Le point de vue du consommateur : qualité et commodité

Autor(en): **Aubry, François**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue économique franco-suisse**

Band (Jahr): **48 (1968)**

Heft 1: **Emballage et conditionnement**

PDF erstellt am: **23.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-887992

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Le point de vue du consommateur : Qualité et commodité

François AUBRY

Directeur de l'Institut national de la consommation

Les produits exigeant un emballage ou un conditionnement sont d'une variété telle, qu'il est bien difficile de donner des critères généraux de qualité pour ceux-ci et que la question doit être étudiée en fonction de chaque cas. C'est donc à l'occasion de l'examen de tel ou tel produit que l'on se préoccupe de porter un jugement sur la façon dont il est conditionné pour sa livraison au public. Plutôt qu'à fixer des règles générales, les quelques indications qui suivent visent plutôt à esquisser l''examen de cet aspect de la qualité.

On s'inquiétera en premier lieu de voir si, grâce à son conditionnement, un produit se trouve convenablement protégé contre les éléments extérieurs qui pourraient porter préjudice à la conservation de sa qualité d'origine.

Certains produits par exemple peuvent être affectés sensiblement par le contact avec l'eau ou simplement l'humidité. Pour de tels produits on s'assurera que leur conditionnement assure une parfaite étanchéité à l'humidité.

Certains produits alimentaires, notamment, ou pharmaceutiques sont sensibles à la lumière; il est évidemment désirable dans ce cas qu'ils soient conditionnés soit dans des emballages opaques, soit au moins dans des enveloppes filtrantes vis-à-vis de certains rayons lumineux. C'est pourquoi, certaines boissons comme la bière par exemple, sensibles à la lumière sont toujours livrées dans des bouteilles en verre teinté ou en boîtes opaques.

Dans d'autres cas, c'est du contact avec l'air que l'on doit se méfier à cause de l'oxydation que ce contact pourrait provoquer. Sans même parler d'oxydation, l'élimination du contact avec l'air peut être simplement motivée par la nécessité de protéger le contenu des poussières inévitablement véhiculées par l'air.

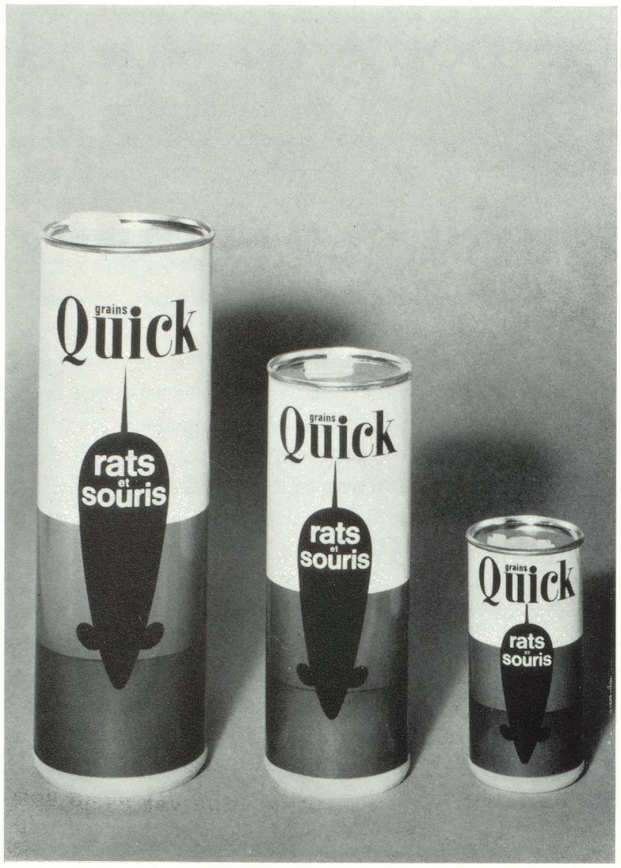
La fragilité de certains produits, aussi bien dans le domaine alimentaire, biscuiterie par exemple, que dans d'autres domaines telle que la petite mécanique, nécessite des emballages suffisamment rigides pour assurer une protection contre les chocs.

D'une façon générale enfin, — et ceci est particulièrement important pour les produits alimentaires, la parfumerie, les produits parachimiques, — il est indispensable qu'il ne se produise aucune interaction chimique du fait d'un contact plus ou moins prolongé entre un contenant et un contenu. De telles interactions même si elles ne sont pas graves au point de vue sécurité affectent toujours, soit le goût, soit l'odeur, soit l'efficacité des produits contenus.

On examinera d'autre part un emballage ou un conditionnement en fonction de sa présentation. Il est désirable notamment, que les illustrations ou mentions qui peuvent être portées sur un emballage, surtout s'il est hermétique, ne donnent pas à l'acheteur une fausse idée du produit contenu.

Dans toute la mesure du possible, les textes et illustrations extérieurs doivent comporter le maximum de précisions sur l'aspect et la consistance du produit conditionné. Nous ne saurions mieux faire, à cet égard, que renvoyer à une étude très complète qui a été faite par l'Union Fédérale de la Consommation sur l'étiquetage des produits.

Un critère enfin important sur lequel peut être jugé la qualité d'un conditionnement réside dans sa commodité d'emploi par l'acheteur du produit. Cette commodité



(Document Sodefine.)

(Document Sodefine.)

d'emploi est caractérisée notamment par la facilité de préhension, de manipulation, l'aptitude au rangement avec le minimum de volume perdu. A cet égard, les volumes cubiques sont évidemment supérieurs aux volumes ronds.

L'ouverture d'un conditionnement au moment de l'utilisation d'un produit pose également un problème à l'usager, notamment s'il est nécessaire d'utiliser pour cette ouverture un instrument extérieur.

L'élimination enfin de l'emballage vide n'est pas sans importance car elle conditionne une partie du travail de la ménagère, et on ne peut que se louer à cet égard de voir de nombreux fabricants de produits alimentaires chercher à remplacer les emballages repris, telles que les bouteilles en particulier, par des emballages perdus.

Il paraît difficile en restant sur un plan tout à fait général d'entrer dans des considérations beaucoup plus précises sur la qualité des emballages et des conditionnements. Les quelques notes qui précèdent n'ont pas d'autre prétention que de constituer une sorte d'aide-mémoire pour les différents aspects d'après lesquels on peut chercher à juger si un produit déterminé se trouve plus ou moins bien présenté aux acheteurs par son fabricant.