

interpack 2017 : article spécialisé n° 1

Emballages pour boissons : individualité et efficacité au diapason

Pour les boissons, la filière de l'emballage doit faire d'une pierre deux coups. Le consommateur demande d'une part des emballages customisés et si possible dotés de fonctions supplémentaires. D'autre part, le consommateur de boissons, de plus en plus interpellé par l'écologie, est assoiffé de contenants fabriqués écologiquement et en préservant les ressources. La branche réussit de mieux en mieux le grand écart avec des nouveaux concepts d'emballage et une technique de production efficace.

Se contenter d'apporter une simple bouteille de mousseux ou de vin à ses hôtes est dépassé. Offrir un cadeau parfait et éveiller des émotions avec des nouvelles matières et des nouvelles finitions est la dernière tendance observée dans le domaine des emballages cadeaux. Les entreprises spécialisées dans ce créneau développent des cartons et des boîtes pliantes, des paniers, des caisses en bois, des articles de déco et autres poches pour que les cadeaux fassent de l'effet. Ainsi, les bouteilles de vin et de mousseux sont offertes dans des coffrets cadeaux exclusifs, au toucher et à l'aspect bois véritable. Ou alors les emballages contiennent des suppléments attractifs. Par exemple un petit abat-jour avec lequel la bouteille vide peut être transformée facilement en lampe de table décorative – l'exclusivité et la diversité sont les atouts des emballages cadeaux.

Ce qui est valable pour ce segment de l'emballage peut aussi être observé sur l'ensemble du marché des boissons : les consommateurs ne s'enthousiasment guère pour le vin, le

**DÜSSELDORF
GERMANY
04 TO 10
MAY
2017
INTERPACK.COM**


Messe
Düsseldorf

Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Germany


Telefon +49 (0) 2 11/45 60-01
Telefax +49 (0) 2 11/45 60-6 68
Internet www.messe-duesseldorf.de
E-Mail info@messe-duesseldorf.de


Geschäftsführung:
Werner M. Dornscheidt (Vorsitzender)
Hans Werner Reinhard
Joachim Schäfer
Bernhard Stempfle
Vorsitzender des Aufsichtsrates:
Thomas Geisel

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63
USt-IdNr. DE 119 360 948
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der
Messe Düsseldorf:

 The global
Association of the
Exhibition Industry

 AUMA Messe-Ausschuss der
Deutschen Wirtschaft

 FKM – Gesellschaft zur
Freiwilligen Kontrolle von
Messe- und Ausstellungszahlen

Öffentliche Verkehrsmittel:
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.
Bus 722: Messe-Center Verwaltung

mousseux ou la bière comme seul présent conditionné, qui plus est, dans une bouteille ordinaire. Le choix en boissons alcoolisées, mixtes, aromatisées et donc aussi en flacons extravagants est désormais tellement grand que le consommateur peut se permettre d'être sélectif. Pour le convaincre, un produit doit absolument se différencier du reste de l'offre au premier coup d'œil. « Dans le monde de l'emballage, l'esthétique – et donc l'émotion – occupent de plus en plus les premières places et jouent un rôle toujours plus décisif en matière de consommation de marchandises. Ceci s'applique d'autant plus dans un monde d'une telle complexité, car une décision dictée par le ventre et non plus par la tête permet de gagner du temps », affirme Andreas Steinle de l'institut de l'avenir, une usine à penser à l'échelle des tendances et de l'avenir.

Top tendances : la customisation et la différenciation

evian, la marque d'eau minérale distribuée par Danone Waters, se donne par exemple les moyens de mettre en scène le caractère unique de ses produits. Elle fait appel pour ses bouteilles plastiques Prestige à la nouvelle technologie « Nature MultiPack », une innovation qui consiste à faire tenir les bouteilles PET entre elles par des points de colles spécifiques de manière à les orienter individuellement et à les détacher plus tard sans problème. Danone emprunte également des voies hors du commun en matière de design : pour la neuvième fois depuis 2008, evian lance une édition limitée de bouteilles d'eau dessinées par des designers de mode célèbres. Pour 2016, le couturier américain Alexander Wang s'est inspiré du code-barres et l'a visualisé sous forme de rayures blanches et noires sur les bouteilles en verre. Les interstices entre les rayures et le design puriste ont pour but de mettre en évidence la pureté naturelle d'evian. Mais les marques prestigieuses ne sont pas les seules à viser la customisation et la différenciation. Les producteurs de boissons sont de plus en plus nombreux à

conditionner en plus leurs eaux minérales et limonades dans de plus petites bouteilles consignées de 0,5 litre pour que les petits foyers mordent aussi à l'hameçon ou alors ils proposent également leurs produits dans des bouteilles à facettes sophistiquées pour attirer la gastronomie haut de gamme dans leurs filets.

Les emballages extravagants, quoiqu'utiles, sont aussi liés à des inconvénients. En effet, plus les produits sont emballés de manière individuelle et riche en facettes, plus leur production est complexe et coûteuse. Les coûts de production plus élevés sont répercutés sur le client qui paie alors un prix plus élevé – un point fréquemment critiqué par les partisans de la protection des consommateurs. Par ailleurs, les procédés de fabrication complexes et les bouteilles ou flacons non consignés sollicitent l'environnement. C'est pour minimiser cette charge que certains pays se sont fixés des quotas de consigne en partie ambitieux. L'Allemagne souhaite atteindre par exemple 80 pourcent mais ici, le quota a baissé de deux tiers à 45 pourcent depuis 2004. Parallèlement, la quantité de déchets issus d'emballages pour boissons non consignés a augmenté, depuis, de près de 30 pourcent. D'après les chiffres actuels du gouvernement allemand, la consommation d'emballages est passée à 600 300 tonnes en 2014 alors qu'elle s'élevait autrefois tout juste à 465 000 tonnes. Les causes du boom des emballages non consignés sont mises sur le compte du commerce et des fabricants. Les marchés de boissons et les supermarchés se livrent à de véritables guerres de prix, plus spécialement pour les eaux minérales, mais les promotions ne fonctionnent que pour les bouteilles non consignées car la collecte, le nettoyage et le nouveau remplissage des bouteilles en plastique sont coûteux. Les hommes politiques réclament donc entre autres de pousser la consigne à une taxe d'incitation écologique pour les emballages à usage unique et d'étendre la consigne obligatoire aux jus et nectars de fruits.

**DÜSSELDORF
GERMANY
04 TO 10
MAY
2017**
INTERPACK.COM


Messe
Düsseldorf

La technologie de l'emballage efficace sur le plan ressources est demandée

Les fabricants d'emballages sont aussi soumis à des obligations. Ils doivent à la fois mettre efficacement en scène des emballages dont la conception doit répondre aux attentes du client et épargner des matières premières pour ainsi décharger l'environnement. Les exigences posées aux machines d'emballage et de conditionnement grandissent donc. « Les fabricants de machines pour produits alimentaires et de machines d'emballage attachent beaucoup d'importance à l'utilisation responsable des ressources naturelles et à une gestion respectueuse de l'environnement. Ils savent que les process de production durables jouent un grand rôle pour leurs clients », explique Vera Fritsche, conférencière de la fédération pour les machines pour produits alimentaires et emballages au sein du VDMA, l'Association allemande des constructeurs de machines et d'installations. Une technologie de commande et d'automatisation intelligente, des entraînements, compresseurs, ventilateurs ou pompes économiques ont figuré parmi les solutions classiques pour économiser de l'électricité et des moyens d'exploitation et pour accroître l'efficacité énergétique. Les moteurs performants, adaptés de manière optimale aux mouvements et aux phases d'accélération dans les machines ont réduit la consommation d'électricité. En outre, des process innovants et optimisés ont freiné la consommation d'énergie et d'eau, des concepts de machines innovants ont prolongé les intervalles de service et de maintenance ainsi que la durée de vie des équipements, ce qui a permis de consommer moins d'énergie, argumente Vera Fritsche.

Sur le salon interpack 2017 qui se tiendra du 4 au 10 mai 2017 à Düsseldorf, les visiteurs pourront s'informer par le biais de quels produits et stratégies, les entreprises souhaitent se conformer aux

**DÜSSELDORF
GERMANY
04 TO 10
MAY
2017
INTERPACK.COM**


Messe
Düsseldorf

attentes du marché. L'exposition parallèle « components – special trade fair by interpack », dont la première a eu lieu en 2014 et dont le concept a été révisé pour interpack 2017, lèvera le voile sur les nouveautés intéressantes parmi les toutes récentes technologies de production. components s'adresse avant tout aux sous-traitants de l'industrie de l'emballage et aux entreprises qui proposent les équipements d'entraînement et de commande, les capteurs, les produits destinés au traitement industriel de l'image, la technique de la manutention, le logiciel et la communication industriels ainsi que des systèmes d'automatisation complets pour les machines d'emballage. L'offre devrait également intéresser les fabricants de pièces et de composants de machines, d'accessoires et d'appareils périphériques et ceux spécialisés dans les composants et les auxiliaires pour moyens d'emballage.

Le surcyclage – une deuxième vie pour les emballages

Comme le démontre l'exemple du fabricant de smoothies True Fruits, la protection de l'environnement dans la filière des boissons est entre-temps devenue un facteur déterminant et peut même être utilisée de manière lucrative. Contrairement à de nombreux autres proposant, True Fruits conditionne ses boissons non pas dans des flacons en plastique mais dans des bouteilles cylindriques de 250 et 750 millilitres à impression céramique ; le but de ce design puriste est de communiquer des valeurs demandées comme l'honnêteté, la pureté, le haut de gamme et la transparence. Pour que les bouteilles ne soient pas tout simplement jetées dans les conteneurs pour verre après la consommation de leur contenu, l'équipe True Fruits a réfléchi à la question de leur réutilisation. La solution trouvée est celle du surcyclage, qui consiste à réutiliser l'objet proprement dit comme matière pour un nouveau produit. True Fruits développe des embouts qui peuvent être mis facilement en place sur les bouteilles vides : jusqu'à ce jour, l'entreprise propose des

bouchons permanents, un sucrier, une salière, des distributeurs d'épices, des verseurs d'huiles, vinaigres et sauces ainsi qu'un filtre à thé. Le client réserve apparemment un bon accueil à cette combinaison de vitamines, d'extravagance et de durabilité : True Fruits compte entre temps parmi les leaders dans le créneau des smoothies.

**DÜSSELDORF
GERMANY
04 TO 10
MAY
2017
INTERPACK.COM**

Une autre démarche pour des emballages de boissons écologiques est celle du plastique bio. L'année dernière, Coca-Cola a présenté la nouvelle génération de la « PlantBottle™ » en matières premières à 100 pourcent renouvelables et a annoncé son lancement prochain sur le marché. Ces matières à base bio de ladite « First Generation » seront fabriquées au long terme à partir de biomasse, provenant de déchets de bois par exemple. Dans le cadre d'un projet de recherche, les chercheurs de l'université d'Hohenheim ont testé une autre matière première naturelle particulièrement prometteuse destinée aux bouteilles, en l'occurrence les racines d'endives, déjà utilisées pour la production de biogaz. La racine de l'endive qui est impropre à la consommation représente 30 pourcent de la plante. Les chercheurs tirent de cette racine de l'hydroxyméthylfurfural (HMF) impur qui entre dans la production des bouteilles dites PEF.


Messe
Düsseldorf

Potentiel d'innovation dans la production

D'ici que les bouteilles végétales viennent remplacer les bouteilles en PET courantes, beaucoup de travail de développement sera encore nécessaire ! Le potentiel élevé de réduction des coûts ne se limite pas seulement aux matériaux ; il concerne aussi l'équipement de production. C'est pourquoi l'industrie cherche assidûment à améliorer ses méthodes de production. Un exemple est illustré par la fabrique de thé de l'entreprise turque Dogus Cay d'Izmir équipée par la société Kronos. Au site d'Izmir/Ödemis, elle a en effet mis en

service en 2015 une installation NitroHotfill de Kronos dont le rendement atteint 22 500 boîtes à l'heure. Un an après sa mise en service, l'équipe Kronos a procédé sur place à un essai pour améliorer le système d'air comprimé. À l'issue d'une mise à jour et d'une optimisation simple de la machine de soufflage Contiform 3, l'installation est repassée en mode de fonctionnement normal. Une marche d'essai a permis d'atteindre des résultats exceptionnels, comme l'avance l'entreprise : sans ne rien changer à la qualité des boîtes, la mesure prise a permis de réaliser des économies de consommation d'air comprimé de 44 pourcent. La mise à jour contribue à économiser quelque 40 000 euros par an pour une durée de fonctionnement de la machine de 6 000 heures par an.

**DÜSSELDORF
GERMANY
04 ^{TO} 10
MAY
2017
INTERPACK.COM**

L'entreprise KHS de Dortmund montre aussi que le potentiel d'innovation des installations de production est loin d'être épuisé. Pour la fabrication de ses bouteilles PET, l'entreprise Mineralbrunnen Teinach GmbH utilise depuis 2007 la machine d'étirage-soufflage InnoPET Blomax Série III de KHS. C'est pour réduire la consommation d'énergie de l'installation que les experts KHS ont transformé le caisson de chauffe où sont chauffées les préformes PET en vue de la prochaine étape, celle de l'étirage-soufflage. Résultat : Mineralbrunnen Teinach est ainsi parvenue à une économie d'énergie de plus de 40 pourcent. Concrètement, ces économies auraient été obtenues grâce à des nouveaux réflecteurs en céramique moderne et à une géométrie parfaitement adaptée dans le caisson de chauffe, comme l'a expliqué Frank Goebel, Head of Service Engineering chez KHS. Les propriétés physiques des éléments en céramique ont amélioré la répartition de l'énergie de manière très positive en raison de la construction spéciale ; il faut donc moins d'énergie pour chauffer les préformes. Les réflecteurs et les diffuseurs à infrarouges sont d'autre part conçus de manière à ne pas chauffer inutilement la zone fragile du filetage de la bouteille.


Messe
Düsseldorf

Le refroidissement de cette zone peut être réduit, ce qui permet en plus à Mineralbrunnen Teinach de consommer moins d'énergie. « En raison de la plus grande efficacité, il est souvent possible de raccourcir le trajet de chauffe », déclare Frank Goebel. Si le four a besoin de moins d'éléments de chauffe, la consommation d'énergie des diffuseurs à infrarouges baisse également.

Photos accompagnant le texte :

Photo 1 :

Marque prestige : evian est en plein dans la tendance avec ses bouteilles individuelles. (Photo : Danone Waters)

Photo 2 :

Diversité : la capsule de la bouteille de smoothie de True Fruits peut être dévissée et remplacée par une salière ou un filtre à thé. Les clients apprécient le surcyclage. (Photo : True Fruits)

Photo 3 :

Unicité : l'impression directe des bouteilles est un moyen efficace pour éveiller l'intérêt des clients avec des motifs customisés. (Photo : KHS)

Photo 4 :

Économie d'énergie : les machines de production modernes comme la Contiform AseptBlock de Kronen accroissent l'efficacité car elles réclament toujours moins d'énergie et moins d'eau. (Photo : Kronen)

Photo 5 :

Trois en une : avec la KHS InnoPET TriBlock, KHS a lancé sur le marché une solution de remplissage et d'emballage pour bouteilles en PET, qui comprend une machine d'étirage-soufflage, une étiqueteuse et une remplisseuse. (Photo : KHS)

Vous trouverez les photos qui correspondent à l'article spécialisé en ligne à l'adresse :

www.interpack.de > Presse Service > Pressematerial > Fachartikel

Bureau de presse Packaging and Processing Portfolio

Sebastian Pflügge

Apostolos Hatzigiannidis (Assistance)

Tél. : +49 (0) 211/4560-464/-544

Fax : +49 (0) 211/4560-8548

Courriel : PflueggeS@messe-duesseldorf.de,

HatzigiannidisA@messe-duesseldorf.de

**DÜSSELDORF
GERMANY
04 ^{TO} 10
MAY
2017
INTERPACK.COM**