

PACKAGING



CHAMPAGNE-ARDENNE

site : www.packagingvalley.com

mail : infos@packagingvalley.com



La lettre

Non, l'emballage n'est pas seulement un déchet, et les fabricants que nous sommes ne sont pas que des pollueurs !

Il faut nous mobiliser pour que cesse l'amalgame - trop facile - entre nos produits sans cesse plus performants, plus intelligents du fait de notre volonté permanente d'innover, et l'idée qu'ils ne sont destinés qu'à remplir les poubelles.

PACKAGING VALLEY a inscrit l'éco-conception comme démarche prioritaire dans son panel d'actions 2006.

*En nous appuyant sur les compétences locales, et, **avec votre participation**, nous travaillerons à la mise en place d'un outil concret, simple et utilisable par tous et chacun.*

Notre objectif est double : favoriser les applications significatives synonymes de performances et d'avantages concurrentiels, et comprendre, maîtriser, voire devancer les exigences réglementaires et/ou normatives environnementales.

Avec une priorité : redorer le blason de l'Emballage afin qu'il ne soit plus considéré comme un objet de séduction qui termine sa vie comme déchet et qu'il ne soit plus jugé seulement comme un mal nécessaire.

Agissant ainsi, PACKAGING VALLEY est mobilisée pour assurer la veille qui devrait vous aider à valoriser votre offre.

Pascal de Guglielmo
Président

PS. Votre soutien est le garant de la réussite de nos actions. Merci de ne pas oublier votre adhésion 2006. (cf page 8)

2006
Mars

n° 22

NOS ENTREPRISES

NOS ENTREPRISES

LE SANGLIER croit en la magie d'Harry Potter

Depuis près de quarante ans, l'imprimerie ardennaise innove et diversifie ses activités. Gallimard, l'éditeur français des romans de J.K.Rowling, lui a confié la réalisation de la couverture du 6^{ème} tome. Les soixante salariés de l'imprimerie **LE SANGLIER**, à Charleville-Mézières, se sont activés pour ne pas faire défaut à Harry Potter, le jeune sorcier, héros de l'écrivain anglais J.K.Rowling, dont le sixième tome des aventures, attendues impatiemment par des millions de fans de tous âges, a rejoint les bacs des libraires le 1^{er} octobre.

Gallimard, l'éditeur de la version française de cette saga, a confié à l'entreprise familiale ardennaise la réalisation des deux tiers des 2 millions de couvertures de ce nouveau livre. " Nous avons déjà obtenu le marché du 5e volume, soit 2 millions d'unités, il y a deux ans ", rappelle le PDG, Philippe Aertgeets.

LE SANGLIER PACKAGING met en lumière le champagne

Pour s'implanter dans un des univers les plus exigeants du packaging de luxe, l'Imprimerie **LE SANGLIER** s'est trouvé un allié de poids avec la carte pure cellulose Algro Design de Sappi. L'imprimerie ardennaise a développé un savoir faire pointu dans le domaine de l'édition haut de gamme, un secteur où elle a reçu deux années de suite le prix de la plus belle couverture. En parallèle à cette activité historique, **LE SANGLIER** développe une activité packaging qui représente déjà 40% de son chiffre d'affaires.

En trois ans, **LE SANGLIER** peut se targuer d'avoir séduit des marques aussi prestigieuses que Laurent-Perrier, Bollinger, Deutz, Mumm, Perrier Jouët, Nicolas Feuillatte, Piper Heidsieck, Lanson...

Depuis plusieurs mois, l'ensemble des étuis en carton destinés au champagne est réalisé avec la carte Algro Design fourni par Sappi, leader mondial du papier couché sans bois. Sappi s'est totalement impliqué sur ce projet en déplaçant un technicien de son unité de production d'Alfeld en Allemagne afin de déterminer les exigences du **SANGLIER** et de trouver les moyens d'y répondre.

Formes de Luxe

J. BILLET, imprimeur depuis 1910...

J.BILLET IMPRIMEUR a entrepris une démarche volontaire pour obtenir la marque Imprim'vert ® avant même le lancement de cette action dans notre région.

J.BILLET IMPRIMEUR, soucieux de l'environnement, s'est engagé depuis fort longtemps et est aujourd'hui récompensé par sa conformité aux exigences de la marque Imprim'vert ® ile-de-France.

Ses engagements concrets :

- ✓ Effectuer un tri sélectif de l'ensemble de ses déchets et si la filière existe, effectuer le recyclage de ce qui peut l'être.

- ✓ Recycler 50% de sa chimie de développement, le reste étant repris pour le traitement.

- ✓ Substituer l'ensemble des produits toxiques par des produits non polluants.

- ✓ Stocker ses produits de façon sécurisée (local et bacs de rétention...)

- ✓ Prévenir des risques d'incendie par le contrôle des extincteurs, limite de stockage, thermographie électrique, contrôles électriques annuels...

- ✓ Et évidemment, réduire les consommations et les déchets liés aux fabrications, emballages et administratifs...

Ouverture sectorielle pour CHAMPAGEL

Implanté à Epernay depuis presque 50 ans, **CHAMPAGEL** est spécialisée dans la conception et la réalisation de systèmes de congélation et de manutention pour le champagne et les vins mousseux. La société travaille dans tous les vignobles de France et du monde entier (30% du CA à l'export).

Profitant de son savoir-faire en robotique, automatisme et mécanique (bureau d'études & atelier), **CHAMPAGEL** propose ainsi ces réalisations à d'autres secteurs d'activités autour de l'automatisation et optimisation de process industriels. Cette volonté de développement est à l'origine d'une importante des effectifs du bureau d'études.

Dirigées par Pierre DUGUIT plus de 10 ans, **CHAMPAGEL** construit son avenir en permanence en recherche de nouveaux clients et de nouveaux clients et de nouveaux produits. Son fils Timothée a également rejoint récemment la société en charge de ce développement.

NOS ENTREPRISES

NOS ENTREPRISES

SPARFLEX s'empare de VKN, leader mondial de la capsule

Présent sur le marché du packaging de vins, spiritueux, bières et cidres depuis plus de vingt ans, la société **SPARFLEX** installée à Dizy, près d'Épernay, vient d'acquiescer la société allemande VKN (Vereinigte Kapselabriken Nackenheim GmbH) accélérant ainsi son développement national.

VKN, est le leader mondial de la capsule de surbouchage haut de gamme, de la production de capsules de surbouchage haut de gamme en étain pour les vins et spiritueux. Sparflex est au premier rang du packaging de la bouteille.

Depuis sa création en 1984, **SPARFLEX** a assuré son développement par croissance externe. Le groupe a été introduit sur le marché libre Euronext en 1999. Avec 58 M de chiffre d'affaires et 470 personnes à travers le monde, le groupe propose des solutions globales de packaging de bouteilles de vins et spiritueux, tels que la création d'habillage, la production de muselets pour champagne, vins effervescent, bière et cidre, d'étiquettes traditionnelles auto-adhésives, de capsules de surbouchage en étain, complexe et PVC pour champagne, vins effervescent, tranquilles et spiritueux.

SPARFLEX ajoute désormais la marque VKN aux quatre marques commerciales déjà exploitées dans cette activité.

Petites Affiches Matot Braine

Roland Gibert, nouveau directeur général de SPARFLEX

Ingénieur de formation, il s'est rapidement orienté par goût vers le business. Il a passé une bonne partie de sa carrière dans la grande industrie chez Rhodia où il a dirigé des activités dans les matières plastiques.

Avant de prendre la direction de **SPARFLEX**, à Dizy dans la Marne, il était directeur général de Packart, une société de fabrication d'emballage pour la pharmacie où il a conduit des développements rapides, en particulier sur des nouveaux produits et à l'international avec des équipes importantes.

L'Union

EMIN LEYDIER lance ses faibles grammages.

Depuis le 12 avril 2005, la **nouvelle machine de papier pour ondulé de Nogent-sur-Seine** tourne comme une horloge. Une histoire qui a démarré en 1998 et qui confirme l'engouement du marché pour les grammages légers. La machine à papier a été profilée pour une production, d'ici deux ans, de 300 000 tonnes de papier pour ondulé à base exclusive de papiers et cartons récupérés (PCR) en région parisienne et dans un grand tiers nord-est de la France. Elle fabrique actuellement le papier de cannelure Ondulight en 90 grammes et 100 grammes et le papier mixte cannelure-couverture Onestock, permettant aux fabricants de carton ondulé d'optimiser leurs stocks. Dès l'automne 2005, **Nogent-sur-Seine** fabriquera également le papier Onestock. Plus, une cannelure, haute performance qui résiste particulièrement à la compression verticale. Après le site des Papeteries de Rouen d'Otor, **Nogent-sur-Seine** est ainsi le deuxième site à réaliser du papier ondulé à faible grammage en France. Il livre un tiers de sa production en France et deux tiers à l'exportation dans un rayon de 1500 kilomètres, et plus.

Emballages Magazine. Supplément au N°761

La sécurité, préoccupation n°1 de JEANNE D'ARC EMBALLAGES

Il paraît que lorsque l'on ouvre son frigo, l'emballage d'au moins cinq produits frais provient de **JEANNE D'ARC EMBALLAGES**. Il est vrai que les clients de l'imprimerie haut-marnaise se nomment Danone, Yoplait, Laïta, lactalis, Elvir ou Campina...

Seule usine du groupe en France dans sa catégorie, l'entreprise de Vecqueville a progressivement abandonné le marché très particulier d'emballages de produits pharmaceutiques, pour se concentrer, presque exclusivement, sur l'agro-alimentaire. Les principaux produits se retrouvent dans quasiment tous les foyers : les opercules et banderoles de yaourts, les emballages de plaquette de beurre, les films imprimés de friandises autres emballages flexibles.

Trois chiffres-clés :

- ✓ Chiffre d'affaires : 20 M Euros
- ✓ Effectif : 85 personnes
- ✓ Production annuelle : 55 million de m3.

Petites Affiches Matot Braine

NOS ENTREPRISES

NOS ENTREPRISES

L'EURL CD " agrafe " le 1^{er} prix

Pour la mention " Viticulture ", Frédéric Salomé, responsable de l'**EURL CD** vient de recevoir le 1^{er} prix de l'innovation du VITeff pour son agrafe végétale. L'agrafe est un accessoire indispensable pour lier les fils de fer des palissages aux tiges de vignes était jusque-là disponible en plastique.

C'est d'ailleurs ce qui faisait la réussite de l'entreprise sparnacienne qui rayonne en agrafes sur un bon tiers de la Champagne. Pourtant depuis longtemps, Frédéric Salomé cherchait à faire évoluer son produit. De fait, si son agrafe en plastique était photodégradable permettant ainsi de gagner du temps sur le ramassage par rapport aux agrafes en métal (environ 15 heures à l'hectare), l'homme veut aller plus loin : " une agrafe entièrement bio-dégradable ". Ainsi la Végéclip est née : " Grâce à une collaboration avec Végémat. Une entreprise spécialisée dans la matière plastique bio-dégradable. D'ailleurs, cette matière s'injecte comme du plastique ". Entièrement fabriquée en matière végétale à partir de plante de maïs. " Cette agrafe respecte l'environnement ", signale Frédéric Salomé. Lors de sa mise en place, elle se comporte comme une agrafe de palissage " classique ", puis au fil du temps, elle perd de sa résistance et casse dans les mois d'automne et d'hiver. Au sol, elle est rapidement absorbée par les micro-organismes se trouvant dans la terre. Actuellement en production, la Végéclip sera effective pour la campagne 2006.

L'Union

Les bouchons sans poussière de liège de SEDAM

Un professeur Tournesol de la viticulture, Dominique Albert de la société **SEDAM** (Société d'Etudes et de Développement en Automatismes et mécanique), vient de concevoir la machine à éliminer les poussières de liège sur les bouchons. Une révolution technique qui élimine le plus possible ces poussières qui pourraient être restées sur la surface extérieure du bouchon lors de sa fabrication. Cet appareil permet des améliorations tant sur la qualité que sur la productivité. " C'est le service entretien de Moët et Chandon qui nous a contactés pour qu'on travaille sur leur ligne de production. Tous les soirs, la ligne de 14 000 bouteilleurs devait être nettoyée. L'objectif était d'éliminer le maximum de poussière " explique Dominique Albert, gérant de l'entreprise.

L'Union

RAPINAT EMBALLAGES à Piney : l'affaire est dans le sac

Le 1^{er} juin dernier, **RAPINAT EMBALLAGES** a fêté son quart de siècle ! Un anniversaire discret pour cette petite PME de 13 salariés. Chaque jour, ce sont 150 000 à 200 000 sacs plastiques dont 50 000 sacs poubelles qui sortent des machines italiennes et allemandes.

La PME a l'année passée emménagé dans les locaux beaucoup plus fonctionnels et investi dans trois nouvelles machines dont une imprimeuse. " On a racheté l'ancien bâtiment-relais qu'occupait Thiennot. On a désormais 850 m² pour la production et 1 000 m² pour le stockage ", précise le chef d'entreprise qui revendique haut et fort une certaine culture de la différence. La PME pinoise affiche ainsi un chiffre d'affaires en constante augmentation, de l'ordre de 1.3 M Euros, réalisé pour moitié en boutiques et pour moitié pour l'industrie.

L'Est-Eclair

SEYFERT CHAMPAGNE nominée

La cartonnerie **SEYFERT CHAMPAGNE** basée à Reims a été primée de l'Oscar de l'Emballage le 24 novembre dernier dans la catégorie Distribution / Communication sur le lieu de vente. L'Oscar a été décerné à l'emballage Mallette Clicquot Traveller, conçu par **SEYFERT CHAMPAGNE** pour la célèbre Maison de Champagne Veuve Clicquot Ponsardin.

Cet Oscar de l'Emballage vient couronner les efforts réalisés par le personnel de la cartonnerie **SEYFERT CHAMPAGNE**, et le savoir-faire de son bureau d'études qui a su se montrer digne de la confiance de son prestigieux client : le Champagne Veuve Clicquot Ponsardin. La réalisation de la Mallette Clicquot Traveller a pu avoir lieu grâce au lancement du nouveau produit : la seytec®, un nouveau concept de carton ondulé aux propriétés exceptionnelles conférant résistance, charme et émotion à la Mallette. A base de micro-cannelures, la seytec® répond aux exigences les plus pointues des clients, en termes de solidité, d'impression et d'architecture rendant l'emballage communicant et innovant.

L'ensemble du groupe **SEYFERT** voit en cet Oscar de l'Emballage un très bel encouragement dans la poursuite de la commercialisation de la seytec® en France.

NOS ENTREPRISES

NOS ENTREPRISES

Des boucheuses- museleuses encore plus " clean " chez UTCH

Les professionnels connaissaient les boucheuses et museleuses "toutes cadences " de l'**UTCH**. Et pour cause, elles avaient remporté le premier prix de l'innovation 2003 sur le VIteff. L'union des Techniques Champenoises y revient cette année avec le même produit. Mais dans une nouvelle génération de machines à vin rotatives pour gros manipulateurs. Et surtout plus propres encore. " Nous n'utilisons plus que de l'inox et des matières plastiques. L'acier souffrirait rapidement au contact du champagne " explique André Schneider, directeur du site **UTCH** à Epernay. C'est principalement pour des raisons de propriété, et donc d'hygiène que ces machines ne comportant plus de bains d'huiles ni de parties en fontes. Autre avantage, les pièces d'usures peuvent être changées en quelques minutes.

" C'était le métier de la société Valentin que nous avons reprise. Nous avons conservé le savoir-faire sur le muselage, en y ajoutant des techniques modernes ". Cette même démarche avait guidé **UTCH** dans le rachat de Thiéron (robotique industrielle), Mainguet (bacs de congélation), Dekomat (machines d'habillages), et récemment de SCMG à Oiry (usinage, cartonnage). Soit 130 personnes en tout.

Spécialiste de la robotique, **UTCH** conçoit et réalise des machines pour le secteur agro-alimentaire notamment. Et des clients aussi divers et variés que saint-Gobain, Miko, les chocolats Lindt, le secteur de la pharmacie etc. **UTCH** n'en oublie pas les vignerons, gros ou petits, avec un système de pose de contre-étiquettes adhésives. " Ce support permettra de se mettre en conformité avec une directive européenne sur l'étiquetage des ingrédients " souligne Bruno Brachet, responsable commercial. Le vin faisait jusqu'alors parties des exceptions. Jusqu'à cette directive du 10 novembre 2003.

Tous les ingrédients présents dans les boissons concernées qui ont des effets allergènes ont été retenus comme devant figurer sur ces étiquettes. Au-delà de l'information du consommateur sur les risques d'allergies, Bruno Brachet voit aussi dans ces contre-étiquettes un support intéressant. Pour communiquer sur le produit donner des conseils de dégustation, etc.

L'Union

RONOT, un centenaire bragard encore ambitieux

Après plusieurs manifestations pour célébrer son centenaire, l'entreprise bragarde de chaudronnerie industrielle pour l'agriculture **RONOT** a marqué le coup devant la presse spécialisée. La société affiche de nouvelles ambitions vers l'Est. Pour cela, elle s'associe avec des entreprises, même concurrentes. Cela pourrait presque paraître incongru dans le contexte actuel, avec les menaces sur deux sites industriels historiques, mais, hasard du calendrier, c'est de longue date que la société **RONOT** avait décidé de présenter son travail et ses nouvelles ambitions à la presse spécialisée, à des clients et partenaires. Après plusieurs manifestations déjà depuis le début 2005, qui a marqué le centenaire de cette entreprise familiale, la chaudronnerie industrielle pour l'élevage et l'agro-alimentaire a voulu clore l'année dans le même esprit de célébration. Avec un hommage au fondateur Ernest Ronot, haut-marnais, qui choisit de quitter les forges de Froncles pour prendre son envol à Saint-Dizier.

Convaincu de la supériorité de l'acier galvanisé sur la fonte (moins résistante), il a réussi à l'imposer dans l'agriculture sous de multiples formes : tonnes à eau, auges, abreuvoirs... Mais c'est lui qui inventa aussi le célèbre foyer Rex ou la première machine à laver mécanique (ironiquement, sans doute, baptisée Eve) !

Aujourd'hui **RONOT** et ses 80 salariés continuent ces productions pour le monde agricole et tisse des partenariats pour se développer. A l'exemple du rapprochement avec la société Renson (spécialisé dans les systèmes de pompes) qui ont donné naissance à de nouveaux produits telles les citernes et stations de distribution de carburant. Réservoir incendie, réservoir à vide médical, réservoir tampon pour climatisations, voilà encore quelques exemples de nouveaux marchés pour l'entreprise bragarde.

Le directeur, José De Sousa, successeur de la petite-fille du fondateur, a développé aussi la stratégie de développement vers l'Est, en Pologne essentiellement. Une démarche novatrice : c'est en s'associant avec trois autres entreprises que Ronot veut entrer dans le marché Polonais, " le 2^{ème} plus grand marché agricole d'Europe ". Les 4 partenaires (pourtant concurrents sur certains secteurs, tels **RONOT** et La Buvette) ont créé cette année une société pour promouvoir leurs marques en Pologne. Une démarche pour le moins originales, novatrice en Champagne-ardenne, dont ils attendent beaucoup.

Le Journal de la Haute-Marne

Typologie des consommateurs

L'étude menée par MV2 Conseil met en évidence quatre types de consommateurs définis en fonction de leur attitude à l'égard des emballages et du développement durable.

Les puristes :

Ils sont 14%. Ce sont les plus nombreux à souhaiter, qu'à l'avenir, les emballages soient biodégradables, recyclables, uniques (sans sur-emballage), réutilisables, plus pratiques (plus petits et plus légers). Ils sont aussi sensibles au tri ou à ses bénéfices. On trouve dans ce groupe un peu plus d'hommes que dans l'ensemble de l'échantillon. Par rapport aux trois autres typologies, ils sont plus nombreux à faire le tri des choses à jeter, à réutiliser chaque fois que c'est possible l'emballage vide d'un produit alimentaire et à préférer le papier carton.

Les fonctionnels

Les personnes de ce groupe (18%) sont plus sensibles à la praticité des emballages, plus légers, plus petits, réutilisables. On trouve dans ce groupe davantage de personnes d'âge moyen (35/44 ans) que dans l'ensemble de la population observée, ainsi que plus d'ouvriers. Ils sont aussi plus nombreux à attacher de l'importance à l'emballage lors de l'achat d'un produit, à préférer le plastique et des emballages " minimum " quel que soit le type de produit.

Les désinvoltes

Ils sont 18% et privilégient le fait que les emballages soient recyclables et biodégradables. Toutefois, ils n'accordent que peu d'importance au tri des déchets. Ce groupe se compose d'un peu plus de femmes, de jeunes, et d'ouvriers que dans la population totale. Ils sont plus nombreux à jeter avec d'autres ordures ménagères les emballages alimentaires, hygiène et beauté, électroniques, pharmaceutiques, et à acheter chez les hard discounters.

Les incorrigibles

Les personnes de ce groupe (17%) ne se préoccupent pas du tout de l'avenir des emballages (biodégradables, recyclables), ni de l'importance du tri des déchets. Figurent dans ce groupe davantage de personnes qui appartiennent à des CSP aisés (cadres supérieurs ou professions libérales). Par rapport aux trois autres typologies, ils sont plus nombreux à jeter avec les autres ordures ménagères tous les emballages vides, à ne pas fréquenter les hard discounters et à privilégier les commerces de proximité.

Les tendances du marché dans 4 principaux secteurs d'activités

Boissons :

Les secteurs les plus porteurs dans ce domaine sont constitués par l'eau en bouteilles et les boissons énergétiques. Le consommateur moyen dans le monde boit 190 litres de boissons " commercialisées " par an. Il convient de noter que la population vieillissante constitue un moteur en termes de demande d'emballages légers et faciles à manipuler. Les bouchons " sport " et les conditionnements plus petits continuent à se développer. Les canettes de boissons conservent leur popularité car elles sont légères et faciles à rafraîchir.

Alimentation :

Nous sommes de plus en plus pressés et nous voulons passer moins de temps à préparer, consommer et acheter nos aliments... Au cours des cinq dernières années, les plats cuisinés ont enregistré une croissance annuelle de 7% en Europe. Il convient de noter les 3 points suivants. Le plastique rigide progresse de 3% aux Etats-Unis. Les emballages en papier se développent alors que les emballages carton pour liquides reculent sur certains marchés, y compris aux Etats-Unis, au Royaume-Uni et en France.

Beauté :

En Europe Occidentale, la croissance des produits de beauté s'est développée de 2% en moyenne entre 1999 et 2004 et ce rythme devrait se poursuivre jusqu'en 2009. L'Irlande et l'Espagne sont les marchés les plus porteurs avec respectivement des taux de croissance de 6 et 5%. Le plastique rigide est le principal matériau d'emballage utilisé pour les produits de beauté dans le monde. Sa part de marché va de 46% en Europe de l'Est à 64% aux Etats-Unis. Les emballages souples ont un grand rôle à jouer en Europe de l'Est. Ils représentent déjà 32% du marché.

Produits pharmaceutiques :

Les huit plus grands pays producteurs de produits pharmaceutiques (Etats-Unis, Japon, Allemagne, France, Chine, Royaume-Uni, Italie et Suisse) continuent à représenter 80% de la demande en emballages. On estime que la croissance du marché international des emballages pour produits pharmaceutiques se montera à plus de 7% pour atteindre 20 milliards de dollars US d'ici 2005. Le principal moteur du changement dans l'emballage des médicaments sur ordonnance reste l'action des autorités de réglementation.

Vous souhaitez étudier les opportunités d'un marché ? Identifier des prospects ? Vous avez besoin d'aide pour votre extension à l'étranger ? Les étudiants de la section BTS Commerce International du Lycée Libergier de Reims sont à votre service.

Le BTS Commerce International a pour objectif de former des cadres intermédiaires des services export des entreprises. Le technicien supérieur formé au commerce international exerce ses activités dans toute entreprise de production ou de commercialisation de biens et de service réalisant des opérations sur des marchés étrangers ou liées à des implantations étrangères en France.

Le lycée Libergier comprend deux promotions de 35 élevés formés pendant deux ans afin d'occuper les fonctions d'assistant acheteur - importateur, d'assistant commercial export, de collaborateur du chef de service exportation, d'assistant de transitaire... Les étudiants pratiquent deux langues en cours, l'anglais et l'espagnol ou l'allemand, en plus de leur(s) langue(s) maternelle(s).

Durant leurs deux années les étudiants effectuent en plus de leurs cours deux stages. Le premier est d'une durée de 4 semaines en France (en janvier - février) et l'autre d'une durée de 8 à 12 semaines à l'étranger (de mai à juillet). Ils consacrent également un jour par semaine en entreprise pour laquelle ils effectuent, en partenariat, des actions pour aider à pénétrer les marchés étrangers.

Ces actions sont variées et regroupent essentiellement des missions marketing et impliquant les techniques du commerce international :

- ✓ Etude de marché et/ou de pays
- ✓ Prospection de fournisseur, de client, d'intermédiaire, de distributeur...
- ✓ Etude de la concurrence et veille commerciale
- ✓ Communication commerciale, site web, plaquettes...
- ✓ Administration des ventes exports
- ✓ Participation à l'expédition des produits
- ✓ Calcul de marges, coûts
- ✓ Recherche de transporteur, comparaison des solutions de transport...

Contact : Section BTS Commerce International
Madame Adeline PIROUELLE, professeur
Lycée Libergier II
20 rue des Augustins
51100 Reims
Téléphone : 03.36.77.63.63
Fax : 03.26.77.63.64

Carton ondulé : quelques chiffres

- ✓ 80 sites de production répartis dans 46 départements.
- ✓ Chaque site occupe en moyenne une surface de 20 000 m² pour un investissement qui représente 40 millions d'euros environ.
- ✓ Plus de 3 milliards d'euros d'actifs industriels.
- ✓ 13 000 collaborateurs.
- ✓ La taille moyenne des entreprises n'excède pas 150 personnes.
- ✓ 14 000 tonnes de carton ondulé produit par jour, soit 35 millions d'emballages divers.
- ✓ Plus de 3 000 000 de tonnes de carton ondulé produites par an.
- ✓ Un parc de machines qui comprend 108 trains onduleurs pour la fabrication du carton ondulé, 600 machines de découpe et l'impression qui transforment le matériau en emballages.

Comment vendre aujourd'hui de la palette ?

La palette bois a permis d'améliorer considérablement la productivité et les conditions de travail, dans le domaine de la manutention. Elle est un maillon indispensable au bon fonctionnement de l'économie. C'est aussi un produit " jeune ", apparu il y a une soixantaine d'années et depuis n'a cessé de se développer : on estime à 500 millions le nombre de rotations annuelles pour la France.

La palette bois représente un débouché important pour les produits de la forêt, mais ce secteur d'activité connaît actuellement des difficultés. Ces dix dernières années, le marché de la palette bois a beaucoup évolué : apparition de nouveaux acteurs, développement de la normalisation, concurrence étrangère (...). Ainsi, les clients expriment de nouveaux besoins et de nouvelles stratégies se dessinent chez les fabricants.

De nombreuses entreprises champardennaises perdent des marchés et s'interrogent. C'est pourquoi la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie a mené une étude sur ce secteur d'activité en sollicitant plusieurs acteurs régionaux dont l'interprofession Valeur Bois. Vous pouvez obtenir cette étude sur simple demande en contactant : François STAUDER, CRCI - ARIST Champagne-Ardenne (03.26.69.33.57)

APPEL A ADHESION

APPEL A ADHESION

PACKAGING VALLEY a reçu pour mission d'aider au développement de l'ensemble de la filière Emballage-Conditionnement de Champagne-Ardenne.

Pour 2006, nous prévoyons de participer en nombre au Salon "**Emballage 06**", de réussir la 17^{ème} édition de **Packinnove** à Troyes et la 2^{ème} édition des **Journées de l'Emballage** de Reims, de mettre en œuvre une réflexion autour du thème de l'**éco-conception** des emballages débouchant sur la mise à votre disposition d'une méthodologie et d'un outil spécifique, d'organiser des petits-déjeuners débat et toujours de vous apporter conseils, formation, soutien à l'export, etc...

Cette volonté affichée n'est pas seule suffisante pour permettre une complète réussite de notre engagement à vos côtés : **pouvoir compter sur la présence du plus grand nombre d'acteurs industriels parmi les membres actifs de notre association reste primordial.**

Bulletin d'adhésion 2006

A photocopier et à retourner à Packaging Valley - B.P. 35 - 10201 Bar-sur-Aube Cedex
Une facture (avec TVA) vous sera adressée par retour

SOCIETE :

Représentée par :

Fonction :

adhère à l'Association PACKAGING VALLEY

183 € TTC pour un Chiffre d'Affaires inférieur à 7 500 000 €

365 € TTC pour un Chiffre d'Affaires compris entre 7 500 000 € et 15 000 000 €

638 € TTC pour un Chiffre d'Affaires supérieur à 15 000 000 €

C.A. 2005 : €

Cotisation 2006 : €

(chèque bancaire joint à l'ordre de Packaging Valley)

A _____, le _____

Signature et Cachet