

SOBRIÉTÉ ET EFFICACITÉ AU MENU DU SALON AGROALIMENTAIRE CFIA



★ **Rendez-vous incontournable, rassemblant 1600 exposants et près de 20 000 visiteurs, le CFIA est le plus grand salon agroalimentaire de France, carrefour des fournisseurs de l'industrie agroalimentaire. Il se tient chaque année à Rennes, en Bretagne, région phare de la production agroalimentaire française. Pour sa 26e édition, qui s'est tenu en mars dernier, il était question de sobriété, de frugalité et d'innovation.**

« Les industriels qui viennent ici cherchent essentiellement la recette de demain, la machine qui leur permettra d'améliorer leur production tout en économisant de l'énergie, ou encore l'emballage idéal pour leurs produits », explique Sébastien Gillet, directeur du CFIA. Entre contraintes d'hygiène et défis environnementaux croissants, les fournisseurs de solutions redoublent d'efforts pour concilier sobriété et sécurité alimentaire. En témoigne la centaine de nouveautés proposées par les exposants de cette édition 2023.

LE SECTEUR DE L'ÉTIQUETTE TOUJOURS TRÈS PRÉSENT

Citons par exemple le fabricant d'étiquettes adhésives sur-mesure Etik Ouest, qui s'illustre avec sa solution éco-pratique d'ouverture-fermeture Up'n Maxi Paper. « C'est une étiquette qui se décolle et se recolle sans aucune interaction avec la surface de l'emballage », explique Fanny Sire, assistante commerciale chez Etik Ouest. « Ce système fonctionnel peut être appliqué à différentes formes d'emballage : stand-up, flow packs et quatre seals, qui permettent d'ouvrir et de fermer des emballages en papier sans les déchirer ». Ces étiquettes adhésives fonctionnelles Up'n Maxi sont idéales pour les collations sucrées et salées, le riz, les pâtes... « Nous sommes actuellement en test avec un grand acteur de l'agro-alimentaire », assure-t-elle. Des projets qui nécessitent de voir grand et c'est justement ce que fait l'entreprise. À partir du 1er mai prochain, la superficie de la PME implantée à Soullans passera ainsi à 3 400 m² et accueillera une nouvelle machine flexo. Comme chaque année, Autajon Labels Lorient occupe le terrain au CFIA. Cette année, l'entreprise présente le VOID. Cette étiquette permet d'attester qu'un emballage n'a pas été ouvert depuis le lieu

de conditionnement jusqu'à l'ouverture par l'utilisateur final. Au retrait de l'étiquette, un message ou un visuel de sécurité apparaît et empêche définitivement l'étiquette d'être repositionnée, témoignant de son ouverture. Ce qui offre une sécurisation optimale ! Cette étiquette peut être utilisée tout au long du flux logistique (étui, caisse américaine, film étirable entourant la palette) ou encore sur des composants électroniques. Thierry Baslé, directeur d'Autajon Labels du site de Lorient partage volontiers son avis sur les enjeux des diverses technologies d'impression : « Certes, l'impression digitale est au point niveau qualité et vitesse. Elle permet un versioning tout à fait intéressant. Nous avons fait récemment des étiquettes pour une coopérative laitière ou chaque éleveur était représenté sur l'étiquette : un grand succès. Toutefois, l'impression hybride reste la meilleure solution pour nous. Économiquement d'abord car les encres flexo sont plus abordables et pour l'embellissement et finition qui peuvent être réalisées en ligne haute cadence. Pour moi, c'est à la sécurité alimentaire des encres et vernis qu'il reste du travail à faire ».

LE PACK À LA RECHERCHE D'ÉCO-SOLUTIONS

Le groupe familial Knauf, acteur majeur de la construction et de l'emballage, était aussi au rendez-vous. Avec 300 sites de production et de vente, dans plus de 90 pays., on trouve deux filiales françaises : Knauf, spécialiste des solutions d'isolation phonique et thermique pour le bâtiment et producteur notamment de plaques de plâtre et de panneaux de polystyrène expansé et Knauf Industries, qui conçoit et produit des solutions d'emballage, de conditionnement, d'isolation et de protection principalement à base de polystyrène expansé (EPS) et de polypropylène (EPP) pour l'industrie. Isoibox Agromer a récemment rejoint Knauf Industries Agri-food. « En 2020, le service Knauf Circular a été lancé pour collecter les déchets de PSE propres. Nous espérons qu'une véritable collecte du PSE sera mise en place en France d'ici 2025. En attendant, nous organisons la collecte du PSE dans les magasins de bricolage, les déchèteries et chez nos clients. Et nous travaillons bien sûr sur d'autres développements en matière d'emballage. Dans le cadre de la Stratégie Nationale 3R, Knauf Industries Agri-food présente une nouvelle gamme de contenants réutilisables : Keepy. Celle-ci correspond aux modes de consommation et répond aux besoins exprimés par de nombreux secteurs professionnels, de la livraison de repas à domicile à la vente à emporter. La gamme de contenants réutilisables Keepy est constituée d'un mono-matériau PP noir Kaplight sans noir de carbone, adapté au micro-ondes et recyclable en fin de vie dans les filières de tri existantes », explique Morgane Guiheux Product Manager chez Knauf Industries.

Le groupe finlandais Walki et l'allemand Rovema présentaient des solutions d'emballage intéressantes pour l'industrie des aliments surgelés. Était exposée la solution mono-matériau Lamibel MDO-PE en polyéthylène. Il s'agit d'un film pour sacs coussins constitué d'un film MDO-PE contre-imprimé et laminé sans solvant avec un LDPE à faible scellage. Ce matériau d'emballage est attirant par son aspect et sa rigidité, ainsi que par ses propriétés mécaniques améliorées par rapport au PE standard. Le Walki EVO Seal M80 MBET a lui été spécialement développé pour les aliments surgelés et est basé sur un papier kraft résistant à la déchirure avec un revêtement de dispersion innovant au lieu du revêtement PE habituel. Les deux matériaux sont utilisés sur la machine Rovema Revo S., équipement de remplissage et

LA ROCHETTE CARTONBOARD SOUFFLE SES 150 BOUGIES

Joyeux anniversaire à la Rochette Cartonboard qui est au service du carton depuis 1873 ! 150 ans, ça commence à faire et le papetier savoyard, spécialisé dans la production de cartons d'emballage à base de fibres vierges (FBB) fête cet anniversaire en grande pompe. Au programme, un nouveau logo pour l'occasion, une signalétique dédiée à cet anniversaire et toute une série de manifestations, dont une exposition photographique à la médiathèque de la commune avec des photos d'archives inédites sur l'usine. Et un final en apothéose en juillet avec un concert, qui accompagnera l'ouverture du Musée de La Rochette. Installée à Valgelon-La Rochette, l'entreprise, dirigée par Christophe Lloret Linares, a réalisé un chiffre d'affaires de 168 millions d'euros pour 2022.

COURIO ET CARTOSPÉ LANCENT LEUR SITE WEB-TO-PACK AVEC PACKITOO

Alors que 93 % des acheteurs professionnels souhaitent faire leurs achats en ligne afin de trouver, à toute heure et lorsqu'ils le souhaitent, une offre complète et transparente des produits dont ils ont besoin, l'essor du web-to-pack (vente en ligne de packaging personnalisé ou sur-mesure) semble aujourd'hui inéluctable. Conscients de ces enjeux, les Cartonnages Gourio (7 millions d'euros de CA) et Cartospé (17 millions d'euros de CA) proposent désormais à leurs clients et prospects leurs produits et savoir-faire au travers d'une nouvelle expérience e-commerce mise en place avec l'aide de la start-up paloise Packitoo.

« BACK TO BASICS » SERA LA THÉMATIQUE 2023 DE PARIS RETAIL WEEK

Pour sa 9^e édition, l'événement Paris Retail Week se tiendra du 19 au 21 septembre 2023 à Paris (Porte de Versailles). Le fil rouge pour cette année est : « Back to Basics : du bon sens face aux paradoxes ». Il s'intéressera à l'omnicanalité et à l'importance de la complémentarité entre e-commerce et point de vente physique. Plus de 20 000 professionnels sont d'ores et déjà attendus. Conférences, ateliers, tours guidés seront autant d'opportunités de découvrir les innovations dans le domaine du retail.

+ D'INFO SUR

WWW.ETIQETPACK.COM

de scellage en continu, spécialement dédiées au marché des produits surgelés.

Enfin, l'américain Sealed Air, poursuit les améliorations de sa solution Darfresh sous marque Cryovac grâce à un partenariat avec G. Mondini et Ulma Packaging. Pour rappel, tous les films Cryovac contiennent 30 % de rPET. Les avantages de l'amélioration actuelle sont des films intérieurs et extérieurs plus fins, ce qui signifie 25% de plastique en moins par rapport aux films concurrents sur le marché. Les films intérieurs sont conçus pour être recyclés dans le flux de PET. Le film MEB est composé à 100 % de PET. Avec les thermoformeuses ULMA, Darfresh film produit un emballage sous vide qui s'adapte et protège le produit comme une seconde peau, les deux films étant scellés sur toute la surface à l'exception de la zone occupée par le produit. Il améliore l'apparence du produit et prolonge sa durée de conservation. Il retarde la croissance microbienne et offre la possibilité de présenter l'emballage à la verticale.

DES BRIQUES TOUT EN ARRONDI

Ce n'est pas si courant, Tetra Pak France était présent et a dévoilé sa nouvelle gamme de Tetra Stelo Aseptic, ainsi que la version « edge », avec ses contours lisses et arrondis, facile à ouvrir pour le consommateur « éternellement jeune ». La solution est complétée par une membrane pré-laminée avec une solution d'ouverture en une étape et une bague d'inviolabilité visible. « Au niveau stratégique, Tetra Pak s'est engagée à introduire un emballage au taux de fibre maximisé à horizon 2030, dont la première étape est le remplacement de la barrière aluminium par une barrière à base de fibre. Une phase de test est en cours sur cette innovation qui devrait permettre de protéger



le produit, tout en réduisant sa part plastique et son impact carbone. De plus, ces développements resteront compatibles avec les filières de recyclage tout en apportant de la valeur au recycleurs papetiers », explique Olivia Fuchs Communications Manager France & Benelux Tetra Pak. Une récente belle illustration avec Monoprix qui s'est associé à Tetra Pak pour réduire l'impact environnemental de ses emballages. Depuis le début de l'année, l'enseigne propose 8 références de jus frais en Tetra Rex biosourcé, emballage sans aluminium et composé de plus de 90% de matériaux d'origine végétale, en associant le carton issu du bois et le plastique d'origine végétale issu de la canne à sucre. Une démarche pionnière au regard des pratiques en vigueur et une véritable révolution pour les marques de distributeur. Monoprix annonce ainsi une économie de plus de 3 tonnes par an de plastique d'origine fossile et 4,4 tonnes par an de CO² (hors bouchon).

Dominique Huret

PAP'ARGUS

COLLOQUE PAP'ARGUS

PARIS – MARDI 19 SEPTEMBRE 2023

*Papier-carton - matériaux d'avenir
Les nouvelles applications et utilisations
(innovations, nouveautés)*

Pour tout renseignement ou inscription – Alicia Collins a.collins@mpmedias.com (0665213711)
ou Jean Poncet jean.poncet@mpmedias.com (0614274770)