



**Emballage Digest**  
**PACKAGING**

N° 697 - Avril 2025

### Focus

■ La filière papier/carton dresse un bilan mitigé **p.6**

### Actualité

■ Citeo Pro lance son appel à projet EncoRE plus de réemploi 2025 **p.9**

### Linéaires

■ Des légumes et légumineuses bio en format brique **p.10**

### Parfumerie&cosmétique

■ Flacons hygiène/beauté : concilier éco-conception et praticité **p.12**

### Pharmacie

■ Un bouchon intelligent pour le monitoring des essais cliniques **p.18**

### Alimentaire

■ Biomatériaux : une lente transition s'opère **p.20**

### International

■ Le Portugal lancera un système national de consigne en 2026 **p.24**

### Focus

■ The paper and cardboard industry draws up a mixed balance sheet **p.6**

### News

■ Citeo Pro launches its EncoRE plus de réemploi 2025 call for projects **p.9**

### Perfumery&cosmetic

■ Personal care and cosmetic bottles: combining eco-design and ease-to-use **p.12**

### Pharmacy

■ An intelligent cap for monitoring clinical trials **p.18**

### Food

■ Biomaterials: a slow transition **p.20**

### International

■ Portugal to launch a national Deposit Return Scheme in 2026 **p.24**

ISSN 0013-6557

**illig**

## ILLIG révolutionne l'emballage durable

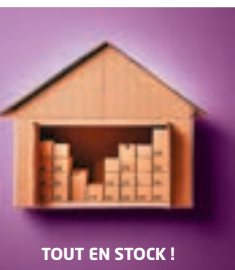
Nouvelle technologie avec fibre sèche pour les applications alimentaires et cosmétiques !



[illig.com](https://illig.com)

# RAJA

N°1 EUROPÉEN DE L'EMBALLAGE



## Un choix unique en Europe de boîtes et caisses carton



**PLUS DE 1200 FORMATS EN STOCK !**

# s o m m a i r e

## Parole à...

5 Vesna Reynal, responsable marché santé, Adelphe

## Focus

6 La filière papier/carton dresse un bilan mitigé

## Actualité

9 Citeo Pro lance son appel à projet EncoRE plus de réemploi 2025

## Linéaires

10 Des légumes et légumineuses bio en format brique  
11 Un flacon de parfum au décor puissant et profond

## Parfumerie&cosmétique

12 Flacons hygiène/beauté : concilier éco-conception et praticité  
15 Nuon imagine des emballages et applicateurs connectés

## Pharmacie

16 Emballages unidoses : plus pratiques, durables et innovants  
18 Un bouchon intelligent pour le monitoring des essais cliniques

## Alimentaire

20 Biomatériaux : une lente transition s'opère  
23 Une capsule fabriquée à partir d'étain pur 100% recyclé

## International

### Revue de presse

24 Le Portugal lancera un système national de consigne en 2026

### Panorama

26 Les emballages préassemblés s'adaptent aux lancements de médicaments



10



12



16



23

## A world of...

5 Vesna Reynal, Health Market Manager, Adelphe

## Focus

6 The paper and cardboard industry draws up a mixed balance sheet

## News

9 Citeo Pro launches its EncoRE plus de réemploi 2025 call for projects

## Perfumery&cosmetic

12 Personal care and cosmetic bottles: combining eco-design and ease-to-use  
15 Nuon imagines connected packaging and applicators

## Pharmacy

16 Practical, durable and innovative single-use packaging  
18 An intelligent cap for monitoring clinical trials

## Food

20 Biomaterials: a slow transition  
23 A cap made from 100% recycled pure tin

## International

### Press review

24 Portugal to launch a national Deposit Return Scheme in 2026

### Panorama

26 Pre-assembled packaging adapts to drug launches



**EMBALLAGE DIGEST** le fil info de la filière  
emballage et machines de conditionnement

packaging  
machines  
process  
R&D



**EMBALLAGE DIGEST**

60 ter, rue de Bellevue - 92100 Boulogne-Billancourt - Tél. 01 55 20 30 30 - [www.emballagedigest.fr](http://www.emballagedigest.fr)



## Notre couverture

### ILLIG France

5 rue Léon Appert  
91280 Saint-Pierre-du-Perray  
Tél. : 01 60 86 23 53  
Site web : [www.illig.de](http://www.illig.de)

ILLIG a récemment dévoilé une technologie innovante de fabrication d'emballages à partir de fibre sèche, conçue pour répondre aux besoins croissants des secteurs alimentaire et cosmétique. Cette approche durable permet de créer des emballages biodégradables et compostables, offrant une alternative respectueuse de l'environnement aux plastiques traditionnels. Avec un concept de machine évolutif, ILLIG permet aux fabricants d'adapter rapidement leur production en fonction des tendances du marché, tout en optimisant les coûts. Les emballages peuvent atteindre une profondeur allant jusqu'à 120 mm, ce qui les rend idéaux pour une variété de produits, des aliments frais aux cosmétiques. Cette flexibilité dimensionnelle, associée à une esthétique naturelle, attire de plus en plus de consommateurs soucieux de l'environnement. ILLIG ouvre ainsi la voie vers un avenir d'emballages durables et innovants.



## Emballages des médicaments et de produits vendus en pharmacie : une transition environnementale nécessaire

Dans un contexte où la loi AGEC (Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire) fixe des objectifs ambitieux en matière de réduction et de recyclabilité des emballages, le secteur de la santé fait face à un défi de taille : concilier les impératifs de sécurité, de traçabilité et d'information patient avec une démarche environnementale plus vertueuse. Les emballages de médicaments et de produits vendus en pharmacie et parapharmacie (dispositifs médicaux et des compléments alimentaires) sont souvent perçus comme excessifs mais essentiels à la protection des molécules et à l'information thérapeutique. Ils se trouvent aujourd'hui au cœur d'une transformation nécessaire. Pour éclairer et accompagner cette transition, Adelphe – l'éco-organisme qui agit pour réduire l'impact des emballages des entreprises sur l'environnement – a mené une étude auprès des patients et des pharmaciens, révélant des attentes convergentes et des pistes d'action prometteuses pour le secteur.

### Les attentes des patients et des professionnels

Notre étude réalisée avec Action Plus révèle une conscience environnementale partagée : 91% des consommateurs sont favorables à une amélioration de l'impact écologique des emballages pharmaceutiques, tandis que la moitié des pharmaciens jugent également cette évolution indispensable. Le suremballage constitue le principal point de friction : 80% des personnes interrogées estiment qu'il y a trop de produits suremballés en pharmacie et 83% des pharmaciens considèrent que les boîtes de médicaments sont souvent disproportionnées par rapport à leur contenu. En réponse, 61% des consommateurs plébiscitent des emballages parfaitement ajustés, sans vide superflu. Les comportements vertueux sont déjà ancrés : 89% des sondés trient leurs emballages vides et 83% sont conscients qu'il faut rapporter les médicaments non utilisés en pharmacie. Cette sensibilisation se traduit également par une ouverture aux alternatives : deux tiers des consommateurs accepteraient de remplacer la notice papier par une version digitale (QR code ou moteur de recherche) et 75% seraient favorables à une notice imprimée directement sur l'emballage.

### Réduction de l'impact : responsabilité partagée et solutions innovantes

La dispensation à l'unité émerge comme une piste à envisager, 51% des répondants y voient une solution pour ajuster automatiquement la quantité d'emballage à la juste dose nécessaire. Pour 87% des répondants, le travail d'éco-conception incombe principalement aux fabricants et laboratoires. Cependant, les pharmaciens reconnaissent leur rôle d'éducateurs au-delà de la délivrance des médicaments : 62% se déclarent prêts à sensibiliser leurs clients aux gestes de tri.

### Accompagner nos laboratoires

Face à ces enjeux, nous aidons les entreprises du secteur, en étroite collaboration avec les organisations professionnelles, à se mettre en conformité avec leurs obligations réglementaires et à accélérer la transition de leurs emballages. Grâce à des diagnostics réalisés sur les sites de production, des formations et guides sectoriels adaptés, les laboratoires sont sensibilisés aux 3R – réduire, réemployer, recycler – et aux leviers d'éco-conception.

Nous menons également des études (R&D) sur des emballages phares du secteur comme le blister pharmaceutique afin d'identifier des solutions pour favoriser sa recyclabilité : un guide vient d'être édité et des financements sont proposés pour accompagner le passage à l'acte.

Enfin, nous favorisons le recyclage des emballages pharmaceutiques grâce au marquage « Info-tri médicament » jugé utile par 84% des patients, ou à la campagne de sensibilisation auprès du grand public « On ne lâche rien » afin de les inciter à trier leurs emballages vides et à ramener les médicaments non utilisés en pharmacie.

Les laboratoires pharmaceutiques doivent faire face à de nombreux défis liés aux spécificités de leur secteur : l'innovation doit se déployer avec discernement, sans compromettre la sécurité des traitements. La transition vers des emballages plus vertueux nécessite une action concertée entre tous les acteurs. Les résultats de l'étude montrent que le terrain est favorable : les attentes sont claires, les comportements évoluent positivement, et les acteurs sont prêts à assumer leurs responsabilités.

\*Etude Action Plus réalisée pour Adelphe en avril 2024 auprès de 560 consommateurs et 32 pharmacies ou parapharmacies représentatifs de la population française.

## La filière papier/carton dresse

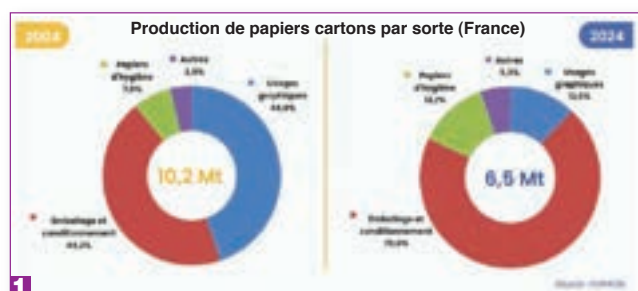
**Malgré un rebond de la production des papiers et cartons en 2024 (+6,3% en volume), Copacel pointe du doigt les nombreuses entraves (hausse de l'inflation, coût de l'énergie, une législation de plus en plus complexe, etc.) à la croissance de l'industrie papetière. L'emballage reste le secteur le plus dynamique, tirant la croissance de la filière.**

**S**i de premier abord, la production française de papiers et cartons a progressé en 2024 de 6,3% en volume (pour atteindre 6,3 Mt) vs +5,2% en Europe, la croissance en valeur stagne à 1% (pour atteindre 5,7 Mds d'euros). En cause, une érosion des prix de vente par rapport à 2023, conjuguée à la très forte baisse de 2023 (-13,5%) partiellement effacée par cette hausse de production. Cette dernière est tirée par la croissance des papiers et cartons pour emballages (+6,5%) à 4,6 MT et des papiers destinés à l'hygiène (+5,5%), mais aussi, de manière plus ponctuelle, par celle des papiers à usages graphiques (bureautique, magazine, livre...) (+3,3%) dont la consommation déclinait depuis 20 ans. Ces évolutions positives ont pourtant un effet trompe-œil : la tendance globale depuis le milieu des années 2000 étant à la contraction de la consommation des papiers graphiques, compensée par une hausse des papiers et cartons destinés à l'emballage – la catégorie représentée à elle seule 70% des débouchés contre 12,7% pour les papiers d'hygiène et 12% pour les papiers graphiques – due à la bonne dynamique du e-commerce et au mouvement de substitution plastique **1**.

«Malgré la hausse de la consommation apparente, la demande en France et en Europe est restée faible. Par ailleurs, les distributeurs et transformateurs s'appuyant sur des niveaux de stocks encore élevés, n'ont pas rempli les carnets de commandes. Il faut ajouter à cela, une réduction des capacités de production, avec la fermeture de cinq usines au cours de l'année», analyse Pierre Bonnet, membre du bureau de **Copacel** et directeur général de **Papeterie de Vizille**. Celui-ci souligne le manque de compétitivité et de souveraineté de l'industrie papier/carton française, avec un retrait marqué de sa production (indice de production de la France : 74 en 2024 vs 2010 (valeur référence à 100) contre 106 pour l'Espagne et 83 pour l'Allemagne) **2**. Par ailleurs, si 59% de la production papetière française est exportée, la balance commerciale reste structurellement déficitaire (0,8 MT).

### De nouvelles capacités pour le PPO

En 2024, après un recul important en 2023, la demande de papier pour ondulé (PPO) en France s'est stabilisée. En Europe, en dépit d'une hausse modérée de la demande, la production de PPO a progressé l'an passé (+4,3% par rapport à 2023). «En France, cette hausse (+6,1%) s'explique par la montée en puissance d'une nouvelle capacité de production mise en service en 2023 (**VPK Normandie**), ainsi que par une meilleure activité des usines déjà en activité», explique Christophe Dorin, membre Copacel et directeur investissement & technologie chez **Wepa**. Toutefois, l'arrêt définitif de deux sites de production en 2024 (**Alfa** d'Avignon et **Papeterie Saint-Michel**) a pesé à la baisse sur la production française. Au final, sur l'année, les prix des PPO ont légèrement augmenté (environ +5 % pour la cannelure) **3**. De nouvelles capacités sont attendues sur le marché



européen en 2025, essentiellement dans le segment des papiers pour ondulé recyclés (**Norske Skog** en France, **Heinzel** en Autriche, **Mondi** en Italie, etc.). «Reste à savoir comment ces nouvelles capacités à venir vont influencer sur l'équilibre entre l'offre et la demande de PPO», questionne le porte-parole de Copacel.

### Carton plat et emballage souple en quête de reprise

Contrairement au PPO, les marchés du carton plat et de l'emballage souple – s'ils enregistrent des progressions en 2024 – ne parviennent pas à compenser la décroissance de ces dernières années.

S'agissant du carton plat, certains secteurs (industrie pharmaceutique...) en progression ont entraîné une légère croissance de la demande de carton plat en 2024. Ainsi, malgré l'arrêt de production de carton plat au cours du 1<sup>er</sup> trimestre 2024 (**RDM Blendecques**), la production française a augmenté de 2,9% en 2024. Bien que restés stables au cours des trois derniers trimestres de l'année, les prix ont enregistré une baisse par rapport à 2023, avec une variation moyenne avoisinant -14% sur l'ensemble de l'année. Pourtant, Copacel reste prudent : en 2025, plusieurs fermetures d'usines ont été annoncées en Europe, ce qui pourrait entraîner des ajustements dans l'offre. Sans compter sur une hausse des importations de carton plat en provenance de Chine qui pourrait déséquilibrer le marché européen, notamment dans des segments à forte concurrence internationale.

Du côté des emballages souples, le constat est somme toute assez semblable. La demande a été variable selon les secteurs clients, y compris au sein d'activités voisines (dans le BTP, maintien de la demande de sacs de grande contenance pour la rénovation, mais baisse dans le secteur du neuf). Par ailleurs, le commerce en ligne, la poursuite de la substitution du plastique par des alternatives à base de papier, et la recherche de «naturalité» par une partie des secteurs clients ont contribué à soutenir le marché. Dans ce contexte, la production française de papiers pour emballages souples a enregistré une hausse significative en 2024 (+24,3%), bien que cette progression ne suffise pas à compenser le repli observé en 2023. Malgré plusieurs hausses au cours de l'année,

# un bilan mitigé

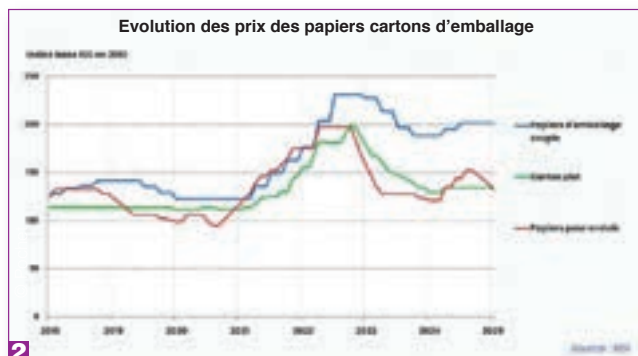
les prix des papiers pour emballages souples sont restés inférieurs à leur niveau de 2023, affichant un recul moyen de 4,7%.

## Tensions sur les matières premières

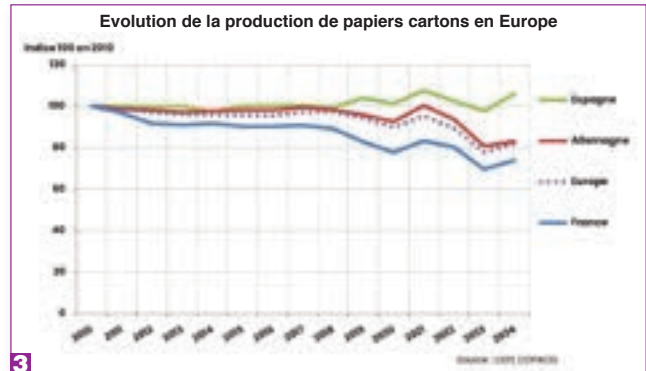
Les hausses marquées du prix de l'énergie en 2022 se sont répercutées durablement dans les coûts de production des matières premières. Les prix des produits chimiques sont ainsi demeurés en 2024 à un niveau très élevé par rapport à la moyenne 2018-2021 (+26%). Impactés par la faiblesse de la demande, les prix des produits amyliacés ont reculé en 2024 par rapport à 2023 (-33% en moyenne), mais restent largement supérieurs à la moyenne 2018-2021 (+27%) et la mauvaise moisson de 2024 pourrait avoir un impact haussier sur le cours futur de l'amidon. Les matières premières fibreuses ne sont pas en reste. Le volume des réceptions de bois de trituration a bondi de 12% en 2024 en dépit de difficultés persistantes en matière d'approvisionnement (météorologie, incertitudes juridiques, actions contre les travailleurs en forêt, ...). Quant à la pâte à papier, si la demande chinoise a reculé (39% de la consommation mondiale), le cours de la pâte marchande a augmenté en 2024. En France, la production a progressé de 12% et il est prévu une montée en puissance en 2025 avec de nouvelles capacités à venir (UPM/Paso de los Toros ; Suzano/Cerrado). Enfin, du côté des Papiers et Cartons à Recycler (PCR), ils progressent de 6,2%, à 5 Mt. Les perspectives de démarrages de nouvelles usines utilisatrices de PCR (en France et en Europe) vont fortement augmenter les besoins. En effet, si la France ou le Royaume-Uni ont été ces dernières années structurellement excédentaires dans leur collecte de PCR, les besoins des nouvelles unités devraient modifier, voire inverser, cette situation pour certaines sortes, et ce alors même que la demande en PCR d'autres pays européens est appelée à croître également.

## De nombreux freins à l'activité de l'industrie papetière

En première ligne de mire, la hausse de la fiscalité en 2025 (27 Mrds d'euros d'impôts en plus) est une entrave faite aux entreprises dans leur volonté à financer le développement de nouveaux produits, la modernisation de leurs équipements industriels et l'amélioration de leur performance environnementale selon Copacel. A cela s'ajoute le poids croissant de la fiscalité dite «environnementale», comme en témoigne la hausse des redevances liées au prélèvement d'eau et pouvant s'élever à 300% pour certaines entreprises. L'organisation professionnelle appelle donc à ce que la loi de finances pour 2026, dont la préparation débute dès ce printemps, introduise de nouveau une baisse des prélèvements (qu'ils soient de nature fiscale, sociale, ou encore liés à la fiscalité environnementale).



2



3

Autre enjeu de taille : celui du coût de l'énergie, que ce soit celle issue du gaz (GNL en remplacement de fourniture par gazoducs) ou de l'électricité. En ce qui concerne cette seconde forme d'énergie, Copacel déplore que la disparition programmée de l'ARENH (le dispositif permettant aux industriels de disposer de l'avantage concurrentiel que constitue le parc nucléaire français), prévu au 31 décembre 2025, n'ait toujours pas conduit à un mécanisme alternatif et appelle à des mesures volontaristes pour protéger les industries de la volatilité du marché avec la mise en place rapide d'un dispositif régulé.

Enfin, la complexification du cadre dans lequel opèrent les entreprises, que ce soit en raison de la législation française loi AGECE, Climat et résilience ... ou communautaire (Pacte vert pour l'Europe), génère de l'insécurité juridique et contribue au décrochage de l'industrie européenne. La filière pointe ainsi du doigt des réglementations comme le Règlement Déforestation de l'Union Européenne (RDUE) qui part d'une bonne intention, mais devient cauchemardesque dans sa réalisation. «Comment assurer la traçabilité entre la forêt et une ramette de papier (potentiellement, plusieurs centaines de parcelles forestières) ? Ce texte doit être simplifié avant d'entrer en application, le 30 décembre 2025», appelle Copacel.

## Les enjeux à venir

Tout comme l'ensemble des industries, la filière papier/carton n'échappe pas à la question du renouvellement de ses salariés dont 40% partiront à la retraite entre 2025 et 2030. En dépit de métiers techniquement pointus, liés à des thématiques rejoignant les préoccupations de la société (économie circulaire, forêt) et mieux rémunérés que des emplois dans les secteurs des services, celle-ci fait face à des difficultés de recrutement. «Cette situation conduira à un renforcement de la communication de notre branche. Nous espérons que cet effort sera amplifié (ou au moins pas annihilé) par la sphère publique (Education nationale ...) et les médias», commente Paul-Antoine Lacour, délégué général de Copacel.

Enfin, l'organisation professionnelle reste vigilante quant à la récente guerre commerciale lancée par les Etats-Unis. Si elle aura un impact direct limité (seul 1% de la production française est exporté aux USA), il n'en reste pas moins que des effets ricochets (recul des emballages destinés aux vins et spiritueux ...) sont attendus. Pour Christian Ribeyrolle, président de Copacel, «notre pays enregistre un taux de croissance moindre que celui de l'UE et anémique par rapport aux Etats-Unis. De surcroît, la guerre commerciale qui démarre bridera l'activité économique. Dans ce contexte, nous attendons que la puissance publique s'attaque aux quatre chantiers que sont la hausse de la pression fiscale, le coût de l'énergie, la complexification de la vie des entreprises (notamment celle issue du Pacte Vert de l'UE) et l'attractivité des métiers industriels».

D. Maiz

## Tageos se dote d'un centre R&D autour des solutions RFID et IoT

**T**ageos, fabricant d'inlays et d'étiquettes RFID (groupe Fedrigoni), annonce l'inauguration à Munich (Allemagne) de son nouveau centre de recherche et développement (ICoE) pour répondre à la forte demande du marché et des clients en nouvelles applications RFID, HF & NFC ainsi que l'Internet des Objets sans fil. Partie intégrante des capacités R&D et innovation de Tageos, les domaines d'expertise de l'ICoE intègrent à présent les antennes spécialisées pour les inlays et étiquettes RFID, les technologies RF émergentes telles que le Bluetooth® Low Energy (BLE), ainsi que la fixation de batteries flexibles, capteurs et autres composants innovants.

L'ICoE – de plus de 700 m<sup>2</sup> employant environ 15 collaborateurs – représente un investissement de plusieurs millions d'euros. Il offre également des capacités d'ingénierie en tant que Service (EaaS), offrant un support complet aux clients et partenaires du monde entier afin d'optimiser leurs exigences produit, tant sur le plan technique que commercial, et utiliser l'EaaS comme ressource pour prototyper et industrialiser de nouveaux produits. Les équipes hautement qualifiées et expérimentées de Tageos sont en mesure de concevoir, fabriquer et tester des produits finis en petites quantités. Les volumes à grande échelle seront ensuite transférés en toute transparence vers les installations de production certifiées de haute qualité de l'entreprise en France, aux États-Unis et en Chine, avec une capacité de production



annuelle de plus de 11 milliards d'unités. D'autres services EaaS portent sur le conseil en projet et l'ingénierie d'application, l'optimisation des processus techniques ainsi que le support en programmation et en implémentation afin d'assurer la meilleure adéquation technique et commerciale. Le nouvel ICoE de Tageos s'associe au Centre d'Innovation de Fedrigoni à Vérone (Italie). La RFID devient de plus en plus stratégique pour le groupe italien qui exploite toutes les synergies possibles avec ses deux secteurs d'activité : les marchés servis par le groupe – du luxe à la pharmacie, en passant par les vins & spiritueux, l'alimentation, la beauté et les produits de grande consommation – sont de plus en plus à la recherche d'innovations permettant l'authentification, la protection des marques, la traçabilité ainsi que l'expérience client pour leurs produits et leurs emballages.



Retrouvez  
notre programme  
rédactionnel  
**2025**  
sur

[www.emballagedigest.fr](http://www.emballagedigest.fr)

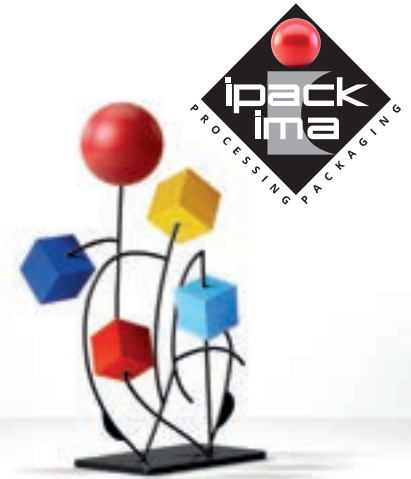
### PROGRAMME RÉDACTIONNEL

Vous consultez le programme de l'année : **2025**

	PACKAGING			MACHIN	
	Parfumerie Cosmétique	Pharmacie	Alimentaire	Alimentaire	Parfumerie Cosmétique Pharmacie
Trimestre	Rubans & accessoires	Etiquettes	Serguettes	Robotique / Cobotique	Machines à découper
Mois	Traçabilité	Sticks	Dropsticks	Encacheuses	Encalotieuses
Année	Flacons	Unités	Biomatériaux	Etiqueteuses	Impression numérique

# L'ART DE L'INNOVATION

IPACK-IMA MILAN  
27 - 30 MAI 2025  
FIERA MILANO - ITALIE



## L'ART DE L'INNOVATION C'EST IPACK-IMA.

Un voyage immersif à travers les matériaux et les solutions de pointe en matière de traitement et d'emballage: de l'alimentation, avec un accent sur les aliments à base de céréales, aux produits frais et aux produits de consommation courante, au Liquid food & Beverage jusqu'au Pharma & Chemicals.

Ici, créativité et technologie se fondent pour modeler le secteur.

**REJOIGNEZ-NOUS ET VIVEZ L'AVENIR DE L'INNOVATION!**

**IPACK-IMA VOUS OFFRE UNE ENTRÉE GRATUITE**

**SCANNEZ LE QR CODE ET PRÉ-ENREGISTREZ-VOUS SUR LE SITE**



EN COLLABORATION AVEC :



[www.ipackima.com](http://www.ipackima.com)

SUIVEZ-NOUS:   



© Verallia

Anais Blin, salariée polyvalente bout chaud, bout froid du site Verallia de Chalon-sur-Saône et marraine du four.

## Verallia France redémarre le four de son usine de Chalon-sur-Saône

Verallia France, filiale du Groupe Verallia, annonce la fin des travaux de rénovation complète du four n°1 du site de Chalon-sur-Saône. Spécialisé dans la production de verre blanc, ce four produit des bouteilles emblématiques des régions Bourgogne et Bordelaise, ainsi que des spécialités destinées aux marchés des spiritueux, des vins tranquilles et des produits alimentaires, distribuées localement, nationalement et à l'international. Grâce à cette modernisation, le four bénéficie d'une technologie «super boostée», augmentant la part d'électricité dans son mix énergétique. Celle-ci passe désormais à 25%, réduisant ainsi la consommation de gaz naturel à 75%. Cette évolution permet au site de Chalon-sur-Saône de diminuer de 11% ses émissions de CO<sub>2</sub>, tout en augmentant sa puissance électrique de fusion. Cette démarche s'inscrit pleinement dans

la stratégie globale de décarbonation du Groupe Verallia, visant une réduction de 46% de ses émissions de CO<sub>2</sub> d'ici 2030 grâce au déploiement de deux nouvelles technologies : les fours 100 % électriques, comme celui inauguré à Cognac en septembre 2024, et les fours hybrides prévus en Espagne fin 2025 puis à Saint-Romain-Le-Puy en 2026, réduisant respectivement de 60% et 50% les émissions de CO<sub>2</sub>. Construit en 1912, le site de Chalon-sur-Saône est aujourd'hui la plus grande usine du groupe Verallia. Avec ses 500 collaborateurs et ses trois fours, l'usine produit chaque année près d'un milliard de bouteilles.

## Citeo Pro lance son appel à projet EncoRE plus de réemploi 2025

Pour accélérer la transition vers le réemploi des emballages dans la restauration, Citeo Pro annonce l'ouverture de son appel à projets EncoRE plus de réemploi 2025.

Ce dispositif, ouvert depuis le 14 mars et jusqu'au 31 décembre 2025, vise à financer des initiatives innovantes et opérationnelles en France. Avec une enveloppe de 246 000 euros, l'appel à projets s'adresse à la fois aux clients de Citeo Pro (restaurateurs, traiteurs, entreprises de restauration collective) et aux apporteurs de solutions (fabricants d'emballages réemployables, acteurs de la logistique, entreprises spécialisées dans la collecte et le lavage).

Les projets éligibles peuvent porter sur :

- Le développement et l'achat d'emballages réemployables adaptés aux besoins du secteur, afin d'accélérer leur adoption et leur standardisation.
- La mise en place d'infrastructures de conditionnement et de lavage, indispensables pour assurer une logistique efficace du réemploi à grande échelle.
- Des études et expérimentations, permettant de tester et structurer des modèles viables économiquement et opérationnellement.

«Notre objectif est d'aider efficacement les professionnels à franchir ce cap en soutenant des initiatives concrètes et déployables à grande échelle. Nous encourageons toutes les démarches, en particulier celles portées par des acteurs en phase de structuration ou en quête de solutions adaptées à leurs besoins», explique Julien Dubourg, président de Citeo Pro. Les candidatures seront étudiées au fur et à mesure, jusqu'à épuisement des fonds disponibles. ■



## Des légumes et légumineuses bio en format brique



**D**epuis sa création en 2018 par l'ANEB (Association Nationale des Épiciers Bio), **Élibio** se démarque par une gamme de produits bio accessibles, distribués exclusivement en magasins bio indépendants. Le groupement a récemment repensé ses emballages pour concilier praticité, écologie et petits prix. La marque délaisse la traditionnelle et historique conserve métallique – critiquée pour le goût métallique ressenti à la dégustation, le coût de production élevé, et son association à une certaine rigidité des habitudes de consommation – pour adopter le conditionnement en brique **Tetra Pak**. Désormais, les légumineuses (lentilles, pois chiches et haricots blancs) et la pulpe de tomate **Élibio** sont conditionnés dans une brique multicouche conçue pour protéger les produits liquides et solides tout en assurant une conservation longue durée. Avantages : un format plus compact qui facilite la distribution et l'agencement en rayon et offre moins de casse ; une meilleure ergonomie pour le consommateur : léger, facile à manipuler et à ranger ; un matériau avec un meilleur taux de recyclage et un prix compétitif, inférieur à celui des conserves métalliques.

**Fournisseur : Tetra Pak**

## ■ Un coffret écrin personnalisé pour l'horlogerie

La jeune marque d'horlogerie grecque **Ianos Watches** revisite les codes de son marché, tant pour ses montres que ses emballages. Elle a ainsi confié à **Procos** la création d'un coffret aussi désirable qu'écoresponsable pour sa nouvelle montre **Ianos Watches Dytis**.



Celle-ci se dévoile dans un écrin personnalisé, épuré, léger, inédit et pérenne. Dans le cadre de ce projet, **Ianos Watches** a donc opté pour la gamme «**Grace Box**» de **Procos** lancée en 2023.

En effet, elle se positionne comme une alternative vertueuse, légère et élégante aux boîtes en bois et MDF des univers premium et luxe, tels que l'horlogerie. Elle affiche une fabrication mono-matériau en carton ondulé et papier (certifiés FSC®), une grande légèreté (40% plus légère qu'une boîte en bois ou MDF) et une recyclabilité totale, tout en étant robuste pour favoriser le réemploi par les clients.

«**Procos** a parfaitement compris ce que nous attendions et a créé pour **Ianos Watches** un superbe coffret personnalisé, minimaliste, fabriqué de manière durable et réutilisable. Le résultat est tout simplement parfait, en adéquation avec les besoins de la marque», a souligné **Jacob Hatzidimitriou**, fondateur de la marque **Ianos Watches**.

**Fournisseur : Procos**

## ■ Une pompe prestige pour une collection de parfums haut de gamme

Inspirée de l'esprit hédoniste de Rome, **Anatomy of Dreams** est la nouvelle collection de parfums Haute Couture de **Valentino Beauty**. Les sept fragrances et deux exhausteurs de parfum sont tous équipés de la pompe fragrance prestige **Classic Inune** du fournisseur **Aptar Beauty**. Les sept parfums (formats 30 ml et 100 ml) et les deux exhausteurs de parfum (30 ml) de la collection sont équipés de la

pompe **Classic Inune** sur bague étagée, toutes deux fabriquées et décorées dans les usines françaises d'**Aptar Beauty**. Les composants sont anodisés à la teinte et le bouton poussoir est orné d'un 'V' gravé au laser après le processus d'anodisation, révélant ainsi la couleur naturelle de l'aluminium. La diffusion précise du spray **Classic Inune** se prête à la gestuelle de «**layering**» – une tendance grandissante parmi les consommateurs de parfums qui personnalisent leurs fragrances. Parfaitement adaptée au marché prestige, **Classic Inune** présente un design élégant et intemporel, aux lignes pures et nettes, avec un col SNI15. Cette pompe délivre une pulvérisation douce et fine, avec un spray court et un angle de diffusion de 30°. Avec son mécanisme invisible et robuste, la pompe est compatible avec une large variété de formules, y compris certaines sans alcool. La pompe évite tout contact entre jus et métal, préservant ainsi la neutralité olfactive des parfums non-genrés de la collection **Anatomy of Dreams**. Comme le reste de la gamme **Inune**, **Classic Inune** est fabriquée sans POM, et est recyclable sur le flacon dans le flux de recyclage du verre (sous réserve des capacités locales).

**Fournisseur : Aptar Beauty**



## ■ Des olives en format doypack XXL

Basé à Nyons, **Le Brin d'Olivier** dévoile sa nouvelle gamme d'olives **Maxi Plaisirs**. Cette collection se distingue par des saveurs authentiques, un format XXL ultra-pratique pour les grandes familles ou les apéritifs grâce à des sachets 100% recyclables dotés d'un zip refermable pour une conservation optimale. Fabriqués en France par **Deltasac**, ces doypacks sont mono-matériau avec une structure PE-EVOH, d'une capacité de 780 ml et décorés



## Un flacon de parfum au décor profond et puissant

Pour sa nouvelle fragrance masculine *Acqua di Giò Elixir* composé par le nez Alberto Morillas, **Armani** a confié à **Bormioli Luigi** la mission de réaliser ce nouveau flacon de 50 ml dont le décor profond évoque l'homme moderne et la sophistication extrême. Dans sa démarche créative, la marque a souhaité un flacon puissant et sophistiqué évoquant le paroxysme de la profondeur. Bormioli Luigi a réalisé les formes sobres d'une silhouette dont la base carrée épouse un léger arrondi capable d'attirer le regard vers les profondeurs de la matière. Le logo argent s'y insère à la perfection, tout en discrétion. Pour produire une telle forme, Bormioli a dû trouver le dosage exact de la matière afin d'obtenir un juste équilibre et une géométrie parfaite entre l'épaisseur du fond et la légèreté de la pièce. La teinte d'un noir intense est obtenue par un laquage intérieur *Inside*, le décor-signature de Bormioli. Il est un rappel d'une pierre rare appelée obsidienne qui évoque le luxe caché et repousse les énergies négatives. Le choix de la technique *Inside* et celui du noir, ont été conditionnés par d'infimes tests de compatibilité entre la laque et le jus particulièrement concentré. Les décors en sérigraphie noire et argent s'y renvoient la lumière.

**Fournisseur : Bormioli Luigi**



par flexographie. Cinq références sont disponibles sous ce nouveau format : Olives vertes dénoyautées, Olives noires à la grecque dénoyautées, Olives noires à la grecque entière, Olives vertes dénoyautées Poivrons & Piments et Olives vertes dénoyautées Ail & Basilic.

**Fournisseur : Deltasac**



### ■ Des cartouches de mastic intègrent de la matière recyclée

Les cartouches de mastics de fixation et d'étanchéité professionnels **Rubson**® et **Pattex**® font peau neuve avec des nouveaux emballages recyclés qui contiennent au minimum 75% de matériaux recyclés. Cette refonte permettra d'économiser 100 tonnes de plastique par an et s'inscrit dans une démarche globale du groupe **Henkel** qui a pour ambition de remplacer toutes les cartouches vierges de formules compatibles en cartouches recyclées. L'initiative illustre l'engagement RSE du fabricant au travers de plusieurs objectifs : 100% d'emballages conçus pour le recyclage ou la réutilisation ; au moins 30% de matériaux recyclés pour tous les emballages des produits de consommation en 2025 ; -50% de déchets de production par tonne de produit (par rapport à 2010) ; réduction de 30% des émissions de CO<sub>2</sub> liées aux matières premières et à l'emballage par tonne de produit d'ici 2030) et atteindre une utilisation circulaire des déchets issus de la production.

### ■ Du sachet de gaufrette au coffret pour montre...

Le fabricant de confiserie sud-tyrolien **Loacker** utilise depuis environ deux ans le papier d'emballage souple **Koehler NexPlus**® Seal Pure MOB pour son mélange de gaufrettes «Best of Moments». Ce papier est fabriqué par **Koehler Paper** à Kehl sur le Rhin, transformé en doypack par le convertisseur **SIT Group** et, après consommation de



son contenu, transformé en papier recyclé de haute qualité sur le site **Koehler** de Greiz. Le papier est à la fois certifié FSC® et recyclable selon la méthode **Cepi** tout en offrant une très bonne aptitude au scelllement et une barrière contre les huiles minérales. En fin de vie, le papier peut être trié avec de vieux papiers, par exemple à Greiz, sur le site local de **Koehler Paper** pour être transformé en papier recyclé noir foncé, pour être utilisé dans un étui pour montre de luxe pour le fabricant de montres saxon **Mühle-Glashütte**.

**Fournisseur : Koehler Paper / Transformateur : SIT Group**

### ■ Stopper et médaillon habillent une bouteille de tequila

L'artiste et entrepreneur **Megan Thee Stallion** a collaboré avec **TNT Group** pour le lancement de sa nouvelle marque de tequila, **Chicas Divertidas**. Le fabricant a conçu et produit le stopper et le médaillon de la bouteille, qui incarnent la vision de l'artiste et soulignent le luxe du produit. Le stopper, en zamac galvanisé or, représente le motif unique d'un cœur et d'un poignard entrelacés, symbole personnel de la lauréate des Grammy Awards. Il est solidement et discrètement assemblé au bouchon de liège, permettant ainsi d'ouvrir facilement la bouteille, tout en assurant l'étanchéité de l'ensemble. Un médaillon assorti en zamac galvanisé or est gravé du nom et du logo de la marque. Le processus de production méticuleux de TNT Group, comprenant l'usinage, la finition soignée et le polissage, transforme le stopper en un véritable bijou, reflétant le style glamour de la star.

**Fournisseur : TNT Group**





## Flacons hygiène / beauté :

Qu'il s'agisse de flacons grands formats, de tottle, de flacons en verre ou en aluminium, les marques et fournisseurs priorisent la recyclabilité des emballages destinés au marché de l'hygiène / beauté. Des produits qui doivent aussi rester désirables et pratiques pour les consommateurs.

Sur le segment des flacons pour les produits d'hygiène et cosmétiques, on retrouve aussi bien de grandes marques que des marques distributeurs. Une particularité qui en fait un marché divisé en sous-catégories et défini par différentes tendances. Côté hygiène, l'engouement pour les grands formats – de 400 ml à 1 litre – ne se dément pas. «Les flacons de 400 ou 500 ml ont le vent en poupe en ce moment, en standard comme en spécifique. Les hôtels vont devoir supprimer les petits formats de produits de toilette et se tourner vers des formats conséquents, en demandant des cols spéciaux permettant de snapper le bouchon, afin que les clients ne partent pas avec le flacon. Nous avons d'ailleurs développé une machine pour assembler le support qui se fixe au mur», précise Cécile Pompili, responsable marketing stratégique de Lumson. Le fabricant italien d'emballages en verre et en plastique, qui dispose de quatre usines en Italie, a récemment lancé plusieurs nouveautés, comme la gamme Fuji en verre 1, inspirée de la silhouette du Mont Fuji, et dont le col étroit remonte. Autre lancement récent, le flacon rectangulaire en verre TAG Electa 2, disponible en version airless à poche ou en version atmosphérique.

Laetitia Artola, chef de produit beauté et pharmacie pour Embelia, observe, elle, une évolution vers des flacons rechargeables en verre pour des produits comme des huiles lavantes, des savons liquides ou des eaux micellaires. «Nous avons étoffé nos gammes avec des flacons en verre sécurisé, plastifié, pour des contenances de 200 ou 300 ml. L'usage de ces flacons, dédiés à



l'origine au secteur pharmaceutique, a évolué vers des applications en cosmétique», explique-t-elle. D'autre part, «les galéniques changent avec l'essor des cosmétiques solides : par exemple, des shampoings liquides laissent place à des poudres reconstituables. Pour répondre à cette tendance, les clients recherchent des flacons avec des cols assez larges, en 28-410, afin d'y conditionner des applications sous forme de galet», ajoute-t-elle. Plus inattendu, le marché exponentiel des compléments alimentaires nécessite de nouveaux contenants : «les marques enrichissent leurs gammes de soins existantes en proposant des gélules pour les cheveux, les ongles, etc. La demande augmente pour des emballages de type pilulier 3. Des clients qui utilisaient auparavant des blisters vont aussi vers ce type de packaging», constate Sophie Turpin, responsable marketing d'Embelia.

### Personal care and cosmetic bottles: combining eco-design and ease-of-use

Whether they are large-format bottles, tattles, glass or aluminum containers, brands and suppliers – as Actipack, Embelia, Lumson, Albéa or Baralan – are prioritizing the recyclability of packaging for the personal care and cosmetics market. It means they are developing mono-material bottles, which can integrate recycled materials, and are still working hard on lightweighting them - using specific technologies to achieve this. These products must also remain practical for consumers – thanks to ergonomic bottles or convenient caps for instance. Besides, suppliers are innovating in the decoration field, with 3D printing on glass (Baralan) or translucent colours.

# concilier éco-conception et praticité



Le marché des soins capillaires est en effet en augmentation (+2,79% de CAGR entre 2023 et 28, selon **WGSN**). Pour ces produits, «les formats sont plus variés. Les marques adoptent les dropers pour un meilleur dosage, ou des flacons plus créatifs, de forme carrée, organique ou asymétrique», remarque Loretta Riché, cheffe de produit soin pour **Albéa**. Quant aux marques ciblant les jeunes consommateurs, «elles recherchent des emballages créatifs, «instagrammables», et sont en attente de formes, de couleurs et de textures diverses. Les tottles plaisent beaucoup : ils sont aussi bien utilisés pour des produits solaires, des produits pour le soin ou le maquillage – et en petit format, ils conviennent à des versions nomades», ajoute-t-elle, mentionnant le Lolli Tottle d'Albéa **4**.

## Des technologies qui aident à la réduction de poids de matière

«**C**ôté design, les marques d'hygiène choisissent des flacons longilignes, notamment pour faciliter le rayonnage et la surface étiquetable de communication. Quant aux marques de cosmétique, elles continuent de miser sur des flacons classiques, cylindriques, qui permettent de bien optimiser les emballages secondaires – tout en restant dans des codes qui rassurent le consommateur», souligne Pierre Pommarel, directeur commercial d'**Actipack**. La société fournit des flacons en PET à des marques distributeurs, entre autres. «Aujourd'hui, les marques sont avant tout intéressées par l'éco-conception. L'intégration de matière recyclée est demandée dans quasiment tous les projets, avec des taux de rPET allant de 25 à 100% pour les plus grandes marques. Les marques distributeurs y viennent aussi, dans des proportions limitées pour des raisons économiques», ajoute-t-il. «Pour tous les développements à venir, la réduction du grammage est drastique sur les flacons. Sur des flacons en 400 ml pour la cosmétique, on réussit à obtenir 17% de réduction de poids de matière. Depuis trois ans, nous utilisons la technologie «Zero cooling» pour fabriquer des flacons ISBM, dont le poids est réduit de 10 à 20% tout en assurant une meilleure répartition de la matière», assure-t-il. Cela passe aussi par des subtilités au niveau du design pour renforcer les points de faiblesse potentiels. «De leur côté, les conditionneurs doivent jouer le jeu avec des machines de dépose d'étiquettes plus performantes, moins «brusques» avec les flacons», indique Pierre Pommarel. La société Embelia a lancé une nouvelle gamme de flacons en PET allégés de plusieurs grammes **5** : elle a également investi dans la technologie

«Zero cooling», un procédé d'injection nécessitant moins de matière et d'énergie. «La répartition de la matière est plus homogène, tout en atténuant l'effet loupe et en augmentant la productivité. Nos outillages permettent de fabriquer des flacons en trois contenances», précise Laetitia Artola.

## Bouchages : pratiques et légers

**A**ctipack a récemment lancé le flacon VAO en PET en 250 ml **6**. Des formats complémentaires en 300 ml ainsi qu'une version en tottle de 200 ml (à destination du marché des après-shampoings) sont en cours de développement. Ce flacon peut être associé à une nouvelle capsule bi-couleur, baptisée Nove. Autre nouveauté : la gamme de flacons Isil en PET, aux épaules strictes et à la forme cylindrique **7**. La capsule, pesant 2,5 g, a fait l'objet d'une étude d'éco-conception pour obtenir un ensemble optimal, avec une réduction de poids de plus de 15% par rapport aux modèles équivalents actuels d'Actipack. En effet, le poids du bouchage compte, et lui aussi est soumis à un régime. Actipack fournit l'ensemble flacon et bouchage grâce aux sociétés sœurs du groupe **Axium Packaging**. «Il est en revanche plus difficile d'intégrer du PP recyclé : pour l'instant, les capsules sont surtout fabriquées en matière vierge», remarque Pierre Pommarel. Chez Lumson, Cécile Pompili note «une augmentation des ventes de bouchons flip top ou disc top pour des flacons souples en PE. Nous allons d'ailleurs bientôt sortir une gamme de capsules flip-top en PE revêtues d'une couche soft touch – un toucher qui semble revenir dans les tendances. Pour les flacons en PET, les clients choisissent plutôt des pompes ou des compte-gouttes», souligne-t-elle.

## Privilégier les matériaux recyclables et/ou recyclés

**L'**allègement concerne bien sûr aussi les flacons en verre. Les parois et les fonds s'affinent. «Notre philosophie est de réduire le poids des pack, d'optimiser l'utilisation des matériaux et de limiter le nombre de composants. Pour ce faire, nous utilisons des outils logiciels internes dédiés à l'évaluation de la faisabilité de l'utilisation d'épaisseurs de paroi minimales lors du développement de nouveaux produits. L'allègement des contenants en verre peut entraîner une fragilité accrue, que nous pouvons compenser grâce à des revêtements protecteurs qui aident à réduire le risque de casse», détaille Maurizio Ficcadenti, responsable R&D de **Baralan**. En ce qui concerne les matériaux, l'entreprise s'est récemment concentrée sur l'utilisation



d'options recyclées et recyclables. «Nous avons choisi le PET comme l'un des matériaux clés de nos développements, comme nous l'avons fait pour notre système Premium Re-Charge», indique-t-il. Ce nouveau système est composé d'un boîtier en plastique accueillant un contenant en verre rechargeable **8**. Deux variantes de flacons sont possibles, car l'emballage est compatible avec les dispositifs de distribution airless et traditionnels. Un col à vis permet d'interchanger le flacon. «Les marques recherchent des formats pratiques, faciles à utiliser en déplacement et adaptés aux voyages, sans compromettre le design. Pour nous, la simplicité d'utilisation est un critère essentiel dans chaque nouveau développement», assure Maurizio Ficcadenti. La demande est croissante pour des packs rechargeables, dont la gestuelle doit être intuitive. «Si la recyclabilité des matériaux est déjà incontournable, les clients s'orientent massivement vers des matières recyclées, ou des matières alternatives biosourcées – carton, bois, plastique végétal. Nous constatons qu'ils apprécient les flacons en aluminium recyclé pour des recharges de parfums **9**. Ce matériau recyclable à



l'infini est une bonne alternative. Il permet une forte réduction de son impact énergétique tout en offrant une bonne protection de la formule», souligne Sophie Turpin. En 2024, Lumson avait mis sur le marché la collection Essential, rassemblant quatre flacons en aluminium de 50 à 150 ml, pouvant être fabriquée en métal 100% recyclé. Le fournisseur italien devrait, par ailleurs, bientôt proposer un matériau PP PCR recyclé chimiquement et donc de grade alimentaire.

#### Des teintes translucides



Pour ne pas perturber les filières de tri, les marques sont attentives à la façon dont le pack est décoré. Les marques distributeurs et milieu de gamme privilégient surtout les étiquettes – la sérigraphie étant plutôt choisie par des marques haut de gamme. «On note que les colorants opaques disparaissent progressivement. Quasiment toutes les marques s'orientent vers des teintes translucides pour un meilleur recyclage» remarque, Pierre Pommarel. Afin de promouvoir une nouvelle technologie, Albéa a créé la gamme Summer Serie, en

PET multicouche **10** : la couleur dégradée est obtenue par soufflage et non par une impression. En effet, le soufflage de la préforme – après son injection lors d'une première étape, permet d'obtenir des effets type dégradé ou glossy sans utiliser de vernis ou de peinture. Les flacons protègent ainsi la formule de la lumière avec moins d'additifs, selon la société. En 2024, Baralan dévoilait une nouvelle solution de décoration 3D pour l'emballage cosmétique **11**. «Le véritable défi était d'imprimer en 3D sur du verre et que la résine puisse «accrocher» la surface externe du verre. Après de nombreux tests, nous avons trouvé la formule correcte combinant des couches de résines et de revêtements. Aujourd'hui, nous sommes capables d'obtenir différents effets, tels qu'une décoration transparente qui simule une décoration en verre, ou des couleurs semi-transparentes», précise Maurizio Ficcadenti. Lumson s'est inspiré de la couleur de l'année 2025, la couleur pantone Mocha Mousse, et a dévoilé début 2025 la collection Absolute **12**, comprenant sept flacons en verre de 10 à 30 ml en teinte «brun glacé» brillante semi-transparente. Des flacons à la pointe des dernières tendances...



## ■ Nuon imagine des emballages et applicateurs connectés

**Nuon**, dernier-né du groupe hollandais **Kaiyan Medical** (CA 100 M€), a pour ambition de démocratiser la beauty tech avec des emballages et applicateurs intelligents, capables de magnifier les formules et leur performance. Un positionnement qui a déjà séduit plusieurs grandes marques du secteur : « nous sommes en cours de négociation avec certains grands noms de la cosmétique, qui sont en train de mener des tests d'efficacité sur nos devices. De prochains lancements sont prévus cette année », annonce Gregory Pays, directeur des ventes de Nuon. Plusieurs concepts ont été dévoilés pour leur première participation au salon Cosmetic 360° fin 2024 puis au Paris Packaging Week, dont le remarqué SPF Miror Perfector, primé au salon Cosmoprof Hong Kong. Intégrée dans un boîtier à maquillage, une caméra permet à l'utilisatrice de vérifier que l'ensemble de son visage est protégé par sa poudre solaire et d'identifier les zones oubliées. Mais la gamme de solutions est bien plus large – plus de 200 brevets sont déposés – et potentialise les effets de la lumière LED sur la peau, couplés à d'autres technologies comme les microcourants, l'infrarouge, les billes de massage, les vibrations, les effets chaud/froid ou le microneedling... « Selon les formules et l'effet recherche (anti-acné, antitaches, anti-rides, raffermissement, chute de cheveux, etc.), nous pouvons proposer des applicateurs adaptés, dont les effets ont été prouvés scientifiquement. Les consommateurs sont aujourd'hui friands de ces technologies non invasives, qui maximisent l'effet de leurs soins à domicile. Enfin, autre avantage et non des moindres : en apportant de la valeur ajoutée à un packaging, nous incitons le consommateur à sa réutilisation, l'ensemble



La LED Facial Sculpt Ring conjugue la luminothérapie et la chaleur thérapeutique pour magnifier les résultats de la formule. La bague amovible est équipée d'un dispositif aimanté pour faciliter sa prise en main et son remplacement sur le produit.



Ce capot assure un massage par vibration que renforce l'action des micro courants, de la chaleur et de la lumière. La pièce amovible devient un outil autonome. La partie basse permet de nettoyer l'applicateur du capot à la lumière bleue.



SPF Miror Perfector

de nos technologies étant garanties deux ans », poursuit le représentant de Nuon. Pour accompagner les marques cosmétiques sur cette tendance, l'entreprise a mis au point une large base de données de 8000 études cliniques, qui en s'appuyant sur de l'IA, peut suggérer les technologies les plus adaptées à chaque application. Sur le plan industriel, la jeune start-up n'est pas en reste puisqu'elle peut s'appuyer sur la force du groupe Kaiyan Medical qui fabrique sur ses usines en Chine et en Inde des millions de masques et autres équipements LED par an pour le compte des plus acteurs du secteur : **Nooance**, **Current Body**, **Thalica**, **Solawave**, etc. mais aussi pour ses marques propres comme **Aduro**.



### 1 La marque Wild passe sous le giron d'Unilever

Le groupe cosmétique **Unilever** reprend la jeune marque britannique **Wild** lancée en 2020. Illustration d'une success story du monde digital, cette dernière a su se créer un réseau de consommateurs fidèles en s'appuyant sur un modèle de vente directe et au détail de produits cosmétiques naturels et rechargeables (déodorants, baumes à lèvres, produits d'hygiène pour le corps et pour les mains). La croissance rapide de Wild, son offre premium et sa position de leader sur le secteur des déodorants rechargeables au Royaume-Uni en font un ajout stratégique au portefeuille hygiène/beauté d'Unilever. Wild est distribué directement aux consommateurs, en ligne et en magasin, principalement au Royaume-Uni, en Europe et aux États-Unis. « L'approche innovante de la marque en matière de formulations et d'emballages, ainsi que son marketing axé sur les réseaux sociaux, ont fait de Wild une marque incontournable et un complément idéal à notre gamme de soins cosmétiques », a commenté Fabian Garcia, président d'Unilever Personal Care.

### 2 Un paquet de lingettes recyclable et plus performant

**Amcor** et **Fedrigoni Self-Adhesives** ont collaboré à la création d'un emballage pour lingettes humides, entièrement recyclable, marquant une avancée majeure pour le secteur des produits d'entretien et de l'hygiène/beauté. Cette solution associe le flow wrap AmPrima® Plus d'Amcor à l'étiquette semi-rigide de Fedrigoni, garantissant une recyclabilité optimale selon Recyclclass et cyclos-HTP au sein des filières de recyclage du PE en Europe, et la conformité au règlement de l'UE sur les emballages et les déchets d'emballages (PPWR). La conception mono-matériau permet de réaliser des économies potentielles sur les frais de responsabilité élargie des producteurs (REP), de réduire la consommation de plastique (réduction du poids de l'emballage jusqu'à 15% par rapport à une solution multi-matériaux avec étiquette rigide) et de diminuer l'empreinte carbone jusqu'à 55% selon une évaluation interne du cycle de vie ASSET d'Amcor, certifiée par **The Carbon Trust**. Enfin, la performance produit est améliorée : la combinaison d'un emballage souple et d'une étiquette semi-rigide garantit une fonctionnalité supérieure du paquet de lingettes, qui restent humidifiées plus longtemps. ■



## EMBALLAGE DIGEST

est édité par S.E.P.E.  
(Société Européenne  
de Presse et d'Édition)  
60 ter rue de Bellevue  
92100 Boulogne Billancourt  
Tél. : 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@embalagedigest.eu](mailto:doriamaz@embalagedigest.eu)

### Ont participé à ce numéro :

Marion BASCHET-VERNET

Laetitia BONNET

### Chef de studio

Karine DUVAL

(Tél. 01 55 20 30 12)

[karineduval@embalagedigest.eu](mailto:karineduval@embalagedigest.eu)

### Directrice commerciale

Laurence GUYADER

(Tél. 01 55 20 30 06)

[laurenceguyader@embalagedigest.eu](mailto:laurenceguyader@embalagedigest.eu)

### Diffusion/Abonnements

Véronique POTTIER

(Tél. 01 55 20 30 02)

[veroniquepottier@embalagedigest.eu](mailto:veroniquepottier@embalagedigest.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 : 20 €**

### Imprimerie de Compiègne

Imprimeur Photogaveur

Avenue Berthelot

ZAC de Mercières - BP 60524

60205 Compiègne Cedex

Dépôt Légal 2<sup>ème</sup> trim. 2025

Commission Paritaire des Publications et

Agences de Presse N° 55967

Le Directeur de la publication E. Pottier.

## Index des sociétés citées

- Aardex .....	p. 16/17	- LGR Packaging .....	p. 18
- Actipack .....	p. 12 à 14	- Loacker .....	p. 11
- Agilyx .....	p. 24	- Lumson .....	p. 12 à 14
- Albéa .....	p. 12 à 14	- Luxeol .....	p. 16/17
- Alfa .....	p. 6/7	- LyondelBasell .....	p. 24
- Aliplast .....	p. 25/26	- MCCP Europe .....	p. 20 à 22
- Altstoff Recycling Austria .....	p. 24	- Mitsubishi Chemical Corporation .....	p. 20 à 22
- Amcor .....	p. 15	- Mondi .....	p. 6/7
- Amcor Rigid Packaging USA .....	p. 20 à 22	- Norske Skog .....	p. 6/7
- ANEB .....	p. 10	- Nuon .....	p. 15
- Aptar Beauty .....	p. 10	- Ondosis .....	p. 16/17
- Armani .....	p. 11	- Packaging Cockpit .....	p. 24
- Avantium .....	p. 20 à 22	- Papeterie de Vizille .....	p. 6/7
- Axiom Packaging .....	p. 12 à 14	- Papeteries Saint-Michel .....	p. 6/7
- Baralan .....	p. 12 à 14	- Paredes .....	p. 25
- Berry Global .....	p. 25	- Pattex® .....	p. 11
- Biorepack .....	p. 20 à 22	- Plastic Energy .....	p. 24
- Bomo Trendline .....	p. 26	- Plastic Recyclers Europe .....	p. 24
- Bormioli Luigi .....	p. 11	- Plastyx .....	p. 24
- Burger King .....	p. 20 à 22	- PreZero .....	p. 24
- Camallergy - Cambridge Allergy .....	p. 16/17	- Procos .....	p. 10
- Cartamundi .....	p. 25	- RDM Blendecques .....	p. 6/7
- Chicas Divertidas .....	p. 11	- Recyclclass .....	p. 15
- Circular Resources .....	p. 24	- Reynders .....	p. 18
- Citeo .....	p. 20 à 22	- Rivercap .....	p. 23
- Citeo Pro .....	p. 9	- Rubson® .....	p. 11
- Copacel .....	p. 6/7	- Sappi .....	p. 25
- Cosmetica Italia .....	p. 25/26	- Schubert Pharma .....	p. 26
- Crealis .....	p. 23	- Schwarz .....	p. 24
- Cyclos-http .....	p. 15	- SDR Portugal .....	p. 24
- Cyclyx .....	p. 24	- Sensoneo .....	p. 24
- Debatin .....	p. 24	- SGD Pharma .....	p. 18
- Deltasac .....	p. 10	- SIT Group .....	p. 11
- Élibio .....	p. 10	- Sopac Medical .....	p. 16/17
- Embelia .....	p. 12 à 14	- SPAR .....	p. 24
- European Bioplastics .....	p. 20 à 22	- Sulapac .....	p. 20 à 22
- ExxonMobil .....	p. 24	- Suzano .....	p. 6/7
- Faller Packaging .....	p. 26	- Tageos .....	p. 8
- Fedrigoni .....	p. 8	- Tereos .....	p. 20 à 22
- Fedrigoni Self-Adhesives .....	p. 15	- Tetra Pak .....	p. 10/23
- Futerro .....	p. 20 à 22	- TNT Group .....	p. 11
- Game Brewer .....	p. 25	- Unilever .....	p. 15
- Gerresheimer .....	p. 18	- UPM .....	p. 6/7
- Glimpact .....	p. 25	- Valentino Beauty .....	p. 10
- Groupe Verallia .....	p. 9	- Valmatic .....	p. 16/17
- H&T Presspart .....	p. 18	- Verallia France .....	p. 9
- Heinzl .....	p. 6/7	- Vinventions .....	p. 23
- Heitkamp & Thumann Group .....	p. 18	- VPK Normandie .....	p. 6/7
- Henkel .....	p. 11	- Wepa .....	p. 6/7
- Ianos Watches .....	p. 10	- WGSN .....	p. 12 à 14
- Kaiyan Medical .....	p. 15	- Wild .....	p. 15
- Koehler Paper .....	p. 11	- Yonwoo/PKG .....	p. 26
- Le Brin d'Olivier .....	p. 10		

## Répertoire des annonceurs

ILLIG FRANCE .....	1 <sup>ère</sup> de couv.
IPACK-IMA .....	9
RAJA .....	2 <sup>ème</sup> de couv.