

L'emballeur emballé

Autor(en): **Denuzière, Maurice**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Généralions : aînés**

Band (Jahr): **28 (1998)**

Heft 2

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-826601>

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.

L'emballeur emballé

par Maurice Denuzière

Celui qui affronta en combat singulier un bocal de cornichons protégé de l'intrusion du gourmet par la sertissure d'un couvercle à dents coupantes, celui qui, ouvrant un paquet, connut l'étreinte angoissante des bandelettes adhésives, celle qui dut renoncer à la marmelade d'orange matinale, faute d'avoir pu débrider le pot, celle qui sortit avec un seul œil maquillé parce qu'un bâtonnet-éponge se déchaussa à mi-parcours, connaissent la malignité des emballages.

Dans un temps où l'on explique au consommateur que de jeunes génies du commerce, M. P. (Masters of Packaging), pâlisent sur des données informatiques pour faciliter la vie du consommateur, c'est-à-dire la consommation, nous sommes en droit de penser que le bon sens a déserté le monde clos des emballages.

Un rapide inventaire de quelques séquences de déballage, qui eussent autrefois inspiré M. Méliès, tend à prouver qu'il ne suffit pas d'acheter un produit alimentaire, cosmétique ou pharmaceutique pour avoir le droit de le consommer ou d'en user.

Dernièrement, alors que ses invités piaffaient devant des verres vides, j'ai vu un ami lutter, pendant un bon quart d'heure, pour tirer de son sarcophage de plastique moulé une bouteille de bourbon du Kentucky. Il n'y serait sans doute jamais parvenu sans l'aide d'un tiers, à qui l'extraction du flacon valut un ongle cassé. «Pire que la bouteille emboîtée est la bouteille entubée, commenta l'hôte. Vous saisissez le tube par le haut, le couvercle se sépare brusquement de l'étui, le flacon tombe, se brise et c'est la moquette qui boit!»

Depuis que les fabricants de boissons gazeuses ont décidé de livrer leurs produits dans des boîtes de métal léger pourvues d'une capsule à tirette, on ne compte plus les index fendus et les vestons tachés. Soulever l'anneau de la tirette demande déjà un sérieux entraînement. Il est contre-indiqué, dans le cas où la prise fait défaut,

d'utiliser un instrument contondant du genre épiluche-patates ou fourchette à escargots. Ce serait offrir une arme supplémentaire au fournisseur! Une fois la capsule ovoïde arrachée, et le geyser liquide répandu alentour, plusieurs situations peuvent se présenter. Complètement détachée, la capsule tombe dans le liquide et le buveur inattentif ou avide risque de l'avaler. Si la capsule se cramponne encore à la boîte par son extrémité, le danger est pour les lèvres et mieux vaut transvaser la boisson dans un verre. Enfin, si vous avez à faire à une capsule docile, qui s'offre à vos doigts libérée de toute attache, vous pouvez, soit la collectionner pour obtenir la prime qu'alloue la marque à tous ceux qui ont vidé deux cent cinquante boîtes sans aléas, soit, comme les jeunes Américains, la laisser tomber sur le trottoir au bitume ramolli, où elle s'incrusterait pour la postérité des cantonniers.

Ne croyez pas, surtout, que les emballages soient gens avarés qui rognent sur les matériaux d'emballage. Ainsi, vous avez commandé à une maison sérieuse un objet fragile. Buste de la Vénus de Milo en plâtre, cheval de l'époque Ming authentifié, bol à punch aux armes de la reine Victoria, porcelaine de Saxe à l'effigie d'Hillary Clinton, lustre de Murano à pendeloques, peu importe, ce qui compte, c'est l'emballage protecteur. La chimie moderne y a pensé en inventant le polystyrène expansé. Le nom fait déjà cosu et le produit, généralement blanc, léger comme un duvet, enrobe avec une générosité débordante l'objet qu'on y plonge. Qu'il se présente sous la forme de haricots, de dragées, de modules tripodes, de chips, ou de raviolis, il manifeste, dès l'ouverture du carton, une étonnante propension à se disperser dans l'appartement, avec la vélocité de l'insecte heureux de retrouver l'air libre. Pour peu que le temps soit sec et l'électricité statique complice, vous ne vous débarrasserez pas aisément du polystyrène expansé, dont la variété la

plus attachante, au sens propre du terme, est le granule, qu'un zéphyr peut transporter chez vos voisins.

Que dire des yaourts siamois, dont la séparation demande un doigté chirurgical? Si l'intervention rate, vous êtes assuré de gâcher le contenu d'un gobelet, peut-être des deux, si vous n'avez vraiment pas de chance. On court un risque semblable en délivrant, couteau en main, six bouteilles d'eau minérale de leur voile de plastique. La moindre blessure de leur paroi, si fine, provoque l'hémorragie qui les videra en une heure ou trois jours.

Plus que les fabricants de potage liquide, dont les P.-D. G. n'ont certainement jamais tenté d'ouvrir un de leur conteneurs cracheurs, les cosméticiens, aux prestigieuses signatures commerciales, sont attentifs à l'emballage. On a même le sentiment qu'ils ont retourné le vieil adage: «qu'importe le flacon, pourvu qu'on ait l'ivresse», en «qu'importe le parfum, pourvu qu'on paie le flacon». On vous dira qu'il s'agit d'œuvres d'art, qu'une femme reçoit avec gratitude et qui, même tirées à quelques millions d'exemplaires, feront le plaisir des collectionneurs et le profit des brocanteurs dans un siècle.

Passé encore pour le parfum, même s'il est issu d'un cocktail de pétrole et d'essences plus ou moins naturelles; mais l'emballage prime aussi pour les crèmes, les fluides, les gels, les shampoings, les mousses, tous produits souvent conditionnés de telle façon qu'un client économe ne peut les consommer jusqu'à la dernière goutte.

Enfin, il faut se souvenir que la plupart des emballages en matière plastique ne sont pas biodégradables. Il se pourrait bien que nous voyions réapparaître, sur la plage de nos vacances, la boîte, la bouteille ou le berlingot de polystyrène expansé que nous aurions abandonné à son sort.

Car, si la mer, parfois, tel le Léman, s'emballé, elle nous emballe tous... mais n'emballé rien! Elle restitue scrupuleusement nos emballages!

M. D.