

AEROSOL FORUM

L'AÉROSOL EN QUÊTE DE NOUVEAUX MARCHÉS

Sur Aerosol Forum en mars, l'alimentaire était à l'honneur. Quelque 600 personnes ont participé à la quatrième édition du congrès.



La quatrième édition d'Aerosol Forum a eu lieu à Paris les 9 et 10 mars 2010. Cette année, le congrès organisé par Oriex dédié aux conditionnements aérosols a mis l'accent sur les nouveaux marchés. Car l'avenir du boîtier aérosol n'est pas forcément la distribution d'aérosols. En effet, par définition, un aérosol est un ensemble de très fines particules solides ou liquides en suspension dans un milieu gazeux. Cependant par extension, le boîtier et le système de distribution de ce nuage sont aussi appelés « aérosol ». Un raccourci qui peut porter à confusion. Car si un boîtier aérosol peut effectivement produire un aérosol à proprement parler, il peut également distribuer d'autres produits plus visqueux comme la crème Chantilly. Cette dernière est d'ailleurs quasiment la seule application du secteur alimentaire en Europe: elle représente 97 % du marché des aérosols alimentaires en Europe ! Aux États-Unis, si la crème fouettée est aussi le débouché principal des aérosols en alimentaire (50% du marché), d'autres produits sont largement diffusés comme l'huile de cuisson (25 %) et le fromage (15 %).

De nombreux atouts

Le conditionnement aérosol a de nombreux atouts pour séduire le secteur de l'alimentaire: il permet une facilité de dosage et une bonne conservation des produits puisqu'il est «airless»; il reste stable dans le temps et a un aspect qualitatif. La société Coltivia (Polenghi) croit en ses avantages et développe des préparations culinaires distribuées en aérosols. Les dernières proposées sont une mousse au chocolat et une meringue à l'italienne. Certains produits de Coltivia sont déjà commercialisés. Il s'agit d'un spray d'œuf pour dorure, de jus de citron bio, d'un film végétal et d'un spray anti-adhérent. «De 2008 à 2009, ces produits ont progressé en volume entre 25 % et 52 %», affirme Edoardo Ruga, directeur de Coltivia. Le

conditionnement aérosol est aussi un moyen de découvrir des textures et des saveurs culinaires. Pour le démontrer, le chef Pierre-Dominique Cecillon, a fait goûter aux 600 participants une mousse de petits pois à la française, une crème de foie gras et un cabillaud poché agrémenté d'une mousse de vinaigre balsamique. «L'aérosol

en alimentaire, ça a du sens», constate le chef. Si les consommateurs sont prêts pour de nouvelles expériences, ils restent néanmoins méfiants vis-à-vis de l'aérosol. Il peut être perçu comme polluant. Ce déficit d'image reste un frein en Europe pour son développement dans l'alimentaire.

Mirabelle Belloir

LES LAURÉATS DES PARIS AEROSOL AWARDS 2010



LE PRIX DE LA FONCTIONNALITÉ

a été remis au sous-traitant espagnol Francisco Aragon pour sa gamme de cirage pour chaussures Espuma. Le jury a apprécié l'ergonomie de cet aérosol nomade et sa praticité. Le système de diffusion-applicateur est fabriqué par Menshen.

LE PRIX DU DESIGN

pour la catégorie alimentaire, a été attribué au siphon de crème Elle & Vire. Le jury a aimé la forme de ce packaging en rupture avec l'offre uniforme de «bombes» de crèmes Chantilly. Le bidon en aluminium est fabriqué par Alucan, la gâchette spécifique est réalisée par Lindal et la crème est fabriquée et conditionnée par Incopack.

LE PRIX DU DESIGN

pour la catégorie beauté, a été décerné au soin Liftactiv retinol HA des laboratoires Vichy. Le jury a apprécié l'ergonomie et la praticité de ce produit. Il est conditionné dans un aérosol «bag-on-valve». La poche comporte une couche en aluminium pour éviter l'oxydation du produit. La pressurisation est réalisée à l'azote. Le système de diffusion est fourni par Coster.

LE PRIX DE L'ESTHÉTISME

a récompensé les aérosols Play Ball de L'Oréal Professionnel. Le boîtier en aluminium est fourni par Boxal, la valve par Precision. Le capot en Surlyn, injecté par MBF Plastiques, possède une double jupe pour faciliter le démontage des crans. Il est aussi doté d'un trottoir d'appui sur la coupelle qui permet au capot de ne pas casser lors du passage dans le bain d'eau chaude servant à vérifier l'absence de fuites.

LE PRIX NOUVEAUX MARCHÉS

a été remis au déboucheur sanitaire MTK A 2000 à air comprimé.

Une mention spéciale du jury a été décernée à Ibe, société spécialisée dans la production de boissons traditionnelles des Alpes. Le jury a apprécié le côté ludique de la boisson La Chèvre des Alpes.

Le jury a aussi voulu récompenser les efforts continus en matière d'esthétique et d'innovation de la société Tubex en lui remettant un certificat.