

## LE PACKAGING DES V&S (PRESQUE) À L'HEURE DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

**Proposer un emballage doté d'une seconde vie devient tendance. L'argument écologique n'est pas le seul à entrer en ligne de compte.**

*par Claudine Galbrun*

**D**e plus en plus de marques de V&S, notamment dans le secteur du luxe, pour des raisons évidentes de coût, ne se contentent plus de proposer un emballage qui ne serait qu'un simple emballage, si sédui-

sant soit-il, mais optent pour des coffrets offrant au consommateur une nouvelle fonctionnalité. On peut y voir l'envie de s'inscrire dans le cadre du développement de l'économie circulaire, un modèle économique dont l'objectif est de produire des biens et des services de manière durable, en limitant la consommation et le gaspillage de ressources, ainsi que la production de déchets.

« Offrir au consommateur un packaging disposant d'une seconde vie est quelque chose d'important. C'est lui envoyer le signal qu'il ne doit plus consommer n'importe com-

ment », estime Joackim Di Dio, responsable développement chez Adam, concepteur et fabricant de caisses en bois et qui a, entre autres, mis au point pour Mouton Cadet le coffret six bouteilles réutilisable avec ses deux tiroirs, qui se trans-

forme en objet de rangement. Les Vignerons

de Buzet revendiquent fièrement ce concept d'économie circulaire lorsqu'ils proposent leur gamme de vins vendus en coffret bois réutilisable. « C'est une façon de sensibiliser le consommateur à la réduction des déchets et cela rejoint notre démarche globale en matière de respect de l'environnement »,

estime Alix Rovira, chargé des relations publiques au sein des Vignerons de Buzet. Ce choix ne bride pas la création, bien au contraire. Ainsi, tous les deux ans, la fonction du coffret est renouvelée : après s'être transformé en nichoir pour oiseaux, il est devenu un plateau à tapas grâce à son dessus en ardoise, puis s'est converti en jardinière et même en tableau.

