

PACKAGING



CHAMPAGNE-ARDENNE

site : www.packagingvalley.com

mail : infos@packagingvalley.com



La lettre

Quand la presse fait l'éloge d'une manifestation, on peut logiquement s'en enorgueillir et en être pleinement satisfait. Quand il s'agit de la presse spécifique à notre filière et que la manifestation est organisée par PACKAGING VALLEY, pourquoi ne pas en profiter pleinement.

" Franc succès pour les JDE de Reims "

Un auditoire très attentif ; un contenu d'actualité ; des intervenants pointus et passionnés ; une organisation excellente : toutes les conditions étaient réunies pour faire de la dernière édition des journées de l'Emballage (JDE) de Reims (Marne), qui ont eu lieu les 18 et 19 septembre, un franc succès. Un bémol cependant : le déséquilibre flagrant entre les trop peu nombreux fabricants d'emballages qui ne semblent pas percevoir l'importance des enjeux des mutations à venir et des donneurs d'ordre qui, venus en nombre, expriment des attentes pas toujours comprises par leurs fournisseurs. Organisée par Adhésion pour Packaging Valley avec le concours d'Emballages Magazine, cette édition a été marquée par plusieurs points forts : la table ronde sur les bioplastiques a ainsi suscité de nombreuses questions sur " le coût " de ces matériaux et " les moyens de les faire baisser à court terme "... Quant à la contrefaçon, c'est un sujet ardu qui fait très peur. Et il y a de quoi : chargé de mission auprès du Ministère de l'Industrie, Pierre Delval a dressé un tableau apocalyptique de la situation. Et incité " les industriels de l'emballage et du conditionnement à suivre de près les mesures que la France est en train de prendre " pour lutter contre ce fléau. En ce qui concerne la Chine, il semblerait que la taille de son marché intérieur suscite plus d'espoir que de craintes relatives à ses exportations à bas coûts. Les thématiques relatives à la réduction des coûts et à l'adaptation des produits de grande consommation aux évolutions des habitudes des consommateurs ont, de leur côté, démontré qu'il était possible d'innover dans un contexte économique tendu.

Henri Saporta Emballage Magazine - n° 808

*Avec l'espoir de vous voir encore plus nombreux lors des prochaines **JOURNEES de l'EMBALLAGE** de Reims prévues courant 1er semestre 2008, sans oublier **PACKINNOVE** à Troyes en juin 2007 et une nouvelle convention d'affaires unique dans notre filière dont je vous parlerai plus précisément dès l'officialisation de sa mise en place.*

Pascal de Guglielmo
Président

2006
Octobre

n° 23

NOS ENTREPRISES

NOS ENTREPRISES

GERAUDEL OFFRE UNE SECONDE VIE AUX BOUTEILLES

Outre la vente de bouchons et de muselets, l'entreprise d'Epernay récupère les bouteilles de champagne d'occasion pour les revendre après qu'elles aient été lavées, brossées, rincées et contrôlées. 2,2 à 2,5 millions de bouteilles. C'est ce que l'entreprise **GERAUDEL** recycle chaque année. Le principe est simple : Elle achète des bouteilles venant en très grande majorité des grandes maisons de négoce. " Ce sont des bouteilles de transvasage ou de remise en cercle. Nous les lavons, les reconditionnons, avant de les vendre sous l'estampillage "occasion" explique son dirigeant. L'avantage de ce process, outre le prix de revente, est son aspect écologique. En effet, l'autre forme de recyclage d'une bouteille est de la faire fondre. Mais cette technique coûte très cher en énergie. Elle est surtout valable lorsque le verre est cassé ou que la bouteille est inutilisable. En 2005, **GERAUDEL** a développé un chiffre d'affaires de 4,3 M€, dont 650000 € sur les bouteilles, 1,4 M€ sur son activité muselets (12 millions vendus par an) et 2 M€ sur ce qui reste sa plus grosse activité : les bouchons, (40 millions par an). Si ils sont fabriqués en Espagne, Geraudel assure sur ses 8500 m² de bâtiments sparnaciens, la partie contrôle, tri et marquage.

MATOT BRAINE - N° 7127

BRIDE PHARMA - Le conditionnement à façon

Avec l'élargissement de leurs services et notamment le façonnage, les conditionneurs à façon sont désormais pour la plupart davantage des sous-traitants de la santé. Cette industrie enregistre une forte progression qui s'explique notamment par la tendance des grands groupes pharmaceutiques à externaliser. **BRIDE PHARMA** a fait le choix de rester conditionneur à façon à part entière et de ne pas proposer la fabrication des produits. Cette orientation ne l'empêche pas d'élargir son offre de service. Outre le conditionnement, le reconditionnement, le tri, le contrôle, la société propose désormais l'achat des composants d'emballage (et des produits, dans certains cas), la gestion des stocks et des différentes références à l'export, ainsi qu'un accompagnement pour la partie réglementaire. Elle a également renforcé son service de développement packaging pour la conception de nouveaux emballages ou l'optimisation de packagings existants. La société a investi ces 2 dernières années pour installer ses 4 lignes de production en salle blanche, s'est équipée d'une 2^{ème} ligne pour les comprimés et prévoit d'intégrer prochainement une nouvelle blistreuse pour les blisters hospitaliers. Signe de l'augmentation de son

activité, elle a embauché huit nouveaux collaborateurs en deux ans.

Emballage Digest Packaging - N°505

UN VÉRITABLE BIJOU

Pour le cognac " cuvée 1888 ", la maison Frapin a créé une carafe d'exception, en hommage à Pierre Frapin qui avait reçu en 1888 la médaille d'or pour sa cuvée lors de l'exposition universelle. Cette carafe à décanter se distingue par des lignes pures en forme de " toupie " dont les courbes reflètent la rondeur du produit. Façonnée en aspiré-soufflé par les Cristalleries Royales de Champagne, elle est habillée d'un cordon de fil doré à l'or fin 24 carats évoquant la spirale du temps, le cognac tournoyant dans le verre, l'alambic et ses volutes diverses. Le bouchon est doré lui aussi à l'or fin 24 carats. Cette carafe est présentée dans un coffret qui contient une montre à gousset (reproduction d'époque d'un modèle créé en 1888), dont le couvercle, une fois soulevé, laisse apparaître une concrète de parfum.

EMBALLAGE DIGEST PACKAGING - N°505

AVEC EASY SPARK, IL VEUT CONTRER LA RELIGION DU LIEGE

Avec un pied dans le vignoble par ses parents et un autre dans l'industrie de l'emballage, de par son parcours d'ingénieur, le Marnais Eric Rodius a trouvé l'objet idéal pour se lancer en tant qu'entrepreneur : le bouchon de champagne. Baptisé **EASY SPARK**, son bouchon est destiné spécifiquement aux vins effervescents. Usiné en quatre parties par un plasturgiste allemand, **EASY SPARK** tire son étanchéité d'un joint en caoutchouc déformable. Déformable et non compressible, comme la plupart des joints de bouchon utilisés dans le packaging alimentaire et dont l'étanchéité diminue avec le temps. **EASY SPARK** présente un autre atout majeur pour les viticulteurs : " J'ai souhaité conserver le muselet, afin que la pose de mon bouchon n'implique pas de modifications de ligne et j'ai aussi travaillé le concept avec un objet que l'on pouvait personnaliser facilement " explique Eric Rodius. En effet, si la capsule n'existe plus en tant que telle sur le bouchon **EASY SPARK**, elle est remplacée par une petite plaque de plastique, qui prend tous les aspects, jusqu'à figurer des métaux précieux.

Avec l'aide de l'**ECOLE SUPÉRIEURE D'INGÉNIEURS EN EMBALLAGE ET CONDITIONNEMENT** de Reims et d'un laboratoire d'analyse des traces dans le vin situé à Beaune (22), Eric Rodius a d'ores et déjà pu mettre au point deux modèles, un à moyenne et un autre à forte perméabilité. Il souhaite en concevoir un dernier à plus faible perméabilité.

PETITES AFFICHES MATOT BRAINE N° 7135

NOS ENTREPRISES

NOS ENTREPRISES

KNAUF INDUSTRIES

CHAMPION DE LA RECYCLABILITÉ

Partie intégrante de la division " Emballage et injection plastique " du **GRUPE KNAUF**, l'unité de production **KNAUF INDUSTRIES NOGENT** est l'une des 33 usines réparties dans 7 pays à travers le globe. À la tête d'une unité dégageant un chiffre d'affaires annuel de 10 millions d'euros avec une soixantaine de salariés, le taux de recyclage du PSE a été, depuis 12 ans multiplié par 3, passant de 7 % à 21 %. Ce polystyrène expansé est un thermoplastique à structure alvéolaire constitué à 98 % d'air. Recyclable à 100 %, il peut facilement redevenir matière première, et retrouver une nouvelle vie sous forme expansé ou extrudée ". Travaillé à Nogent, ce matériau (2.500 tonnes transformées et 19 millions de pièces produites par an) est utilisé dans la logistique et la grande distribution, dans la calage industriel. **KNAUF INDUSTRIES** a mis en place dès 1998 à Nogent-sur-Seine une filière de récupération des emballages en PSE auprès de sa clientèle et du grand public. Pour ce faire, des points de collectes ont été installés dans les déchèteries et une information ciblée auprès des commerçants et des artisans permet de récupérer chaque année 100 tonnes de polystyrène expansé, qui sont entièrement recyclées sur le site de Nogent ".

PETITES AFFICHES MATOT BRAINE N° 7135

UN CONCOURS DE CRÉATION

POUR BOOSTER LE POLYSTYRÈNE EXPANSÉ

12 écoles représentées par 40 étudiants qui ont remis au total 29 dossiers : la 1^{ère} édition du concours de création organisé par Eco-PSE, l'organisme en charge de promotion du polystyrène expansé (PSE), a rencontré un vif succès et des travaux de qualité ! Le thème retenu : L'isothermie. La mission des étudiants : "Réexplorer le potentiel créatif et marketing en proposant des applications combinant qualités de protection mécaniques et isothermie sur des marchés traditionnels ou émergent". Le jury a retenu la boîte pour chocolats frais de quatre étudiantes de l'**ECOLE SUPÉRIEURE D'INGÉNIEURS EN EMBALLAGE ET CONDITIONNEMENT (ESIEC)** de Reims. Elodie Adet, Géraldine Campa, Aude Oeschner et Radka Panova ont imaginé une boîte triangulaire avec calage intégré qui a séduit par son originalité et son positionnement marketing.

CERTIFICATION BRC/IOP POUR BRODART SA

Les industries alimentaires étant de plus en plus confrontées aux problèmes de sécurité alimentaire, les exigences réclamées par la Directive Européenne 93/43, se transposent inévitablement vers les

fournisseurs de ces industries, et notamment les fournisseurs d'emballages qui sont directement mis au contact des produits alimentaires. Imprimeur et transformateur d'emballages souples pour les industries alimentaires et cosmétiques, **BRODART**, basé à Arcis-sur-Aube (Aube) et exportant une part importante de sa production en Angleterre, s'est vue contrainte d'engager une démarche hygiène, basée sur le référentiel anglais BRC / IOP. Cette démarche a été récompensée par l'obtention d'une certification. **BRODART** devient donc ainsi l'un des premiers transformateurs d'emballages souples certifié selon ce référentiel en France. Cette norme est l'une des normes européennes les plus strictes et permet de répondre directement aux exigences de la directive européenne, afin d'assurer une maîtrise de la chaîne alimentaire, et, par conséquent, la sécurité du consommateur.

TROIS ENTREPRISES MARNAISES

CRÉENT UN PÔLE D'EXCELLENCE...

"Ni fusion, ni achat, ni absorption mais une mise en commun de nos outils industriels par des accords croisés de production" rappelle Roland Gilbert, le directeur du groupe champenois **SPARFLEX** pour expliquer le rapprochement historique entre sa société et les imprimeries marnaises **PLANTET ET BILLET** pour créer ensemble un "pôle champenois d'excellence en imprimerie d'étiquettes". En décidant d'optimiser ensemble leurs outils de production et les investissements à venir, tout en continuant à offrir chacun leur gamme personnelle, **SPARFLEX, BILLET** et **PLANTET** répondent à un défi bien identifié "La fabrication d'étiquettes pour l'habillage des bouteilles de champagne, vins et spiritueux est encore atomisée. Elle requiert de nombreux procédés différents et coûteux pour répondre aux exigences des clients qui montent en gamme" souligne Roland Gilbert. **SPARFLEX** va regrouper ses activités de Dizy et d'Oeuilly sur son site de Mareuil dédié à la production d'étiquettes adhésives, un marché qui se développe et sur lequel le groupe veut renforcer sa position. Sur son site d'Aÿ, l'historique imprimerie Plantet, fondée en 1883, poursuivra la production d'étiquettes traditionnelles à encoller et "les travaux de haute qualité". L'imprimerie Billet à Damery, leader du marché sur le vignoble champenois, restera multiproduits (étiquettes traditionnelles et adhésives). Par ce pôle régional d'excellence, les trois sociétés créent un outil industriel polyvalent capable de répondre "mieux et plus vite" aux exigences de leurs clients.

PETITES AFFICHES MATOT BRAINE

REGLEMENTATION

REGLEMENTATION

FACE AU RENFORCEMENT DE LA LÉGISLATION, ANTICIPER LES RISQUES AVEC LES LABORATOIRES DE RECHERCHE

Les principales altérations que peuvent subir les aliments sont d'ordre chimique, enzymatique, biologique, physique-chimique, et liées à l'environnement (temps, température, hygrométrie...). Le rôle de l'emballage est donc majeur et les solutions apportées (contrôle de l'accès de l'oxygène, la limitation de l'hydratation, contrôle des longueurs d'ondes lumineuses, etc.) sont nombreuses. Ces fonctions sont appelées à se renforcer sous l'effet conjugué d'une réglementation qui se renforce et de l'évolution technologique des matériaux.

Dans ce contexte, la gestion de l'alimentarité devient un véritable challenge pour les fabricants d'emballage et les utilisateurs. De ce point de vue, les interactions matériaux et produits à emballer impliquent une bonne connaissance des paramètres respiratoires et une caractérisation plus précise des films existants. La demande croissante de propriétés barrières recommande de plus grandes connaissances sur ces barrières elles-mêmes, mais aussi de leurs comportements face à la diminution des épaisseurs, face aux nouveaux biomatériaux ; connaissances également des différentes voies et techniques de fonctionnalisation de surface du support.

Face à l'optimisation des techniques de traitement de surface, il convient aussi de s'interroger sur leur durée de vie, leur solidité, et les éventuels effets collatéraux. Avec l'évolution des critères d'évaluation sanitaires des matériaux d'emballages, l'approche scientifique de l'interaction emballage/produit va devenir incontournable. Les scientifiques l'ont compris. Reste aux fabricants d'emballage à se tourner vers eux pour anticiper les risques de migration.

EMBALLAGE DIGEST PACKAGING - N°505

UNE NOUVELLE RÉGLEMENTATION POUR DES EMBALLAGES EN BOIS PLUS SÛRS

Sous l'égide du Centre technique du bois et de l'ameublement **CTBA**, les organisations professionnelles que sont le **SEILA**, le **SIEL**, le **SYNAREP** et le **SYPAL** veulent sécuriser l'utilisation des emballages en bois dédiés à la logistique. D'où une réflexion sur la réglementation et la normalisation entamée avec les pouvoirs publics et les industriels.

Les palettes ou les caisses-palettes " sont utilisées soit en manutention continue sur un parcours prédéterminé et figé de types convoyeurs avec des accélérateurs

fortes, soit en manutention discontinue par l'intermédiaire d'un opérateur " et leurs fonctions et leurs utilisations sont multiples et doivent fournir une sécurité pour tous les utilisateurs ", explique le **CTBA**. Qui note : " à l'heure où les systèmes de logistique, de transport et de stockage s'accroissent et que l'automatisation devient omniprésente, il n'est plus question de laisser des palettes aux dimensions hors normes ou mal réparées causer des arrêts de systèmes logistiques dont les conséquences se traduisent toujours en perte de temps, de marchandises et surtout d'accidents de personnes."

Deux pistes de progrès ont donc été définies : " initier une réglementation avec les pouvoirs publics " et " poursuivre la normalisation ". Et cette stratégie s'appuie sur une uniformisation européenne. " Les principaux domaines couverts par ces normes sont notamment la qualité du bois et de son assemblage, le stockage des palettes, la lutte incendie ainsi que les conditions de chargement des palettes en fonction de la charge et de la nature des moyens de manutention ", détaillé le **CTBA**. Les utilisateurs vont également disposer d'un " guide d'emploi des palettes en bois sur les aspects pratiques, sécuritaires et réglementaires ".

Marque Sypal

Et un nouveau label de qualité va voir le jour : après les marques **SEI** promue par le **SEILA** ainsi qu' **EUR** et **EPAL** promues par **QUALIPAL**, la marque **SYPAL** va voir le jour en 2007. " Cette future marque **SYPAL** a été élaborée pour répondre à une demande du marché pour des palettes destinées à supporter des charges moins importantes que les palettes **EUR-EPAL**.

La grande nouveauté est que la charge maximale pour la première utilisation sera indiquée ", indique le **CTBA**. Qui insiste, par ailleurs, sur le point particulier et très sensible que constituent les traitements phytosanitaires : " suite à la norme phytosanitaire NIMP 15 imposant un traitement contre les parasites, les soucis concernant les limites de ce traitement se dessinent. En effet, bien que le traitement thermique imposé de 56°C pendant 30 minutes élimine les organismes nuisibles tels que les insectes, il ne permet pas d'éviter le développement des moisissures. C'est pour cela, que les organismes du bois conseillent de rallonger le temps de traitement afin de réduire suffisamment l'humidité et d'éviter toutes possibilités d'altérations ultérieures. "

NAISSANCE DE MIDIPACK À BÉZIERS

Le pôle MidiPack est officiellement né. Son objectif est de créer, sur un arc Pyrénées Méditerranée, un pôle d'entreprises regroupant sous une même bannière l'ensemble des entreprises du secteur de l'emballage, à l'instar de ce qui existe déjà sur l'arc Atlantique, en Bretagne, en Champagne Ardennes, en Rhône-Alpes..., au sein du réseau France Emballage. Le potentiel estimé représente environ 200 entreprises pour 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires. Les premières actions vont consister à analyser la filière et ses partenaires, lancer des outils de communication, élaborer un contrat de progrès basé sur l'animation de commissions thématiques et engager des actions commerciales communes.

EMBALLAGES MAGAZINE N° 785

UN MARCHÉ À SAISIR !

C'est une véritable bombe démographique. Avec le papy-boom, les seniors vont devenir un marché essentiel pour les produits de grande consommation. Et les marques, qui ne jurent encore que par les enfants, vont bien devoir s'adapter. Très rapidement. Plus facile à dire qu'à faire, car, d'une part, les seniors constituent une population hétérogène et, d'autre part, ils n'acceptent pas forcément de devenir des " personnes âgées ". Concevoir des produits en termes de lisibilité, d'ergonomie et de dosage pour des seniors qui s'ignorent peut alors relever du casse-tête. Le marché est pourtant bien là ! Concevoir des produits spécifiques pour des " personnes âgées " qui ne se reconnaissent pas forcément en tant que telles, demande beaucoup de doigté. Mais il va falloir s'y mettre.

Vive la ménagère de plus de 50 ans !

Elle dépense 25 à 50 % de plus que ses cadettes pour son alimentation, elle est fidèle à ses marques et consomme 50 % des crèmes antirides. Les plus de 50 ans, pudiquement appelés " seniors ", représentent 33 % de la population en France, détiennent 50 % des revenus et 60 % du patrimoine. Cette population mérite d'autant plus l'intérêt des marques, des distributeurs et autres organismes de service, qu'elle est en pleine explosion démographique. Les plus de soixante ans, qui représentent 630 millions de personnes dans le monde aujourd'hui, devraient être 2 milliards en 2050 ! L'étude réalisée par Facit pour Pro Carton montre pourtant des chiffres qui font réfléchir : 83 % des plus de soixante ans jugent l'emballage très ou plutôt important dans la décision d'achat, mais seuls 19 % en sont vraiment satisfaits contre 31 % des 25-35 ans. Un beau défi à relever !

EMBALLAGES MAGAZINE - SUPPLÉMENT AU N° 784

QUAND LA CONSIGNE REFAIT SURFACE...

Après l'article L.541-10-1 du code de l'environnement, il est inséré un article L. 541-10-2 ainsi rédigé : " A compter du 1er janvier 2007, il est fait obligation aux producteurs, importateurs et distributeurs de bouteilles de bière en verre de pourvoir à leur récupération et à leur réemploi par un système de consigne. " Tel est l'unique article de la proposition de loi 2813 présentée par le député Stéphane Demilly au mois de janvier. Exposé des motifs : " La consigne est écologique : les bouteilles consignées et rendues sont utilisables environ 20 fois, ce qui est source d'économies de matières premières et d'économies d'énergie significatives ; la consigne est également citoyenne : elle implique un geste volontaire et responsable du consommateur, tout en l'intéressant pécuniairement à l'opération, et elle responsabilise par ailleurs la filière du verre. Ce système existait auparavant en France, et nous sommes sans doute nombreux à avoir gagné notre premier argent de poche en allant rapporter les bouteilles vides de la semaine au commerçant du coin ; la consigne est enfin efficace : en Norvège, 96 % des bouteilles de bière et de boissons gazeuses vendues sont rendues aux distributeurs (...). Les députés écrivent : " (...) une bouteille de verre abandonnée dans la nature mettra de 3000 à 4000 ans à se dégrader naturellement. De fait, le verre est un matériau dont la dégradation est particulièrement difficile en raison de sa composition chimique très stable" Reste que les députés ne parlent pas des pollutions liées au transport... Confondent consigne et remplissage. Et inventent les " canettes " en verre...

EMBALLAGES MAGAZINE - N° 786

UN EMBALLAGE COMESTIBLE À BASE DE FARINE DE POISSON

Des chercheurs de l'université des Sciences marines et Technologie de Tokyo a mis au point un procédé permettant d'obtenir un film transparent à partir de farine de poisson. Ce film est fabriqué en solubilisant de la farine de poisson dans de l'eau dont le pH est ajusté pour dissoudre toutes les protéines du poisson. Un plastifiant est ajouté au mélange, qui est centrifugé pour éliminer les bulles, puis étalé sur une plaque est séché une nuit entière à 25 °C et 50 % d'humidité relative. La transparence et la flexibilité du film varient en fonction du pH et de la quantité de plastifiant utilisé. Ce nouveau matériau, comestible et biodégradable, se dissout en quelques secondes dans l'eau chaude et pourrait servir de matériau d'emballage alimentaire, par exemple pour les plats instantanés (cup noodles).

IMPACT DU PACKAGING DANS L'ACHAT DES VINS AU ROYAUME-UNI.

Après une première étude réalisée en 2004 sur " l'impact du packaging sur l'acte d'achat des vins en France ", le groupe **SPARFLEX**, spécialisé dans le packaging de la bouteille, a entrepris d'explorer les comportements d'achats des consommateurs britanniques, le Royaume-Uni étant un marché clé à l'export pour le développement de la filière viti-vinicole. Cette étude se base sur deux tables rondes d'une dizaine de consommateurs et 399 observations et interrogations d'acheteurs de vins dans 6 points de vente (grande distribution et magasins spécialisés). Ses principaux enseignements :

- Les anglais sont décomplexés et versatiles, tentés par la découverte et peu fidèles à vin ou à un pays producteur.
- Pas de désamour pour les vins français qui sont consommés quotidiennement par plus de la moitié des répondants.
- Le consommateur britannique est en attente de plus d'informations, une étiquette bilingue est souhaitée par une grande majorité des acheteurs de vins tranquilles français.
- L'esthétisme de l'étiquette, typographie - couleur - illustrations, est un élément de satisfaction du consommateur anglais.

Spécialisé depuis plus de vingt ans dans l'habillage de la bouteille, le Groupe **SPARFLEX** a joué un rôle d'acteur dans l'évolution du packaging tout au long de ces années.

RENAUD DUTREUIL INVITE L'EMBALLAGE À PASSER TRÈS VITE AUX AGRORESSOURCES

Ministre des PME, du Commerce, de l'Artisanat et des Professions Libérales, Renaud Dutreuil aimerait que les opérateurs du commerce et de la distribution jouent un rôle moteur dans le remplacement progressif des emballages à base de plastique par des biomatériaux. Dans ce but, le ministre a participé dans les locaux de **L'ECOLE SUPÉRIEURE D'INGÉNIEURS EN EMBALLAGE ET CONDITIONNEMENT** de Reims, au Forum national de l'Agro-Emballage afin de promouvoir l'utilisation des ressources agricoles dans l'emballage et le conditionnement. Animé par Gilbert Bureau, directeur de **l'ESIEC**, la manifestation, qui s'inscrivait dans la semaine du développement durable, a réuni Bernard Mary, Président du Pôle de compétitivité de Champagne-Ardenne et Picardie, Jean-Claude Mithouard, directeur de la Chambre Régionale d'Agriculture, Jérôme Bédier, président de la Fédération des Entreprises du Commerce et de la Distribution et Patrick Conchu, président du Conseil d'administration de **l'ESIEC**, qui a appelé les futurs

ingénieurs à faire preuve d'audace et d'imagination. Président et fondateur de Bio Création implanté à Agen (Lot-et-Garonne), Marc Lanciaux a présenté ses palettes issues d'agroressources. Des palettes qui ont la particularité d'être mises en forme sur le lieu d'utilisation. " Même si leur prix est encore supérieur à ceux des polymères conventionnels, les agro-emballages représentent un potentiel considérable de croissance et d'emploi pour le secteur agricole et industriel, ainsi qu'une contribution du commerce au développement durable ", a souligné le ministre. Jérôme Bédier a également noté que " l'ère de l'après-pétrole était très proche " et qu'il fallait que " les emballages issus d'agroressources respectent les différentes fonctions de l'emballage ". Bernard Mary et Jean-Claude Mithouard se sont employés, de leur côté, à montrer les possibilités d'innovation très importantes offertes par les matières agricoles. Et si chacun s'est accordé à trouver que la France était très bien placée dans cette nouvelle voie de recherche, il est clairement apparu qu'il fallait aller très vite. Le compte à rebours est, en effet, enclenché...

L'EAU PLUS CHÈRE QUE L'ESSENCE...

"Alors que l'eau minérale en bouteille n'est souvent pas plus saine que l'eau du robinet dans les pays industrialisés, elle peut coûter jusqu'à 10.000 fois plus cher" si l'on tient compte de l'énergie utilisée pour la mise en bouteille, le transport et l'éventuel recyclage des contenants, selon Emily Arnold, auteur d'une étude sur l'eau embouteillée publiée en février par l'Earth Policy Institute. "A environ 2,50 dollars le litre, l'eau en bouteille coûte finalement plus cher que l'essence", ajoute-t-elle. L'auteur souligne que les réglementations sont souvent plus sévères et contraignantes pour l'eau du robinet que pour l'eau en bouteille. Ce qui expliquerait en partie les problèmes d'image et de perception de qualité liés à l'eau du robinet. L'étude note d'ailleurs que, à l'échelle mondiale, environ 40% des eaux embouteillées proviennent en réalité du... robinet, et seule l'adjonction de minéraux justifie, dans ce cas, un éventuel argumentaire lié aux bienfaits pour la santé de ces eaux. C'est la progression spectaculaire de la consommation d'eau en bouteille qui a entraîné l'explosion de ces "coûts colossaux" : transformation du matériau, fabrication des bouteilles, le plus souvent en polyéthylène téréphtalate (PET) dont la consommation annuelle est estimée à 2,7 millions de tonnes au niveau mondial, remplissage, puis acheminement par bateau, avion, train ou camion dans le monde entier et, enfin, valorisation des emballages. Sur ce dernier point, l'étude souligne que 40% des bouteilles en PET récupérées aux Etats-Unis sont expédiées en Chine.

EMBALLAGES MAGAZINE Février 2006

DES ÉTIQUETTES RFID SUR LE VIAGRA...

Le laboratoire pharmaceutique américain Pfizer vient de faire les premiers envois de son médicament contre le dysfonctionnement érectile, le Viagra, sur le territoire américain, en utilisant la technologie d'identification par radiofréquence (RFID). La puce RFID est implantée dans l'étui du médicament afin de permettre aux pharmaciens et distributeurs de Pfizer de vérifier l'authenticité des produits grâce au Electronic Product Code (EPC) unique. C'est la première fois qu'un laboratoire pharmaceutique a recours à la codification EPC pour identifier ses produits et lutter contre la contrefaçon. Pour marquer l'événement, Pfizer a lancé cet essai pilote en grande pompe et à grands renforts de promotion et de communication aux Etats-Unis.

EMBALLAGES MAGAZINE N°779

LES RÈGLES SUR LES LANGUES...

Dans l'Union européenne, plus d'une vingtaine de langues sont reconnues officiellement, ainsi que le droit pour les consommateurs français de ne pas comprendre le danois ou le lituanien. Donc, si des fabricants d'emballages de ces pays veulent vendre en France des produits destinés au contact alimentaire, ils ont l'obligation de rédiger leur étiquetage en français, seule langue reconnue dans notre pays. Chaque état membre a en effet le droit, sans chercher à favoriser frauduleusement ses produits nationaux, d'exiger que les indications d'étiquetage figurent sur les produits commercialisés sur son territoire dans une ou plusieurs langues, qu'il détermine parmi les langues officielles de la Communauté. La Belgique reconnaîtra donc le français, le néerlandais et l'allemand.

EMBALLAGES MAGAZINE

BOUTEILLES DE VIN : LA RÉVOLUTION DE LA BAGUE À VIS EST EN MARCHÉ

La grande mutation des bouteilles de vin concerne leur bouchage, avec l'arrivée des capsules à vis. Si ces bouchages sont utilisés depuis plus de trente ans pour les bouteilles de faibles capacités (18,7 et 25 cl), c'est plus récemment qu'ils sont adoptés par de plus grands contenants. De plus jusqu'ici ils étaient associés dans les esprits aux vins premiers prix. Ce qui explique en partie l'accueil mitigé par le consommateur européen qui est particulièrement attaché au cérémonial du tire-bouchon. L'acceptation est meilleure dans les autres pays du monde qui représentent les zones de croissance. Si les premières bouteilles avec bague à vis de 75 cl sont apparues avec les vins d'entrée de gamme, aujourd'hui, de plus en plus de viticulteurs, et notamment les français, les adoptent pour des vins de qualité.

Globalement les bouteilles avec bague à vis enregistrent une croissance à deux chiffres. Nous sommes toutefois à l'aune du marché en France, où toutes contenances confondues, les bagues à vis représentent actuellement 4% des bouteilles de vin vendues, une part de marché qui tombe à 2% si l'on considère uniquement les bouteilles de 75 cl. Si l'embouteillage du vin en bague à vis est effectivement en forte augmentation en France, la majeure partie de cette progression (99%) se fait pour l'export. Elle est poussée par des pays tels que la Nouvelle-Zélande ou l'Australie qui sont à l'origine de la récente évolution de cette solution de bouchage sur le segment du vin ". En réaction à la pénurie de bouchons en liège de qualité, les viticulteurs de ces pays ont choisi d'utiliser la capsule à vis dont la croissance a été fulgurante. La bague à vis est devenue une solution incontournable pour permettre aux vins français de poursuivre leur développement à l'export ". Pour répondre à cette progression et à cette montée en gamme des applications avec bague à vis, les verriers étendent leur offre de bouteilles.

EMBALLAGE DIGEST PACKAGING - N°505

Coriso

5A J 050

Fabero

5A J 050

Perichard
plastiques

5A J 050



6 J 065



BRODART

5A L 048



5A L 048



5A L 048



5A K 052



5A KL 049



5A K 044



5A K 056

KIT-BAG
Manutention & Stockage

5A L 043

PACKAGING



CHAMPAGNE-ARDENNE

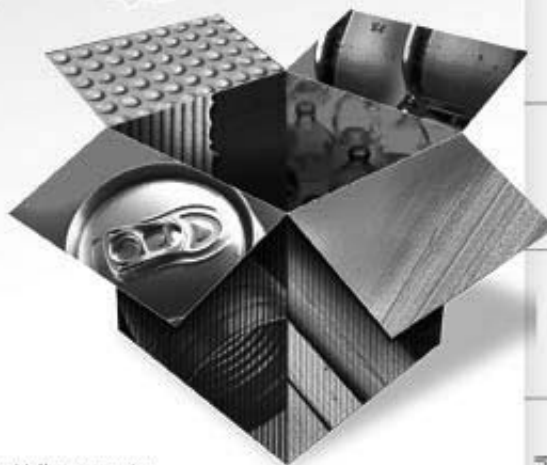
une région
des entreprises
des projets

PACKAGING VALLEY®
et ses entreprises partenaires
vous attendent à



EMBALLAGE
WORLD PACKAGING EXHIBITION

Stand 5A KL 050
20 - 24 Novembre 2006
PARIS-NORD VILLEPINTE FRANCE



Packaging Valley organise



5A L 044



5A L 050



5A L 049



5A K 049



5A K 048

seyfert

5A J 040



5A K 050



5A L 047

STOROpack

5A K 055



5A L 040

ALVEOLAIRE

5A K 039



5A KL 050