

UN LUXE PACK MONACO TRÈS PAPIER

★ Avec le plastic bashing et la prise de conscience du respect environnementale renforcée par la pandémie vue aussi comme un dérèglement de la nature, l'emballage de luxe n'échappe pas au plastic bashing et à l'utilisation renforcée des matières à base cellulosique. De nombreux exposants de Luxe Pack ont montré l'exemple à l'automne dernier et certains ont été récompensés par un prix Luxe Pack in Green.

Parmi les papetiers primés, on trouve Arjowiggins pour son Sylvicta, un papier barrière translucide. Apte au contact alimentaire, ses propriétés barrières avancées permettent d'optimiser la conservation des aliments ou des produits sensibles, au même titre que les matériaux plastiques et aluminium conventionnels, mais avec un impact environnemental très fortement réduit. En effet, Sylvicta présente la particularité d'être recyclable, compostable, biodégradable en milieu marin et fabriqué à partir de matières premières renouvelables durablement gérées. Sur les lignes de transformation conventionnelles, Sylvicta permet dorure à chaud, contre-collage, gaufrage, impression digitale, offset, héliogravure, flexographie, métallisation ou enduction d'une couche scellable (chaud et froid). « Malgré la transition continue vers des emballages plus durables, le plastique et les complexes aluminium restent encore largement utilisés, en grande partie pour des raisons pratiques et économiques. En effet, jusqu'à présent, peu de solutions alternatives et recyclables permettent de garantir un niveau de protection équivalent à ces matériaux conventionnels », indique Christophe Jordan, Directeur Général de la division Translucent Papers d'Arjowiggins.

Plus petit acteur, l'allemand Gmund qui depuis 1829 produit du papier écologique et naturel de moyens de communication uniques en papier naturel. Sur le site de développement et production à Gmund, en Bavière, on voit naître des solutions sur mesure pour des images de marque durables. Environ 75 % de ses papiers sont exportés et depuis 2006 Gmund est certifiée FSC. Entreprise familiale, elle est gérée aujourd'hui en quatrième génération par Florian Kohler, et par Herbert Eibach. Gmund présentait deux gammes de papier intéressantes : la collection Gmund Used, qui provient à 100 % de vieux papiers soit à 80% d'une cellulose recyclée (DIP) de haute qualité, blanchie dans un procédé de désencrage et certifiée FSC®, et à 20% de matériel d'emballage. La gamme Gmund Chanvre est composée à présent de 100 % de chanvre européen. Les longues fibres présentent certes un défi pour la production de papier, mais permettent d'obtenir un matériau à la fois rigide et extrêmement doux au toucher avec une surface dont un des côtés est plus « sauvage et nuageux ». Gmund Hanf est produit sans colorant. « Le chanvre a de nombreux avantages : a surface égale, le chanvre produit quatre à cinq fois plus de papier qu'une forêt, le chanvre atteint quatre mètres en un an, peut être récolté trois fois par an, alors qu'il faut attendre environ 7 ans pour un arbre. Il n'épuise pas le sol et peut être replanté immédiatement après la récolte. Comparée à la pâte de bois, la pâte à papier à base de chanvre offre des fibres quatre à cinq fois plus longues ainsi qu'une meilleure résistance à la traction, la déchirure et l'humidité. Enfin, le chanvre améliore le processus de recyclage ultérieur et peut être recyclé de nombreuses fois » explique Sabine Huber, en charge des relations extérieures de Gmund.

Le papetier britannique James Cropper, s'est lancé il y a quelques années déjà dans l'emballage en fibre thermoformée et moulée avec Colourform. Au sein de la gamme « Inspire » se trouve Topper et



Pebble, notamment dont les dernières créations sont présentées pour la première fois sur Luxe Pack. Les designs de la collection Inspire remettent en question les approches traditionnelles du design d'emballage dans certains secteurs du luxe, notamment les boissons premium, les cosmétiques, les lunettes et les bijoux et montres, tout en répondant au besoin d'emballages respectueux de l'environnement. Ainsi le concept Topper explore comment une marque peut faire passer son essence et son héritage dans un emballage primaire. Par exemple comment revisiter le traditionnel coffret à alcool. En s'inspirant de la marque du groupe James Cropper, représentée par la silhouette du pigeon Cropper Pouter, le bouchon de la bouteille reproduit l'arc gracieux du cou du pigeon. Patrick Willink, Managing Director, Colourform poursuit : « Bien que la conception d'un emballage détermine en fin de compte la recyclabilité du produit final, le papier offre aux marques de grandes possibilités de conception mono-matériau, qui sont à leur tour faciles à recycler et permettent de conserver plus longtemps les précieuses fibres de papier. »

Le groupe français Verpack qui possède 5 usines en France et une en Tunisie, profitait du salon Luxe Pack pour présenter son nouveau modèle de cale. Le concept repose sur un principe de modules ajustables à la forme des produits qui s'imbriquent à l'intérieur du coffret ou de l'étui pour garantir solidité et maintien. Une coiffe à décorer fait ensuite office de cache cale par encliquetage. Ce concept personnalisable (taille, volume, choix du carton, décor...) présente divers avantages tels qu'un gain sur la conception, l'allègement (jusqu'à 50 % du poids d'un coffret pour un calage en carton ondulé). Voilà une réponse aux contraintes liées au e-commerce et à l'usage des coffrets en présentoirs sur les points de vente.

Avant la prochaine édition qui aura lieu du 3 au 5 octobre 2022, se tiendra à Paris, l'Édition Spéciale Luxe Pack les 31 mai et 1er juin 2022.

Dominique Huret (Cape Decision) pour Pap'Argus



JEAN-MICHEL DOSSIER REJOINT DURST FRANCE

Durst France, filiale du fabricant italien de presses numériques grand format et étiquettes Durst, qui a récupéré la distribution de ses presses étiquettes en France vient de nommer Jean-Michel Dossier au poste de responsable commercial Label, sous l'autorité de David Gobert, dg de Durst France. Jean-Michel Dossier connaît bien le secteur de l'emballage imprimé pour avoir notamment travaillé chez Bobst pour les presses hélio et flexo, et les machines d'enduction. Un nouveau challenge pour notre voisin de la Manche ! Nous reviendrons prochainement sur les nouvelles orientations stratégiques que cela implique chez Durst.

THE NAVIGATOR COMPANY SE DIVERSIFIE DANS L'EMBALLAGE

Le papetier portugais The Navigator Company qu'on connaît plutôt comme un producteur de papiers d'écriture (vérifiez vos ramettes sur votre bureau) vient de sortir gKraft, d'une nouvelle gamme de produits d'emballage en papier, témoignant de son engagement en faveur du développement durable. Le lancement de gKraft coïncide avec l'entrée en vigueur de la législation portugaise interdisant les plastiques à usage unique (et correspond à la volonté de diversification du groupe qui voit ses débouchés traditionnels diminuer). Les nouvelles solutions d'emballages de Navigator Company ont été conçues pour répondre aux besoins spécifiques des segments industriels et de détail: alimentaire, restauration, pharmaceutique, habillement et cosmétique. Selon le fabricant, la lettre 'g' dans gKraft fait référence au globulus, un type d'eucalyptus utilisée dans la production de papier qui est de plus connu pour permettre plus de cycles de recyclage. A suivre