



Emballage Digest
PACKAGING

N° 685 - Février 2024



ET SI ON REVENAIT À L'ESSENTIEL ?

Focus

■ United Caps poursuit l'automatisation de son site de Wiltz **p.6**

Actualité

■ Le premier centre de surtri des emballages plastiques voit le jour en France **p.10**

Linéaires

■ Upfield lance une barquette pour beurre à base de cellulose moulée **p.12**

Parfumerie&cosmétique

■ Nouvelle technologie de décor laser sur verre **p.18**

Pharmacie

■ Les tubes dermo-cosmétiques se mettent au vert **p.20**

Alimentaire

■ Le réemploi : un changement de paradigme majeur **p.24**

International

■ Xampla s'associe à 2M Group pour produire et distribuer à grande échelle **p.32**

Focus

■ United Caps continues to automate its Wiltz site **p.6**

News

■ France's first plastic packaging sorting center opens in France **p.10**

Perfumery&cosmetic

■ New laser decoration technology for glass **p.18**

Pharmacy

■ The dermocosmetic tubes turn green **p.20**

Food

■ Reusable packaging: a major paradigm shift **p.24**

International

■ Xampla partners with 2M Group to produce and distribute at scale **p.32**



Travaillons ensemble pour demain !

Depuis
1912

Rencontrez les héros du
développement durable !



LE MAGICIEN !

K3® r100

Il renouvelle la **recyclabilité** grâce à son pouvoir de tout séparer !



LE DURABLE !

Emballage réutilisable

Chaleur, froid, eau - peu importent les conditions, **il y résiste !**



LE PROTECTEUR !

Couvercle scellant

Il **défendra** vos aliments frais comme il se doit jusqu'à la dernière miette.

Venez nous
voir !

Mars 12-14
Stand 9-D14

L'INVISIBLE !

Emballage en r-PET

Sa **transparence** donne à vos aliments frais la chance de briller !



s o m m a i r e

Parole à...

5 Alexis Boyer, directeur logistique du groupe Manutan

Focus

6 United Caps poursuit l'automatisation de son site de Wiltz

Actualité

10 Le premier centre de surtri des emballages plastiques voit le jour en France

Linéaires

12 Upfield lance une barquette pour beurre à base de cellulose moulée
13 Chanel lance le premier mascara en aluminium recyclé

Parfumerie&cosmétique

14 L'étui met le papier en valeur
18 Nouvelle technologie de décor laser sur verre

Pharmacie

20 Les tubes dermo-cosmétiques se mettent au vert
22 Bormioli Pharma fait rimer innovation et durabilité

Alimentaire

24 Le réemploi : un changement de paradigme majeur
28 Des valves recyclables pour contrôle le débit

International

Revue de presse

32 Xampla s'associe à 2M Group pour produire et distribuer à grande échelle

Panorama

33 Film alimentaire PE haute performance



6



10



14



24

A world of...

5 Alexis Boyer, Logistics Director at Manutan Group

Focus

6 United Caps continues to automate its Wiltz site

News

10 France's first plastic packaging sorting center opens in France

Perfumery&cosmetic

14 How folding boxes highlight paper
18 New laser decoration technology for glass

Pharmacy

20 The dermoceutical tubes turn green
22 Bormioli Pharma combines innovation and sustainability

Food

24 Reusable packaging: a major paradigm shift
28 Recyclable valves for flow control

International

Press review

32 Xampla partners with 2M Group to produce and distribute at scale

Panorama

33 High performance PE food film

Avec nos clients, nous centrons nos développements
d'emballages sur des solutions
DURABLES, RENOUEVABLES ET BIODÉGRADABLES
qui aident à construire un monde plus responsable.



PAPER | PACKAGING | SOLUTIONS

Smurfit Kappa
**Better Planet
Packaging**



Notre couverture

BRODART PACKAGING

Tel.: 03 25 74 78 30

Web : www.brodart-packaging.fr

Contact : contact@brodart-packaging.fr

Imprimeur et transformateur d'emballages souples et d'étiquettes fondé en 1912. Depuis, la transmission des valeurs familiales perdure sur cinq générations de pères en fils et œuvre à la réussite du Groupe.

Nous fabriquons avec passion dans nos 10 sites de production Français des emballages et étiquettes qui répondent sur mesure à la complexité et à l'exigence des demandes. C'est fort de ce siècle de savoir-faire que nous maîtrisons toutes les technologies pour concevoir des packagings, de la réalisation de bobines aux sacs personnalisés avec impression ou dépose d'étiquettes, nos services conviennent à toutes les spécificités. Nous attachons une grande importance à réduire notre impact environnemental, c'est pourquoi nous déployons des solutions respectueuses de l'environnement et toujours en accord avec les nouvelles normes. Nous avons à cœur de soutenir nos clients avec proximité et écoute, du projet jusqu'au produit.



Des méthodes d'emballage innovantes pour limiter l'impact sur l'environnement tout en maintenant la satisfaction client

Pour un acteur européen de la distribution d'équipements et de fournitures BtoB comme Manutan, l'emballage des produits implique de trouver le meilleur équilibre entre des enjeux économiques, environnementaux et de satisfaction client. Pour y arriver, le groupe a fait de sa plateforme centrale de 50 000 m² située à Gonesse un terrain d'innovation. Nous y expérimentons et perfectionnons des idées que nous projetons d'étendre aux 12 entrepôts de Manutan en Europe.

De nouveaux emballages pour réduire notre empreinte environnementale

Pour limiter l'impact environnemental, nous avons commencé par utiliser exclusivement des cartons recyclés et recyclables, en maintenant bien sûr nos garanties clients quant à l'emballage de nos produits. Sur la plateforme de Gonesse, nous avons également remplacé le scotch traditionnel (fabriqué à partir de plastique et de pétrole) par du scotch en papier kraft qui, s'il est moins étirable, est plus vertueux sur le plan environnemental. Nous l'utilisons depuis deux ans, bien qu'il engendre une augmentation de 23% de nos coûts.

Par ailleurs, nous avons investi en août 2023 dans une « matelasseuse », une machine qui transforme les cartons de nos fournisseurs en matériaux de calage. Les feuilles cartonnées produites sont composées d'alvéoles (comme un nid d'abeilles) dont la flexibilité facilite la protection de tout type de produit. Efficace, cette solution n'a jamais fait l'objet d'une réclamation client depuis sa mise en œuvre.

Des emballages optimisés pour réduire les matériaux de calage et le nombre de voyages des camions

Notre centre de distribution européen à Gonesse est constitué d'un espace dédié aux petits produits : un auto-store dans lequel 60 robots gèrent 60 000 bacs afin d'acheminer les produits jusqu'aux équipes de préparation de commandes. Plusieurs machines y optimisent l'emballage des produits : des ouvreuses créant automatiquement deux formats de cartons en amont, et des fermeuses réduisant de 30 à 40% le vide des emballages. L'auto-store étant capable d'identifier les produits qui ont besoin d'une intervention humaine pour être emballés de manière optimale, ces derniers sont dirigés vers un poste de travail spécifique pour une mise sous enveloppe. Là aussi, la solution est constituée de matériaux 100% recyclés et recyclables, sans sac en bulle d'air de protection à l'intérieur.

Nos investissements nous ont permis de supprimer entièrement nos matériaux de calage, et d'optimiser l'espace dans les camions grâce à la réduction de la taille des colis (1 à 2 camions en moins par jour pour livrer un même volume de produits).

La revalorisation des palettes : une idée née d'une pénurie de matières premières

Il y a environ deux ans, dans un contexte de pénurie des matières premières et face au risque de nous retrouver sans aucune palette (alors que nous en expédions plus de 1 200 par jour), le groupe Manutan a décidé de réparer les palettes cassées. Aujourd'hui encore, une personne répare 90 palettes par jour et permet au groupe de commander deux camions de palettes neuves en moins chaque mois. Cette initiative engendre près de 75 000€ d'économie à l'année sur les achats de palettes neuves.

Nous avons ensuite eu l'idée de construire des palettes sur-mesure à partir des cornières en bois récupérées en amont. Ces créations nous ont permis d'améliorer davantage encore les conditions de transport de nos produits : leur diversité est gérée de manière plus optimale, les charges débordantes sont évitées et le risque de casse est réduit.

Pour envoyer nos 80 000 enveloppes chaque année, nous avons besoin de 1 320 000 cartons, 30 300 rouleaux de scotch kraft, 1 400 000 palettes... Ce volume d'activité fait de l'éco-responsabilité un défi complexe, mais nous œuvrons pour trouver des solutions ! Chez Manutan, nous souhaitons contribuer à une planète plus durable en mobilisant l'ensemble de notre chaîne de valeur et en déterminant des objectifs aussi ambitieux que la suppression totale du plastique dans tous nos entrepôts en Europe d'ici trois ans.

United Caps poursuit l'automatisation de son site de Wiltz

Le fabricant luxembourgeois, United Caps, spécialiste des bouchons plastique et autres systèmes de fermetures de contenants alimentaires et de produits chimiques, investit dans son usine de Wiltz pour automatiser les fins de ligne tout en poursuivant la transformation de ses outils de production vers la fabrication de bouchons solidaires et/ou allégés.



2

Si le cœur de métier d'United Caps reste l'injection plastique, l'entreprise a su compléter son activité par des expertises connexes : étiquetage IML, impression pour les bouchons attachés, pose de joints étanchéité, ou encore assemblage de bouchons multi-composants (produits plus complexes, et à plus forte valeur ajoutée). Malgré un chiffre d'affaires en recul – 170 M€ en 2023 contre 185 M€ en 2022

– engendré par une consommation en berne et une chute des prix du coût des matériaux, le fabricant luxembourgeois reste optimiste et poursuit ses investissements. C'est le cas à Wiltz, son siège social, où est installée une usine trentenaire, certifiée ISO 14 001 et BCR-IOP. Le site d'une superficie de 3500 m² produit trois millions de bouchons par an **1**, soit un tiers de la production totale du groupe. L'entreprise luxembourgeoise s'appuie, en effet, sur un parc industriel de dix usines en Europe et une autre installée à Kulim en Malaisie. «Notre stratégie a toujours été de produire pour les marchés locaux afin d'être au plus proche de nos clients et de leurs besoins industriels», explique Benoit Henckes, pdg d'United Caps **2**.

Automatisation des fins de ligne

Articulée autour de trois halls de production **3**, l'usine de Wiltz abrite un large panel de process technologiques et de savoir-faire industriels.

Le premier hall est ainsi dédié à la production de capsules de café – avec pose d'opercule et étiquetage IML – mais également à la fabrication de bouchons twist-off pour bocaux. Adjacent, le 2^e hall est, quant à lui, totalement dévolu à la production de bouchons pour bouteilles de lait et d'eau. Un cobot **Doosan** a été installé l'an dernier pour aider à l'étape finale de formage de cartons et de conditionnement des



United Caps en dates clés

- 1939** : naissance de Resibel en Belgique avec la fabrication de produits en bakélite dont des systèmes de fermeture.
- 1982** : Resibel s'associe avec Delatour (France).
- 1992** : création de Wincap au Luxembourg, joint-venture entre Resibel et Delatour.
- 2003** : Procap voit le jour après la vente des parts de Delatour.
- 1998-2013** : acquisitions en Espagne (DPC), Irlande (MacFarlane), Luxembourg (Elocap) et Allemagne (Schöeller Cap Systems).
- 2015** : changement de nom et naissance d'United Caps.
- 2017** : extension du portfolio avec acquisition de Dewitt Plastics et Closures4you.
- 2018** : acquisition d'Embalatap (Espagne). Le seuil des 10 Mrds de bouchons fabriqués par an est atteint.
- 2019** : 80^e anniversaire du groupe. Inauguration de United Caps Kulim en Malaisie.
- 2020** : création de nouvelles usines à Dinnington (UK) et Valfrembert (France).
- 2022** : acquisition du mouliste Simon (France).
- 2023** : rachats de Badorch (Espagne) (reprise des actifs pour le site espagnol) et de la business unit bouchons de Rassbach (Allemagne), ce dernier souhaitant se recentrer sur les barquettes IML.

CRYOVAC[®]
BRAND FOOD PACKAGING

SEE[®]

PENSER L'EMBALLAGE DE DEMAIN, ENSEMBLE

CRYOVAC[®] accompagne ses partenaires avec des solutions toujours plus durables et performantes.



Découvrez nos engagements, nos solutions
d'emballage et d'automatisation



RENNES
12-13-14 MARS
2024
RENNES PARC EXPO

HALL 9
STAND E9





bouchons avant expédition dans des stocks box 4. «1,5 M€ ont été investis pour l'automatisation de ces deux halls. Les solutions de robots collaboratifs nous permettent de redéployer les opérateurs sur des postes plus stratégiques. Le prochain chantier concernera la mise en place de nacelles aériennes pour le convoyage des cartons et palettes vers des stations de filmage et d'impression en lieu et place des étiquettes. Les premiers essais sont concluants, les travaux démarrent et devront être finalisés avant le mois de juillet», détaille Steve Stockwell, responsable production de l'usine de Wiltz. Enfin, un

dernier hall est spécifiquement occupé par les lignes de production de bouchons

pour briques de lait. L'espace est en pleine effervescence : les équipes y terminent le montage d'une nouvelle ligne dédiée à la fabrication du bouchon 23-H PAK 5 pour le compte d'Elopak. Constitué de trois pièces – le bouchon, le verseur avec filet et le putter (élément de découpe) – et d'une nouvelle bande d'inviolabilité, ce nouveau bouchon attaché vient remplacer un bouchon deux pièces jusqu'alors utilisé, comme l'exige la directive (UE) 2019/904 sur les bouchons solidaires qui prendra effet au 1^{er} juillet 2024. Grâce à son système breveté, son bord tranchant est spécialement conçu pour couper le trou pré-laminé avec un minimum d'effort. «Le 23-H PAK permet une ouverture facile et nette de la brique carton, sans endommager ni détacher aucune pièce du bouchon, ce qui le rend plus facilement recyclable. Sa fabrication a nécessité la mise en place de nouvelles presses, nouveaux moules et lignes d'assemblage sur ce hall», détaille le responsable de l'usine. Solution prête à l'emploi, le 23-H PAK s'intègre facilement à toute ligne de remplissage sans adaptation préalable, selon United Caps. Fort de son succès, une version aseptique du H-Pack voit le jour en diamètre 23 et 27 à destination du secteur laitier.

Innover par le biais de la durabilité

En s'appuyant sur un outil industriel conséquent (217 presses de 50 à 650 tonnes, 53 machines d'assemblage et 21 lignes d'impression au total), United Caps a su se forger une image d'expert de la pièce plastique injectée pour fermeture, bouchon et couvercle, à quelques exceptions près comme pour les capsules café ou les mesurette pour lait en poudre. «Nos produits ont des contraintes et fonctionnalités que doivent prendre en compte nos équipes R&D basées à Messia-sur-Sorne en France dans tout nouveau développement. Heureusement, il reste encore des évolutions technologiques possibles sur le choix des matériaux, l'optimisation des moules, les procédés de production ou encore l'étape post-molding», confie Benoit Henckes. La RSE oriente d'ailleurs fortement les choix du fabricant luxembourgeois dans ses

projets et derniers concepts. «Notre objectif est de proposer des bouchons fabriqués à partir de 100% de plastique renouvelable ou de plastique recyclable», annonce Rony Van Regenmortel, responsable durabilité à la direction d'United Caps. Pour quantifier les efforts d'éco-conception réalisés sur les références de son portefeuille, l'entreprise a mis au point l'outil de calcul d'ACV baptisé GaBi (émissions carbone, eau, acidification des sols, etc.). «Il permet de suivre les initiatives prises pour améliorer le profil de nos produits. Pour accompagner cette démarche, toutes nos usines tournent depuis un an à l'électricité verte. D'autres investissements ont été déployés pour décarboner davantage encore nos sites : remplacement de machines hydrauliques par des modèles électriques, installation de systèmes de refroidissement des lignes et de panneaux solaires quand cela est possible», complète Rony Van Regenmortel.

Allégement, bouchons attachés et ressources biosourcées

Plusieurs derniers lancements privilégient la voie de la réduction du poids du bouchon. A l'instar de Kindcap 6, un couvercle pour boîte de lait infantile, fabriqué à partir d'un mélange unique de résines PP qui utilise moins de plastique dans le processus de production. Moins coûteux que les bouchons en PE traditionnels et plus flexible, le Kindcap facilite l'ouverture sans distorsion de forme. Couvercle le plus fin et le plus léger du marché (-35% de gain de poids) selon son fabricant, il ne nécessite que peu ou pas de modifications des lignes existantes et affiche une vitesse de bouchage maximale de 510 bouchons par minute pour le 99 Kindcap (4,15 g) et de 320 bouchons par minute pour le 127 Kindcap

(7,2 g). Autre illustration avec le New 29

Flip-on, 20% plus léger qu'un bouchon standard 29/21 CTC dédié aux huiles alimentaires. Avec un poids plume de 1,6 g et une bande d'inviolabilité qui reste attachée après ouverture, le bouchon s'utilise d'une seule main et permet de sécuriser le remplissage, le transport et la mise en rayon. Autre piste explorée : l'injection de gaz permet de diminuer la densité totale du bouchon. La technologie a été déployée lors de la production du bouchon WIP Mucell, pour un gain de 8% du poids initial. «Il est plus facile de travailler

l'allégement d'une référence même si aujourd'hui, l'ensemble du secteur cristallise leurs efforts pour basculer leurs lignes vers des bouchons solidaires. Avec notre gamme de bouchons attachés UCTC 7, nous offrons un large panel de solutions adaptés aux besoins de chaque client. Il est tout de même intéressant de noter que les bouchons attachés sont en moyenne 30% plus lourds qu'un bouchon classique, ce qui est somme toute assez contradictoire avec les efforts d'allégement de notre filière», note Rony Van Regenmortel. En parallèle, la recherche de résines biosourcées – «biobased ou drop-in biobased» issues d'un feedstock de 2^e génération – se développe tout comme la recherche de PE/PP de grade alimentaire par la voie du recyclage chimique.

D. Maïz



Brodart renforce sa position sur le marché de l'emballage fromager avec l'acquisition du groupe Richard Laleu

Après deux années de discussions, le groupe familial Brodart, imprimeur et transformateur d'emballages souples et étiquettes, a officialisé le 31 janvier dernier, l'acquisition du groupe Richard Laleu, son concurrent direct, détenu jusqu'ici par Françoise Andres, petite fille du fondateur. C'est une même passion pour l'emballage fromager, une histoire familiale similaire, des valeurs communes et une complémentarité évidente de leurs produits et technologies qui a conduit à ce rapprochement.

Cette union permet à Brodart Packaging d'intégrer certes les activités de l'entreprise Richard-Laleu (situé à Iteuil, dans la Vienne), spécialiste des emballages fromagers et de beurre (emballages souples, complexes de cuisson, étiquettes, manchons ou wrapp), mais également celles de la société Polykote (situé à Gournay-en-Brie en Seine-Maritime), expert en films techniques multicouches pour l'industrie (ramettes de papier et matériaux d'isolation notamment). Le groupe champenois élargi emploie aujourd'hui 450 salariés et compte désormais 10 sites de production (4 dédiés à la production d'étiquettes et 6 à celle d'emballage souple – bobines et sacs) pour un chiffre d'affaires global de près de 90 millions (67 millions avant le rachat).

Il devient par la même occasion le leader français de l'emballage de fromages à pâte molle et un acteur incontournable à l'échelle mondiale.



Sébastien Brodart.

plus ou moins long terme, d'en faire son laboratoire interne et de s'appuyer sur son expertise pour développer un site de production de supports enduits qui permettra de répondre à une demande croissante du marché pour ce type de supports.

L'enthousiasme des équipes est réel et l'étude d'autres synergies possibles en cours.

Pour accompagner son portefeuille élargi, le groupe a d'ores et déjà procédé à une réorganisation de sa direction commerciale et à son renforcement avec le recrutement d'une nouvelle directrice pour son activité flexible. Son arrivée est prévue courant mars.



Devant le site Richard-Laleu avec de gauche à droite : Michel Brodart, Président du groupe Brodart, Françoise Andres, ancienne Présidente du groupe Richard-Laleu, Sébastien Brodart, Directeur général du groupe Brodart et David Brodart, Directeur adjoint du groupe Brodart.

Un élargissement de son assise à l'international

La décision stratégique du rachat de Richard-Laleu ouvre également de nouvelles perspectives en dehors des frontières pour le groupe Brodart qui réalise déjà 11% de son chiffre d'affaires à l'export.

Le groupe était jusqu'alors présent en Europe, au Canada, aux Etats-Unis, en Australie, Nouvelle-Zélande, Russie et au Japon. Richard-Laleu lui permet désormais d'accéder à de nouvelles zones parmi lesquelles l'Amérique Latine ou encore l'Angleterre.

110 ans et plus dynamique que jamais

Les projets se bousculent chez Brodart Packaging. Le groupe envisage en effet la modernisation de plusieurs de ses usines au cours des deux prochaines années grâce à un investissement de près de 13 millions d'euros. Au nombre de ces projets, le doublement de la surface de son usine d'étiquettes de La Halle et la construction d'un nouvel atelier sur un terrain récemment acquis à Breger Centre. Côté machine, le groupe étudie l'achat d'une nouvelle ligne d'impression. Flexo ou offset le choix n'est pas encore arrêté.

Pour en savoir plus, rendez-vous du 12 au 14 mars au CFIA de Rennes, Hall 9 - Stand D40.



Machine d'impression Comexi F4 installée sur le site Richard Laleu depuis 2021

Des synergies évidentes

L'intégration du groupe Richard-Laleu s'est imposé pour Brodart Packaging comme une formidable opportunité. Celle, bien évidemment, d'étoffer ses gammes avec des produits et marchés complémentaires, de découvrir de nouvelles méthodes, de massifier ses achats et sur le plan industriel de pouvoir, surtout, mettre en place un back-up de ses process de fabrication d'emballages fromagers, une activité stratégique pesant pour 40% du chiffre d'affaires du groupe Brodart Packaging. Jusqu'alors, ce back-up n'existait que sur une partie du process, l'impression et la découpe de bobines. Dorénavant, Brodart possède deux sites qui lui permettent une duplication complète des process, sécurisant ainsi ses productions clients. En ce qui concerne la société Polykote, Brodart Packaging envisage, à



Emballage Chaussée aux Moines imprimé flexographie.



Le lait de chèvre Bio : sac stand-up avec bouchon.



Emballage Tartiflette imprimé en héliogravure.



BRODART PACKAGING 42 rue de la Paix • Bâtiment 3 • 10000 Troyes
+33 3 25 74 78 30 • www.brodart-packaging.fr • contact@brodart-packaging.fr

Le premier centre de surtri des emballages plastiques voit le jour en France

Vendredi 19 janvier, à Ruffey-lès-Beaune (Côte d'Or), Jean Hornain, Directeur Général de Citeo, et Pascal Secula, Président de Bourgogne Recyclage, ont inauguré le 1er centre technologique 100% dédié au surtri des emballages en plastique en France, offrant ainsi un nouveau débouché de valorisation à des déchets jusqu'alors dirigés vers l'incinération ou l'enfouissement.

Fruit d'un investissement global de 26 millions d'euros – dont 20 millions d'euros de Citeo et 433 000 euros de l'Ademe – et construit dans une logique partenariale avec Bourgogne Recyclage retenu lors d'un appel d'offre de l'éco-organisme, ce centre amorce un changement d'échelle pour le recyclage des emballages en plastique et leur retour au contact alimentaire. «Le coup d'envoi donné à ce site est une étape majeure, qui permet de créer des débouchés pour nos emballages en plastique qui jusqu'à présent échappaient en partie au recyclage», précise Jean Hornain, directeur général de Citeo. Collectés dans le bac jaune, les emballages en plastique sont envoyés vers des centres de tri, et séparés des emballages aujourd'hui recyclables, pour lesquels des filières existent déjà (et qui sont, ensuite, envoyés



dans le cadre d'un contrat d'exploitation de 7 ans extensible à 10 ans, la mission de trier sept catégories de plastiques différents pour une capacité annuelle de 30 000 tonnes. Ses technologies dernier cri et une dernière étape de contrôle par une équipe d'opérateurs 2 permettent de séparer les emballages en plastique selon les résines avec un niveau de précision jamais atteint auparavant. A titre d'exemple, 95% des pots de yaourts qui entrent dans le centre de surtri de Bourgogne Recyclage sont captés puis envoyés au recyclage. «Notre outil est capable de traiter



chez des recycleurs). Pour certains d'entre eux (PET coloré, barquettes PET, PET opaque, pots et barquettes en PS), aucune solution de recyclage n'était jusqu'à présent possible. C'est désormais chose faite avec ces futures unités de surtri, financées par Citeo, qui vont prendre le relais des centres de tri, avant de traiter et séparer ces emballages en mélange, appelé flux développement rigide.

En orientant son ancien site vieillissant de Ruffey-Lès-Beaune vers le surtri, Bourgogne Recyclage a su s'équiper de nouveaux locaux modernes couverts de 2500 m² sur un site de 12 Ha et créé 20 nouveaux postes. Dotée de 15 machines de tri optique Tomra par faisceau infrarouge 1, l'usine Bourgogne Recyclage à Ruffey-Lès-Beaune se voit ainsi confier,

En France, les centres de tri continuent à se concentrer

La France dénombre aujourd'hui 130 centres de tri contre 250 il y a dix ans. Une vingtaine d'entre eux – qui ne réalisait jusqu'alors qu'un tri simplifié – fermera les portes d'ici 2025-2026, prévoit Citeo. Sur les 112 restants, une quarantaine souhaite convertir leurs équipements pour traiter ce flux développement, ce qui nécessite des investissements entre 5000 et 500 000 euros selon les besoins du site (simple réglage capteur, convoyeurs ou acquisition ligne machine). L'éco-organisme estime qu'une enveloppe d'environ 12 M€ sera nécessaire pour accompagner cette conversion.

sept flux de plastique et davantage encore demain, car les lignes sont évolutives. Equipées de moteurs IE5, elles sont par ailleurs plus économes en énergie. Un système de compresseurs permet également de récupérer la chaleur émise lors de nos process pour chauffer les cabines des opérateurs», explique Geoffroy Sécula, directeur de Bourgogne Recyclage. Une fois séparés avec un taux de pureté compris 90 et 98%, les différents gisements (pots PS, PET coloré et opaque non-blanc, PET clair, PE/PP, barquettes PET monocouches et multicouches) 3 sont envoyés aux centres de recyclage dédiés (voir encadré). Les 10% de refus de tri – principalement des barquettes noires ou des emballages contenant encore du liquide – sont valorisés pour la fabrication de combustibles.

Citeo prévoit l'ouverture d'autres centres de surtri. «Nous avons besoin d'élasticité pour gérer ce nouveau flux développement dont les volumes vont augmenter progressivement», indique Eric Fromont, directeur de projet centres de tri chez Citeo. Une 2^e unité gérée par Suez à Epinal, d'une capacité de 25 000 tonnes a été mise en route fin 2023 pour un investissement de 15 M€ par Citeo. Un troisième géré par EMC48 (Environnement Massif Central 48) ouvrira à Mende en Lozère en 2024 pour une capacité supplémentaire de 15 000 tonnes. Soit un investissement total de 49 millions d'euros pour l'éco-organisme, afin d'atteindre un objectif de 70 000 tonnes d'emballages en plastique sur-triés par an. Le flux développement – propriété de Citeo – étant estimé entre 100 et 110 00 tonnes, un nouvel appel d'offre est prévu au premier trimestre 2024 pour l'ouverture d'un quatrième centre de surtri. ■ D. Maiz

VS TECH 2024 : le nouveau rendez-vous de l'innovation technologique des vins & spiritueux en Nouvelle-Aquitaine



Porté par les partenaires de la filière des spiritueux et suite à la remarquable édition de VS PACK 2023, Atlanpack, le Pôle Graphique et Packaging de la Nouvelle-Aquitaine, a amorcé en ce début d'année, le lancement de VS TECH, un tout nouvel événement dédié à l'innovation technologique des spiritueux. La première édition de ce rendez-vous biennal, se tiendra le jeudi 13 juin 2024, au Castel à Cognac-Châteaubernard.

La rencontre de la technologie et des savoir-faire

L'ambition de ce nouvel événement inédit ? Répondre à la demande croissante des membres du pôle et partenaires du territoire de valoriser les savoir-faire locaux et de renforcer la dynamique de développement de l'innovation technologique sur le territoire, au service des transitions écologiques de la filière des vins et spiritueux.

« Nous sommes ravis de lancer VS TECH en juin 2024. Si notre métier a toujours été d'accompagner et de promouvoir l'activité de nos entreprises dans le secteur de l'emballage, nous sommes très heureux aujourd'hui de mettre à profit cette expertise auprès d'une communauté plus large. La demande est bien là et nous a été formulée à plusieurs reprises, nous poussant alors à imaginer un nouveau format, distinct et complémentaire de VS PACK, mais reprenant la recette qui fait son succès depuis bientôt 24 ans. Nous sommes convaincus que VS TECH deviendra rapidement, lui aussi, un rendez-vous incontournable pour tous les acteurs de la filière », a déclaré Jean-Pierre BERNADET, Président d'Atlanpack.

L'innovation technologique pilier du développement de toute une filière

Robots, capteurs intelligents, drones, datas et autres technologies se sont progressivement imposés face aux enjeux économiques et



expertises et des savoir-faire, échanges autour de méthodes de culture novatrices et tendances émergentes, mise en valeur des innovations et réalisations sur les transitions écologiques au service de la filière, conférences et tables rondes gratuites en présence des meilleurs experts, rencontres de partenaires et fournisseurs.

Unique en son genre en Nouvelle-Aquitaine, le congrès-salon VS TECH s'inscrit dans la continuité des actions déployées par le pôle Atlanpack sur le territoire. Quant à ses ingrédients, ce sont ceux-là même qui ont également forgé l'identité et le succès VS PACK.

Rendez-vous donc, le jeudi 13 juin prochain, au sein de ce nouveau lieu d'échanges et d'expertises, pour un voyage inspirant au cœur des technologies et des savoir-faire.



VS TECH est organisé par Atlanpack

Plus d'informations : 05 45 36 01 02 • www.salon-vstech.com



Upfield lance une barquette pour beurre à base de cellulose moulée

En collaboration avec **Footprint**, **MCC Verstraete**, **Emsur** et le groupe **Pagès**, **Upfield** – marques Fruit d’or, Planta Fin, Végétaline, etc. – lance une barquette en cellulose moulée pour ses beurres végétaux et ses pâtes à tartiner. Le déploiement a commencé en Autriche avec la marque Flora Plant fin 2023, d’autres marchés européens et marques suivront cette année. Avec cette innovation, le fabricant ambitionne de remplacer jusqu’à deux milliards de bacs en plastique d’ici 2030, soit une économie de plus de 25 000 tonnes de déchets plastiques par an. Pour Upfield,

l’introduction de cette barquette en papier participera à réduire le plastique dans l’ensemble de son portefeuille de 80% d’ici 2030. Si ce dernier revendique un contenant «biosourcé, recyclable et sans plastique conventionnel» certifié par **Control Union**, le fabricant confirme que la barquette – fabriquée à partir de fibres de papier PEFC humide compressées – comporte tout de même un revêtement interne pour lui conférer sa fonction barrière à l’huile et à l’eau. Un liner que les équipes d’Upfield comptent progressivement éliminer. Côté recyclabilité, la solution – notée A selon la grille CircPack de **Veolia** – passe dans les flux de déchets de papier. Prochaine étape : Upfield vise la certification de compostabilité domestique d’ici 2025.

Fournisseurs : Footprint, MCC Verstraete, Pagès, Emsur

■ Sprite se déleste de ses étiquettes au Royaume-Uni

Dans le cadre d’un projet pilote, les étiquettes des bouteilles Sprite et Sprite Zero de 500 ml en rPET ont été retirées. Cette mesure ayant pour ambition de simplifier le processus de recyclage et de réduire l’utilisation des matériaux d’emballage, annonce le groupe **Coca-Cola**. Les consommateurs trouveront les nouvelles bouteilles «sans étiquette» dans huit magasins **Tesco Express** à Brighton et Hove, Bristol, Londres



et Manchester de janvier à mars 2024. Les étiquettes sont remplacées par un logo en relief sur le devant de l’emballage et par des informations sur le produit gravées au laser au dos des bouteilles. Bien que les étiquettes existantes soient entièrement recyclables, leur retrait simplifierait le processus de recyclage. Il ne serait plus nécessaire de les séparer des bouteilles au cours du processus de recyclage et la quantité de matériaux d’emballage

utilisés est réduite. Reste à savoir si les consommateurs seront sensibles à l’initiative et si, sur le plan marketing, ces bouteilles «nues» garderont tout leur attrait.

■ Des sacs poubelles adaptés à la collecte de biodéchets

Depuis le 1^{er} janvier 2024, les collectivités locales sont dans l’obligation d’offrir aux ménages des solutions de tri pour leurs biodéchets, qui représentent 30% du contenu estimé de la poubelle des français. Pour accompagner cette évolution, **Handy Bag**® lance un sac à poignées compostable, adapté à la collecte et au transfert des déchets organiques



vers un bac de compostage ou une collecte générale. Disponibles en version 10 L, ils sont conformes à la norme NF EN 13432 et certifiés ok Compost. Un autre modèle est proposé : un sac papier compostable, résistant et antifuite. Leur base renforcée est résistante à l’humidité, et permet aux sacs de tenir debout. Ils sont aussi adaptés pour le compostage domestique et industriel, avec la certification OK Compost. La banderole est également en papier 100% recyclé, pouvant être compostée.

■ Une étiquette sleeve pour habiller un champagne

Pour l’édition limitée Moët Imperial, **Moët & Chandon** a habillé sa bouteille d’une étiquette-sleeve décorée d’une dorure à froid couvrant une grande surface du film. Le design est magnifié par des lignes et grains dorées en relief sur un fond blanc texturé. L’expérience se veut aussi tactile, où les contours des paysages d’Epernay sont méticuleusement gaufrés. C’est en effet la première fois que **Sleever**® – partenaire sur ce projet – a introduit ce nouvel effet, le gaufrage, sur son support. Pour ce faire, le fabricant a dû combiner des procédés technologiques intégrés au verso avec un enregistrement en recto. Résultat : l’apport d’une dimension tactile et visuelle distinctive à l’étiquette du manchon.



Fournisseur : Sleever®



Chanel lance le premier mascara en aluminium recyclé

Chanel Parfums Beauté s'est appuyé sur l'expertise de **g.pivaudran** pour développer une gamme de mascaras en aluminium recyclé avec un taux de PCR compris entre 10 et 20% selon les modèles de décors.

Convaincus de la nécessité d'arriver à inclure une part croissante de matière PCR dans l'aluminium utilisé dans les packagings luxe, tout en maîtrisant le niveau d'exigence connu de la maison Chanel, **g. pivaudran** et **Constellium** menaient, depuis 2018, de multiples essais sur ce sujet. Les principales inconnues à lever résidaient alors en trois points : l'aptitude technique de cette nouvelle matière à être transformée par emboutissage profond et à maintenir la qualité du décor lisse ou brossé, selon l'aspect mat ou brillant recherché ; le comportement et rendu esthétique lors de l'anodisation ; et la capacité à garantir une qualité stable de la matière première malgré l'apport de matériau recyclé.

La maison Chanel, à qui ce travail a été présenté, a rapidement adhéré à la démarche et a orienté les essais vers une transformation de la gamme Mascara Volume. Après de nombreux tests pour la réalisation d'une pièce technique répondant à toutes les exigences de la marque, **g.pivaudran** a réussi à offrir un produit de haute qualité, tout en réduisant l'impact environnemental du mascara en aluminium recyclé, décliné en trois formats «Le Volume», «Le Volume Révolution» et

«Le Volume Stretch». **g.pivaudran** indique d'autres actions sont en cours avec les équipes Chanel Parfums Beauté, qui seront présentées sur l'année 2024.

Fournisseur : g.pivaudran



■ Un flacon de parfum développé en full-service

Dans le cadre d'un projet full-service, **Awantys** a développé et fabriqué tous les composants du flacon d'Eau de Toilette Gant, lancée par **E.A. Cosmetics Group** en collaboration avec **Stauder**. Les flacons de parfum en verre en forme de G, d'une contenance de 50 et 100 ml, présentent un vernis sophistiqué sur la face avant (bleu transparent) et sur les côtés (bleu uni), qui nécessite un masquage méticuleux. Le capot du parfum est fabriqué en PCTG bleu transparent et comporte une impression



estampillée sur trois faces du flacon, qui permet de faire ressortir le nom de la marque Gant.

Awantys a également fourni les pompes et les cols correspondants pour les packs, qui sont anodisés dans une couleur bleue assortie.

Fournisseur : Awantys



■ Un flacon airless pour un soin premium

Inspirée de la chronobiologie, le dernier **Supremya La Nuit** de **Sisley** repose sur un complexe d'actifs ciblant 25 marqueurs anti-âge pour des résultats immédiats et à long terme. Pour ce concentré de science, d'efficacité et de sensorialité, la marque cosmétique a opté pour un packaging sur mesure aux finitions ciselées. Un flacon en verre airless équipé de la technologie à poche – savoir-faire de **Lumson** – permet de combiner recherche esthétique, sécurité et hygiène. Le flacon

sophistiqué est habillé de reflets métalliques qui mettent en valeur ses lignes. La pompe également dorée et la capsule recouverte d'aluminium doré brossé avec le logo en relief confèrent au flacon une allure élégante. Le laquage intérieur à effet miroir et le laquage extérieur en or brillant semi-transparent nuancé avec sérigraphie UV à l'extérieur complètent le design. Le système de poche airless conserve la formule totalement intacte et la protège de toute contamination extérieure. Il est également durable : après utilisation, le verre peut être séparé des autres composants et recyclé de manière appropriée.

Fournisseur : Lumson

■ Des échantillons avec fermeture flip-top

Clarins fait évoluer ses gammes de tubes échantillons avec **EcoLittle Top**, le nouveau venu dans la gamme **EcoTop d'Albéa Tubes**. Grâce à la suppression d'un composant, **EcoLittle Top** permet une réduction de poids de 47% sur le tube complet. Par ailleurs, le tube intègre 45% de matière recyclée grâce à l'offre PCR Max d'Albéa Tubes. Cette solution en PCR PE associée à **EcoLittle Top** en HDPE est donc monomatériau, ce qui la rend recyclable dans les filières HDPE. L'utilisation de plastique recyclé permet de réduire la quantité de plastique vierge utilisée pour produire les tubes. «**EcoLittle Top** sera utilisé pour la plupart des gammes Clarins (Soin et Maquillage), à de rares exceptions près», précise Philippe Briand, Directeur Conception Packaging, Achats Directs & Coordination Lancements pour Clarins.





1

L'étui met le papier en valeur

Les marques privilégient actuellement les étuis épurés, mettant l'accent sur la qualité des papiers et des gaufrages. Elles sont de plus en plus nombreuses à vouloir supprimer la cellophane de protection, ce qui génère de nouveaux challenges pour les fournisseurs.

Les étuis vont dans le sens de la sobriété. Actuellement les marques ont tendance à choisir des cartons non couchés à l'aspect plus naturel, à simplifier les décors, et à user du gaufrage pour texturiser le papier – tout en réduisant la quantité d'encre sur le carton et la métallisation. Elles souhaitent aussi retirer les associations de plastique (polyester argent, pelliculage de finition), en les remplaçant, par exemple, par du transfert de métallisation sans plastique **1**, ou du marquage à froid réalisé avec une machine offset. «En termes d'impression, quand c'est possible, on privilégie l'offset traditionnel. Il subsiste encore beaucoup d'impression UV dans le luxe, mais le liant dans l'encre est d'origine minérale. Nous testons une encre UV biosourcée **2**, dont une partie du liant est d'origine organique. Tout notre travail est d'obtenir un rendu proche», explique Bruno Lefebvre, directeur commercial du groupe **Verpack**.

«Nous suggérons à nos clients de réduire les grammages des papiers, voire des formats, pour limiter la gâche. Parfois quelques millimètres suffisent pour une meilleure optimisation du format papier. Supprimer les sous-couches d'encre constitue une autre piste. Une quadrichromie est parfois très chargée en encre : l'alléger rend le papier plus recyclable, et plus facile à désencre. Ou bien nous basculons sur une encre ou un vernis à base aqueuse, au lieu d'un vernis UV. Un film spécial existe pour réduire l'épaisseur de la dorure, dans le cas d'une dorure à chaud – que l'on peut aussi remplacer avec des encres or, qui offrent un beau rendu – bien



2



3

que pas tout à fait équivalent. Par ailleurs, une pellicule sans plastique existe : la pelliculeuse dépose le pigment avec le plastique, qui est ensuite retiré et recyclé de sorte que le produit fini ne présente plus aucun plastique. Un vernis sera alors suffisant pour la protection», détaille Marie-Hélène Marcelli, directrice générale de **Carestia Arcade Beauty**. La société est spécialisée dans les étuis de petite dimension (jusqu'à 10 ml), et a développé des techniques spécifiques pour répondre aux contraintes de ces formats «mini» **3** : dorure, gaufrage, découpe très fine, pliage/collage standard et spécial, calages avec des petites sections jusqu'à 10 mm...

Supprimer la cellophane de protection

De façon assez logique, de nombreuses marques souhaitent désormais aller plus loin et supprimer la cellophane de protection – qui, d'ailleurs, n'existe pas sur les étuis aux Etats-Unis ! Certains acteurs testent de la cellophane à base d'acétate, d'autres un vernis

How folding boxes highlight paper

Brands currently favour refined and simple folding boxes, emphasizing the quality of added-value papers, which are for instance mass dyed and feature embossing as well as other effects (**Fedrigoni**). Suppliers – such as **Verpack**, **Carestia**, **MR Cartonnage** or **Digital Packaging** – continue working on ecoconception, reducing the quantity of ink and plastic in decoration process. Besides, an increasing number of brands aim at eliminating protective cellophane, bringing new challenges to suppliers – as they have to use protective varnishes, and also find ways to integrate tamper evidence in folding boxes. New projects made from moulded pulp are emerging, offering new design.



Des étuis originaux en pulpe de cellulose

Quelques marques ont récemment opté pour la pulpe de cellulose, une alternative à l'étui qui vient mouler un flacon, ou bien former un étui-coffret doté de cavités pour recevoir des produits de soin. Avec sa solution «écloso» (à gauche), **Fedrigoni** propose de la pulpe de cellulose thermoformée.

Quant à l'entreprise **Digital Packaging**, elle s'est dotée d'une machine pour usiner les moules en aluminium permettant de mouler la pulpe (à droite). «C'est le résultat d'un long développement. On sent un réel intérêt des

marques pour cette solution, bien qu'elle soit plus chère qu'un étui classique. La pulpe de cellulose moulée permet des formes complètement nouvelles, et son aspect brut plaît. On commence à la teinter dans la masse. Pour l'instant, il existe peu d'acteurs en Europe. Certes, la fabrication de la pulpe de cellulose est économe en eau, mais bien moins que la pulpe en cellulose de bagasse provenant de Chine», remarque Olivier Démétriadis, directeur associé de Digital Packaging. L'entreprise crée ses propres outils pour donner de nouvelles formes à ce matériau, à suivre.



4

de protection plus résistant. Selon les acteurs du secteur de l'étui, supprimer la cellophane constitue aujourd'hui une demande récurrente – voire même pressante – de la part des marques. «Pour l'instant, il n'y a pas d'obligation en ce sens, mais on peut penser que ce sera le cas un jour... Cela signifie utiliser des vernis anti-abrasion 4. En termes d'ACV, c'est vraiment mieux, mais le vernis seul ne suffit pas : sur une teinte noire, bleue marine ou rouge profond, la moindre rayure se voit. Il faut donc revoir plusieurs paramètres – et notamment la conception des étuis ou l'habillage des caisses américaines, pour réduire les frottements», remarque Bruno Lefebvre.

Chez **Digital Packaging**, Olivier Démétriadis, directeur associé, constate un autre enjeu : «ces vernis très protecteurs peuvent un peu modifier l'esthétisme, notamment si la marque a choisi un vernis mat en décoration : le vernis protecteur peut amoindrir l'effet mat. Ce type de vernis est en

outre plus facile à déposer sur du carton couché, ce qui aura peut-être pour effet d'impacter le choix des matériaux – qui, en ce moment, se porte beaucoup sur le carton non couché», dit-il. Ces vernis novateurs sont développés par la société **Oberthur Solution** (spécialiste des solutions de sécurisation, notamment des billets de banque). Digital Packaging est agréé pour leurs prototypes, et en capacité de déposer leur vernis 5.

Par ailleurs, la cellophane autour de l'étui assure sa sécurisation en tant que témoin d'invulnérabilité. De petites étiquettes peuvent la remplacer, mais les marques souhaitent éviter des éléments rapportés. «Nous devons revoir l'invulnérabilité de l'ouverture, avec souvent des solutions de clipsage – déverrouillage issues du monde la pharmacie. Mais ce



5

type de solution génère un déchirement du papier et cela pose un problème dans l'univers du luxe. Or, il est difficile de trouver un système d'ouverture différent de celui, classique, utilisant des pattes. Les étuis avec fermeture en corolle, de type twist, ou avec des fenêtres sont adaptés à de petites séries 6, mais pas à du conditionnement en automatique pour de gros volumes...», relève Jonathan Mihy, fondateur de **MR Cartonnage Numérique** – et qui a repris en 2020 la responsabilité globale des activités Packaging de **Diam**, regroupant les marques MR et Fine Packaging Manufacturers (FPM).

«La créativité est limitée par les lignes de conditionnement : l'originalité sur le design des étuis est faible. Parfois, on nous demande de supprimer la colle utilisée pour les pattes, en la remplaçant par une patte venant se loger dans une rainure», ajoute-t-il.

Le papier de création a le vent en poupe

L'originalité semble plutôt se porter sur le papier. Les équipes de Carestia se sont par exemple intéressées au papier de pierre – issu de déchets récupérés sur des chantiers. Un manque d'informations sur le processus de fabrication n'a pas permis d'entériner ce choix alternatif...



6



«Dans le secteur de l'étui, à notre niveau de maquettiste et de développeur R&D très en amont des projets, nous avons peu de demandes concernant le design volume, les matériaux ou la technique. Les marques se focalisent surtout sur l'esthétisme. Elles apprécient le carton teinté masse, qui inclut parfois directement des effets de nacre, de texture, et permet de supprimer l'impression. Il y a actuellement une forte demande pour ce type de papier à valeur ajoutée», souligne Olivier Démétriadis.

Fedrigoni a récemment étoffé ses gammes de papier de création avec quelques nouveautés lui permettant de se développer sur le marché de l'emballage premium. Sa gamme historique Imitlin – des papiers embossés dont les couleurs résistent à la lumière, et bénéficiant d'un traitement anti-traces de doigts – s'est enrichie d'un nouveau gaufrage rappelant le cuir martelé **7**, de nouvelles teintes, et de deux nouvelles finitions (Glow et Metal). Selon le fabricant de papiers, cette gamme offre une grande résistance à la déchirure et au pliage : une nouvelle version baptisée Allpack, en grammages forts, a été spécialement conçue pour les étuis. Le papetier a également agrandi sa collection Symbol Card avec une nouvelle gamme baptisée Symbol Pack, conçue pour répondre aux applications du packaging premium **8**. Cette carte graphique couchée une face (double couche) en finition satin est déclinée en 28 références. La société a aussi lancé la gamme Mistral, un papier de création non couché profondément embossé. Disponible en grammages de 100 à 400 g pour le packaging, il est adapté aux petites et moyennes séries. Si la tendance actuelle favorise plutôt les teintes blanches et ses dérivés, Fedrigoni fournit également beaucoup de papiers de couleur et noir – notamment la teinte Ultra Black, sans carbone. «Notre offre de teintes noires est multiple, avec des papiers permettant d'appliquer une dorure sans altération



de la dorure même», assure Séverine Calmus, directrice de la division Luxe Fedrigoni Special Papers.

Incorporer des matériaux recyclés au papier : du cas par cas

L'étui peut être prétexte à l'upcycling, avec l'intégration de composants que l'on recycle : par exemple, une marque de mode peut nous demander de récupérer des chutes de ses tissus pour les intégrer à un étui, pour l'édition limitée d'un parfum. C'est possible avec différentes matières, et cela permet de personnaliser le papier», souligne Séverine Calmus. L'intégration de fibres recyclées intéresse également les marques. C'est une tendance actuelle, mais «l'incorporation dans le carton de matières recyclées rend le carton plus mou. Il a moins de tenue, de résistance – et cela implique donc d'augmenter le grammage. La surface est aussi moins blanche», indique Bruno Lefebvre. La fibre, cassée, n'a pas la même résistance de mécanisation. En outre, elle consomme beaucoup d'énergie et d'eau. Fedrigoni tente une autre approche : «nous utilisons souvent du papier «pré-consommateur», issu de casse de fabrication. Ces papiers n'ayant pas été imprimés, ils sont de meilleure qualité. Il est nécessaire de trouver des compromis entre les contraintes de performances industrielles des transformateurs, les choix créatifs, et l'environnement. Cela fait l'objet de nombreuses discussions sur chaque projet», précise Séverine Calmus.

Modifier les calages : un challenge

En outre, les marques réfléchissent «à la suppression de la cale en micro-cannelure, ou à son remplacement par une cale en carton plat – qui n'aura pas le même degré de protection. Un enjeu se joue sur la rigidité et la tenue du carton de l'étui. Nous travaillons avec des cartons faits de fibres plus fortes, pour une meilleure résistance mécanique à grammage équivalent», détaille Jonathan Mihy. Lorsque c'est possible, les marques suppriment les cales pour réduire le format de l'étui. Des formats hybrides, entre étui et coffret, apparaissent. «Elles optent parfois pour un coffret collection tout papier conçu pour accueillir plusieurs produits échantillons **9**. Cela permet d'économiser beaucoup de carton», remarque la directrice de Carestia. Arcade Beauty dispose d'un outil en interne pour calculer l'impact environnemental d'un étui. Bien que l'étui en carton soit l'un des emballages les plus aboutis en termes «écologique», il subsiste encore une petite marge d'amélioration.

L. Bonnet

EMBALLAGE DIGEST

est édité par S.E.P.E.
(Société Européenne
de Presse et d'Édition)
60 ter rue de Bellevue
92100 Boulogne Billancourt
Fax : 01 55 20 30 30

Fondateur

Georges C. POTTIER

Directeur délégué

Véronique POTTIER

Directeur financier

Véronique POTTIER

Rédactrice en chef

Doria MAÏZ

(Tél. 01 55 20 30 10)

doriamaz@emballagedigest.eu

Ont participé à ce numéro :

Marion BASCHET-VERNET

Laetitia BONNET

Chef de studio

Karine DUVAL

(Tél. 01 55 20 30 12)

karineduval@emballagedigest.eu

Directrice commerciale

Laurence GUYADER

(Tél. 01 55 20 30 06)

laurenceguyader@emballagedigest.eu

Diffusion/Abonnements

Véronique POTTIER

(Tél. 01 55 20 30 02)

veroniquepottier@emballagedigest.eu

Tél. standard : 01 55 20 30 30

(c) Toute reproduction, même partielle,
est interdite par quelque procédé que ce
soit et pour tous pays.

Tarif au numéro : 12 €

Imprimerie de Compiègne

Imprimeur Photogaveur

Avenue Berthelot

ZAC de Mercières - BP 60524

60205 Compiègne Cedex

Dépôt Légal 1^{er} trim. 2024

Commission Paritaire des Publications et

Agences de Presse N° 55967

Le Directeur de la publication E. Pottier.

Index des sociétés citées

- 2M Group	p. 32	- IQVIA	p. 20/21
- Ademe	p. 10	- L'Oréal	p. 20/21
- Albéa Tubes	p. 13/20/21	- LeadEdge Flexo	p. 32
- APR	p. 30	- Lemon Tri	p. 24 à 27
- Aptar Closures	p. 30	- Lorina	p. 24 à 27
- Aticelca	p. 30	- Lumson	p. 13
- Auchan	p. 24 à 27	- MCC Verstraete	p. 12
- Avient Corporation	p. 22	- McDonald's	p. 24 à 27
- Awantys	p. 13	- Meteor	p. 24 à 27
- Baralan	p. 33/34	- Metro France	p. 24 à 27
- Berny	p. 24 à 27	- Micen	p. 34
- Berry Global	p. 28/33	- Moët & Chandon	p. 12
- Berry Healthcare Global	p. 22	- Molpack	p. 18
- Bormioli Pharma	p. 22	- Mordor Intelligence	p. 20/21
- Bourgogne Recyclage	p. 10	- MR Cartonage	p. 14 à 16
- Bout' à Bout'	p. 24 à 27	- MSD Animal Health	p. 20/21
- Caramel	p. 28	- Neopac	p. 20/21
- Carestia	p. 14 à 16	- Nestlé Waters	p. 24 à 27
- Carrefour	p. 24 à 27	- Nutella	p. 24 à 27
- Chanel Parfums Beauté	p. 13	- O-I Glass	p. 24 à 27
- Citeo	p. 10/24 à 27	- Orangina	p. 24 à 27
- Clarins	p. 13	- Pagès	p. 12
- Coca-Cola	p. 12/24 à 27	- Pago	p. 24 à 27
- Constellium	p. 13	- Perrier	p. 24 à 27
- Control Union	p. 12	- Petrel	p. 24 à 27
- Cortec	p. 32	- Pierre Fabre	p. 20/21
- Cosmogen	p. 18	- Pyxo	p. 24 à 27
- Coveris	p. 28	- Quadpack	p. 18/34
- Dechra	p. 20/21	- RecyClass	p. 30/33
- Diam	p. 14 à 16	- Sacma	p. 30
- Digital Packaging	p. 14 à 16	- Schott	p. 34
- Doosan	p. 6/8	- Schreiner Medipharm	p. 34
- Dune	p. 30	- Seram	p. 18
- E.A. Cosmetics Group	p. 13	- SGD Pharma	p. 23
- E.Leclerc	p. 24 à 27	- Sisley	p. 13
- Elanco	p. 20/21	- Sleever®	p. 12
- Elopak	p. 6/8	- Staude	p. 13
- EMC48	p. 10	- Stevenato Group	p. 23
- Emsur	p. 12	- Suez	p. 10
- Eviosys	p. 28	- Système U	p. 24 à 27
- Fedrigoni	p. 14 à 16	- Tekniple Consumer Products	p. 33
- Fine Packaging Manufacturers	p. 14 à 16	- Treetop Biopak	p. 33
- Footprint	p. 12	- Tubex	p. 20/21
- Futamura	p. 30	- United Caps	p. 6/8
- g.pivaudran	p. 13	- Upfield	p. 12
- Groupe Pochet	p. 18	- Veolia	p. 12
- Guelt	p. 24 à 27	- Verallia	p. 24 à 27
- Handy Bag®	p. 12	- Verpack	p. 14 à 16
- Institut du Commerce	p. 24 à 27	- Vittel	p. 24 à 27
- Intermarché	p. 24 à 27	- Wood Resources International	p. 32
- Interseroh	p. 33	- Xampla	p. 32

Répertoire des annonceurs

ATLANPACK.....	11
BRODART PACKAGING.....	1 ^{ère} de couv./9
CARTON ONDULÉ DE FRANCE.....	31
CFIC	23
COSMETIC 360	17
GREINER PACKAGING	2 ^{ème} de couv.
IMA SPA	19
SEALED AIR /CRYOVAC®	7
SMURFIT KAPPA	4