



www.packagingvalley.com

infos@packagingvalley.com

La Lettre

L'emballage n'est pas simplement fait pour être écologique.

Il doit aussi satisfaire le conditionneur, le distributeur, le consommateur, la chaîne logistique et les impératifs de coût.

Alors qu'elle a été pendant longtemps considérée comme économiquement insoutenable, la conception écologique des emballages constitue maintenant un moyen de réduire les coûts d'exploitation.

Aujourd'hui l'introduction sur le marché d'emballages éco-conçus se justifie autant par la réduction à la source ou l'amélioration de leur recyclabilité que par des économies substantielles qu'ils permettent de réaliser. Ceci, en réduisant notamment les rebuts, les consommables, les volumes de stockage et de transport.

Aujourd'hui, produire un emballage écologique devient plus économique.

Comme à INTERPACK fin Avril cette tendance a été un des thèmes conducteurs du dernier salon EMBALLAGE.

24 entreprises de PACKAGING VALLEY y ont participé au carrefour des Halls 5 et 6 du Parc des Expositions de Paris Nord Villepinte.

Pascal de Guglielmo
Président

2008
Décembre

n° 28

7^{èmes} JOURNEES DE L'EMBALLAGE de REIMS 23 & 24 septembre 2008

La maîtrise d'ouvrage de cette 7^e édition de ces journées était confiée à l'association PACKAGING VALLEY, qui en a attribué, comme en 2006, la réalisation à ADHESION GROUP.

Fort du résultat positif de cette démarche lors de l'édition précédente, l'aspect scientifique des conférences a été établi à partir de questionnaires adressés par ADHESION GROUP à un panel de plus de 250 personnes, représentatives de l'ensemble des donneurs d'ordre et des grands utilisateurs d'emballages français.

A partir des données recueillies, et pour affirmer la réalité de l'action concertée des différentes composantes du Pôle Emballage-Conditionnement Champagne-Ardenne PACKAGING VALLEY a convié l'ESIEC à définir avec elle et mettre en place le contenu des conférences, le choix des conférenciers, l'organisation et la préparation des ateliers débats.

Afin de permettre l'inscription du plus grand nombre, des conditions d'inscription préférentielles ont été proposées aux membres de l'AMPAC (Association des Anciens Elèves Ingénieurs de l'ESIEC) ainsi qu'aux adhérents de PACKAGING VALLEY

Les 7^e JOURNEES DE L'EMBALLAGE DE REIMS ont attiré

- 122 participants, dont 12 étrangers
- et 14 personnes appartenant à 9 entreprises champardennaises,
- 43 intervenants parmi lesquels 5 étrangers et 5 régionaux ,
- 6 journalistes de la presse locale, régionale et nationale plus 1 allemand,
- 49 invités dont, pour l'essentiel 14 professeurs de l'ESIEC et de l'IUT DEPARTEMENT G.C.E. de Reims

Au total, ce sont plus de 225 personnes qui ont participé à ces 7^e Journées de L'EMBALLAGE DE REIMS

L'ANIMATION

Les 4 demi-journées de cette édition 2008 avaient pour thème LE DEVELOPPEMENT DURABLE ET L'INNOVATION, décliné en 4 axes de réflexion:

- Innover durablement
- Réduire les impacts environnementaux
- Nouveaux matériaux, nouvelles fonctionnalités
- Nouvelles tendances, nouveaux modes de consommation.

Les conférences et ateliers débats étaient animés par :

- Mme Dominique WEIZMAN, directeur général, DEZINEO,
- Mme Catherine MORIOT, directrice générale, EOP's (51)
- M Hervé MARCEL, Directeur du centre Energie, Matériaux et Emballages, LNE
- M. Jean Christophe BOULARD, Membre de l'Association FRANCE EMBALLAGE.

Au nombre des intervenants régionaux, on comptait :

- Mme Lan TIGHZERT, directeur du laboratoire GRESPI/LEMPE, ESIEC
- M Jacky VANDEPUTTE, Ingénieur de Projet, POLE IAR
- M Fabien GAUDARD, Responsable Développement Produit, VEUVE CLICQUOT PONSARDIN
- M. Jean Luc BOUSSARIE, Responsable Développement Conditionnement, BOEHRINGER
- Mme Catherine MORIOT, Directeur Général, EOP's

Fort de ce succès, la 8^e édition des JOURNEES DE L'EMBALLAGE DE REIMS peut être maintenant envisagée. Cependant, pour des raisons inhérentes à la recherche d'intervenants de grande qualité et de thèmes véritablement nouveaux, il est prévu qu'elles n'aient lieu que courant 2^e semestre 2010.

Nos entreprises

Dorure à froid par LE SANGLIER PACKAGING

LE SANGLIER PACKAGING-EDITION propose des parachevements en dorure à froid, grâce à une presse Man Roland 700 HiPrint équipée d'un système InLine Foiler Prindor. Cet équipement permet le transfert à froid de dorure et l'impression en un seul passage. La dorure est traitée comme une couleur, et ne nécessite pas d'outils de dorure.

Pour Jean-François Aertgeets, l'un des responsables de l'entreprise spécialisée dans l'impression d'emballages en carton et de couvertures de livres, "plutôt que de remplacer la dorure à chaud, cette technologie ouvre de nouvelles perspectives en termes de rendu et d'effets". Et contrairement au pelliculage polyester argent, le support ne devient pas un complexe et, de cette façon, ne pénalise pas le recyclage.

SEPTEMBRE 2008
SUPPLÉMENT AU N° 893 - EMBALLAGES MAGAZINE

COTUPLAS emménage dans ses nouveaux locaux

La société COTUPLAS annonce avoir achevé son déménagement. Jacques Leblais, PDG de l'entreprise, rappelle les raisons de ce déménagement: "COTUPLAS veut diversifier son portefeuille clients pour poursuivre son développement, notamment au travers de l'innovation, tout en conservant bien sûr Rio Tinto Alcan comme principal client. Dans le cadre de cette nouvelle stratégie commerciale, COTUPLAS a choisi de déménager ses locaux sur un site détaché de Cebal, société du groupe Rio Tinto Alcan, avec laquelle elle partageait jusqu'à présent son bâtiment".

COTUPLAS s'est installé à Sainte-Menehould, dans des bâtiments d'une surface de 4000 m². Le déménagement a été mené sans impacter la poursuite des activités de production et la qualité du service aux clients. Grâce à l'attention forte portée à la sécurité des hommes, aucun incident n'a été enregistré au cours des opérations. Toutes les fonctionnalités du site ont été rendues opérationnelles dans les délais prévus.

COTUPLAS S.A.S., filiale du Groupe Rio Tinto Alcan, est un acteur important sur le marché des équipements pour la fabrication et le conditionnement d'emballages en plastique. Son personnel hautement qualifié développe, construit et installe sur tout les continents des équipements dans 3 types d'application

- Fabrication de tubes souples extrudés ou laminés
- Remplissage et scellement de tubes
- Décoration de pièces injectées pour l'emballage de luxe

Contact : Jacques Leblais Tel. : + 33 (0)3 26 60 47 09
jacques.leblais@cotuplas.com

PROPY DELTA, 20 ans déjà et encore beaucoup de perspectives

Le 6 juin 2008, toute l'équipe de PROPY DELTA a fêté ses 20 ans. Cette date fut également l'occasion pour PROPY DELTA de marquer la transition entre le fondateur, Jean-Luc GAUDRAY et son repreneur, François LABESTE. Cette société Rethéloise, au capital social de 365 K€, est spécialisée dans la production et la commercialisation de packaging plastiques, articles de classement, emballage industriel en polypropylène (PP) plat ou alvéolaire, PET ou PVC. Avec plus de 700 tonnes transformées par an et un CA de 2M€, elle utilise différents procédés industriels d'impression sérigraphie, offset, dorure à chaud, de découpe, pliage, collage, et pose d'accessoires.

PROPY DELTA est aujourd'hui un acteur reconnu sur ces segments grâce au savoir-faire des hommes et des femmes qui composent l'entreprise et grâce à des choix judicieux d'investissements. La technicité de la sérigraphie, la qualité de son rendu, les jeux de couleurs de formes et de matières, la créativité et notre capacité à faire du "sur mesure" ont constitué et constitue encore LA différence que PROPY DELTA sait faire sur son marché.

La gamme de produits de PROPY DELTA est destinée aux activités suivantes :

- PACKAGING plastiques pour de nombreux domaines d'activités.
- PLV PP alvéolaire ou plat.
- L'emballage industriel et alimentaire.
- L'article de classement.

Perspectives et développement de PROPY DELTA

- Développer encore l'activité packaging.
- Anticiper sur l'évolution de la matière polypropylène, notamment vers des matières biodégradables. Pour cela PROPY DELTA a déjà passé un accord avec l'un de ses fournisseurs pour être entreprise test en sérigraphie et découpe. L'objectif avoué de PROPY DELTA est d'être en 1ere ligne dans la perspective d'évolutions technologiques dans notre secteur d'activité.

Toujours sensible à l'environnement, PROPY DELTA gère depuis de nombreuses années ses déchets, l'intégralité de ceux-ci sont broyés et recyclés.

En 20 ans PROPY DELTA a donc pris une place significative sur le marché de l'emballage, avec le souhait que les 20 ans à venir lui permette d'assumer ses ambitions affichées.

Marchés

MATIERES PREMIÈRES

✓ Les prix des emballages à la hausse

Conséquence du développement des marchés émergents et de " l'envolée " récente du pétrole, plusieurs filières d'emballage viennent d'annoncer des hausses de tarifs, applicables immédiatement.

Boîte métal. La hausse du prix de la boîte métallique pour la conserve, appliquée entre août et septembre, varie entre 12 et 15 % suivant les fournisseurs et les produits (source : Fédération des industries d'aliments conservés). Mais ce n'est qu'un premier train de hausse.

Les producteurs d'emballages métalliques ont déjà prévenu que des augmentations " encore plus importantes " (de l'ordre de + 15 % à + 30 %) allaient être appliquées au début de 2009, au plus tard. Elles sont dues à la forte augmentation du prix de l'acier plat (+ 50 % entre janvier et septembre 2008).

Carton ondulé. Les " onduleurs " (industrie du carton ondulé) sont confrontés -comme tous les autres secteurs - à une inflation des coûts de production évaluée pour 2008 à 4 %. L'Ondef prévoit que cette inflation devrait avoisiner 4,5 % sur 2009 (contre + 4 % en Allemagne). La solution, déclare l'Ondef, passera par une inévitable augmentation des tarifs.

Encres d'imprimerie. L'EUIA (Association européenne des fabricants d'encres d'imprimerie) et l'AFEI, sa délégation en France, annoncent une augmentation du coût des matières premières de plus de 30 % au niveau mondial.

Dans le cadre des efforts de rationalisation de la production engagés par certaines filières -pour absorber partiellement ces hausses - la conséquence sera aussi des coupes dans les effectifs, comme on le voit dans certaines grandes firmes (Stora Enso, Sealed Air).

FRANÇOIS MOREL PROCESS - N° 1252

✓ Films biodégradables

Le marché des films biodégradables est très timide en France actuellement, contrairement à ce qui se passe chez nos voisins européens : Grande-Bretagne, Italie, Suisse...

Si ce développement n'est pas perceptible, il n'en est pas moins réel. De grosses firmes s'y intéressent pour " aligner le message de l'emballage avec l'esprit marketing du produit ". Les solutions innovantes en emballages rigides sont plus nombreuses que les applications des films biopolymères, cantonnées le plus souvent aux sacs de magasins.

Les freins au développement sont d'abord économiques. Les prix des emballages biodégradables restent nettement plus élevés que les films conventionnels : il faut multiplier par deux ou par trois suivant les applications !

Et il reste certains freins techniques, notamment pour les applications alimentaires. Par exemple le manque de transparence des films à base d'amidon céréalier ou de fécule de pomme de terre, le bruit fait par les films en PLA quand on les froisse. Mais qui a au moins l'avantage de montrer que ce n'est pas un film en plastique conventionnel.

La vérité est que les développements sont longs et que le marché qui a pris un nouvel essor depuis la fin de l'année dernière, se développera au fur et à mesure. Comme en atteste les derniers progrès qui suivent. La principale tendance qui marque ce segment de marché est l'élargissement de l'offre fournisseurs.

Certains transformateurs, développent les trois solutions alternatives d'emballages biodégradables : des produits à base de fécule de pomme de terre, à base de PLA (Nature Works) et à base de cellulose (Nature Flex d'Innova), chaque matériau ayant ses qualités et ses défauts. Les solutions sont de plus en plus diversifiées, d'autant plus facilement qu'elles sont basées sur des formules à composition variables. Mais avec un même objectif : intégrer un pourcentage maximum de ressources renouvelables (amidon, végétal et cellulose) dans les différentes classes de polymères produits.

Parmi les solutions de bioplastiques possibles, les produits contenant un fort taux d'amidon sont les plus nombreux.

FRANÇOIS MOREL PROCESS - N° 1252

Caractéristiques des biopolymères

Les moins :

- Un coût plus élevé que les films conventionnels : prix multiplié par deux ou par trois
- Le bruit des films PLA (recherché dans certains cas)

Les plus :

- Très bon passage en machine, grâce aux basses températures de scellage (80° C pour le poly bio)
- Un effet mémoire, comme la cellulose, permettant des plis de belle facture (emballage en papillote ou twist)
- Des films PLA barrière grâce à des adjuvants et en complexant des films en PLA
- Une densité plus lourde (125 g/m²), que le polypropylène (91 g/m²)

MATIERES PREMIÈRES (suite)

Critères clés des films alimentaires

- Valorisation et différenciation de la marque sur les linéaires des magasins ;
- Protection de la marque (face à la contrefaçon) et sécurité du consommateur à l'achat et à l'usage ;
- Commodité d'emploi du conditionnement (ouverture, réutilisation) ;
- Réduction du poids des emballages ;
- Emballage passif (neutre pour la conservation du produit emballé) ou bien actif (interaction avec le produit et le milieu) ;
- Qualité optimale de protection et de conservation ;
- Durabilité et biodégradabilité.

(SOURCE BASF)

✓ La boîte boisson

Nouveau record de croissance en Europe pour la cannette. Avec une production totale de 50,2 milliards d'unités en 2007, la boîte a enregistré une progression de 10,2 % sur l'exercice 2006.

Selon les dernières statistiques publiées par le BCME (Beverage Can Makers). Le seuil des 50 milliards de boîtes a été franchi.

Deux marchés clés, la bière et les sodas et boissons non alcoolisées. Progression de 13 % pour les bières en boîtes avec 26,4 milliards d'unités et de 7 % pour les sodas et boissons non alcoolisées avec 23,8 milliards d'unités. Sans surprise, les pays de l'Europe de l'Est affichent une croissance encore plus rapide de 21 %. En Pologne, les boîtes progressent de 28%. La quatrième place sur le marché européen des boîtes lui revient, après la Grande-Bretagne, l'Espagne et la Russie.

La France contribue à la croissance européenne

La boîte a résisté à un été 2007 peu favorable et dépasse les bons chiffres de l'été précédent. Avec 3 434 millions d'unités produites, la progression de la boîte sur le marché français se place en troisième position en Europe de l'Ouest après l'Espagne et les Pays-Bas. Une contribution de 9 % à la croissance de l'ensemble des pays de l'Europe de l'Ouest. Les livraisons de boîtes auprès des brasseurs ont augmenté de 14,7 % par rapport à 2006. Les bières de spécialités et en boîte 50 cl tirent le marché. On note + 5 % pour les remplisseurs de sodas et boissons non alcoolisées. Les indicateurs de marché (données panel Nielsen Scantrack) démontrent la robustesse de cette croissance sur l'ensemble des segments où l'offre de boîtes est présente. En effet, la boîte gagne des parts de marché sur l'ensemble des segments où elle est présente avec des parts allant de 16 % à 23 % du volume total.

La boîte, un must du recyclage

La boîte s'adapte aux 25 différents systèmes de gestion des déchets en Europe. Les matériaux récupérés retournent dans le processus de production via la boucle matériau à matériau. Les emballages métalliques sont récupérés par systèmes d'aimant pour l'acier et dans les résidus de l'incinération pour l'aluminium.

Les économies d'énergie sont significatives : 66 % des emballages acier sont recyclés en Europe ce qui réduit de 40 % les émissions de CO2.

Le recyclage d'une boîte d'aluminium engendre 95 % d'énergie par rapport à la fabrication d'une boîte à partir de la matière première.

Sources : BCME (Beverage Can Makers), GIELBB.

N° 335 - LIQUIDES & CONDITIONNEMENT

Autres infos

La fin de la délocalisation pas chère... et le retour à l'inflation

"La stabilité des prix était, jusqu'à présent, une conséquence de la mondialisation : elle reposait sur une baisse continue des coûts de main d'œuvre délocalisée dans les pays émergents, et sur de faibles cours d'énergie et de matières premières", explique Jean-Louis Laurens, Président de la banque Robecco. Or l'énergie devient durablement chère, et les salaires des pays émergents s'ajustent à une main-d'œuvre de plus en plus qualifiée.

L'Inde ou la Chine ne sont plus les ateliers bon marché de l'économie mondiale et la récente grève des ouvriers Dacia en Roumanie vient parfaitement illustrer qu'une page de la "délocalisation pas chère" est en train de se tourner. Ajoutons à cela un afflux de capitaux vers certains pays émergents qui ont accumulé des réserves de changes considérables et constitué des fonds souverains atteignant plusieurs centaines de milliards de dollars. Mécaniquement, cette masse monétaire crée de l'inflation dans ces pays au bord de la surchauffe économique. Enfin, la baisse des taux d'intérêts de la FED, sur fond de croissance mondiale morose, introduit une nouvelle source de tension monétaire forcément interconnectée avec les autres marchés. Serions-nous donc entrés dans une inflation d'un genre nouveau avec des causes nouvelles ? C'est ce que le baromètre de la Banque Robecco et de l'institut IFOP semble confirmer. Selon J.-L. Laurens, tous les ingrédients sont là pour que le phénomène d'inflation s'accélère.

CLASSE EXPORT - n° 171

Etat des marchés de l'emballage et perspectives à l'horizon 2010

Une enquête, réalisée par l'Observatoire de l'emballage en 2007, a été effectuée auprès de 378 professionnels de la filière (238 acheteurs et 140 fournisseurs).

Les principaux résultats montrent tout d'abord, globalement, que les fournisseurs de la filière comme les acheteurs sont optimistes sur leur production à moyen terme. Mais cet optimisme doit être modéré selon les secteurs utilisateurs considérés.

La croissance sera plus faible dans les secteurs de l'automobile, aéronautique et biens d'équipements.

En revanche, les secteurs de la pharmacie et de la cosmétique/parfumerie sont les plus porteurs, confirmant la tendance déjà observée en 2005, suivis de près par l'alimentaire et les liquides.

De manière générale, les acheteurs sont plus optimistes quant à leur production que les fournisseurs, et plus particulièrement ceux de la beauté/santé, de l'alimentaire et des autres biens de consommation. Ainsi 59 % des acheteurs et 49 % des fabricants d'emballage prévoient une croissance de la santé-pharmacie, 58 % des acheteurs et 45 % des fabricants une croissance de la cosmétique, 57 % des acheteurs et 45 % des fabricants une croissance de l'alimentaire (hors liquide). L'alimentaire reste cependant le principal secteur de débouché pour les fabricants d'emballage et les équipementiers ; l'alimentaire hors liquide représente le secteur le plus porteur pour ces derniers.

Le papier-carton reste le matériau le plus utilisé.

Si le papier-carton conserve la plus grande part de marché dans les emballages (45 % des achats en volume), c'est le plastique qui obtient les plus fortes perspectives d'achat à moyen terme (60 % des acheteurs interrogés pensent augmenter leurs achats de plastique), suivi du papier-carton (46 % de hausse) et du verre (36 % de hausse), tandis que le métal et le bois seront stables. Cette perspective semble partagée par les fabricants eux-mêmes, puisque 82 % des fabricants d'emballages en matière plastique prévoient d'augmenter leur production.

Une majorité des acheteurs (58 %) pense que leurs exportations vont augmenter. Les pays d'exportations restent essentiellement européens : Allemagne tout d'abord, puis Royaume-Uni, Belgique, Espagne et Italie. Hors Europe, les Etats-Unis et la Chine sont les pays les plus porteurs. Les fournisseurs sont eux aussi majoritairement optimistes sur leurs perspectives d'exportation.

Les fabricants d'emballage restent très orientés sur l'Europe (58 %), suivi du Maghreb, des USA, de l'Asie et de la Russie. Le métal, le papier-carton et les emballages complexes sont les plus optimistes quant aux exportations. Du côté des équipementiers, ce sont les lignes d'embouteillage et les équipements de fin de ligne qui devraient le plus s'exporter. L'Europe représente la zone la plus dynamique pour 45 % d'entre eux, mais les Etats-Unis et le Canada offrent également un potentiel important, ainsi que les pays du Maghreb, l'Inde et l'Amérique du Sud.

Un marché qui reste très européen.

Les acheteurs d'emballage continuent de se fournir majoritairement en France (55 %), suivi de l'Italie (10 %), de l'Allemagne (6%) et de la Chine (5%). Le marché reste donc très européen, même si l'on note la montée en puissance de la Chine. Du point de vue des fournisseurs, l'Allemagne et l'Italie sont citées comme principaux pays concurrents, surtout pour les équipementiers, et sont suivies de l'Espagne. La Belgique et la Chine sont citées ensuite par les fabricants d'emballage, la Chine et les Etats-Unis par les fabricants d'équipements. Le prix de vente est le facteur économique qui va impacter le plus sur l'activité à moyen terme, suivi des matières premières pour les fabricants d'emballage. Le coût de la main d'œuvre apparaît également comme un facteur important, tandis que l'énergie figure en bas du classement.

La R&D et la conception sont les principaux axes de développement cités par les fabricants d'équipements. En France, les emplois devraient rester stables à moyen terme, voire en hausse. Quant aux investissements, ils seront plutôt en hausse pour les fabricants d'emballage (70,5 %) et plutôt stables pour les fabricants d'équipements (51 %).

Le développement durable en tête des facteurs d'innovation.

Pour les acheteurs comme pour les fabricants, le développement durable et l'écoconception sont les principaux facteurs qui vont tirer l'innovation dans l'emballage, suivis de la réglementation et de la normalisation (surtout d'après les acheteurs), puis de l'évolution des modes de consommation et de celle des modes de distribution.

Les professionnels de l'emballage se rejoignent également pour attribuer une influence croissante au consommateur dans l'emballage. Les producteurs de matière première vont également jouer un rôle important dans l'évolution de la filière.

Selon Eco-Emballages...

61,3 % des emballages ménagers français ont été recyclés en 2007, soit près de 3 millions de tonnes : 218 000 tonnes de bouteilles et flacons plastique, 320 000 tonnes d'acier, 17 000 tonnes d'aluminium, 470 000 tonnes de papier-carton et 1 906 000 tonnes de bouteilles et bocaux en verre (ces deux derniers types de matériaux sont recyclés principalement en de nouveaux emballages).

Ces chiffres placent l'hexagone largement au-dessus de l'objectif européen, qui est de 55 % pour 2008. Chaque français trie en moyenne 42 kg d'emballages ménagers chaque année, mais les écarts entre villes et campagnes (26 kg pour un urbain, 59 kg pour un rural) restent importants et promettent de belles perspectives de croissance de ces chiffres.

ETIQ&PACK -21- septembre 2008

Impact REACH

Le calendrier de REACH est clair : toutes les substances doivent être préenregistrées avant novembre 2008, et toutes devront faire l'objet, si cela n'a pas encore été réalisé, d'études toxicologiques et éco-toxicologiques avant 2018 au plus tard.

REACH demande aux fabricants et utilisateurs européens de toutes substances chimiques un gigantesque travail d'enregistrement qui pourrait pour certaines d'entre elles entraîner leur disparition des formulations. L'enjeu est la sécurité et la santé des consommateurs, ainsi qu'une meilleure adéquation au développement durable. En effet, les substances dangereuses sur le plan de la santé humaine et sur l'environnement devront être écartées. Les industriels sont apparemment prêts : les substances préoccupantes ont depuis longtemps été supprimées de formulations.

D'ores et déjà en octobre, la liste des substances classées " extrêmement préoccupantes " sera établie par l'ECHA - Agence européenne des produits chimiques. Mais si le " risque santé " est depuis longtemps maîtrisé, selon les industriels du secteur (il existe, par exemple, une liste CMR des substances classées comme cancérigènes et/ou mutagènes et/ou toxiques pour la reproduction dans la réglementation en vigueur de l'Union Européenne), c'est principalement le risque environnemental qui est en cours d'évaluation et qui devra faire évoluer la liste des substances dangereuses.

EDMACHINES&TECHNOLOGIES N° 531/SEPTEMBRE 2008

5i CONSEIL : un prix en Espagne

C'est dans le cadre d'une de ses missions de conseil qu'Eric Judek a permis à Giapack, un client espagnol et à 5i CONSEIL d'être conjointement primé lors du récent concours des Leaderpacks 2007 (équivalent de nos Oscars de l'emballage). L'expertise apportée dans le développement de la solution globale d'emballage pour le MiniBlack de Freixenet, producteur de Cava, un vin effervescent espagnol, lui a permis d'être également distinguée du le titre de " Best in Show " (Meilleure réalisation du concours) et d'être sélectionnée pour les WorldStars 2008. L'entrée de ce client du souple dans cette nouvelle technologie du sleeve a impliqué l'investissement dans une nouvelle machine offset, qui allie précision et faible coût de ses clichés. Conjugué aujourd'hui chez pratiquement tous les fournisseurs de rotatives avec les autres technologies (flexo, héliographe, sérigraphie, hot ou cold stamping) l'offset permet d'offrir véritablement un éventail de possibilités aussi large que possible.

Tel*. 03 26 60 93 52 - www.5iconseil.net

ETIQ&PACK -19

Que peut-on protéger ?

Marque, brevet, dessins et modèles...

Au sens de la propriété industrielle, la marque est un " signe " servant à distinguer précisément vos produits ou services de ceux de vos concurrents. Pour en devenir propriétaire, vous devez en faire le dépôt à l'INPI.

Le brevet protège une innovation technique, c'est-à-dire un produit ou un procédé qui apporte une solution technique à un problème technique donné. Attention : vous ne pouvez pas protéger une idée par un brevet ! Seuls les moyens techniques mis en œuvre pour la concrétiser le seront.

L'apparence de vos produits relève d'une protection par " dessins et modèles ", selon qu'ils se matérialisent par des éléments graphiques de deux dimensions, des dessins, ou de trois dimensions, des modèles. La propriété sur votre dénomination sociale s'acquiert au moment de l'immatriculation de votre entreprise au Registre national du commerce et des sociétés. La protection du nom commercial et de l'enseigne naît du premier usage public, c'est-à-dire de leur utilisation (papiers d'affaires, prospectus, publicités, factures), et se conserve par l'utilisation. Le nom commercial ou l'enseigne peuvent être mentionnés au Registre national du commerce et des sociétés. Vous devez vérifier que les noms que vous allez utiliser sont disponibles et les protéger.

Source Inpi CLASSE EXPORT - N° 172

L'impression numérique de production met le turbo

En quatre ans, le champ d'intervention de l'impression numérique a progressé sur tous les fronts. Dans l'étiquette, la technologie numérique l'emporte pour les petites commandes grâce à son rapport qualité-délais de livraison. La souplesse du procédé permet de servir le client en quelques heures. Les professionnels qui s'y sont intéressés ont trouvé matière à expansion, sans entrer directement en concurrence avec l'offset ou la flexo, en prônant la complémentarité.

Confrontés à une guerre des prix de plus en plus sévère et à une demande croissante pour de courts ou très courts tirages, de nombreux imprimeurs portent depuis quatre ans un regard neuf sur l'impression numérique dont la rentabilité est aujourd'hui reconnue comme excellente. Mais une question reste à l'ordre du jour : l'avenir de l'impression passera-t-il par le numérique ? La réponse est très certainement positive.

L'impression numérique a trouvé ses marchés et gagné ses lettres de noblesse aux yeux d'un public resté longtemps réticent. Les progrès annoncés, cette année encore, semblent ouvrir la porte à un avenir prometteur. Grâce à de nouveaux moteurs, les nouvelles générations de presses voient leur cadence de production sensiblement accélérée.

JOHN PENHALLOW - ETIQ&PACK - 19

Le remplissage

Les équipements de remplissage sont utilisés pour conditionner des produits dans des emballages préformés ou Form Fill Seal (FFS). Les machines destinées au conditionnement des produits non-liquides (pulvérulents, pâteux, visqueux ou granulés) fonctionnent en général avec des tamiseurs, voire des agitateurs. Les contenants, sous forme de sachets, de boîtes, de seaux ou de fûts se remplissent par descente gravitationnelle, avec l'aide ou non d'un applicateur et d'un lisseur.

Il existe plusieurs types de doseurs qui opèrent par pesée ou par dosage volumétrique. La fermeture des sacs se fait par soudage, collage, dépose de bouchons ou d'opercules, serrage d'un couvercle ou ajout d'un Zip. Cette opération a lieu directement sur la machine de remplissage ou en aval de celle-ci. Certains modèles comportent des dispositifs automatiques de marquage, de contrôle, de nettoyage et de palettisation. La plupart de ces équipements conviennent à plusieurs tailles de contenants et adaptent le dosage des produits en conséquence. Les changements de format sont alors plus ou moins rapides.

SUPPLÉMENT AU N° 893 - EMBALLAGES MAGAZINE

Le plastique recyclé désormais autorisé à être en contact avec les denrées alimentaires

Le nouveau Règlement sur les matériaux plastiques recyclés entrant en contact avec des denrées alimentaires est paru au JOCE du 28 mars 2008, sous la référence n° 282/2008. Il modifie le Règlement (CE) n° 2023 de 2006, et doit se lire avec plusieurs autres textes communautaires, en particulier le Règlement (CE) n° 1935/2004 et la directive 2002/72/CE. Dans son article 3, le nouveau règlement précise : " les matériaux et objets en plastique recyclé ne sont mis sur le marché que s'ils contiennent du plastique recyclé obtenu uniquement par un procédé de recyclage autorisé conformément au présent règlement ".

Ce qui veut dire que seuls les emballages comprenant ces plastiques issus de procédés autorisés et contrôlés pourront en faire mention. Le nouveau Règlement peut être présenté en deux parties : les définitions et les procédés d'autorisation. Ainsi, aussi bien dans son préambule que dans ses articles, il fournit de nombreuses définitions sur les types de plastiques qui entrent dans son champ d'application. Notamment, sur les rebuts d'usine, les plastiques contaminés ou issus de traitement chimique, le plastique recyclé barrière...

Les chutes et les débris issus de la production de matières plastiques ne doivent être introduits dans le circuit de production dès lors qu'ils répondent à un certain nombre d'exigences et pour autant qu'ils n'aient pas été en contact avec des aliments ou autrement contaminés et qu'ils soient refondus sur place en de nouveaux produits ou vendus à des tiers dans le cadre d'un système de contrôle de la qualité conforme aux règles établies par le Règlement (CE) n° 2023/2006 en matière de bonnes pratiques de fabrication. En ce qui concerne les déchets qui peuvent avoir contenu notamment des contaminants, des exigences spéciales vont devoir être définies, indique le Règlement. Les plastiques issus de traitement chimique, les déchets plastiques décomposés en monomères et en oligomères ne relèvent donc pas non plus du Règlement. Quant au plastique recyclé utilisé derrière une barrière plastique fonctionnelle telle que définie dans la directive 2002/72/CE, il ne relève pas non plus du présent règlement.

Après avoir posé comme condition que seuls les plastiques recyclés issus de procédés autorisés et contrôlés peuvent entrer dans la composition d'emballages plastiques au contact alimentaire, le Règlement indique toutes les procédures que doit suivre une entreprise pour que son procédé de recyclage soit reconnu. L'autorisation est accordée par la Commission, elle est publiée au Journal officiel européen et est valable sur toute la Communauté européenne. Les règles d'étiquetage sont celles définies dans la norme EN ISO 14021.

EDpackaging N° 527