

PAP'ARGUS

les marchés des papiers et cartons

octobre 2021

383



LUXE PACK
MONACO 2021

24

CHIC & CHOC : LE LUXE AIME LE CARTON

4 La Parole à

XAVIER CHAMBREY, (APL PACKAGING) LE CARTON SOUS TENSION

14 Perspectives

COLLOQUE PAP'ARGUS : LE PAPIER-CARTON NE TIENT PAS RIGUEUR À LA CRISE

20 Eclairage

INTERVIEW DE CÉLINE BOURDIN (CGMP), PRODUCTRICE DE OUATE

30 A suivre

2021 ANNÉE RECORD POUR LE RECYCLAGE



••Emballage de luxe ••

RENDEZ-VOUS CHIC & CHOC, LUXEPACK TIENT SES PROMESSES

Après une année pas comme les autres, le Rocher, légendaire et enseignée Principauté de Monaco, est redevenue la Planète Packaging, au moins pour l'espace d'une semaine fin septembre, le temps du salon Luxe Pack qui n'avait pu avoir lieu l'année dernière. Pap'Argus avait trouvé des volontaires pour aller sur la Côte d'Azur. Malgré le beau temps, voici quelques repères d'un secteur que vous pouvez aussi suivre dans le supplément de Pap'Argus, Premium&Luxe.



Le salon de l'industrie de l'emballage de luxe et des grandes agences du secteur a réuni 450 entreprises et accueilli près de 8 000 visiteurs, comme à ses plus beaux jours. Dans les couloirs du Grimaldi Forum, toujours aussi labyrinthique (ça, on ne l'avait pas oublié non plus), les exposants ne s'attendaient pas à un tel succès, perplexes qu'ils étaient avant le salon sur la venue des habitués visiteurs asiatiques. Dans la lignée des tendances de l'édition 2019, les enjeux environnementaux restent clés, les entreprises ayant profité de la baisse d'activité pour développer leur vision et leurs solutions durables. Souvent ce sont des solutions mono-matière, pour faciliter la fin de vie et le recyclage des produits mais la rechargeabilité devient également centrale. La volonté de proposer de beaux écrins à la clientèle du luxe alors que persiste tout en étant réutilisable pour que le consommateur le conserve au-delà de la simple utilisation du produit. Le concours LuxePack in Green, créé il y a 12 ans, est devenu l'événement de référence des meilleures solutions et initiatives responsables des exposants. Il

s'agit d'un véritable baromètre des tendances vertes internationales.

DES PAPIERS TRÈS CRÉATIFS

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 »,



Christophe Jordan, Arjowiggins

indique Christophe Jordan, Directeur Général de la division Translucent Papers d'Arjowiggins.

Plus petit acteur, l'allemand Gmund depuis 1829 produit du papier écologique et naturel et de toutes les couleurs. Sur le site de développement et production à Gmund, en Bavière (voir le reportage publié au printemps dernier dans Pap'Argus 378), 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. Autre papetier de spécialité, Lessebo Paper présentait ses deux gammes blanches de papiers graphiques non couchés de qualité supérieure. Lessebo Design et Scandia 2000. Le papetier suédois est le premier fabricant de papier au monde à avoir reçu la certification or «Cradle to Cradle Certified » (ou boucle vertueuse), référence mondiale. Pour l'obtenir, les produits sont soumis à des tests de performance environnementale et sociale dans



Dans la lignée des tendances de l'édition 2019, les enjeux environnementaux restent clés



Patrick Willink, Cropper

cinq catégories critiques de durabilité : santé des matériaux, réutilisation, énergie renouvelable, gestion de l'eau et responsabilité sociale. Le papier des gammes primées Lessebo Design et Scandia 2000 est fabriqué à partir de pâte à papier totalement exempte de chlore (TCF) et a une empreinte carbone minimale. Eric Sigurdsson, directeur général, conclut : « Le résultat montre que nous produisons nos gammes de papier selon les normes les plus élevées et que nous offrons des papiers graphiques durables de qualité supérieure, adaptés aux applications exigeantes. »

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 la traditionnelle boîte 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. »

M&M Luxe, présentait une sélection de ses gammes de papier de soie. La petite papeterie française est située dans les Pyrénées, et il ne faut pas la confondre avec un autre acteur du secteur à savoir MM Premium. Avec une gamme de 60 papiers teintés masse et un personnel de 50 personnes, elle

produit 3 tonnes par an. « Nous sommes très peu dans le secteur du papier de soie en Europe. Notre pulpe à nous, vient du Portugal et de Scandinavie, pour l'énergie notre usine est 100 % autonome. Nos clients sont issus des secteurs du luxe (cosmétiques, couture, chocolats, etc.) Malgré la pandémie, notre carnet de commande est plein », confie Guillaume Moulet, pdg de M&M Luxe.

QUAND LES COFFRETS SE DÉCOUVRENT

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.

Enfin, concept de gammier présentation intéressant : les neuf miniatures rassemblées dans une boîte carrée par Cosfibel. La société française présente, à la manière d'un kaléidoscope, les neuf matières qu'il propose aux marques pour la réalisation de leurs coffrets et étuis. Carte, cartons, microcannelure, pulpe moulée, diverses essences de bois, liège, tin, et de rPET. Une fiche technique présente le matériau, provenance, certification, recyclabilité, et autres informations techniques portant notamment sur l'usage, la résistance, le cycle de vie...

Cette collection nommée « ReBel », permet à Cosfibel de positionner son expertise matériaux multiples. Elle apporte ainsi un souffle de créativité et revisite les codes du luxe, en pariant sur la tendance du mono-matériau.

Enfin terminons en saluant l'italien Artigrafiche producteur de boîtes, coffrets et étuis en carton et papier réussi une belle prouesse technique en délaissant le marquage à chaud ou le film pelliculé polyester pour



cet étui en carton fabriqué en marquage à froid. Les emballages de luxe en fibre gardent de beaux jours devant eux.

Car il y en avait d'autres dont nous parlons souvent (y compris dans ce numéro) comme Paptic et ses sacs cellulosiques, Digital Packaging parmi les faiseurs d'emballages à façon, Knoll Prestige Packaging, Salinas ou le géant DS Smith, tous concernés par l'empreinte environnementale de leurs clients. Le groupe Autajon était bien sûr présent avec son large éventail de réalisations de l'étiquette au coffret. L'étiquette d'ailleurs était plus présente, semble-t-il qu'à l'ordinaire, avec aussi Alliance, Azur Adhésifs, Inessens, Labelys, Lithobru... montrant l'importance de l'étiquette dans le secteur du luxe.

Côté producteur, Iggesund avait changé de spot, mais on n'a pas

perdu au change puisque le papetier suédois, connu pour ses cartons Invercote et son Incada, bénéficiait d'une terrasse bien agréable au moment des happy hours ! Bemade que nous avons accueilli

On regretta bien sûr l'absence de quelques exposants, Metsä Board notamment, en espérant les retrouver lors de la prochaine édition du salon monégasque où l'on a aussi pu voir de l'impression d'objets sur le stand Mimaki (qui présentait aussi son imprimante 3D), des technique d'ennoblissement numérique avec MGI qui présentait sa JetVarnish et son Alpha-Jet, sans compter tous les exposants verre, plastique, métal qui permettent une veille de marché indispensable, surtout quand le papier-carton aimerait les remplacer !

La prochaine édition de Luxe Pack Monaco aura lieu du 2 au 4 octobre 2022.

Dominique Huret (Cape Décision)



**ACTUALITÉ, GRANDS ENTRETIENS,
REPORTAGES, DOSSIER...**

**RECEVEZ VOTRE MAGAZINE
sans le cahier prix et sans accès internet
pour seulement **149€/AN** en pdf
+55€/AN en version imprimée**

PAP'ARGUS

les marchés des papiers-cartons

**Contactez Sylvie Hubert par email
s.hubert@mpmedias.com
ou par téléphone au 02 31 98 82 65**

**On regretta
bien sûr
l'absence
de
quelques
exposants**