



www.packagingvalley.com

infos@packagingvalley.com

La Lettre

Le Salon "Emballage 06" s'est déroulé dans une ambiance que l'on peut qualifier d'optimiste, d'une manière générale, compte tenu de la diversité de nos filières.

24, sur les 31 entreprises régionales présentes (soit plus de 75%), avaient choisi d'y participer sur l'Espace Packaging Valley et la plupart d'entre elles ont déjà confirmé leur présence pour la prochaine édition.

Nous confirmons ainsi, une nouvelle fois, notre première position parmi les différentes représentations industrielles régionales à Villepinte.

Prenons dès à présent l'engagement d'accroître encore notre impact en novembre 2008.

Depuis la mise en application effective des "exigences essentielles", l'émergence des circulaires Reach et IPPC, et l'importance donnée au développement durable, il faut bien nous rendre à l'évidence que l'Emballage est entré dans une nouvelle époque : celle de son éco-conception, avec pour objectif la réduction des volumes, des rejets dans l'environnement et l'exploitation maximale des filières de réutilisation et de valorisation.

PACKAGING VALLEY, en partenariat avec la DRIRE Champagne-Ardenne et le CONSEIL REGIONAL, travaille actuellement, en s'appuyant sur les compétences en la matière du cabinet rémois EOP'S, à la réalisation d'un outil simple et efficace qui saura répondre à vos attentes, à vos besoins, à vos questions.

Une présentation de celui-ci, suivie de témoignages d'entreprises régionales qui ont accepté de nous permettre de le "tester" in situ, est prévue avant fin Mai. Nous vous y attendons nombreux !

Pascal de Guglielmo
Président

2007
Avril

n° 24

Vie associative

EMBALLAGE 2006

Pour la 7^e fois consécutive, PACKAGING VALLEY a participé au salon international EMBALLAGE'06 en Novembre à Paris Nord Villepinte.

PACKAGING VALLEY, en regroupant les entreprises, y avait un double objectif :

- ✓ permettre à des entreprises de toute taille de participer à cet événement mondial pour un coût financier réduit et dans un contexte d'image positif,
- ✓ faciliter la participation d'entreprises déjà exposantes au moyen d'une logistique éprouvée,
- ✓ positionner PACKAGING VALLEY comme lieu d'accueil privilégié pour des entreprises productrices ou consommatrices d'emballage
- ✓ promouvoir le Pôle régional Emballage-Conditionnement au moyen de supports de communication adaptés

Avec 108.054 visiteurs, dont 38,4 % d'internationaux, EMBALLAGE'06 a confirmé son rang de salon international leader en 2006.

PACKAGING VALLEY dispose d'un emplacement incontournable dans un passage obligé pour tous les visiteurs entre les halls 5 et 6, s'occupe de l'ensemble de la logistique de chaque exposant, le libérant d'une lourde charge de travail, et en accordant de larges délais de paiement soulage quelque peu leur trésorerie, sans compter les quelque 25% des frais à sa charge.

Cette gestion donne, de plus, la possibilité à de petites entreprises de participer à cette manifestation sur un stand dont les dimensions (12 à 14 m²) ne leur permettraient pas de s'inscrire auprès de l'organisateur.

PACKAGING VALLEY met à profit la renommée de ce salon pour communiquer sur le savoir-faire des entreprises, dans la presse dédiée (Emballages Magazine, Emballage Digest), sur le salon (affiche à l'entrée) et par la distribution des annuaires et plaquettes version 2007.

Comme lors des éditions précédentes, sur un espace de plus de 900 m², 24 entreprises ont bénéficié de conditions avantageuses pour leur stand réalisé aux dimensions de leur choix, aménagé selon leur désir et ont disposé pratiquement toutes d'un angle, implantation valorisante. Le propre stand de l'association était traité à la manière d'un endroit de convivialité. Les entreprises l'ont utilisé à temps

complet. Il est devenu un lieu où les affaires se traitent dans un endroit plus confidentiel que le stand propre à l'entreprise. A leur demande ce principe sera maintenu en 2008.

Sauf oubli involontaire, 7 autres entreprises régionales avaient choisi d'exposer "en solo", et si nous souhaitons que les retombées salon leur soient très positives, nous regrettons qu'elles n'aient pas choisi, pour d'excellentes raisons qui leur sont propres, de venir amplifier l'image et l'importance de notre filière PACKAGING VALLEY Champagne Ardenne.

Ainsi sur un total de 31 entreprises régionales, 24, soit plus de 75%, avaient choisi l'Espace PACKAGING VALLEY pour s'exposer à "Emballage'06"

Pour 2008, un bon nombre d'entreprises présentes ont d'ores et déjà pris des engagements avec PACKAGING VALLEY. Quant à nous, notre pari est d'avoir, avec une surface supplémentaire de l'ordre de 200 m², une surface allant d'un mur à l'autre du hall devenant ainsi un Espace incontournable pour tous les visiteurs et par conséquent bénéfique aux contacts des entreprises exposantes.

Ont participé à "EMBALLAGE'06"

Sur l'Espace PACKAGING VALLEY

FABER 08	TILWEL (Groupe Brodart)
PEDI France 51	VISUCOLOR 51
PERICHARD 51	CNRT 51
SOFREC SEM 51	ALVEOLAIRE 08
CORIS (Groupe Arbor)	ESIEC 51
SEYFERT 51	ALCAN (COTUPLAS) 51
ARDEN-PLAST 08	KIT-BAG 51
SOREPACK 51	ECOLOGISTIQUE 89
BRODART 10	LAURENÇOT 10
SPACK SYSTEM 10	LE SANGLIER 08
IMPRIMERIE DE LA HALLE 10	PAKERS 10
STOROPACK 52	STRADIS 51

En "solo"

APC Milpass 10
ARIES PACKAGING 10
LUCART France 10
BLUE PRINT Automation 10
MECAMARC 51
T.E.P. 51
VTA France 10

Nos entreprises

ARIES PACKAGING MISE SUR LA ROBOTIQUE

Créée en 1992 par Pascal De Guglielmo, l'entreprise auboise Ariès Packaging s'affirme aujourd'hui comme un des leaders de la conception et la fabrication de machines d'emballage-conditionnement et l'une des plus belles réussites industrielles de ces dernières années. Installée à la Technopole de l'Aube à Rosières près de Troyes, elle compte 120 salariés et réalise 23,5 M€ de CA (dont 80 % à l'exportation dans plus d'une vingtaine de pays à travers la planète).

Les plus grands noms de l'agroalimentaire, comme Nestlé ou Danone font appel à elle, qui a élargi au fil des ans la palette des solutions techniques. La PME est également créatrice d'emballages. Ariès Packaging a renforcé sa position internationale en passant sous le contrôle du groupe américain MeadWestvaco (production de papier pour l'emballage, 8 Md€ de CA, plus de 30 000 salariés) dont elle devient une division.

PETITES AFFICHES MATOT BRAINE n° 7174

LA POCHE À TOUT FAIRE DE BAG-IN-BOX

Alternative à la brique ou à la bouteille pour le particulier, mode de conditionnement pratique et longue conservation pour le professionnel, le Bag-in-Box impose un nouveau contenant pour toutes sortes de liquides. A des fins alimentaires aujourd'hui, pour d'autres usages demain.

L'élément principal du Bag-in-Box -l'outre en plastique- est fabriqué à Epernay, dans une usine du cartonier Smurfit Kappa. Une activité qui explose littéralement, grâce aux nombreux atouts de ce produit astucieux, et qui place l'usine marnaise (100 millions d'autres produites en 2006) au 3e rang mondial derrière un Américain et un Anglais.

CHAMP'ECO n° 57

BOUCHONS : CHEZ SIBEL L'INNOVATION PRÉSERVE L'EMPLOI À CUMIÈRES

Après une période de difficulté, l'entreprise marnaise Sibel à Cumières connaît une forte progression grâce à son bouchon Mytik, (prix de l'innovation au VITEff 2005) qui supprime tout goût de bouchon. Une innovation qui maintient l'emploi (33 salariés) et lui permet d'investir dans du nouveau matériel afin de faciliter la finition du Mytik Diamant et de décrocher de nouvelles parts de marché.

L'UNION EPERNAY du 12/01/2007

SPARFLEX SANS COMPLEXE

Sparflex, spécialiste de l'habillage des bouteilles de champagne, vins et spiritueux, vient d'inaugurer son dernier bijou. " L'arrivée de la complexeuse est dans une logique d'intégration progressive de nouveaux métiers utiles à notre vocation " déclare Roland Gibert, directeur général. Cet investissement de plus de 2 millions d'euros permet de fabriquer le " complexe aluminium/polyéthylène " qui est la matière première principale des produits de surbouchage. " Il nous confère tout d'abord une autonomie accrue vis-à-vis des fournisseurs. Il est plus facile de trouver sur le marché mondial des fournisseurs de feuilles d'aluminium et de polyéthylène en granulés que de complexe. Il nous donne ensuite la possibilité de développer de nouveaux produits innovants et toujours plus valorisants " explique Roland Gibert. Un procédé sans solvant a été choisi pour sa préservation de l'environnement. En effet, le collage des composants s'effectue par un simple calandrage à chaud, sans colle, ni rejet. Les déchets sont tous recyclés.

Union Eco mardi 28 novembre 2006

L'ÉTIQUETTE ADHÉSIVE PARÉE AU DÉCOLLAGE CHEZ ROUALET

Des locaux flambrants neufs, un parc de machines largement renouvelé, l'imprimerie Roualet affiche ses ambitions à travers ses bâtiments et son matériel : devenir le numéro 1 de l'étiquette de champagne. Cette imprimerie s'est hissée à la 3ème place en grignotant 11 ou 12 % du marché champenois. De 4 salariés au démarrage, la société atteindra bientôt le cap de la quarantaine d'employés. " On vient d'embaucher en un an 30 % de personnel en plus ", souligne le directeur, Patrick Molin. Le secret de cette ascension : la qualité et la réactivité. Pour tisser des relations privilégiées avec chaque client, l'entreprise fonctionne avec quatre binômes composés d'un commercial et d'une assistante. En quittant Mardeuil, où il était trop à l'étroit, pour emménager dans une usine trois fois plus grande à Epernay, Roualet s'ouvre du même coup les portes d'une clientèle qui lui échappait jusqu'à présent, telle que LVMH. L'entreprise travaille à 97 % pour le champagne et les étiquettes qu'elle conçoit et fabrique sont à 75 % traditionnelles et à 25 % adhésives. Une proportion appelée à s'inverser, dans la mesure où la société progresse de 30 % tous les ans en adhésif et que les autres imprimeries du groupe ont déjà fait la bascule.

Champ'eco - N° 53

Nos entreprises

FERRIOT CRIC SUR LE PODIUM DES 1^{ER} TROPHÉES DE LA COMMUNICATION PAR L'OBJET

Meilleur objet pour enfant

FERRIOT CRIC-PLAY BAC pour la Caisse d'Epargne

Fabricant français de jeux de société, Ferriot Cric coopère avec les Editions PLAY BAC depuis de nombreuses années pour associer avec efficacité : création, conception, fabrication, qualité, interactivité et délai pour l'intérêt de l'annonceur de ses clients. CAISSES D'EPARGNE-ILE DE FRANCE OUEST. " CONSTRUISEZ PAS A PAS L'AVENIR DE VOS ENFANTS ".

L'objectif est de fidéliser la clientèle en mettant en relation les générations, en unifiant présent et futur. Les parents préparent l'avenir en souscrivant un produit d'épargne à leurs enfants, 1er livret A, Plan d'Epargne logement... La Caisse d'Epargne offre un jeu à l'enfant qui perçoit ainsi immédiatement le cadeau, un jeu de dominos " Les p'tits incollables " des Editions Play Bac. Ces derniers sont une marque de grande notoriété reconnue auprès des enfants et des parents.

L'objet le plus original

FERRIOT CRIC pour la RATP

Ferriot Cric est fabricant français de jeux de société, puzzles, tableaux effaçables, valisettes, corbeilles en carton... RATP/Département des Projets et de l'Ingénierie des Lieux. Comment informer, comment conforter l'identité d'un département qui fête son siècle d'évolution technologique permanente ?

Le Département des Projets et de l'Ingénierie des Lieux a recherché et trouvé un produit devant être en décalage entre l'objet et la cible visée. Un jeu de mémoire faisant découvrir leurs métiers et leurs travaux de façon ludique et divertissante. De la 1ère ligne de métro au retour du tramway à Paris, on découvre ainsi la permanente activité d'ingénierie à la RATP liant photos d'archives et photos de projets, un livret pédagogique complet en couleur accompagne ce coffret de jeu permettant ainsi de découvrir plus en détail les chantiers RATP et leurs évolutions.

SOIRÉES PACKESIEC

Les soirées PACKESIEC ont pour but de partager les réflexions et évolutions majeures qui influencent les univers et métiers de l'emballage mais, bien au-delà, les tendances et faits de notre quotidien en tant que professionnel, consommateur ou citoyen. Ces débats sont animés par des conférencières et conférenciers dont les expertises et réalisations professionnelles sont alliées à leur vision tonique et sans complaisance des perspectives offertes.

La dernière des quatre conférences PACKESIEC 2006-2007 aura lieu dans l'amphithéâtre de l'ESIEC le **lundi 21 mai 2007** avec Armand Boutet, consultant SCM et Logisticien Grande Distribution Europe sur le thème "Les métiers de la Supply Chain : de réelles opportunités à saisir".

SEYFERT ÉTOILE AU FIRMAMENT DE L'ONDULÉ

Pour la 4ème année consécutive, L'Emballage ondulé de France (Ondef) et la Fédération française du cartonage (FFC) ont remis les Etoiles de l'Ondulé. Les 25 lauréats 2006 témoignent de la créativité d'un secteur pourtant très concurrentiel.

Dans un contexte économique difficile, les fabricants d'emballages en carton ondulé ont démontré leur créativité et leur aptitude à satisfaire les attentes des clients et des marchés. Cette année, en effet, 44 dossiers industriels étaient en lice contre 40 en 2005 dans les six catégories du concours auxquelles s'ajoutent des prix spéciaux de créativité hors emballage. 25 lauréats ont été primés le 16 novembre dernier en présence de Jean-Pierre Zablith, directeur logistique de Nestlé France.

Catégorie design et différenciation par les formes et les volumes :

Etoile d'or : SEYFERT SAS REIMS pour son Pack Display 2 roues Mavic

Pack logistique et display unitaire de vente, cet emballage multifonction en carton ondulé seytec R assure mise en linéaire et communication impressionnantes. A la fois prêt à vendre et à emporter, le display de Seyfert regroupe une paire de roues et ses accessoires créés par Salomon pour les VTT ou la route. Les vrais amateurs peuvent manipuler les roues sous protection anti-vol.

Infos filiere

LA FILIÈRE EMBALLAGE-CONDITIONNEMENT EN CHAMPAGNE-ARDENNE.

La Dire Champagne-Ardenne vient de publier une analyse de la filière emballage-conditionnement en Champagne-Ardenne. Cette analyse dresse un état des lieux de la filière, ses particularités, ses faiblesses ainsi que les défis qu'elle doit relever, comme la préservation de l'environnement grâce à l'éco-conception et l'innovation, où des structures comme Packaging Valley accompagnent le développement et les projets des entreprises. Toutes ces pistes de progrès sont d'ores et déjà étudiées dans le cadre des accompagnements collectifs que propose la Dire Champagne-Ardenne.

Plaquette de l'étude disponible sur simple demande : tél. 03 26 69 33 30 et téléchargeable sur le site Internet www.champagne-ardenne.drirc.gouv.fr
Contact : Nicolas Fourrier, division développement industriel.

INFO CRCI du 24/01/2007

LES BARQUETTES CARTON REVIENNENT EN FORCE

Le marché des barquettes alimentaires est en plein essor. Le développement des emballages actifs, tels que les systèmes auto-chauffants d'une part et l'allongement de la durée de conservation des aliments d'autre part ont également stimulé ce marché. Selon l'étude MSI Marketing Research, les barquettes en plastique (+ 45% entre 2001 et 2005) sont toujours appréciées pour leur souplesse, leur transparence, et leur légèreté.

Les barquettes en carton reviennent à la mode et le marché progresse régulièrement (+ 24 % entre 2001 et 2005), principalement grâce au développement croissant des barquettes complexes (essentiellement carton + plastique), qui permettent de pallier les défaillances du carton en terme d'humidité. Ce matériau est de plus reconnu par les consommateurs comme étant écologique, facilement recyclable et imprimable.

Le marché des barquettes en bois progresse (+ 9 % ces cinq dernières années), mais ce matériau représente tout de même une part très faible du marché des barquettes alimentaires.

Entre 2006 et 2010, le marché des barquettes alimentaires devrait augmenter de 43 % en volume. Les ventes de barquettes alimentaires en carton

devraient très fortement augmenter entre 2006 et 2010 (+ 60 %). Les ventes de barquettes alimentaires en plastique devraient également progresser entre 2006 et 2010 (+ 44 %).

Malgré tous les efforts fournis afin de banaliser l'usage de l'aluminium dans les fours à micro-ondes, les ventes de barquettes en aluminium ne progresseront que de 3 % au cours des cinq prochaines années. Les ventes de barquettes alimentaires en bois ne connaîtront qu'une progression de 2 % entre 2006 et 2010. Toutefois ce matériau continuera d'être utilisé dans le secteur de la fromagerie, pour en faire ressortir l'authenticité des produits.

CARTONNAGES EMBALLAGES MODERNES - N° 694

LE MANCHON GAGNE EN FONCTIONNALITÉS

Bien que connus depuis des années notamment dans le secteur des boissons, les procédés de manchonnage enregistrent de nouvelles avancées. Les techniques d'impression s'améliorent et il est désormais possible de concevoir des manchons avec de nouveaux effets : laque brillante, aspect satiné, métallique ou encore effet miroir.

Grâce à la numérisation des données de l'image, les imprimeurs spécialisés maîtrisent de mieux en mieux les effets d'anamorphose. Ce qui améliore encore la qualité visuelle et pousse l'avantage marketing en attirant plus facilement l'œil sur les linéaires par rapport à un étiquetage classique en papier. Au-delà de pures considérations esthétiques et de marketing, les films plastiques utilisés permettent, eux aussi, de développer de nouvelles fonctionnalités.

L'USINE NOUVELLE - N° 3038

L'EMBALLAGE BOIS

La France est le 1er producteur européen de palettes, avec une production annuelle de 75 millions d'unités et un parc d'environ 250 millions, le 2ème producteur européen d'emballages industriels et le 2ème d'emballages légers. La profession assure 40 000 emplois directs ou indirects, et réalise un CA de 1,5 milliard d'euros. En juillet dernier, de nouvelles spécifications pour le bromure de méthyle ont été définies au niveau des procédures françaises. Les objectifs 2008 de la directive 94/62/CE sur la valorisation des emballages sont les suivants : 55 à 80 % des déchets d'emballages devront être recyclés avec un minimum par matériau, qui est de 15 % pour le bois. Selon les chiffres de l'Ademe, le bois était à 19 % en 2002.

Environnement et divers

LA RUÉE SUR LES PLASTIQUES

Un bioplastique est un plastique biodégradable fabriqué à partir de ressources naturelles renouvelables. La substance végétale est la plupart du temps combinée à des copolyesters biodégradables issus de la pétrochimie, qui permettent de lier la matière. Trois matériaux s'imposent :

✓ Les amidons plastifiés

Les molécules d'amidon (produites à partir de blé, de pomme de terre ou de maïs) sont modifiées ou non, et complexées à d'autres polymères.

✓ Le PLA (acide Polylactique)

L'amidon de maïs est transformé en acide lactique par fermentation puis polymérisé en PLA.

✓ Le PHA (Polyhydroxyalcanoates)

Le carbone présent dans des déchets organiques ou des sous-produits végétaux est transformé en plastique par de la fermentation bactérienne. Il pourrait être produit par des plantes génétiquement modifiées.

Le marché des bioplastiques va exploser. La production mondiale ne représente aujourd'hui que 0,5 % du marché des plastiques, mais les propriétés techniques actuelles des matériaux permettraient de remplacer environ 5 à 10 % des plastiques issus du pétrole. Un joli marché, notamment pour tous les produits à faible durée de vie comme les emballages, premier débouché des bioplastiques. Mais pour devenir une réelle alternative aux polymères de synthèse, les bioplastiques doivent être plus compétitifs et, surtout, voir leurs caractéristiques améliorées.

La baisse des coûts viendra de cette substitution progressive et aussi de l'augmentation des capacités. Pour ce faire, les producteurs, regroupés depuis 2004 au sein du Club des bioplastiques, planchent avec l'administration sur les décrets d'application de la loi d'orientation agricole promulguée début 2006 afin d'obtenir la fixation d'objectifs chiffrés sur l'incorporation de matière d'origine végétale dans certains produits (sacs poubelles, films de paillage, cotons tige, etc.).

UNE PRODUCTION ENCORE FAIBLE

✓ Capacité de production de bioplastiques dans le monde en 2006 : 300.000 tonnes, dont 150 000 tonnes en Europe.

✓ Potentiel de production prévu en Europe à l'horizon 2010 : 500.000 à un million de tonnes.

✓ Tonnage de matières plastiques utilisées dans l'emballage en 2005 en France : 1,995 million de tonnes.

✓ Le prix moyen de la plupart des bioplastiques, est de 6 euros le kilo contre environ 1 à 1,4 euro le kilo pour les plastiques de base (PVC, PE, Pehd, PP).

L'USINE NOUVELLE - N° 3041

PROBLÈMES ENVIRONNEMENTAUX DANS L'INDUSTRIE, L'HEURE TOURNE - REACH ET IPPC

En 2007, les questions environnementales vont se placer au tout premier plan pour l'Europe. Deux dispositifs majeurs de la législation de l'Union européenne sont sur le point d'entrer en vigueur : REACH et IPPC. Non seulement ces deux outils présentent des avancées en termes d'amélioration et de protection de notre environnement, mais ils auront également des implications de grande envergure qu'aucune société impliquée dans le domaine de l'impression, de la transformation, de l'étiquetage et de l'emballage ne peut ignorer.

SUBSTANCES CHIMIQUES DANS L'INDUSTRIE

Le règlement REACH : Registration, Evaluation, and Authorization of Chemicals (enregistrement, évaluation et autorisation des substances chimiques) entrera en vigueur le 1er juin 2007. Des mesures seraient mises en place pour enregistrer et fournir la preuve de la sécurité des substances chimiques utilisées dans les processus industriels.

Dans les domaines de l'emballage et de l'étiquette, ce règlement peut avoir un impact majeur sur les substances utilisées aujourd'hui en Europe dans les matières plastiques, les encres, les revêtements et couchages, les vernis, les adhésifs et autres composants d'emballage. Lorsque la législation REACH requerra la substitution d'un composant chimique estimé dangereux, cela pourra éventuellement nécessiter la reformulation du produit, entraînant un risque de différence de performances du produit en question. Avec les supports, les encres et les couchages déjà optimisés, tout changement de produits existants pourrait avoir des implications majeures pour toute la chaîne de production.

Certains s'inquiètent également de l'impact de REACH sur l'équilibre commercial du secteur de l'emballage européen ; les fabricants et des transformateurs européens pourraient souffrir de concurrence déloyale d'exportateurs basés en dehors de l'UE et n'étant donc pas concernés par la législation.

Environnement et divers

PROBLÈMES ENVIRONNEMENTAUX DANS L'INDUSTRIE, L'HEURE TOURNE (suite)

POLLUTION INDUSTRIELLE

Autre outil réglementaire de l'Union européenne, la directive IPPC : Integrated Pollution Prevention and Control (PRIP : Prévention et réduction intégrées de la pollution) sera certainement mise en application en octobre 2007. Elle vise à minimiser la pollution de plusieurs sources identifiables dans le contexte de la production industrielle, encore aujourd'hui responsable d'une part considérable de la pollution de l'environnement en Europe en termes de gaz à effet de serre, de composés organiques volatiles, de matières résiduelles, de substances acidifiants, etc.

En prenant en compte un large éventail de critères dont les émissions dans l'air, l'eau et la terre, la génération de matières résiduelles, et l'efficacité énergétique. Pour les installations les plus anciennes de certains secteurs industriels, cela impliquerait des coûts additionnels pour assurer la conformité à la directive. Il s'agit donc pour tous les acteurs de l'impression, de l'étiquette et de l'emballage d'évaluer au plus tôt l'utilisation des substances chimiques et le contrôle de la pollution au cours de la production, afin de faire face à ces deux nouveaux outils de la législation environnementale de l'Union Européenne.

Etiq&Pack n°5

LE PACKAGING DE A À Z

Sortie du livre " Packaging ", qui étudie toutes les étapes de la réalisation d'un emballage du concept au consommateur aux Editions d'organisation, chez Eyrolles, un ouvrage de référence pour réussir un projet de design packaging présentant toutes les étapes du concept au consommateur.

" Packaging " décrypte les points clefs du design packaging en abordant les thèmes aussi variés que le branding, la création, l'innovation, la sémiologie, l'internationalisation des produits, l'histoire du packaging, etc. Son objectif est d'accompagner le développement packaging en délivrant une méthodologie et en présentant les acteurs du design packaging. S'appuyant sur l'expérience et agrémenté de nombreux exemples et témoignages, il permettra aux équipes marketing des industriels et distributeurs, aux designers, aux consultants et étudiants, de mieux comprendre les tenants et aboutissants du processus du design packaging afin d'optimiser leur stratégie.

Etiq&Pack n°4

DU DESIGN AU PRODUIT : LES VALEURS DU PACKAGING

Innover, rendre contemporain le packaging. Intégrer les nouveaux modes de vie et de consommation. Evaluer l'impact d'un produit. Elaborer une charte graphique, le travail sur les volumes, les visuels, la typographie, les codes couleurs. Maîtriser les contraintes de fabrication et de distribution, sans trahir le rêve... Renforcer ses capacités d'adaptation. Garantir la réussite d'un produit en le rendant authentique.

L'équipe de formateurs vous propose des séries de formations et de rencontres assurées et co-animées par des enseignants et intervenants professionnels partageant un même domaine d'expertise et une même vision du développement produit.

Atelier ALTERNATIVE

71, route de Méry sur Seine 10150 Sainte Maure

tél : 03 25 76 16 04

fax : 08 25 18 78 88

mob : 06 08 24 49 63

E mail : claudemartin22@libertysurf.fr

RFID LA TENTATION " BIG BROTHER "

Les étiquettes électroniques ou puces RFID (Radio Frequency Identification) sont des composants électroniques capables de communiquer avec leur environnement par fréquence radio. Elles sont composées de deux éléments : une antenne pour les transmissions et une mémoire pour le stockage d'informations.

Il existe deux types d'étiquettes. La première, dite " passive ", est la plus courante. Quand elle est placée à proximité d'un lecteur, ce dernier la réveille en lui envoyant de l'énergie et lit le contenu de sa mémoire. Dans certaines applications, il peut aussi venir modifier les informations en écrivant dans cette mémoire. Les distances entre étiquette et lecteur dépendent de la fréquence de transmission et varient de quelques centimètres à un mètre.

L'étiquette " active " est en tout point semblable si ce n'est qu'elle possède sa propre source d'énergie (une batterie) et n'a pas besoin de la sollicitation d'un lecteur pour émettre. La portée dépend de la puissance électronique du système.

Environnement et divers

RFID LA TENTATION " BIG BROTHER " (suite)

La demande explose :

Marché mondial toutes applications confondues :
600 millions d'étiquettes produites en 2005
1,3 milliard d'étiquettes en 2006

Source IDTECHEX

750 millions de dollars en 2005
2,3 milliards de dollars en 2010

La sécurité, la santé et le transport représentent
147 millions de dollars en 2005

873 millions de dollars en 2010 (estimation)

Source : VENTURE DEVELOPMENT

L'USINE NOUVELLE - N° 3039-3040

LES PRINCIPALES CERTIFICATIONS

Il existe divers types de certifications qui répondent à des exigences différentes. Certaines s'intéressent aux systèmes de management et d'autres aux produits ou aux services.

✓ **La certification ISO 9001** garantit que le système de management de la qualité d'une entreprise est fondé sur des principes dont "l'approche processus" et "l'orientation client" sont les plus importants. C'est avant tout un outil de confiance entre clients et fournisseurs.

✓ **La certification ISO 14001** permet à une entreprise d'attester de la conformité de ses processus aux exigences relatives à l'élaboration, à la mise en oeuvre, à la maintenance et à l'évaluation d'un système de management environnemental.

✓ **La certification 22000** intègre une analyse des risques éventuels sur la santé des consommateurs en apportant une réponse complète à la maîtrise de la sécurité des aliments ainsi que des emballages qui peuvent y être associés.

✓ **La certification de personnel** atteste de la compétence des professionnels pour accomplir des tâches déterminées au regard de critères préétablis. Elle vise à fournir aux clients une base d'appréciation objective sur la qualification professionnelle du personnel d'une entreprise.

✓ **La certification des produits industriels et des services** intéresse directement les clients finaux de l'entreprise (consommateurs, utilisateurs). L'approche qualité repose alors sur un référentiel définissant un niveau de résultat au travers d'un ensemble de caractéristiques auxquelles le produit ou le service concerné doit répondre. Elle est encadrée par le Code de la consommation. La marque NF est la première marque de certification de produits en France.

✓ **La Keymark** est une marque de certification européenne qui atteste de la conformité des produits à des normes européennes. Elle doit être obligatoirement apposée à côté d'une marque de certification nationale délivrée par un organisme certificateur autorisé par le CEN.

✓ **L'éco-label européen** est la certification écologique officielle de l'Union (en France, la marque NF Environnement). Il distingue les produits dont l'impact sur l'environnement, à performances d'usage égales, est réduit.

INDUSTRIES n° 119

LA PLUS GROSSE BOUTEILLE DE VIN DU MONDE

La plus grosse bouteille de vin au monde est australienne et appartient à Kim Bullock, vendeur de vin, qui l'a commandée en Allemagne. Récemment exposée à New-York, la bouteille est en verre, mesure 1,80 m, pèse 585 kg. Elle contient l'équivalent de 387 bouteilles (elle est remplie de shiraz fourni par 5 viticulteurs australiens), alors que le précédent record contenait l'équivalent de 175 bouteilles. Le bouchon en liège, taillé à la main au Portugal, aurait à lui seul coûté 3.500 \$. "J'ai eu de nombreuses offres. J'en ai même refusé une de 100.000 \$" affirme le propriétaire de cette bouteille-collector.

cyberpresse.ca - 19 janvier 2007