

ECO-FRIENDLY

## REVUE DES INNOVATIONS À LA PARIS PACKAGING WEEK

Liquides & Conditionnement revient, grâce à Dominique Huret, sur le salon PLD rebaptisé Paris Packaging Week et fait le point sur les innovations en matière d'emballages et boissons.

Le succès du dernier salon ADF-PCD-PLD a rassemblé près de 7 000 visiteurs. 10 500 influenceurs de l'emballage ont déambulé autour de 630 stands, avec cérémonies de remise de prix et galeries d'innovations. Et cela, malgré la tenue exceptionnelle du salon fin juin cette année. De plus, les organisateurs, EasyFairs, ont décidé de rebaptiser l'événement «Paris Packaging Week» avec quatre segments (parfums & cosmétiques, aérosols, boissons et mode) sous un seul toit. L'ambition était au rendez-vous.

### QUELQUES PÉPITES

#### PARMI LES LAURÉATS DES AWARDS

Tant les exposants, que les gagnants des différents prix confirment les 5 tendances clés du marché: le mono matériau, l'allègement, la recharge, la personnalisation et l'expérience client.

Ainsi on peut souligner **Bio'teille** qui a reçu le prix de l'innovation durable. Deux jeunes entrepreneurs français sont à l'origine de cette bouteille coque/poche destiné aux vins. La coquille est en fibre moulée issue à 100 % de produits recyclés type de journaux et cartons et est fabriquée en Grèce. La poche elle est en 100 % PE réalisée en Pologne, le bouchon aussi en PE. L'ensemble pèse 53 gr. Super U, Coop et sous peu Carrefour ont déjà référencés des vins locaux et bios en bio'teille.

La bouteille **Melifera** de Distilling&Co fut primée aussi. Certes pour sa décoration thématique où les concepteurs ont imaginé une bouteille qui raconte l'histoire de Melifera et capturant la délicatesse



Melifera



Bio'teille

de la fleur d'immortelle distillée dans le gin. La recherche et la narration ont été essentielles à la création de la forme et du concept de la verrerie. C'est aussi ce spiritueux haut de gamme Gin Bio, français, artisanal et responsable qui est salué par le jury.

Le pack de présentation primé est l'étiquette électroluminescente de Perrier-Jouët, aussi nommé «Lighted Label». Mis au défi de créer une étiquette lumineuse durable et recyclable, correspondant aux récentes directives de durabilité de Pernod Ricard, c'est l'agence parisienne **Dapy** qui a réalisé cette innovation. Depuis plus de 35 ans, l'agence travaille sur des solutions d'éclairage et a trouvé la solution qui permettrait d'obtenir un éclairage aussi bon



L'étiquette électroluminescente de Perrier-Jouët



Martin et Victor, Petit Baroudeur fondateurs de Bio'teille

qu'avec l'électroluminescence, mais facilement rechargeable et repositionnable. Cette étiquette lumineuse est rechargeable, repositionnable et étanche. Elle résulte de 3 ans de R&D intensive et est brevetée. Les utilisateurs finaux peuvent réutiliser l'étiquette sur différentes bouteilles au cours de la même nuit et maximiser l'impact de l'étiquette lumineuse. Daisy Gin et son Kit durable est réalisé par MPO. Ce groupe





Daisy Gin

français d'envergure internationale, qui a remporté récemment le Trophée Imprim'Lux, travaille pour les marques et leurs équipes créatives, pour les marchés du divertissement, de la beauté et de l'alimentation fine. Pas étonnant donc que Daisy Gin a fait appel à eux pour concevoir un emballage 100 % carton, recyclable, et garantissant la protection des produits et leur transport.



Jenny Wassenaar de Trivium Packaging



Créé en 2004, Hilltop Wines a pour but d'aider les petites et moyennes exploitations familiales à croître et à développer leurs ventes à l'exportation, tout en offrant aux importateurs un accès à de nouvelles exploitations intéressantes. Leurs deux nouvelles gammes d'étiquettes sont récompensées pour leur concept innovant. Les créatifs ont présenté sous forme de cercle une carte d'arômes sur chaque type de vin et d'étiquette. L'idée est d'aider les consommateurs de vin novices à s'orienter dans les variétés et les vins et d'ainsi faciliter leur choix. Clair et facilement mémorisable.

#### L'ALUMINIUM BIEN PRÉSENT

Jenny Wassenaar, responsable du développement durable chez Trivium Packaging, a tenu à partager les principales conclusions de Trivium dans son rapport Global Buying Green 2022. Leur enquête auprès de plus de 15000 consommateurs en Europe, en Amérique du Nord et en Amérique du Sud sur leurs valeurs et leurs comportements couvre les emballages durables, y compris la volonté de payer plus pour des emballages écologiques, la perception des matériaux et l'intérêt pour les emballages rechargeables.

«La demande globale des consommateurs pour des emballages durables reste élevée, 74 % d'entre eux ayant exprimé leur intérêt pour l'achat de produits dans des



Hilltop Wines



EvioLink

emballages réutilisables. Les consommateurs veulent des produits dans des emballages recyclables, mais ils reconnaissent également l'intérêt de prolonger la durée de vie des emballages en les réutilisant. L'emballage rechargeable s'avère être une solution polyvalente et précieuse pour les produits de consommation. Ces données montrent clairement que le passage à des emballages durables est non seulement bénéfique à l'environnement, mais également pour l'entreprise». Sur le stand de Trivium, trônaient... des bouteilles réutilisables en aluminium. Trivium Packaging, fournisseur mondial avec un chiffre d'affaires s'élevé à 2,7 milliards de dollars, arborait aussi fièrement son trophée de platine EcoVadis 2021 pour ses efforts en matière de développement durable.

Eviosys, l'un des leaders européens de l'emballage métallique, a présenté son EvioLink. Ce code QR unique imprimé directement sur le contenant propulse l'emballage métallique dans l'ère du numérique en permettant aux clients et aux consommateurs de répondre à leurs besoins et aux grands défis actuels: réduction de l'empreinte environnementale, lutte contre la contrefaçon et traçabilité en cas de rappel de produits. «Nous faisons constamment évoluer nos concepts d'emballage pour les rendre modernes, pratiques et uniques. EvioLink permet aux consommateurs de personnaliser leur expérience d'achat et d'établir une relation de confiance avec les marques. Nous proposons aux marques un QR code unique intégré dans le design de l'emballage. L'impression d'un QR code unique est une prouesse technique et un défi majeur. EvioLink témoigne de notre volonté constante d'apporter des



Trivium Packaging



Guala Closures

solutions innovantes pour nos clients industriels comme pour les consommateurs finaux, tout en respectant l'environnement et ouvre de nouvelles opportunités pour le groupe», ajoute Isabelle Le Graët Responsable Marketing, Communication et Développement Durable.

**DES INNOVATIONS QUI EN BOUCHENT UN COIN**

Bien présent aussi **Guala Closures**, l'un des leaders mondiaux des bouchons de spécialité et en aluminium. Avec un chiffre d'affaires de 660 millions d'euro en 2021, 17,6 milliards de bouchons vendus dans plus de 100 pays, Guala Closures est le numéro des ventes de capsules à vis en France. Avec une part de marche de 40 à 45 % dans l'hexagone, ses trois segments sont les spiritueux, les eaux et boissons et enfin les huiles et condiments. «Sur le segment du vin, notre part de marche s'élève à près de 60 % des bouteilles à capsules à

vis. Nous fournissons tous les grands noms des spiritueux pour leurs produits moyen et haut de gamme tels que Remy Cointreau, Pernod Ricard etc... En 2020, en rachetant le producteur allemand **Closurelogic**, nous fournissons les minéraliers Badoit et Perrier», explique Marie-Caroline Lopez, contact presse pour Guala. Lancé en 209, la technologie Nestgate a déjà fait parler d'elle. En intégrant une fonction de connectivité via les puces NFC ou QR code, ces bouchons permettent aux consommateurs en approchant leur smartphone du bouchon d'initier un dialogue avec la marque. Inviolabilité numérique, identifiant unique et solution blockchain, elles permettent enregistrement de suivi et de traçabilité. Ces bouchons ont été développés avec le



Reynders labels

leader mondial de semi-conducteur NXP «Blossom» est la gamme écoresponsable de Guala qui utilise différents matériaux allant de l'alu aux fibres d'agave en passant par le liège aggloméré et le plastique biosourcé. On trouve notamment le bouchon «Opera Blossom», bouchon en T-bar destine aux marques de spiritueux de luxe, avec couvercle en bois, liège aggloméré et ABS recyclé. L'Oceanworks est aussi un bouchon en T, fabriqué avec des plastiques océaniques collectés sur les côtes en collaboration avec Oceanworks.

Enfin, le groupe belge **Reynders Labels** présentait sa collaboration avec **Avery Dennison**. Ce dernier fournit le substrat avec la technologie NFC et le producteur d'étiquettes Reynders produit les étiquettes et programme la puce. «Nous avons déjà reçu de grosses commandes du secteur pharmaceutique et nous croyons fermement au développement de ce marché pour les boissons premium», explique Michiel Van de Perre, responsable des comptes clés de Reynders Label Printing. Fort de ce succès, l'équipe de la Paris Packaging Week remet le couvert fin janvier pour une nouvelle édition.

Dominique Huret (Cape Decision)

**Des Étiquettes De Qualité Pour Toutes Les Industries**  
Imprimez, Découpez, Laminez...



Le complexe imprimante et plotter de découpe permet de produire des étiquettes de qualité à la taille que vous souhaitez. Gagnez en flexibilité et faites des économies!



L'ÉTIQUETTE ADAPTÉE À VOTRE PRODUIT DE QUALITÉ.



**AstroNova**  
Product Identification

CMYK+W

Contactez-nous pour plus d'infos :

+33 1 34 82 09 00 | [infoFR@astronovaproductid.com](mailto:infoFR@astronovaproductid.com) | [astronovaproductid.com/fr](http://astronovaproductid.com/fr)