

→ INTERVIEW JEAN-PIERRE WILHELM, DIRECTEUR AUTAJON PACKAGING BELGIQUE

CRÉATIVITÉ, INNOVATION, RÉACTIVITÉ ET SOUPLESSE, TELLES SONT LES FORCES DE NOTRE ÉQUIPE

Notre correspondante en Belgique, Dominique Huret fait le point avec Jean-Pierre Wilhelm, Managing Director d'Autajon Packaging Belgium. Zoom sur ce spécialiste de la fabrication d'étuis pliants et d'étiquettes pour qui la « durabilité » n'est pas un vain mot alors que l'impact de l'emballage sur l'environnement devient la préoccupation de tous.

En 1964, Alain et Suzanne Autajon démarrent, en France, leur activité par la production d'étuis pliants pharmaceutiques en carton dans la Drome à Montélimar précisément. Au fil des années, l'entreprise, devenue le Groupe Autajon, dirigé par leur fils Gérard, s'est élargie à 36 sociétés implantées dans 10 pays. C'est ainsi qu'en 2007, c'est la société belge Meulemans fondée elle en 1947 qui passe sous son giron et devient Autajon Packaging Belgium. Si le siège du groupe Autajon Packaging est bien sûr toujours situé à Montélimar, le groupe, très européen, compte trois implantations en Belgique. Trois sites de productions stratégiquement situés au nord (Wommelgem), au sud (Arlon) et au centre du pays (Anderlecht-Bruxelles). Aujourd'hui les deux sites d'Autajon Belgique qui font de l'emballage comptent 165 salariés et l'on trouve le même nombre d'employés chez Autajon Labels au nord à Wommelgem, pour un chiffre d'affaires en 2016 de 25 Millions d'Euros.

Etiqu&Pack : Le groupe Autajon continue de grandir...

Jean-Pierre Wilhelm : Depuis les années 1980, l'entreprise cherche à se diversifier. Nous avons étendu notre activité aux marchés des parfums & cosmétiques, des vins & spiritueux et avons construit une seconde usine dédiée au luxe et à la création de coffrets à Montélimar. Au début des années 2000, nous avons également repris des entreprises fabriquant des étiquettes y compris viticoles, ce qui a marqué le début d'un nouveau métier pour le Groupe Autajon. A ce jour, nous sommes établis dans 10 pays, et notamment en Asie depuis 2016 pour le marché de l'étiquette adhésive industrielle, c'est notre plus récent développement.

Etiqu&Pack : Quelles sont les emballages produits sur les sites belges ?



Jean-Pierre Wilhelm : En Belgique depuis la création de l'entreprise et pour les cartonnages, il y a toujours eu deux grandes familles de réalisations : d'une part, tout ce qui est publicité sur lieu de vente, par exemple les displays de comptoirs, et d'autre part, les étuis pliants. Nous nous occupons de la fabrication complète du packaging intégrant toutes les étapes de production et ce depuis sa conception. Sur Bruxelles, nous avons 4 personnes dans l'équipe de création. Car nos clients proviennent essentiellement de quatre marchés. Dans l'ordre d'importance : les emballages pour la cosmétique, la coloration pour cheveux, le pharmaceutique et la confiserie/le chocolat. En 1992, nous avons connu un tournant important avec l'arrivée de L'Oréal parmi nos clients. C'est pour eux que nous avons commencé à développer les étuis pliants pour le segment du soin capillaire, ce qui nous a ouvert de nouveaux débouchés. Le site de Bruxelles a rapidement été surchargé et nous avons alors créé une deuxième implantation en 1998, à Arlon.

Etiqu&Pack : Vos créatifs d'emballage prennent en charge de l'emballage dès sa conception même. Est-ce un atout pour votre entreprise ?

Jean-Pierre Wilhelm : Je le pense oui. Nous disposons de notre propre service de conception d'étuis et de présentoirs et nous prenons le temps de nous asseoir avec nos clients pour élaborer ensemble l'industrialisation de leurs concepts. Créativité, innovation, réactivité et souplesse, telles sont les forces de notre équipe. Nous lançons chaque année entre 350 et 400 nouveautés sur le marché. Pour nous, il est important que nos clients puissent se concentrer sur leur produit, leur core-business, en se déchargeant de la mise au point de leur packaging sur leur fournisseur en toute confiance.

Etiqu&Pack : L'approvisionnement local fait-il partie de votre politique de sourcing ?

Jean-Pierre Wilhelm : Certainement, la proximité c'est important pour nous. Ainsi parmi nos matières premières, la majorité du carton est issu d'Europe du Nord. Pour la mise sur le marché aussi avec nos usines belges, qui fournissent essentiellement le marché belge et dans une moindre mesure la France et les Pays-Bas. Nous pensons toujours à une localisation optimale de nos implantations pour pouvoir travailler au mieux une région ou un pays. Regardez le cas de la France par exemple : les sites qui produisent des étiquettes pour le marché des vins et spiritueux ont été installés dans les régions viticoles et se trouvent tous à moins de deux heures de route de leurs clients.

Etiqu&Pack : Autajon Packaging investit aussi dans la durabilité ?

Jean-Pierre Wilhelm : La durabilité fait partie de l'ADN de notre culture



Jean-Pierre Wilhelm, Managing Director d'Autajon Packaging Belgium

Créativité, innovation, réactivité et souplesse, telles sont les forces de notre équipe





d'entreprise. Nous prenons le respect de l'environnement très au sérieux, et souhaitons développer nos activités en cohérence avec l'environnement et la nature. Nos déchets sont triés et traités et nous avons concrétisé nos engagements éco-responsables par l'obtention de certificats qui garantissent l'origine durable de nos fibres/matières premières. Nous sommes ainsi certifiés PEFC depuis 2009. Nous utilisons également systématiquement des encres végétales. Nous n'utilisons pas ces certificats dans une démarche de marketing. Nous avons une réelle volonté d'agir pour la nature, et dans le cas de PEFC, pour l'avenir des forêts. Nous promovons d'ailleurs la certification PEFC auprès de nos clients et ainsi que la présence du logo du label sur l'emballage. Bien entendu, c'est toujours le client qui décide... Mais inexorablement, nous avançons vers une société qui prend ses responsabilités et qui n'exigera à terme que des produits bois et/ou papier labellisés.

Propos recueillis par
Dominique Huret
Remerciements à Mieke Verrijssse PEFC Belgique

+ L'ENVIRONNEMENT AU CŒUR DES PRÉOCCUPATIONS

Etude de Pro Carton / Smithers Pira auprès des propriétaires de grandes marques et des principaux détaillants de 5 marchés européens (Allemagne, Royaume-Uni, France, Italie et Espagne)

- **96 % de tous les participants à l'enquête estiment que les emballages durables sont importants pour leur entreprise.**
- **Pour 97 % des sondés, la propriété de recyclable d'un emballage est le facteur le plus important en matière de durabilité.**
- **Pour 93%, la seconde préoccupation c'est l'utilisation de matériaux certifiés (PEFC/FSC)**
- **Les étuis pliants sont perçus comme les emballages les plus durables. Principalement la fabrication à partir de ressources forestières renouvelables (et donc certifiées PEFC), une large collecte pour être recyclé plusieurs fois avec un poids léger.**
- **62 % des porteurs de marques et détaillants prédisent un besoin croissant de durabilité en matière d'emballage**



FAITES BONNE IMPRESSION

NUMÉRIQUE



GRAPHIUM

PRESSE HYBRIDE

- Vitesse : jusqu'à 45 m/min
- Laize : 210 à 430 mm

APPLICATIONS

- Etiquettes
- Films
- Packaging



ANY002

IMPRIMANTE NUMÉRIQUE

- Technologie : Toner OKI LED
- Laize : 52 à 215 mm
- Vitesse : jusqu'à 9 m/min

APPLICATIONS

- Etiquettes couleurs



XAAR PRINT BAR

SYSTÈME DE BARRE D'IMPRESSION

- Vitesse : jusqu'à 75 m/min

APPLICATIONS

- Repiquage en noir,
 - Vernis,
 - Blanc couvrant ou de soutien

ASSEMBLEUR DE SOLUTIONS, À LA MESURE DE VOS AMBITIONS

Nous suivre



Téléphone : 01 64 03 97 97
gic@gic-online.com
www.gic-online.com

