

LA PARIS PACKAGING WEEK PREND DU GALON !



★ Le salon de l'emballage chic dédié à la cosmétique, à la parfumerie et aux boissons a connu une édition record à Paris, fin janvier : 14 000 visiteurs et 450 exposants, tous présentant leurs dernières réalisations emballages. Au programme : réductions de poids, emballages mono-matériaux, solutions de décoration, mais ce n'est pas tout. Dominique Huret de Cape Decision venue spécialement de Bruxelles pour nous apporter un regard frais, nous offre un petit tour d'horizon. Il y avait beaucoup de nouveautés chez Fedrigoni, qui décidément s'oriente de plus en plus dans la production de papiers spéciaux pour l'emballage de luxe et autres applications créatives. « Notre intense R & D permet le développement de solution et

des matériaux innovants tandis que l'arrivée dans le groupe de nouvelles marques prestigieuses permet de toucher des marchés de niche. On notera par exemple la toute récente production de papiers calques grâce à l'acquisition d'Arjowiggins China. Nous renforçons ainsi notre présence sur le marché asiatique, où nous avons déjà un réseau de distribution, une usine de production de complexes auto-adhésifs et une usine de production d'étiquettes RFID. Notre nouvelle proposition de papier calque vendu sous les marques Gateway et Sylvicta se révèle une véritable alternative au plastic grâce à ses propriétés barrières (oxygène, lumière et odeurs). C'est une bonne solution notamment pour les sachets de thé », explique Céline Bertuzzi,



EMBALLAGES FRUITS ET LÉGUMES : PLASTALLIANCE DÉBOÛTE

C'est un nouveau rejet du Conseil d'Etat qu'enregistre Plastalliance. Ce Syndicat de la plasturgie avait en effet déposé le 3 avril 2024 une requête avec 3 producteurs majeurs de pêches-abricots et l'un des plus gros producteurs d'haricots français pour faire suspendre le décret français n° 2023-478 du 20 juin 2023 interdisant l'utilisation d'emballages plastiques pour certains fruits et légumes. Parmi les arguments invoqués : le fait que pour la filière AOP pêches/abricots la dépense supplémentaire atteint 10 à 12 millions d'euros pour le passage du plastique vers le carton. Plastalliance émettait également des réserves sur des problèmes techniques liés à l'humidité et le risque de pourriture des fruits. Enfin, Plastalliance notait que les consommateurs préféraient voir ce qu'ils achetaient et que seul le plastique permettait la transparence et la visibilité. A suivre donc.



premium&luxe

Tout l'univers de l'emballage de luxe, c'est aussi toutes les semaines une E-NEWSLETTER que vous pouvez recevoir en vous abonnant gratuitement sur le site

www.premiumetluxe.com

ou par e-mail à

s.hubert@mpmedias.com



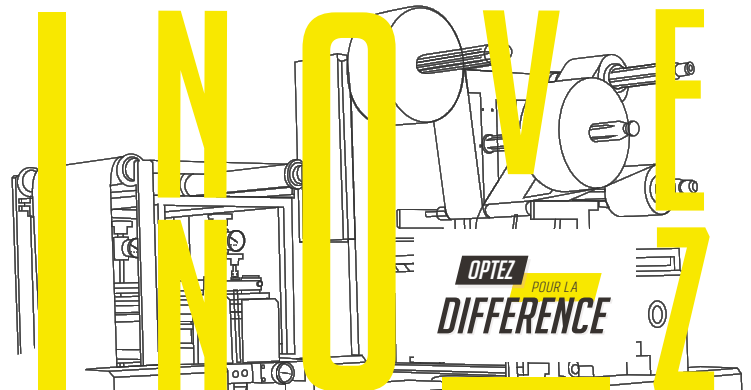
directrice Marketing de ces produits chez Fedrigoni.

Chez Sleever International, il y avait comme un air de fête. En effet, le leader français de l'étiquette sleeve venait de faire part de l'acquisition d'une participation majoritaire dans la société belge Hélios Packaging. « Cette acquisition s'inscrit pleinement dans la stratégie de notre groupe et offre de nouvelles perspectives de développement sur le Bénélux.

Hélios réalise près de 5 millions d'euros de chiffre d'affaires et dispose de 20 salariés. Frédéric Boehlen qui restera à la tête de l'entreprise belge et toute son équipe partage la philosophie et les valeurs de Sleever », explique Amira de Launoy en charge de la communication chez Sleever International. C'était l'occasion aussi pour Osvaldo Valente chef de projet Champagne de nous montrer l'un des derniers sleeves réalisés pour Moët&Chandon avec la technologie Iceclub au toucher « porcelaine » pour un nouveau mode de consommation sur glace.

Bonne ambiance aussi chez Alliance Etiquettes, où Guillaume Vetillart expliquait leurs synergies dont celle avec une grande maison de luxe et un producteur de vin : « Nous développons une collaboration créative pour ce genre de projet, où chacun des trois acteurs donnent le meilleur de lui-même : la marque Dolce&Gabbana, l'imprimeur italien Tonutti [qui fait partie du groupe Alliance] et le vignoble sicilien de Donna Fugata. Les créatifs de Tonutti sont idéalement placés pour réaliser ces étiquettes. »

Chez Avery Dennison, le petit stand est axé sur leur projet novateur « Zero Waste Beauty » avec l'agence de design de Barcelone Mucho. Pour inspirer les marques de produits de beauté et les concepteurs d'emballages durables, Avery Dennison présentait un assortiment de sept marques fictives de la collection Zero Waste Beauty. Chacune vise à démontrer qu'une étiquette peut avoir un impact important sur les consommateurs mais un petit impact sur la planète. Ces marques prennent vie à travers un seul produit, associé à un matériau d'étiquettes du fournisseur d'étiquette. Ainsi, Biome est une lotion corporelle hydratante fabriquée à partir d'ingrédients récoltés en laboratoire. L'étiquette illustre l'approche transparente de la marque en matière d'ingrédients, le logo verni en volume rappelle les micro-organismes utilisés pour cultiver les ingrédients, et les mots « Bio » et « me » sont imprimés sur des faces différentes pour mélanger science et soins personnels. Le matériau de l'étiquette est issu de la technologie CleanFlake.



TAGINNOV SPEED ETIQ



Intégration de RFID humide sur étiquette déjà échenillée

Contrôle RFID
Plateforme de contrôle RFID
Dépose d'étiquette



TAGINNOV RFID LINE

Pour des étiquettes RFID à portée de mains

Application RFID
Livret
Lamination
Relamination
Plateforme de contrôle RFID

DIGLINE 520



Pour des applications numériques et Trans Promo

Étiquette intégrée
Carte intégrée
Application RFID
Dépose d'hologramme
Magnet



DYXEE CUT 350

Solution compacte pour la finition numérique

Découpe semi-rotative
Vernis sélectif ou total
Dorure à froid

DYXEE 440 DIN A4



Transformation de bande d'adhésif sous forme de paravent ou de paquet de feuilles

Planche A4
Coupe rotative
Impression flexographique
Stacker

Solution pour la finition étiquette IML

Laize 440 et 560
Registre automatique
Production en multipose
Stacker automatique

DYXEE 440 IML



www.gic-online.com

Suivez toute notre actualité sur nos réseaux sociaux !



Les étiquettes en PET qui se séparent proprement des bouteilles au cours du processus de recyclage, garantissant une boucle vertueuse pour la matière.

Il y avait beaucoup à voir aussi dans la finition sur le stand de Kurz. Au niveau des étiquettes, on notera la nouvelle gamme Lumafin en différentes couleurs, qui propose des teintes semi-transparentes, aux reflets discrets et délicatement métallisés. Selon l'incidence de la lumière, la couleur du substrat ressort légèrement là où la surface est opaque et très brillante. C'est ce substrat que l'agence française Mazarine Pascalie Design a utilisé en version bronze et Colorit pour la gamme Nogashi qui représentait la France dans la troisième édition des Make a Mark lors de Luxe Pack 2023. Autre nouveauté, la « Silver Line » qui permet des effets 3D impressionnants tant pour les designs d'emballage que pour les étiquettes haut de gamme. Elle a été développée après le succès de la gamme « Light Line » aux designs d'étoiles scintillantes et ses effets aux couleurs de l'arc-en-ciel.



Enfin, le créateur chinois d'emballage de luxe, Jujin était présent pour la première fois sur un salon en France. Jujin Packaging est engagé dans l'industrie de l'impression et de l'emballage de luxe depuis plus d'une décennie et produit pour des grandes sociétés de packaging luxe françaises. Jujin Packaging dispose de compétence en matière de conception structurelle et de traitement grâce à son centre de recherche et de développement qui compte plus de 50 ingénieurs et concepteurs. Elle produit pour les industries de l'emballage de luxe, des cosmétiques, du vin et des produits alimentaires. « Notre siège social se trouve à Shenzhen, nous disposons également d'un bureau à New York, d'un bureau à Shanghai et d'une succursale à Huizhou dans la province de Guangdong avec une main-d'œuvre totale de 800 employés, y compris l'équipe de gestion, le personnel de R & D et les travailleurs de la ligne de production. Notre bureau en France se situe rue Marbeuf au cœur de Paris. C'est indispensable pour servir les grands du luxe Français », explique Youcef Ferfache Directeur General de Jujin. Sur le stand, pléthore d'emballages de grand luxe rivalisent avec d'autres aux textures innovantes, tels ces sacs à main en papier lavable ou en rPET. La créativité n'a de limite que dans notre propre imagination.



Dominique Huret (Cape Decision)

LE E-COMMERCE THÈME DU COLLOQUE PAP'ARGUS DU 24 SEPTEMBRE

Cela vient de tomber, notre confrère Pap'Argus (édité par MP Médias comme Etiq&Pack) qui est la référence pour les marchés des papiers et cartons, avec la publication, chaque mois, de l'ensemble des prix et cotations des papiers et cartons neufs ou recyclés tiendra son prochain Colloque qui a traditionnellement lieu à la rentrée de septembre, le 24 septembre autour du thème du e-commerce. Le carton, et notamment le carton ondulé ont bénéficié au cours des dernières années du développement du e-commerce. Est-ce en train de changer ? c'est la grande question. Au-delà de petits soucis conjoncturels, le e-commerce s'intéresse bien sûr aussi au réutilisable et aussi à l'emballage souple, qui prend moins de place et est plus léger. Pour tout renseignement : Charlotte Deschamps c.deschamps@mpmedias.com.

PAP'ARGUS
les marchés
des papiers-cartons
EN LIGNE

**INFOS, PRIX, ÉVÉNEMENTS,
POINTS DE VUE**

**NE MANQUEZ PAS
LA NEWSLETTR
QUOTIDIENNE
DE PAP ARGUS!**

POUR RECEVOIR CHAQUE JOUR LA NEWSLETTER DE PAP'ARGUS,
INSCRIVEZ-VOUS VITE SUR LE SITE WWW.PAP-ARGUS.COM