage censé parler au producteur, au distributeur et même au consommateur. En parfaite contradiction avec toutes les législations qui définissaient l'emballage comme inerte, les nouveaux emballages sont des éléments actifs ou intelligents. Cependant, ce qu'en Europe et aux Etats-Unis on considère être des *nouvelles* technologies d'emballage, existe au Japon depuis plusieurs décennies déjà. Tout l'enjeu de cette thèse est donc de comprendre pourquoi et comment, sur un marché mondialisé où la course vers l'innovation et les nouvelles technologies est permanente, le *Smart Packaging* arrive en Europe avec autant de retard.

Habituellement, choisir un type d'emballage n'est qu'un élément négligeable dans la chaîne de production dont le principal critère est le prix. Le principe fondamental d'un emballage, quel qu'il soit est de procurer un moyen de préserver et de transporter le produit qu'il renferme tout au long du stockage et de la distribution. L'avènement des emballages *high-tech* a rendu le choix bien plus complexe même pour les produits de base tels que les aliments et les boissons. De plus, les consommateurs de mieux en mieux informés ont des attentes supplémentaires telles que la dimension écologique, pratique et esthétique tout cela dans un marché hautement compétitif.

D'autre part, les exigences des distributeurs poussent les industriels à rallonger la durée de conservation des produits. Les producteurs font face à un dilemme permanent celui de fournir des

aliments frais avec une durée de conservation courte ou alors utiliser les conservateurs pour améliorer la sécurité alimentaire. La création d'emballages intelligents peut donc être considérée comme un progrès naturel de l'industrie des emballages pour mieux répondre aux besoins des distributeurs et des consommateurs.

Enfin, l'industrialisation a causé la perte de la traçabilité des produits. Ce qui semblait superflu quand les produits étaient de qualité acceptable, devient aujourd'hui une nécessité. La contrefaçon, les intoxications et les questions liées au recyclage ainsi que la peur du terrorisme aux Etats-Unis ont changé la donne.

Le Smart Packaging est au stade embryonnaire avec très peu de professionnels spécialisés et d'utilisateurs finaux dans la majeure partie du globe, il commence depuis peu néanmoins à éveiller divers intérêts. Il existe encore trop de zones d'ombre, d'inconnues et de paramètres à définir pour établir des prévisions exactes. L'étude des marchés qui sont à ce stade irréguliers et lents à se développer est très complexe d'autant plus que le concept du Smart Packaging regroupe plus d'une vingtaine de technologies très différentes les unes des autres.

Ce sujet reste extrêmement complexe car entre l'Asie, l'Amérique, et l'Europe, les contextes réglementaires, culturels, les techniques industrielles et les niveaux de vie sont assez différents. Ce qui rend les marchés globaux des emballages actifs et les potentiels de développement très différents. Les coûts, la législation, les retours sur investissement sont autant de facteurs qui expliquent le déséquilibre entre l'intérêt que porte la recherche pour le Smart Packaging et sa commercialisation.

Certaines habitudes de consommation communes aux pays industrialisés telles que le développement du snacking, la réduction du temps et de la fréquence pour faire les courses, la demande pour les

plats faciles et rapides à préparer et à consommer, tous ces changements dans le quotidien des consommateurs sont à l'origine d'un marché global du *Smart Packaging*. Bien que la demande ne soit pas linéaire, mais bien au contraire spécifique à chaque pays, les axes majeurs tels l'absorption d'oxygène ou d'humidité représentent des sujets d'inquiétude communs à toutes les nations développées, d'où un marché international très demandeur, avec peu d'entreprises d'envergure internationale qui se partagent un marché colossal. Ce qui est différent avec les nouvelles technologies d'emballage, c'est que les consommateurs les remarquent à peine. Aussi, on ne peut pas prédire comment elles seront utilisées, tout ce dont on peut être sûr, c'est quelles vont nous surprendre.

Cette étude s'inscrit dans une époque où le regain d'intérêt pour le *Smart Packaging* pose un certain nombre de questions auxquelles nous tenterons de répondre. En effet, le changement de la législation européenne ouvre un marché colossal mais nouveau pour de nombreuses entreprises étrangères. Mais c'est aussi l'occasion d'évaluer le potentiel réel d'un marché capricieux et très particulier et la capacité des entreprises européennes à rattraper un retard technologique et de s'aligner sur ses concurrents pour sauvegarder des places sur le marché communautaire très convoitées par des concurrents internationaux. Le *Smart Packaging* est méconnu en Europe et surtout en France alors que le marché français est en ligne de mire des plus grands fabricants. Il paraît indispensable pour relancer cette industrie en Europe et s'aligner sur les recherches menées depuis des années dans d'autres pays, d'informer le public spécialisé ou non sur les divers enjeux commerciaux et techniques, de combler les lacunes de connaissances techniques, de dresser un bilan sur le marché actuel et d'inventorier ses perspectives futures sans négliger pour autant l'étude des flux d'exportation de ces emballages et des comportements d'entreprises.

Hommage au Professeur Liliane Gallet-Blanchard

Cette étude est destinée aux entreprises productrices ou utilisatrices de Smart Packaging pour qu'elles puissent apprécier l'état actuel du marché et avoir une visibilité à moyen et à long terme, mais aussi aux entreprises exportatrices pour leur permettre d'identifier les marchés niches et les marchés en croissance. Elle est destinée également au corps des nombreux chercheurs du domaine des Smart Packaging et bien sûr aux actuels et futurs consommateurs.

Avec Mon Eternelle Reconnaissance,

Et Mes Sincères Remerciements

A Madame le Professeur Gallet-Blanchard,

Linda MONBORREN-BENABDILLAH

