ED
Emballage Digest
PACKAGING
N° 700 - Juillet/Août 2025

Focus
■ Araymondlife inaugure sa nouvelle usine à Grenoble p.6

Actualité
■ Entrée en phase 2 du projet Pharma-Recharge p.8

Linéaires
■ Projet R3PACK : une barquette repensée pour le réemploi p.10

Parfumerie&cosmétique
■ Métal et emballage : un regain d'intérêt pour l'aluminium p.12

Pharmacie
■ Tubes : plus de recyclabilité et de performance p.16

Alimentaire
■ Préformes : des exigences accrues en termes de durabilité p.20

International
■ ReKrill: un biopolymère compostable à base d'écorces d'agrumes p.26

Focus
■ Araymondlife inaugurates its new factory in Grenoble p.6

News
■ Entry into phase 2 of the Pharma-Recharge project p.8

Perfumery&cosmetic
■ Metal and packaging: a renewed interest in aluminium p.12

Pharmacy
■ Tubes: greater recyclability and performance p.16

Food
■ Preforms: increased requirements for sustainability p.20

International
■ ReKrill: a compostable biopolymer made from citrus peels p.26

ISSN 0013-6557

Smurfit Westrock

Des solutions durables en carton pour répondre aux enjeux de demain

Réduction du vide, et si l'emballage de demain se décidait aujourd'hui ?

D'ici 2030, la réduction du taux de vide dans les emballages deviendra un standard européen.

Plus qu'une contrainte réglementaire, c'est une nouvelle occasion d'innover, de réduire l'empreinte carbone et de renforcer la performance logistique.

Ensemble, donnons plus de sens à chaque emballage.



Aptar beauty

iD SCENT Technology

REINVENTING THE SAMPLING EXPERIENCE

Long-lasting scented paper



Innovative, customizable, multi-sensory, certified recyclable

For more information, scan the QR code and fill out the form or reach out to your Aptar contact.

sommaire

Parole à...
5 Pierre Vandehove, pdg de DV Group

Focus
6 Araymondlife inaugure sa nouvelle usine à Grenoble

Actualité
8 Entrée en phase 2 du projet Pharma-Recharge

Linéaires
10 Projet R3PACK : une barquette repensée pour le réemploi
11 Les plats préparés emballés dans des compartiments multiples

Parfumerie&cosmétique
12 Métal et emballage : un regain d'intérêt pour l'aluminium
14 Un cuir d'origine végétale pour habiller les emballages de luxe

Pharmacie
16 Tubes : plus de recyclabilité et de performance
19 Transformer les déchets plastiques en paracétamol

Alimentaire
20 Préformes : des exigences accrues en termes de durabilité
25 Choisir la PLV la plus pertinente grâce à l'IA

International
Revue de presse
26 ReKrill: un biopolymère compostable à base d'écorces d'agrumes
Panorama
27 Bouchon liège naturel sans TCA



8


12



16



27

A world of...
5 Pierre Vandehove, CEO of DV Group

Focus
6 Araymondlife inaugurates its new factory in Grenoble

News
8 Entry into phase 2 of the Pharma-Recharge project

Perfumery&cosmetic
12 Metal and packaging: a renewed interest in aluminium
14 Vegetable-based leather for luxury packaging

Pharmacy
16 Tubes: greater recyclability and performance
19 Turning plastic waste into paracetamol

Food
20 Preforms: increased requirements for sustainability
25 Choosing the most relevant POS advertising using AI

International
Press review
26 ReKrill: a compostable biopolymer made from citrus peels
Panorama
27 Natural cork stopper TCA free

Experience it live at K 2025
Hall 15 - C58

2025

COMING SOON

6+6 Complete System

Injection/Compression Patent

Low Injection Pressure



PLASTISUD



Notre couverture

SMURFIT WESTROCK
www.smurfitwestrock.com

Afin de toujours offrir de nouvelles opportunités à nos clients, notre équipe dynamique ne cesse de mettre à profit une riche expérience et une expertise approfondie. Nous collaborons avec des clients novateurs, en échangeant des connaissances sur des produits de qualité supérieure, notre compréhension du marché et des observations concernant les tendances du secteur de l'emballage afin de leur garantir le succès commercial sur leurs marchés.

Smurfit Westrock est le principal producteur mondial d'emballages à base de papier, avec près de 100 000 employés répartis dans 40 pays et fournissant des produits en carton ondulé, en carton plat, en nid d'abeille, des emballages bag-in-box et des papiers graphiques.

parole à...

Pierre Vandenhove, pdg de DV GROUP



La maintenance prédictive : un levier de compétitivité face aux arrêts non planifiés

Chaque mois, 79% des entreprises françaises subissent des arrêts de production non planifiés, selon une étude menée par ABB. Le coût moyen d'une heure d'arrêt s'élève à 68 000 €. Ces interruptions, provoquées majoritairement par des défaillances techniques, ont des répercussions majeures sur la performance globale des sites industriels. Elles désorganisent les plannings, engendrent des pertes de matière ou de produit fini, mobilisent les équipes de maintenance dans l'urgence, et dans certains cas, entraînent des pénalités contractuelles.

Dans un contexte de hausse des prix de l'énergie, de tensions sur les chaînes logistiques et de pression croissante sur les marges, la maîtrise de la continuité de production est devenue un enjeu stratégique. L'impact d'un arrêt imprévu dépasse la seule sphère opérationnelle : il remet en cause la capacité d'une entreprise à tenir ses engagements et à préserver sa rentabilité.

De la réparation à l'anticipation

Pendant longtemps, les industriels ont privilégié la maintenance corrective, consistant à intervenir après la panne, ou la maintenance préventive, programmée selon un calendrier ou un nombre d'heures de fonctionnement. Si ces approches ont permis de structurer les plans de maintenance, elles ne suffisent plus à répondre aux exigences actuelles en matière de réactivité et de disponibilité des équipements. La maintenance prédictive s'impose aujourd'hui comme une alternative plus performante.

Grâce à l'analyse des données terrain issues des capteurs (température, vibrations, intensité électrique, vitesse de rotation, etc.), il devient possible de repérer les signaux faibles annonciateurs d'une défaillance. Ce passage de la réaction à la prévention permet d'organiser les interventions en amont de la panne, de limiter les coûts d'arrêt, et d'optimiser la planification des ressources.

L'intelligence artificielle comme catalyseur

Les nouvelles générations de systèmes prédictifs sont désormais dotées d'intelligence artificielle capable de modéliser le comportement des machines et d'identifier les écarts significatifs. Cette technologie permet non seulement de détecter les anomalies, mais aussi d'estimer la durée de vie résiduelle d'un composant, d'associer les causes probables d'une dérive de performance, et d'enrichir les diagnostics à l'aide de retours d'expérience croisés.

L'IA joue également un rôle croissant dans l'optimisation énergétique. En analysant les conditions de fonctionnement en temps réel, certaines solutions sont capables d'alerter sur les situations de surconsommation, les pertes de rendement ou les conditions anormales d'usage. L'amélioration de l'efficacité énergétique devient alors un bénéfice complémentaire à la réduction des arrêts.

Des résultats mesurables sur le terrain

Les retours d'expérience recueillis sur le terrain montrent des gains significatifs. L'implémentation d'une stratégie de maintenance prédictive bien calibrée permet une augmentation de 20 à 30 % de la disponibilité machine. La durée de vie des équipements est prolongée de 15 à 20 %, réduisant ainsi la fréquence des remplacements et le coût total de possession. En parallèle, les économies d'énergie générées par l'identification des dérives de performance peuvent atteindre plusieurs points sur la facture énergétique globale.

Ces résultats démontrent que la maintenance prédictive n'est pas seulement une solution technique : c'est un levier stratégique au service de la performance industrielle. Dans les environnements fortement automatisés comme celui de l'emballage, où les cadences sont soutenues et les marges étroites, cette approche permet de sécuriser les flux et de renforcer la compétitivité face à la volatilité des marchés. Dans un contexte où la continuité de production est un facteur clé de compétitivité, l'anticipation des pannes devient un impératif. En combinant capteurs, analyse de données et intelligence artificielle, la maintenance prédictive offre une réponse efficace aux enjeux de disponibilité, de performance et d'optimisation énergétique. Elle constitue une brique essentielle dans la transformation numérique des sites industriels, au service d'une industrie plus fiable, plus réactive et plus durable.



© Franck Ardito

ARaymondlife inaugure

Soutenu par le groupe Araymond (CA de 1,5 Mrds d'euros en 2024, 8000 collaborateurs et 28 usines dans le monde dont quatre en France), la jeune filiale Araymondlife née en 2007 et dédiée aux produits de santé franchit une nouvelle étape en s'équipant d'un site de production flambant neuf à Voreppe dans la zone de Centr'Alp au nord de Grenoble. L'investissement de 66 M€ permettra à l'entreprise de tripler sa capacité de production annuelle de son bouchon RayDyLo® 1.

Alternative à la capsule aluminium largement utilisée comme solution de fermeture des flacons plastique et verre du secteur pharmaceutique mais également à la seringue préremplie, le dispositif RayDyLo® 2 – un bouchon plastique à clipser avec le stopper préassemblé – avait déjà bousculé les codes en 2012 lors de sa présentation sur le salon Pharmapack. Toujours en évolution pour répondre aux besoins de chaque client, le fabricant souhaite faire de ce produit un nouveau standard pharma à destination de produits à haute valeur ajoutée comme dans les secteurs des biotechnologies, des vaccins ou encore des formes injectables complexes.

Une usine haute performance pour une industrie santé de pointe



Avec l'inauguration 3 de cette nouvelle usine de 14 000 m² soit quatre fois plus grande que son ancien site de Saint-Egrève, **Araymondlife** entend accélérer son déploiement. «Cet investissement nous permet de répondre aux évolutions réglementaires en matière de maitrise de la contamination et d'assurer des conditions de propreté optimales pour la production de RayDyLo® conformément à la nouvelle version de l'Annexe I BPF. Mais elle permet d'apporter des solutions prêtes à l'emploi pour le remplissage aseptique. A terme, ce sont 250 millions de pièces par an qui pourront être produites, contre 15 millions actuellement», annonce Patrick Delorme, président d'AraymondLife. Conçue pour répondre aux exigences de production pharmaceutique en environnements contrôlés, l'usine intègre des salles blanches ISO 8 et ISO 7 d'une surface de 5800 m², avec certains équipements sous flux ISO 5, ainsi qu'un parc de presses à injecter électriques de 100 à 210 tonnes, dont certaines bi-matières 4. Chaque unité d'injection opère sous hotte ISO 7, avec un flux laminaire vertical, et une station de déchargement équipée d'un robot à six axes et d'un contrôle à 100% par caméra en cours de production. Les lignes d'assemblage et de conditionnement, entièrement automatisées, sont également installées en salle blanche 5. L'ensemble du site a été dimensionné pour accompagner une montée en charge progressive mais également pour proposer une sous-traitance capacitaire ou intégrée, incluant le développement de produits (de type dispositifs médicaux, vétérinaires, porte-seringues, etc.), la fabrication de moules, l'injection en salle blanche, l'assemblage automatisé, le conditionnement, la gestion de la stérilisation et les démarches d'enregistrement à l'international. A terme, 250 salariés seront nécessaires (contre 80 aujourd'hui) pour faire tourner le site lorsqu'il aura atteint son plein régime. Construit au cœur d'un corridor écologique entre Chartreuse et Vercors, le bâtiment écoresponsable a été pensé pour une empreinte environnementale réduite et la préservation de son écosystème (bois local, récupération des eaux de pluie et des sources de chaleur, panneaux solaires, création de deux bassins, etc.). Autant d'initiatives qui permettront au site de briguer la certification LEED Gold dans les prochaines semaines, espère ARaymondlife.

Une croissance portée par l'international

Fort de 160 ans d'expérience industrielle (de l'invention du bouton-pressoir à la fixation automobile, aux solutions d'assemblage pour les systèmes photovoltaïques ou encore la construction modulaire), le groupe **ARaymond** a su faire évoluer son modèle pour se diversifier et se protéger des aléas économiques mondiaux. Le groupe s'est ainsi fixé un objectif ambitieux : porter la part de ses activités hors automobile de 10 à 40% d'ici 2040 vers des marchés comme l'énergie renouvelable, la construction modulaire ou l'agriculture. Le succès et la croissance continue de sa filiale ARaymondlife dans le secteur de la santé en est



sa nouvelle usine à Grenoble


© Franck Ardito

4


© Franck Ardito

5

la parfaite illustration. La filiale enregistre ainsi entre 15 à 20% de progression annuelle, portée par l'essor des biotechnologies et la transformation industrielle du secteur pharmaceutique. Cancers, diabète, maladies rares… le secteur – notamment les start-ups et biotechs ainsi que le Big Pharma – intensifie, en effet, le développement de nouvelles molécules et traitements personnalisés. Si les Etats-Unis représentent 2/3 du chiffre d'affaires d'ARaymondlife, notamment du fait d'un marché plus ouvert à l'évolution des process – l'Europe est appelée à prendre un part croissante dans les prochaines années, selon le groupe français. «Le marché américain est en effet plus ouvert à l'innovation, nous y avons renforcé nos équipes commerciales et réfléchissons à l'ouverture d'une usine sur place. Nous avons également ouvert deux autres filiales en Chine et en Inde pour soutenir la croissance de RayDyLyo®», indique Audrey Raymond, directrice générale adjointe du groupe ARaymond. Objectif : rééquilibrer la répartition géographique du chiffre d'affaires d'ici cinq ans et poursuivre l'acquisition de nouveaux clients avec 40 nouveaux clients actifs par an, en moyenne, pour un portefeuille global actuel de 200 clients. «ARaymondlife reste une «jeune» entreprise, qui jusqu'à maintenant, a répondu de façon personnalisée aux demandes de ses clients. Notre stratégie pour 2030 est claire : nous développer à l'échelle mondiale, en attirant de nouveaux clients, et au plus proche d'eux si nécessaire, en installant, à terme, des unités de production locales dans les zones stratégiques», explique Patrick Delorme.

RayDyLyo®, une innovation à fort potentiel

Pré-assemblage du bouchon et du stopper, suppression du sertissage, fermeture par simple pression verticale, manuelle ou automatique, nombreux sont les avantages du système de fermeture breveté RayDyLyo®. La solution «tout-en-un» est prête à l'emploi, stérilisée gamma et développée en partenariat avec les fabricants de flacons, de stoppers et de lignes de remplissage. L'intégration de RayDyLyo® dans les lignes de production garantit une meilleure étanchéité, une réduction des risques de contamination et une simplification des flux logistiques. La solution séduit de grands noms de l'industrie pharmaceutique. En 2024, un contrat de collaboration a été signé avec un leader du secteur afin d'intégrer RayDyLyo® sur ses lignes de production. A terme, ce seront plus de 50 millions de flacons ainsi fermés chaque année. La production sera effective en 2028. Pour chaque développement, une équipe pluridisciplinaire est mobilisée, capable d'intervenir sur tous les aspects : design du produit, processus de fabrication, conformité réglementaire, contrôle qualité et performance industrielle. Car la plateforme RayDyLyo® – qui compte plusieurs centaines de références – ne cesse d'évoluer. Si la majorité des clients optent pour des formats standards, des personnalisations sont possibles : plusieurs couleurs (palette disponible de 11 couleurs) 6, différents diamètres (13 et 20 mm) et adaptation du stopper selon les besoins du client. ARaymondlife n'entend pas s'arrêter en si bon chemin : «nos équipes planchent à encore améliorer RayDyLyo®. Nous sommes en avance de phase mais de nouvelles pistes de développement produit pourront anticiper les futurs besoins du marché», annonce Lionel Maritan, directeur développement produit chez ARaymondlife. Pour se faire, la filiale pourra compter sur la nouvelle direction du groupe ARaymond opérationnelle depuis début juillet. Après près de 40 ans à la tête du groupe familial, son président Antoine Raymond, laisse les rênes à Emmanuel Le Flem pour siéger au Conseil de surveillance. Fort de 30 ans d'expérience au sein de l'entreprise, l'ancien directeur Chine d'ARaymond co-pilotera le groupe avec Audrey Raymond (6e génération, fille d'Antoine Raymond), qui en devient la vice-présidente.



6

D. Maïz

ARaymondlife en chiffres

- **2007 :** création d'ARaymondlife
- CA de **16 M€** en 2024
- **100** salariés
- **2012 :** lancement des premières préséries de RayDyLyo®.
- **2015 :** ARaymondlife rejoint la Matrix Alliance initiée par **Vanrx Pharmasystems** (devenu **Cytiva**).
- **2017 :** partenariat avec la société espagnole **Dara Pharmaceutical Packaging** pour la 1ere ligne de remplissage de flacons adaptée à RayDyLyo®.
- **2020 :** ARaymondlife et le gouvernement canadien concluent un accord pour 6,5 M de bouchons, destinés à fermer les flacons des vaccins contre la Covid-19.
- **2023 :** Nouvelle version de l'Annexe 1 BPF qui porte spécifiquement sur la production de médicaments stériles.
- **2024 :** Création de deux filiales d'ARaymondlife en Chine et en Inde.
- **2025 :** Emménagement à Centr'Alp.

Entrée en phase 2 du projet Pharma-Recharge



Deux ans après le lancement de sa phase d'expérimentation, le collectif Pharma-Recharge franchit une nouvelle étape avec un dispositif enrichi, un meuble repensé, davantage de marques disponibles et de nouvelles officines partenaires. Cette deuxième séquence marque une accélération concrète vers une consommation dermo-cosmétique plus durable et responsable. En effet, les consommateurs en pharmacie sont aujourd'hui 50 % à se dire prêts à acheter en vrac. Pourtant, 30 % d'entre eux y renoncent faute de retrouver leurs produits habituels.

Né en 2023 à l'initiative de cinq laboratoires dermo-cosmétiques réunis en consortium (**Pierre Fabre, Laboratoires Expanscience, La Rosée, Bioderma, Garancia**), le projet Pharma-Recharge a pour ambition de mutualiser les moyens, partager les expertises, et avancer ensemble vers un modèle de recharge viable – à la fois économiquement et environnementalement. La phase 2 marque un tournant avec l'arrivée de nouveaux partenaires – **Léa Nature, SVR, Biocodex** et **Laboratoires Dermatologiques d'Uriage** – renforçant ainsi la dynamique collective autour du projet. Le consortium s'appuie également sur des partenaires engagés depuis le départ : **(RE)SET** pour la stratégie environnementale, **Caméléon** pour l'activation terrain, ainsi que plusieurs experts mobilisés sur la logistique, la communication et le design de l'expérience.

Déployée pendant un an dans six officines pilotes, la phase 1 a validé l'intérêt porté au concept : en mai 2024, le taux de recharge moyen dans les six pharmacies était de 63%, avec une satisfaction acheteurs notée à 8,4/10. Fort de ces résultats, le projet, soutenu par **Citeo** et **Adelphe** à hauteur de 70%, et **Léko,** entre dans une nouvelle phase d'expérimentation à partir d'octobre 2025. Les retours d'expérience ont également permis d'identifier des leviers de fidélisation : les consommateurs souhaitent des produits à plus forte rotation, des formats adaptés à leurs habitudes d'achat et un bénéfice économique plus lisible.

C'est dans cette logique d'amélioration continue que l'offre évolue en phase 2 : elle se recentre sur huit produits best-sellers, chacun porté par une marque distincte et associée à une fontaine dédiée. Les consommateurs pourront retrouver toutes typologies de produits best-sellers : soins bébés, hygiène corps, hygiène cheveux, hygiène visage. Cette offre sera personnalisable selon les pharmacies avec différents assortiments produits choisis parmi un ensemble plus large. Ces produits sont disponibles en trois formats (250 ml, 500 ml et 1 L), avec des contenants allégés en plastique recyclé – en réponse aux freins identifiés sur le flacon en verre (poids, fragilité, transport) – et présentant un impact environnemental réduit selon l'analyse de cycle de vie. En un an, le projet a suscité l'intérêt de 43 pharmacies candidates et de nouvelles marques, désireuses de rejoindre l'aventure.

La phase 2 débutera donc dès l'automne dans deux nouvelles pharmacies, avant une extension à six autres officines de typologies variées. Objectif : tester un modèle affiné, davantage en phase avec les usages des consommateurs et les retours d'expérience en points de vente. Le meuble a ainsi été revu pour être plus compact, plus modulable, mieux adapté aux réalités terrain. Pour cette nouvelle phase, les officines ont été sélectionnées selon des critères affinés pour tirer le maximum d'enseignements sur le dispositif : une forte affluence (plus de 500 clients par jour), une surface supérieure à 400 m², une localisation en centre-ville ou zones commerciales, et une implication active des équipes dans la démarche. L'accompagnement des pharmaciens a également été revu avec la mise en place d'une formation dédiée, d'une communication renforcée et d'un suivi technique simplifié. Et dans la continuité des exigences mises en place dès la phase 1, les équipes qualité des laboratoires du consortium poursuivent un suivi sanitaire rigoureux, garantissant la sécurité du consommateur et la fiabilité du modèle pour les pharmaciens.

Pour guider encore davantage le consommateur et l'encourager à la transition, l'accompagnement en point de vente sera renforcé : code couleur clair, nouvelle signalétique en linéaire et en vitrine, fronton revisité et logo en cours de création.



Léa Nature rejoint le collectif Pharma-Recharge

Pionnier de la dermo-cosmétique naturelle et bio, le **Laboratoire Léa Nature,** avec ses marques **Eau Thermale Jonzac** et **Natessance,** intègre dès l'automne 2025 la phase 2 du collectif Pharma-Recharge. Parmi les produits disponibles dans cette nouvelle phase :

- le Gel douche Surgras certifié bio Haute Tolérance de la marque Eau Thermale Jonzac, répondant aux attentes des consommateurs en matière de tolérance, d'efficacité et de naturalité.
- le Shampooing de Natessance fortifiant au ricin, plébiscité pour son efficacité et sa naturalité.

«Ce que nos différentes expériences nous ont clairement appris, c'est qu'en matière de vrac, on ne peut pas avancer seul. Pour changer vraiment la donne, il faut jouer collectif, mutualiser les forces, les idées, les moyens», explique Fanny Spriet, directrice communication cosmétique chez Léa Nature.



Aptar Beauty : 60 ans de production à Verneuil d'Avre et d'Iton

Aptar Beauty, spécialiste mondial des systèmes de distribution pour les marchés de la parfumerie et des cosmétiques, a célébré le 13 juin dernier les 60 ans d'activité de son site de Verneuil d'Avre et d'Iton.

Aptar Beauty, filiale du groupe **Aptar,** a profité des célébrations des 60 ans de son site normand de Verneuil d'Avre et d'Iton pour mettre en avant les capacités de production et la polyvalence de l'usine qui emploie plus de 250 collaborateurs.

Installée sur 20 000 m², l'unité de production d'Aptar dispose d'un laboratoire de test et d'une zone de production comptant 42 presses de moulage, 36 machines d'assemblage, ainsi que des équipements de conditionnement et de mise en flacon. Quelque 1,7 milliard de pièces plastiques y sont produites chaque année.



Un site polyvalent et agile

«Ce site incarne l'ADN d'Aptar Beauty, en termes de précision, de créativité, de performance et d'engagements écologiques. Il incarne aussi la résilience et l'adaptation aux situations du marché – beaucoup de produits issus du site de Verneuil sont en particulier des échantillons pour la promotion de parfums dont la production est saisonnière. Subissant des fluctuations d'activité importantes – plus que les autres sites d'Aptar – l'usine de Verneuil d'Avre et d'Iton doit faire preuve de beaucoup d'agilité», a expliqué Marc Prieur, président d'Aptar Beauty.

Clé dans l'approche full service de l'entreprise, le site de Verneuil d'Avre et d'Iton propose des solutions prêtes à l'emploi, de la production jusqu'au conditionnement. Un exemple : le packaging fragrance miniature Easy, une solution d'échantillonnage en flaconnette conçue, assemblée, remplie et encartée in situ. Suite au rachat de la société **iD Scent,** le site gère également la production d'une gamme innovante d'échantillons de parfums en papier.

Un engagement écoresponsable

Les process de production deviennent également plus verts. Objectif annoncé : 100% des presses de moulage de ce que l'entreprise appelle sa «plateforme normande» (voir encadré) devront être électriques d'ici à 2030. En recourant à des process non polluants (sans huile) et respectueux de l'environnement, Aptar Beauty espère par ailleurs réaliser une économie de 25 et 40% de la consommation énergétique de ses trois sites normands. Même engagement du côté de l'atelier d'assemblage où une machine avec actionneurs électriques manipule déjà les produits quatre par quatre.

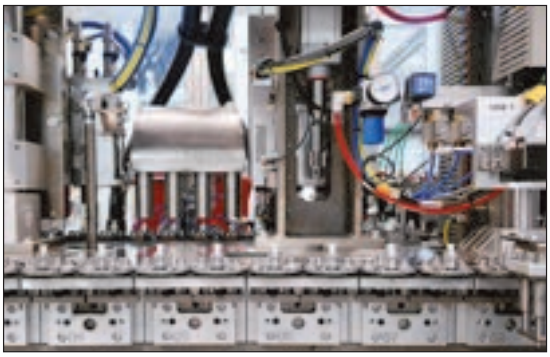
L'usine a bénéficié de récents investissements : les premières presses électriques, une ligne de remplissage supplémentaire, et un renforcement des fonctions R&D qui travaillent sur les innovations airless et fragrance prestige. Lancé en début d'année 2025, le Nomad Refill, premier vaporisateur de sac rechargeable directement sur un flacon de parfum en moins de cinq secondes, témoigne de sa capacité d'innovation. Par ailleurs, le POM (Polyoxyméthylène) est progressivement supprimé des anciennes références d'Aptar Beauty et n'est plus utilisé pour les nouveaux projets. L'entreprise produit des packagings intégrant des matériaux PCR et propose des solutions recyclables pour optimiser la fin de vie de ses produits.

Y. Zajac

Aptar Beauty s'appuie sur sa plateforme normande

Dans l'Eure, trois usines proches géographiquement constituent la "plateforme normande" d'Aptar Beauty :

- Aptar Le Neubourg est un site de moulage et d'assemblage de systèmes de distribution destinés aux marchés du luxe haut de gamme.
- Aptar Verneuil d'Avre et d'Iton regroupe des activités de moulage, d'assemblage, de remplissage et de conditionnement de mini packaging, de produits airless, de valves aérosol, d'accessoires et de pompes atmosphériques pour les segments prestige et massmarket.
- Aptar Charleval compte une activité moulage et d'assemblage ainsi qu'une activité de décoration des petits flacons mini packaging et produits airless.
- Environ 70 personnes travaillent sur la plateforme normande de façon mutualisée.





Projet R3PACK : une barquette repensée pour le réemploi

Trois marques de l'agroalimentaire – **Florette, Les Crudettes** et **Sodebo** – s'associent au fabricant d'emballages **Knauf Industries,** au sein du projet R3PACK. Objectif : concevoir une barquette réemployable unique, compatible avec des lignes de production différentes, tout en s'inscrivant dans une démarche d'économie circulaire. La solution retenue est une barquette thermoformée en polypropylène noir Kaplight®. Son design a été entièrement pensé pour favoriser le réemploi, conformément aux exigences des marchés traiteur (salades, plats cuisinés, etc.). Sa surface lisse facilite le lavage industriel, tandis que son format, compatible avec le ré-operculage, s'intègre sans contrainte sur les lignes de production. Résultat : une fermeture automatique efficace, sans rupture de cadence. Sur le plan esthétique, R3PACK rompt avec les codes du plastique transparent à usage unique. Son noir profond véhicule une image premium et met en valeur les produits – notamment les salades ou plats cuisinés – en créant un contraste élégant qui capte l'attention en rayon. Bien que R3PACK soit un emballage standardisé, il n'en reste pas moins hautement personnalisable. Les marques conservent la possibilité d'exprimer leur identité propre à travers des illustrations, marquages, étiquettes ou éléments graphiques spécifiques. Cette flexibilité offre un double avantage : optimiser les coûts, tout en maintenant une différenciation forte en point de vente.

Fournisseur : Knauf Industries





Un soin capillaire repigmentant dans une version tube premium

L'Oréal a fait confiance à **Albéa Tubes** pour le packaging de sa nouvelle gamme Cool Silver. Ce Soin Sublimateur de Gris déjaunit et renforce la fibre capillaire des cheveux gris affaiblis. Le produit prêt à l'emploi et réutilisable est enrichi en pigments Cool Silver pour neutraliser les reflets indésirables et aux céramides pour des cheveux visiblement plus sains et ravivés, en dix minutes seulement. L'Oréal a choisi la jupe (RE)flex en Ø40 pour sa finition métallique haut de gamme et brillante, supérieure aux tubes laminés conventionnels ¬ considérée comme «la meilleure finition à effet métallique sur le marché aujourd'hui». Aligné avec les engagements RSE et la feuille de route de L'Oréal en matière de développement durable, (RE)flex est certifié RecyClass et peut être recyclé dans le flux de recyclage HDPE. Cet emballage responsable est idéal pour des produits de beauté et de soin personnel car il permet de nombreuses options de décoration telles que la flexographie, le digital, le marquage à froid et la perfectiseam.

Fournisseur : Albéa Tubes

Lampe Berger se décline en nouvelles collections

Depuis 125 ans, **Maison Berger Paris** reste fidèle à sa tradition créative. Chaque année, lampes, bougies et autres diffuseurs de parfums d'ambiance apparaissent sur le marché sous le signe de design originaux ou d'audacieux co-branding. Pour la saison 2025, la marque a confié à **Bormioli Luigi** le développement des lampes à catalyse Echo et Cosy, de la forme verrière au pilotage des décors. Ces deux modèles inédits sont nés de l'imagination de l'agence de design parisienne **De Vog.** La ligne Echo présente des courbes ondulantes et des vagues de douceur. Elle se décline en rose, givré naturel ou vert. Cosy adopte un style matelassé très couture avec des angles arrondis à la fois doux et contemporains. Le modèle est proposé en bleu ou en marron. Bormioli Luigi a mis en musique ces deux designs en apportant son expertise industrielle et ses meilleures recommandations d'usage. En ligne avec le cahier des charges esthétique de la marque, le groupe a géré la création sur mesure des formes verrières, développé les moules et mis au point les process industriels. Les décors sont des laquages externes translucides et dégradés, déclinés dans les teintes exactes de la collection, soit cinq références. Ce développement spécifique s'inscrit dans la mouvance que connaissent les marchés de la home fragrance depuis les années covid.

Pour y répondre, Bormioli Luigi propose une gamme complète de produits ready-to-go : pots à bougies, flacons spray et diffuseurs.

Fournisseur : Bormioli Luigi
Design : De Vog



Les plats préparés emballés par les compartiments multiples



Le fabricant français **Cofigeo** a fait appel à **Amcor** pour concevoir et produire une barquette à trois compartiments pour une nouvelle gamme de plats cuisinés à réchauffer au four à micro-ondes, en portion individuelle. Le contenant a été créé dans le respect des directives de conception pour le recyclage, avec une structure mono-matériau et légère en polypropylène (PP) qui répond aux exigences de collecte et de retraitement de la filière de recyclage française. Les barquettes seront utilisées pour emballer cinq recettes françaises et italiennes différentes de la gamme **William Saurin** Mon Trio Gourmand, chacune composée d'une viande ou d'un poisson, d'un féculent et d'un légume. Le fait de séparer les trois ingrédients principaux permet au consommateur de choisir de les mélanger ou non au moment du repas. En étroite collaboration avec le client, Amcor a conçu une barquette avec des compartiments de diverses tailles qui tient compte des différentes tailles, textures et densités de tous les ingrédients. Parallèlement, la barquette devait répondre aux autres spécifications essentielles de Cofigeo, notamment la compatibilité avec les lignes de remplissage existantes, la possibilité d'être désempilable et stérilisée en autoclavable, la garantie d'une barrière efficace contre l'oxygène et la facilité d'utilisation pour les utilisateurs finaux. «Il s'agissait d'un projet difficile, en particulier l'obtention d'une barquette aussi fine que possible avec cette forme, mais grâce au soutien technique d'Amcor, nous avons réussi à obtenir la même épaisseur de paroi que notre version standard à compartiment unique», a déclaré Jean-Michel Perquin, Directeur R&D Emballage du groupe Cofigeo. «Il est tout aussi important que, malgré le nombre d'ingrédients différents pour les cinq repas, tous soient remplis efficacement sur la ligne». La barquette en PP multicouche intègre une barrière qui garantit une durée de conservation à température ambiante de plus de 12 mois pour les cinq repas. La barquette est fabriquée dans un mélange de teinte terre cuite détectable dans le proche infrarouge (NIR) pour être reconnue par les capteurs NIR dans les installations de recyclage.

Fournisseur : Amcor

Une boîte d'allume-feux design et rechargeable

Ces quatre dernières années, le marché du feu s'est fortement valorisé avec un essor des rouleaux (+42% en volume) et bûchettes (+35% en volume) selon l'analyste **Nielsen.** C'est pourquoi **Harris** présente son produit phare de la gamme Nature et Performance en quatre versions esthétiques et à recharger. Dès la rentrée 2025, les allume-feux en laine de bois et cire végétale seront disponibles dans une boîte de 32 rouleaux, à réapprovisionner avec la recharge de 24 rouleaux. Grâce à leurs fibres aérées, un ou deux rouleaux allume-feu Harris suffisent pour une mise en route 100% réussie et une combustion longue durée. La nouvelle boîte d'allume-feux rechargeable se décline en quatre designs différents (vichy, seventies, damier ou léopard) pour devenir à la fois pratique et esthétique : plus la peine de cacher son pack de rouleaux allume-feux ! Ils seront disponibles en magasin courant octobre 2025. Grâce à sa boîte en carton rigide et son couvercle en plastique, les rouleaux allume-feux sont mieux conservés et peuvent demeurer à proximité de la cheminée, pour une utilisation plus pratique au quotidien. Sa recharge permet d'utiliser moins d'emballage et d'être réutilisée de nombreuses fois.





Un roll-on pour accueillir une pastille déo prête à l'emploi

900.care et **Hyléance Beauté** poursuivent leur histoire commune. La jeune marque cosmétique choisit le puRe Roll-on de la gamme standard puRe du fabricant pour son nouveau déodorant. 900.care s'est fait connaitre par un positionnement singulier dans le secteur de l'hygiène/beauté : celui des formules solides à diluer. Une boîte à pastilles dentifrice dotée d'une bague coulissante, un flacon de gel douche dont le bouchon en trois pièces assemblées permet une position tête en bas, une brosse à dents rechargeable au manche allégé injecté par IAG (Injection Assistée Gaz…), cette ligne exécutée en injection cumule design ludique et gestuelle intuitive. Elle requiert le développement de pièces techniques et une solide expertise du packaging et du bouchage. Une agilité technique que Hyléance – alors **Rovip** – aura apporté à la start-up pour la cocréation de moules et des process.

Pour sa nouvelle collection destinée aux grandes surfaces et au e-commerce, 900.care a fait le choix du modèle puRe Roll-on de la collection puRe d'Hyléance Beauté pour sa faible part plastique, son étanchéité, sa résistance et bien sûr son design. La marque l'a adapté dans un format 50 ml, idéal pour recevoir la pastille et le volume d'eau requis. Le flacon et le capot en PP injectés et teintés masse, présentent une légère transparence permettant de contrôler le niveau de la formule. On lui doit une allure qualitative pour un produit de grande consommation accessible et durable. L'assemblage des pièces est confié à un ESAT local, une démarche qui complète le partage de valeurs qui s'est installé entre les deux sociétés.

Fournisseur : Hyléance





Métal et emballage : un regain

Synonymes de luxe, les éléments en métal – zamak, aluminium – restent un choix stratégique pour les marques dans le but de rendre un emballage plus premium. Plus particulièrement, l'aluminium rencontre un intérêt accru, lié à sa durabilité, sa recyclabilité, et à de récentes évolutions techniques.

Le métal est omniprésent dans le packaging beauté de prestige, notamment pour les capots de parfum. «Nos clients, souvent des marques de niche, recherchent avant tout des matériaux qui élèvent la perception de valeur de leurs produits. Ils désirent une sensation de luxe au toucher et un poids rassurant – ce que le zamak apporte par sa densité élevée et un effet froid typique. Sa malléabilité nous permet de créer des designs complexes et des géométries précises avec une finition métal or ou argent grâce à la galvanisation 1», souligne Thomas Diezinger, co-fondateur du groupe **TNT.** En termes de tendances, au-delà de l'esthétique, la demande pour des capots en métal augmente afin de remplacer le plastique métallisé, non recyclable, et/ou intégrer des métaux recyclés (PCR). «Nos clients veulent des produits dont l'empreinte environnementale est minimisée sans compromettre les propriétés mécaniques, ni l'apparence luxueuse. La recherche de mono-matériau est également clé», ajoute-t-il, constatant que l'aluminium est prisé pour ses qualités intrinsèques (légèreté, résistance) et sa durabilité 2. Dans un contexte de premiumisation des emballages, couplé à la nécessité de répondre aux dernières règlementations (comme la directive PPWR), l'aluminium connait en effet un regain d'intérêt de la part des marques. «Ce métal cumule de nombreux atouts : il se recycle quasiment infiniment, sa filière de tri est bien implantée, c'est un matériau avec de grandes possibilités de décors, qui véhicule une image premium», résume Tiffany Ribet, responsable marketing produits du groupe **Pochet,** dont la filiale **Qualipac** est spécialisée dans les emballages en zamak, aluminium, et plastique. Un exemple montrant cette évolution : la marque **Chanel** a choisi l'aluminium pour le capot et la recharge du soin Sublimage La Crème, rendant celle-ci à la fois nomade et esthétique 3. Côté décoration, la société **Catidom,** spécialisée dans l'anodisation de l'aluminium 4, relève quelques tendances : «en ce moment, nous recevons des demandes pour anodiser de gros bouchons de flacons de parfum, ainsi que des emballages de maquillage – comme du rouge à lèvres ou du mascara. Du côté des couleurs, les marques s'orientent vers des teintes champagne, or rosé, rose cuivré, ou encore différentes nuances de gris – canon de fusil, gris profond, argent gris, etc. Elles optent encore beaucoup pour une finition brillante, mais on note une tendance aux teintes mates», remarque Sophie Benech, responsable service clients de l'entreprise Catidom. Des tendances que l'on retrouve chez le fournisseur **Cosmogen,** qui a lancé son stick ReUse en version aluminium 5.





Des process pour travailler l'aluminium différemment

L'aluminium se travaille aussi de façon à obtenir des parois épaisses, ce qui intéresse certaines marques. «Il est désormais possible de donner de l'épaisseur à ce matériau en utilisant des technologies de formage de l'aluminium comme la frappe à froid 6 ou de l'injection 7», explique Tiffany Ribet. L'entreprise a renforcé ses capacités de production en Chine avec l'installation d'une machine



Metal and packaging: a renewed interest in aluminium

Synonymous with luxury, metal components – made from zamak aluminium - remain a strategic choice for brands aiming to give packaging a more premium feel. The **TNT group,** for example, offers sophisticated designs made possible thanks to the malleability of zamak. Aluminium is attracting increasing interest due to its durability, recyclability, and recent technical advancements. In addition to the ability to incorporate recycled aluminium into components, the company **g.pivaudran** offers low-carbon aluminium, while **Qualipac** has invested in equipment to work aluminium differently, adding thickness. The wide range of decorative possibilities with aluminum (such as anodizing, performed by **Catidom,** g.pivaudran, Qualipac or TNT group) also adds to its appeal.

d'intérêt pour l'aluminium





d'injection aluminium dans son usine Qualimétal, en complément de ses équipements réservés à la fabrication de pièces en zamak. En parallèle, **AURA,** entité du groupe Pochet dédiée au réseau de partenaires, développe de nouvelles collaborations avec des entreprises en Asie pour proposer du formage aluminium utilisant la frappe à froid. «Nous sommes bien entendu conscients que l'aluminium chinois émet plus de CO_2 qu'un aluminium européen. Dans ce cadre, nous avons également identifié des partenaires européens pour de l'injection et de la frappe à froid – qui produisaient pour d'autres secteurs d'activités. Certains clients ont pu déjà découvrir des pièces issues de ces partenariats avec des entreprises que nous accompagnons pour répondre aux exigences esthétiques et fonctionnelles du secteur de la beauté», détaille-t-elle. Qualipac est également en mesure de proposer des solutions de décors sur les pièces formées avec ces nouvelles technologies.

Intégrer de l'aluminium recyclé



Par ailleurs, l'aluminium recyclé constitue un axe majeur dans les projets industriels de Qualipac. «En Mayenne, notre usine de Saint-Saturnin-du-Limet, qui fabrique principalement des capots et des plaques ornementales en aluminium, s'est dotée d'une filière de recyclage pérenne construite avec des partenaires pour assurer un approvisionnement. Nous développons également des solutions visant à restaurer la brillance de l'aluminium recyclé, notamment grâce au polissage et à d'autres traitements de surface», indique Tiffany Ribet. Qualipac a équipé son usine d'une centrale de traitement pour retraiter 88% des déchets issus de la ligne de décoration. En complément, l'usine est désormais dotée d'une salle grise pour pouvoir répondre aux exigences qualité des nouvelles catégories de produits à adresser en aluminium, comme les emballages de soin ou de maquillage. Chez **g.pivaudran,** «nous travaillons beaucoup sur le bilan carbone des pièces en aluminium 8 car nos clients demandent désormais les résultats des analyses de cycle de vie de ce que nous produisons. Ils ont de plus en plus de personnes spécialisées en interne pour suivre ces chiffres. L'éco-conception doit être vérifiable et chiffrable», constate Hervé Delaigue, directeur commercial et développement de la société. L'entreprise a réalisé de nombreux tests avec de l'aluminium recyclé, qui permet de réduire les émissions à 6 tonnes de CO_2 par tonne produite contre 6,4 tonnes de CO_2 par tonne produite d'aluminium standard 9.



Un intérêt accru pour l'aluminium bas carbone

L'aluminium recyclé est donc une option intéressante, qui toutefois a une contrainte majeure selon le taux incorporé : celle de dégrader l'aspect esthétique de ce métal, en le matifiant. Il nécessite par ailleurs beaucoup de tri – l'aluminium PCR utilisé dans l'industrie de la beauté étant obtenu à base de canettes recyclées. Une autre solution alternative intéresse de plus en plus les fabricants de composants : l'aluminium bas carbone. Fabriqué avec de l'énergie verte (hydroélectricité ou autre), il génère moins de 5 tonnes de CO_2 par tonne produite. G.pivaudran pourra proposer l'ensemble de ses produits en aluminium bas carbone. «Nous travaillons en étroite collaboration avec notre fournisseur et depuis plusieurs années, nous réfléchissons ensemble à la décarbonation. L'avantage de l'aluminium bas carbone – issu d'une production européenne – est qu'il n'est pas nécessaire de l'homologuer auprès de nos clients car il reste «standard» : il peut être intégré immédiatement à nos solutions d'éco-conceptions», explique Hervé Delaigue. Cette solution génère un surcoût par rapport à l'aluminium traditionnel. Actuellement g.pivaudran propose de combiner l'éco-conception d'un capot 100% aluminium en utilisant de l'aluminium bas carbone : techniquement, cela reste un challenge – à la fois en termes d'emboutissage et d'assemblage, mais le score CO_2 s'en trouve amélioré.

Des investissements dans des machines performantes et moins énergivores

Les investissements se poursuivent chez les acteurs du secteur. La société Catidom a récemment investi près de 1,5 M€ pour améliorer son impact écologique, notamment en retraitant des produits de process, en diminuant la consommation d'eau, ou encore en favorisant le recyclage de pièces en aluminium sortant des lignes d'anodisation. Récemment, l'entreprise g.pivaudran a investi à hauteur de 7,5 millions d'euros dans une nouvelle ligne d'anodisation pour doubler ses capacités dans son usine de Souillac. L'équipement réduit d'un tiers les consommations d'eau et d'électricité et de 40% celles de substances chimiques. «Ce nouvel outil nous permet de proposer une amélioration de positionnement, et de sortir une qualité et des décors avec une meilleure performance de coût. Cette chaine de grande capacité rassure aussi les clients : le marché est sujet à des pics capacitaires fluctuants, et ce nouvel outil performant nous permet de répondre à ces à-coups», souligne Hervé Delaigue. Pour toujours plus d'agilité et de réactivité, g.pivaudran poursuit ses investissements à travers une machine d'assemblage automatique flexible et capacitaire, qui peut absorber les nouveaux projets avec des délais de développement plus courts. Quant au groupe TNT, il a réalisé un investissement industriel majeur pour développer et déposer une nouvelle technologie destinée à produire des pièces en métal. Dévoilée au dernier trimestre 2025, elle permettra de proposer une «offre inédite adaptée à la demande et aux tendances du marché», selon l'entreprise.

L. Bonnet



Un cuir d'origine végétale pour habiller les emballages de luxe

Sous la houlette de Fanny Deléage et le soutien d'investisseurs, l'équipe de la Tannerie Végétale a donné naissance à Phyli, un matériau souple biosourcé, au cycle de vie inédit qui apparaît comme une véritable opportunité pour des applications multiples, de la gainerie/maroquinerie au packaging de luxe. La Tannerie Végétale s'appuie sur une formule innovante brevetée et sur un process industriel en progression continue.



Il aura fallu six ans de R&D à la **Tannerie Végétale** pour mettre au point un matériau formulé à partir d'ingrédients naturels (biopolymères coproduits de céréales, tannins végétaux, polyols, acides gras et dérivés coproduits de l'huilerie et du bois, charges cellulosiques et minérales ou encore colorants issus de déchets agroalimentaires et des pigments minéraux), capable d'offrir les même propriétés du cuir tout en affichant une empreinte carbone en moyenne 12 fois inférieure. Recyclable et compostable à l'échelle domestique, il est produit à partir de gisements de proximité favorisant une production locale pour des marchés locaux et pour les acteurs un ancrage territorial porteur de sens. Enfin, Phyli atteint aujourd'hui un vrai potentiel d'industrialisation et son procédé de fabrication une grande versatilité (injection, moulage, compression…). Ses atouts esthétiques et pratiques et ses applications multiples challengent largement des matières telles que le cuir, le simili ou autre PU (plastique). Il est résistant et facile à travailler, décorer, teinter, imprimer pour un design personnalisé.

«Parce que le cuir alimente aujourd'hui un vrai dilemme lié à la consommation d'eau, à la pollution, sans compter l'exploitation animale et la consommation de viande de plus en plus décriée, parce qu'on ne peut plus compter sur les dérivés du pétrole comme le PVC ou le PU, cause de pollution par les microplastiques et générateurs de perturbateurs endocriniens, parce que la limite planétaire "nouvelles entités" a été dépassée, ce qui a des effets néfastes déjà irréversibles sur le développement physiologique des humains et sur le fonctionnement des écosystèmes, il devient urgent d'innover dans des alternatives viables et moins impactantes pour la nature. Là est la raison d'être de notre entreprise. Nos expertises de la chimie et du matériau nous ont permis de mettre au point une alternative durable dont les qualités dépassent toute espérance. Un matériau souple, résistant, largement industrialisable qui utilise des ressources végétales locales pour des productions locales», explique Fanny Deléage.

Nourrie d'une R&D en constante ébullition, la Tannerie Végétale fabrique Phyli par extrusion calandrage. Les ingrédients exclusivement naturels sont travaillés sans chimie de synthèse, ni réticulation. Selon l'application souhaitée, leur mélange est alors mis en feuilles puis embossé, ou transformé en granulés prêts à être moulés. En cela, La Tannerie Végétale bénéficie de codéveloppements avec des marques de luxe et des acteurs industriels (ingénierie, ateliers annexes…).

Si la solution est proposée en version standard en plaques ou en rouleaux, de différentes épaisseurs, plus ou moins rigide et dans des gammes de teintes prédéfinies, les marques ont le choix d'une production et d'un matériau 100% sur mesure qui, de surcroît donne du sens à leur démarche RSE. Celles-ci peuvent ainsi valoriser des coproduits et/ou déchets de leur industrie tels que le marc de café, les déchets de la vigne, ou les fèves de chocolat pour fabriquer un Phyli plein de sens, mais pour autant soumis à une ACV objective. Phyli permet aux acteurs du luxe et du packaging d'innover autour de solutions applicatives personnalisées (épaisseur, souplesse, texture) et de concevoir des produits à leur image (teinte, embossage, grain…).



La Tannerie Végétale a fait son entrée sur la scène du packaging de Luxe en exposant pour la première fois sur le salon Luxe Pack Edition Spéciale avec des modèles de développement et des collaborations notamment avec **Gainerie 91.** La société rejoindra également un pool de jeunes entreprises innovantes sur le Luxe Pack de Monaco au sein du tout nouvel espace "The Portal" où seront réunis les nouveaux acteurs du luxe et leurs propositions innovantes.

Les packagings technologiques prennent de l'essor

En France, après le salon PPW en janvier, **Nuon Medical** participait à la récente édition Makeup in Paris. L'occasion de présenter les derniers développements du fabricant dont le portefeuille de produits ne cesse d'être étoffé. Finaliste des IT Awards, le Smart Light Therapy Skin Analyzer 1 permet d'un côté de mesurer l'hydratation de la peau et son taux de sébum, de l'autre de diffuser des microcourants pour ouvrir les pores de la peau, puis une lumière rouge reconnue pour son effet anti-âge. Cette action conjuguée permet d'optimiser les effets d'un soin. Les résultats se mesurent de jour en jour et s'enregistrent directement de l'accessoire vers le téléphone. Autre nouveauté : le Compact Lip Treatment Device 2. La spatule intégrée au boîtier permet de prendre la juste dose de baume pour l'appliquer sur les lèvres. La LED rouge vient ensuite favoriser la pénétration des actifs hydratants. Côté lèvres,


1


2






Capardoni partage son expertise du packaging plastique

Exposant au dernier salon Make-up in Paris, le groupe **Capardoni,** repris par la famille Meazza en 2003, a su se développer avec ses rachats successifs des sociétés **Packplast, Cosmar, B&B, Guiros, Novapack, Packtrade** et, récemment, avec la fusion avec **Capsol.** Fort d'une équipe de 150 salariés et d'un CA de 50 M€ en 2024, l'entreprise italienne peut s'appuyer sur un modèle unique et une autonomie grâce à la fabrication de ses propres moules et sources d'énergie. Depuis 2011, une première installation de panneaux photovoltaïques produisait 126 kW/jour, réduisant ainsi les émissions de CO_2 dans l'air de 74 tonnes par an. Cinq ans plus tard une deuxième installation démarre et produit 157 kW/jour, réduisant ainsi les émissions de CO_2 de 92 tonnes supplémentaires par an. En 2021, l'électricité consommée est issue de ressources renouvelables et la production est constituée de machines très performantes à faible consommation d'énergie (obtention de la certification ISO 14001).
Côté produits, plusieurs nouveautés étaient mises en avant sur le salon Make-up in Paris. A l'instar du Tottle Nevis 1. Avec son design compact innovant et son format de poche, le flacon en PEHD ou en PP de 30 ml est parfaitement adapté au conditionnement des formules liquides et crémeuses telles que les fonds de teint, les sérums et les soins capillaires. Les compte-gouttes sont également à l'honneur. Dont une version en PP mono-matière qui conserve la même fonctionnalité et la même facilité d'utilisation que les compte-gouttes traditionnels. Tous les composants sont fabriqués en PP ainsi que le collier en r-PP. Ce compte-gouttes est conçu pour être recyclé dans un process de recyclage classique du plastique sans séparation des composants. L'utilisation de PP pour la fabrication du tube au lieu de verre réduit le risque de casse pendant le transport et le remplissage. Le produit 100% italien est assemblé avec des machines automatiques. La couleur du tube peut être unie, transparente ou semi-transparente. Autre innovation : le Compte-gouttes Diamant monomatière 2 est doté d'une tétine en forme de diamant au design élégant. Sa forme unique rehausse non seulement son esthétique, mais offre également une prise en main confortable et précise pour un dosage sans effort. Tous les composants sont fabriqués en PP, ce qui facilite le recyclage, réduit les déchets et favorise le développement durable. Son mécanisme de dosage précis en fait un choix adapté pour ceux qui recherchent l'esthétique et la performance.
Pour ce qui est des solutions de fermeture, le Bouchon Fliptop à clapet «Sécurité 360°» est une capsule à clapet brevetée 3. L'inviolabilité est garantie concernant l'ouverture du clapet. L'intégrité du produit aussi. Le couvercle rabattable avec son joint inviolable permet de protéger entièrement le contenu du produit. Grâce à son système anti-dévissage, les manchons rétractables pour assurer l'inviolabilité du produit ne sont plus nécessaires. Il est adapté au e-commerce et développé en quatre variantes (28/410-415 et 24/410-415). Autre nouveauté : Chico, un nouveau flacon élégant en verre avec sa base et son sur-bouchon arrondis, à la fois fonctionnel et esthétique est parfaitement adapté pour contenir du fond de teint, un sérum ou d'autres formules.
Enfin, Ruby Stick 4 est un stick léger, compact et mono-matériau de 5 g entièrement fabriqué en PP, adapté à de nombreuses formules. Son design minimaliste et sa structure fonctionnelle en font une solution polyvalente pour les marques de beauté à la recherche d'un emballage mono-matériau entièrement recyclable. Astucieux et responsable, il ne nécessite aucun démontage. Utilisé à l'origine comme baume à lèvres / soin des lèvres, il est aussi adapté aux formules pour les gommages, les masques, les fards à joues, les soins hydratants, les soins de la peau et le maquillage en général.



le Lip Hydration Silicone Wand 3 est un tube qui renferme un applicateur silicone dont les LED intégrées permettent d'activer la pénétration de la formule sur les lèvres, d'en optimiser l'hydratation pour un effet repulpant. Ce produit imaginé pour les lèvres peut naturellement se décliner en sérum ou tout autre soin. Les cheveux ne sont pas en reste. Le Smart Scalp Diagnostics Device 4 est un accessoire doté de la technologie de l'électro stimulation (EMS), stimule le cuir chevelu et active la repousse capillaire. Une caméra miniature reliée à son smartphone indique la teneur en sébum et la densité du cheveu. Enfin, le Skin Elasticity Analyzer 5 consiste en un pot intégrant un accessoire capable de détecter l'élasticité de la peau. Ensuite l'action conjuguée de la LED et des vibrations agissent sur la pénétration du soin dans l'épiderme pour une efficacité accrue. ■



Tubes : plus de recyclabilité et de performance



Sanner innove avec Sanner BioBase®, un tube composé à 94% de PE d'origine végétale, réduisant de 15% les émissions de CO_2, tout en renforçant la barrière à l'humidité.

Porté par l'essor de l'automédication, du e-commerce santé et des exigences croissantes en matière d'écoresponsabilité, le marché européen des tubes rigides et souples connaît une profonde transformation. Face à l'émergence du règlement PPWR et à la demande de solutions plus inclusives et fonctionnelles, les industriels du packaging – Sanner, Neopac, Tubex ou encore Alltub – redoublent d'innovation : bioplastiques, bouchons solidaires, matériaux recyclés, systèmes de dosage, applicateurs ergonomiques... Autant d'axes qui réconcilient la durabilité, la performance technique et l'expérience utilisateur.

Le marché européen du tube a connu un léger repli en 2024, avec une baisse de 1,3% des volumes livrés, soit un total avoisinant les 11,5 milliards d'unités, selon l'**ETMA** (European Tube Manufacturers Association). Si certains segments affichent une dynamique positive – comme les secteurs dentaire (+9%), alimentaire (+3%) ou encore l'entretien ménager (+10%), les deux principaux débouchés de l'industrie, la cosmétique (-8%) et le pharmaceutique (-2%), enregistrent un recul notable. «En 2024, l'incertitude des consommateurs, alimentée par l'inflation persistante et les conflits en Ukraine et à Gaza, a pesé sur la demande, en particulier dans les cosmétiques, qui demeurent le principal marché du tube souple», analyse Zoran Joksic, président de l'ETMA. La montée en puissance des marques de distributeur illustre également la pression croissante sur le pouvoir d'achat.



Sanner France a investi dans une imprimante huit couleurs à haute vitesse avec un contrôle qualité en ligne.

Mais au-delà de cette conjoncture morose, le secteur se prépare à une transformation de fond. L'entrée en vigueur prochaine du règlement européen sur les emballages (PPWR) impose en effet des exigences accrues en matière de recyclabilité et de conception responsable. Ce texte sera notamment applicable à partir du 12 août 2026 dans le droit français. «Ces nouvelles normes vont certainement encourager le recours à des solutions plus simples et plus faciles à recycler», souligne Zoran Joksic. Dans ce contexte, les fabricants réorientent leur stratégie en intégrant des critères devenus incontournables : durabilité, performance et expérience utilisateur, des attentes particulièrement marquées dans les secteurs pharmaceutique et cosmétique.

Sanner : automatisation, bioplastique et bouchons solidaires

Face à ces nouvelles exigences réglementaires et environnementales, le groupe **Sanner** se positionne à l'avant-garde de l'innovation. «Nous devons proposer des solutions conformes au futur règlement européen tout en garantissant une haute protection des produits», affirme Ursula Hahn, directrice du management produit chez Sanner Group.

Le marché du tube pharmaceutique en plastique rigide, porté par l'essor

Tubes: greater recyclability and performance

Driven by the rise of self-medication, e-commerce in healthcare, and growing demands for environmental responsibility, the European market for rigid and flexible tubes is undergoing a profound transformation. Faced with the emergence of the PPWR regulation and the demand for more inclusive and functional solutions, packaging manufacturers – **Sanner, Neopac, Tubex,** and **Alltub** – are stepping up their innovation efforts: bioplastics, integrated caps, recycled materials, dosing systems, ergonomic applicators... All of these developments reconcile sustainability, technical performance, and user experience.



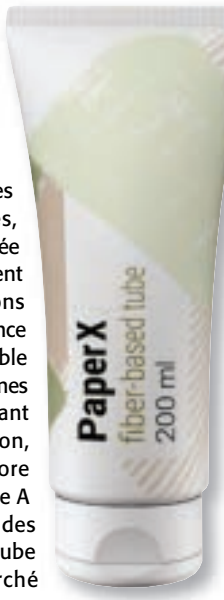
Polyfoil® EcoPro de Neopac intègre 60% de contenu recyclé.

de l'automédication et du e-commerce santé, continue de croître. «Les tubes plastiques sont particulièrement prisés pour les vitamines, minéraux et produits bien-être, grâce à leur format pratique, hygiénique et protecteur», souligne Haythem Aouni, directeur général de Sanner France. Les pharmacies en ligne et les distributeurs exigent aujourd'hui des emballages capables de sécuriser le transport jusqu'au patient, tout en respectant les impératifs environnementaux. Pour répondre à cette double exigence, Sanner mise sur l'innovation responsable. Parmi ses dernières avancées : Sanner BioBase® 1, un tube composé à 94% de polyéthylène d'origine végétale, qui permet de réduire les émissions de CO_2 de 15% tout en améliorant la barrière à l'humidité. Autre innovation notable : le Tethered Cap, un bouchon attaché conçu pour rester solidaire du tube après ouverture, facilitant ainsi le tri et le recyclage.

Côté production, le site de Bischwiller (Bas-Rhin) se modernise avec l'intégration d'une imprimante huit couleurs à haute vitesse 2, équipée d'un système de contrôle qualité en ligne, et une logistique automatisée via la mise en bac. «Nous développons également des moules d'injection multi-empreintes haute précision pour accompagner nos clients dans la création de nouvelles références», ajoute Haythem Aouni. En parallèle, une filière de réutilisation des pièces non conformes est en cours de structuration afin de réduire l'empreinte carbone de l'ensemble de l'activité.

Neopac : des tubes à haute barrière, fonctionnels et inclusifs

Face au léger recul du marché européen des tubes pharmaceutiques et cosmétiques, **Neopac** poursuit une stratégie d'innovation centrée sur la protection, l'hygiène et le développement durable. «Nos clients cherchent des solutions combinant ergonomie, recyclabilité et performance produit», souligne Cornelia Schmidt, responsable marketing de l'entreprise suisse. Parmi les gammes différenciantes : Polyfoil® EcoPro 3, intégrant 60% de contenu recyclé ; Polyfoil® Sensation, avec applicateurs mono-matériau ; ou encore Polyfoil® MMB, un tube recyclable classé Grade A par **RecyClass.** Neopac adresse également des segments spécifiques, avec par exemple un tube sécurisé enfant Ø10 mm destiné au marché pédiatrique, une première mondiale. En cosmétique, la gamme PaperX 4, à base de fibres, réduit la part de plastique tout en préservant l'esthétique du produit. Ce savoir-faire a été récompensé lors des Tube of the Year Awards 2025 aux États-Unis,



La gamme PaperX de Neopac, à base de fibres, réduit la part de plastique tout en préservant l'esthétique du produit.

SANNER GROUP

Sanner is a global leader in pharmaceutical and nutraceutical packaging, with state-of-the-art facilities across Europe, the United States, and Asia.

Backed by over 60 years of experience, we specialize in ensuring the physical and chemical stability of moisture-sensitive drug products.

Our comprehensive portfolio of desiccant packaging solutions is renowned for its exceptional quality, reliability, and customer service. We are also at the forefront of sustainable innovation, offering advanced, future-oriented packaging solutions designed to meet the evolving needs of the healthcare industry and their sustainable goals.



Production space
28,500 sqm

Production footprint
3 Continents

Injection and blow molding machines
143

Desiccant filling lines
39

Contact us today for your nutraceutical and healthcare packaging solution!
sales@sanner-group.com
www.sanner-group.com

SANNER GROUP
Protecting Health.



Le tube Polyfoil® Voltaren Gel conçu par Neopac s'est doublement distingué lors des Tube of the Year Awards 2025 aux États-Unis pour sa conception inclusive et durable.

où le tube Polyfoil® Voltaren Gel 5 a reçu deux distinctions pour sa conception inclusive et durable. Il se distingue par une barrière aluminium ultrafine, un capuchon à clapet ergonomique, une prise en main encastrée et une ouverture adaptée aux personnes à mobilité réduite, avec une impression offset cinq couleurs aux effets métalliques. Présente en Suisse, Hongrie, Inde et aux États-Unis, Neopac entend poursuivre le développement de matériaux recyclés, d'applicateurs innovants et de décorations sur mesure dans une logique RSE globale.

Tubex : durabilité, sécurité et personnalisation

De son côté, **Tubex** enregistre une dynamique positive sur le marché du tube en aluminium, en particulier dans les secteurs pharmaceutique et cosmétique, où les exigences en matière de qualité, traçabilité et durabilité ne cessent de s'intensifier. «Pour les acteurs pharmaceutiques, la compétence technique et le savoir-faire spécifique sont essentiels», souligne Horst Krappinger, directeur des ventes Pharma. «Les clients attendent une documentation complète, une traçabilité tout au long du processus de fabrication, une qualité constante, une production sous conditions contrôlées, ainsi que des installations de back-up pour garantir la continuité d'approvisionnement». Outre cette rigueur industrielle, la différenciation passe aussi par l'innovation, la premiumisation et la personnalisation, en particulier via des bouchons sur mesure. «Grâce aux excellentes propriétés barrières de l'aluminium, nos clients cosmétiques peuvent réduire l'usage de conservateurs, ce qui répond à une demande croissante pour des formules plus naturelles», ajoute Susanne Holzinger, directrice des ventes Biens de Consommation. Tubex multiplie les innovations qui associent confort, précision et sécurité : bouchons ergonomiques pour les seniors, systèmes de sécurité enfants intégrés, applicateurs cutanés pour une distribution ciblée, systèmes de dosage, tubes à usage unique avec diamètres spécifiques (Ø 9,8/11 mm). L'entreprise mise, par ailleurs, sur des matériaux recyclés post-consommation (PCR), des circuits fermés et l'aluminium, recyclable à l'infini, comme levier d'économie circulaire. Prochaines étapes : l'intégration de matériaux biosourcés et de systèmes intelligents pour façonner les futures générations de tubes alliant durabilité et haute fonctionnalité.

M. Baschet Vernet



Alltub Mexico récompensé pour l'excellence de ses tubes en aluminium durable

Alltub Mexico a décroché en mai 2025, pour la troisième année consécutive, la médaille d'or dans la catégorie Développement durable des Tube of the Year Awards du Tube Council of North America. Le tube primé, développé pour **Clairol ColorStrong,** se distingue par sa composition ultra-responsable : plus de 95% d'aluminium recyclé post-consommation (PCR), un bouchon 100% PCR, et un vernis interne sans BPA (BPA-NI). Un jury indépendant, composé d'experts issus de grandes marques, de médias spécialisés et d'universités nord-américaines, a salué l'engagement du fabricant dans l'innovation circulaire. En parallèle, Alltub France a été récompensé en avril 2025 par une médaille d'or EcoVadis, pour la deuxième année consécutive. L'entreprise figure désormais parmi les 5% des meilleurs fabricants d'emballages en aluminium évalués par EcoVadis, pour ses performances en RSE et en développement durable. Ces distinctions soulignent la volonté du groupe Alltub de faire de l'emballage aluminium un modèle de responsabilité environnementale, tout en maintenant des standards élevés de qualité et de performance.



Tubex : l'aluminium recyclé au service du soin haut de gamme

Récompensée pour son audace design et écologique, **Tubex** a dévoilé en juin dernier MonoSense, le premier tube applicateur au monde intégralement réalisé en aluminium recyclé. Une prouesse monomatière qui allie esthétique, ergonomie et performance environnementale. «Ce tube monobloc, avec applicateur intégré, est fabriqué à partir de 100% d'aluminium recyclé : 95% post-consommation et 5% post-industriel. Il reflète notre engagement vers une circularité réelle sans compromis sur l'expérience utilisateur», explique Cornelius Grupp, pdg de Tubex. Décliné en plusieurs tailles et finitions (bouchon alu ou plastique), MonoSense cible les produits de soin pour les yeux et les lèvres, offrant un toucher naturellement frais, une application précise, et une excellente protection contre la lumière, l'air et les contaminants. Sa conception monomatière évite tout effet de «suck-back», garantissant une hygiène irréprochable tout au long de l'usage. Recyclable à l'infini, ce tube haut de gamme s'inscrit dans une démarche de design circulaire exigeante. À travers MonoSense, Tubex démontre que l'emballage peut conjuguer durabilité, confort d'utilisation et positionnement premium.



Transformer les déchets plastiques en paracétamol



La production de paracétamol pourrait bientôt connaitre un nouveau tournant. Une bactérie serait capable de transformer les déchets plastiques du quotidien en analgésique, révèle une étude menée par l'Université d'Edimbourg. Le procédé mis au point ne produit pratiquement aucune émission de carbone et serait donc plus durable que la production actuelle du médicament, affirment les chercheurs. En effet, le paracétamol est traditionnellement fabriqué à partir de réserves de combustibles fossiles, notamment de pétrole brut. Cette avancée répond au besoin urgent de recycler le PET, résine la plus communément utilisée dans les biens de consommation.

Pour y remédier, une équipe de scientifiques du laboratoire **Wallace** de l'Université d'Édimbourg a utilisé la bactérie E. coli génétiquement reprogrammée pour transformer une molécule dérivée du PET connue sous le nom d'acide téréphtalique en ingrédient actif du paracétamol. Les chercheurs ont utilisé un processus de fermentation, similaire à celui utilisé dans le brassage de la bière, pour accélérer la conversion des déchets PET industriels en paracétamol en moins de 24 heures. La nouvelle technique a été réalisée à température ambiante et n'a généré pratiquement aucune émission de carbone, prouvant que le paracétamol peut être produit de manière durable. D'autres développements sont nécessaires avant qu'il puisse être produit à des niveaux commerciaux, indique l'équipe. Environ 90% du produit fabriqué à partir de la réaction de l'acide téréphtalique avec E. coli génétiquement reprogrammé était du paracétamol.

La recherche, publiée dans Nature Chemistry, a été financée par une bourse EPSRC CASE et la société biopharmaceutique **AstraZeneca,** soutenue par **Edinburgh Innovations** (EI), le service de commercialisation de l'Université.



1 Faller Packaging lance la production de boîtes pliantes à Horsens. À la fin de l'été 2025, **Faller Packaging** débutera la production de boîtes pliantes sur le nouveau site danois de Horsens. L'entreprise concrétise ainsi un projet qu'elle avait annoncé en avril 2023 : la construction d'un site de production supplémentaire pour la région nordique. Cette nouvelle usine permet à Faller Packaging de compléter le site danois existant déjà à Hvidovre et de réagir de manière ciblée à la demande croissante en emballages pharmaceutiques en Europe du Nord. Il est prévu de faire passer la capacité totale au Danemark à près de 900 millions d'articles par an. Rien qu'à Horsens, le fabricant d'emballages veut fabriquer jusqu'à 600 millions de boîtes pliantes par an. La nouvelle usine présente un avantage de taille : les presses modernes plein format permettent un plus grand rendement par feuille que la technique demi-format, utilisée jusqu'alors. Ainsi, les deux usines – l'usine mère à Hvidovre et le nouveau site de Horsens – travaillent en étroite collaboration. Tandis que Hvidovre se charge de la prospection et de la fabrication de boîtes pliantes spéciales et standard, le nouveau site de Horsens situé à 250 kilomètres de là est spécialisé dans les grandes séries. Pour les fabricants pharmaceutiques locaux mais aussi les groupes internationaux implantés dans la région, la seconde succursale au Danemark présente de nombreux avantages : Faller Packaging améliore la sécurité de planification grâce à des délais de livraison plus courts, une plus grande souplesse de la logistique et un meilleur service.

2 Accord entre Haselmeier et Nipro pour la commercialisation de PiccoJect™ au Japon. Nipro et **Haselmeier** annoncent une coopération stratégique visant à promouvoir et distribuer l'auto-injecteur PiccoJect sur le marché japonais. Nipro sera le distributeur exclusif des produits basés sur la plateforme PiccoJect de Haselmeier au Japon. Les sociétés pharmaceutiques et biotechnologiques du Japon auront désormais accès à PiccoJect, l'auto-injecteur en deux étapes de nouvelle génération de Haselmeier. PiccoJect est reconnu pour sa conception centrée sur le patient avec une forme ergonomique, une grande fenêtre de médicament enveloppante et un indicateur d'état qui fournit un retour binaire clair. Son design est minimaliste : seulement huit pièces sont utilisées. La solution est accompagnée d'une plateforme de services complets comprenant le développement de produits combinés, la vérification de la conception, l'assemblage final, l'emballage secondaire, l'étiquetage et la sérialisation. Elle est proposée pour une seringue standard de 1 ml de long et des seringues préremplies en verre ou en plastique de 2,25 ml.



3 A smart pill organizer to support medication adherence. Centor, a **Gerresheimer** company and provider of regulatory compliant prescription containers and remote care solutions, adds a brand-new smart weekly pill organizer to its solution portfolio. The new connected device monitors medication intake in real-time, allowing pharmacies and clinical partners to provide simple, patient-friendly therapy support. Cutting-edge connected devices such as Gx Cap and the new smart pill organizer represent a significant advancement in medication adherence support. They use LTE signals and cloud technology to seamlessly monitor medication intake without the need for patients to install and pair an app. The new smart pill organizer has been co-developed with **RxCap** and solidifies Centor's position as a leader in innovative drug containment and medication adherence solutions. It is now available to US pharmacies through Centor's remote monitoring service. The new smart pill organizer solution is now available for U.S. pharmacies and can be ordered directly from Centor. ■



EMBALLAGE DIGEST
est édité par S.E.P.E.
(Société Européenne
de Presse et d'Edition)
121 rue d'Aguesseau
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)
doriamaiz@emballagedigest.eu

Ont participé à ce numéro :
Marion BASCHET-VERNET
Laetitia BONNET
Yaël JAZAC

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 : 20 €

Imprimerie de Compiègne
Imprimeur Photograveur
Avenue Berthelot
ZAC de Mercières - BP 60524
60205 Compiègne Cedex
Dépôt Légal 3ème trim. 2025
Commission Paritaire des Publications et Agences de Presse N° 55967
Le Directeur de la publication E. Pottier.

Index des sociétés citées

- 1 Blow ..... p. 21 à 24
- 900.care ..... p. 11
- Adelphe ..... p. 8
- Aimplas ..... p. 26
- Albéa Tubes ..... p. 10
- Alltub ..... p. 16 à 18
- Alpa ..... p. 21 à 24
- Amcor ..... p. 11/26
- Aptar Beauty ..... p. 9
- Aptar Group ..... p. 9
- Araymond ..... p. 6/7
- Araymondlife ..... p. 6/7
- Asahi ..... p. 26
- AstraZeneca ..... p. 19
- AURA ..... p. 12/13
- B&B ..... p. 15
- Baralan ..... p. 27
- Berlin Packaging ..... p. 28
- Biocodex ..... p. 8
- Bioderma ..... p. 8
- Bormioli Luigi ..... p. 10
- Caméléon ..... p. 8
- Capardoni ..... p. 15
- Capsol ..... p. 15
- Catidom ..... p. 12/13
- Centor ..... p. 19
- Chanel ..... p. 12/13
- Citeo ..... p. 8
- Clairol ColorStrong ..... p. 16 à 18
- Cofigeo ..... p. 11
- Cork Supply ..... p. 27/28
- Cosmar ..... p. 15
- Cosmogen ..... p. 12/13
- Cytiva ..... p. 6/7
- De Vog ..... p. 10
- EMBRAPA ..... p. 25
- Event Wine Solutions ..... p. 21 à 24
- Faller Packaging ..... p. 19
- FEDER ..... p. 26
- Fiat ..... p. 28
- Florette ..... p. 10
- g.pivaudran ..... p. 12/13
- Garancia ..... p. 8
- Gaviplas ..... p. 26
- Gerresheimer ..... p. 19
- Greiner Packaging ..... p. 25
- Grenoble INP ..... p. 25
- Greyparrot ..... p. 26
- Guiros ..... p. 15
- Harris ..... p. 11
- Haselmeier ..... p. 19
- Hinderer + Mühlich ..... p. 27
- Hyléance ..... p. 11
- ID Scent ..... p. 9
- Innonature Packaging Solutions ..... p. 26
- IVACE+i ..... p. 26
- Klöckner Pentaplast ..... p. 27
- Knauf Industries ..... p. 10
- Koehler Paper ..... p. 27
- Krill Design ..... p. 26
- L'Oréal ..... p. 10
- La Rosée ..... p. 8
- La Tannerie Végétale ..... p. 14
- Laboratoires Dermatologiques d'Uriage ..... p. 8
- Laboratoires Expanscience ..... p. 8
- Lapo Compound ..... p. 28
- Léa Nature ..... p. 8
- Léko ..... p. 8
- Leohnard Kurz ..... p. 27
- Les Crudettes ..... p. 10
- LSDH ..... p. 21 à 24
- Maison Berger Paris ..... p. 10
- Neopac ..... p. 16 à 18
- Nest-Filler PKG ..... p. 28
- Nielsen ..... p. 11
- Nipro ..... p. 19
- Novapack ..... p. 15
- Nuon Medical ..... p. 14/15
- Packplast ..... p. 15
- Packtrade ..... p. 15
- PDG Plastiques ..... p. 21 à 24
- People Care Planet Care ..... p. 28
- Pierre Fabre ..... p. 8
- Pochet Groupe ..... p. 12/13
- Potato Bioplastics ..... p. 26
- Qualipac ..... p. 12/13
- (RE)SET ..... p. 8
- RxCap ..... p. 19
- Sam McKnight ..... p. 28
- Sanner ..... p. 16 à 18
- SGT ..... p. 21 à 24
- Shellworks ..... p. 28
- Shopnosis ..... p. 25
- SIPA ..... p. 21 à 24
- Smurfit Westrock ..... p. 25
- Sodebo ..... p. 10
- SVR ..... p. 8
- TCEP ..... p. 27
- Tetra Pak ..... p. 28
- TNT Group ..... p. 12/13
- Tubex ..... p. 16 à 18
- Unilever ..... p. 26
- Université d'Edimbourg ..... p. 19
- Vanrx Pharmasystems ..... p. 6/7
- Wegenstein Winery ..... p. 21 à 24

Répertoire des annonceurs

APTAR BEAUTY ..... 2ème de couv.
PLASTISUD 4
SANNER GROUP 17
SGT 23
SMURFIT WESTROCK ..... 1ère de couv.
SÜDPACK 24
VS PACK 22