

interpack 2017 : article spécialisé n° 2

Emballages de confiseries et de produits de boulangerie-pâtisserie : se faire remarquer – mais pas à tout prix

La consommation de confiseries et de produits de boulangerie-pâtisserie est certes en hausse constante mais les consommateurs ne sont pas en reste pour ce qui est de leurs exigences. Ils souhaitent non seulement être convaincus par le goût de ces produits mais aussi que les emballages répondent à leurs attentes toujours plus poussées : si l'emballage doit être extravagant et offrir des fonctions supplémentaires, sa production se doit aussi d'être écologique. Ceci contraint les fabricants de confiseries et de produits de boulangerie-pâtisserie à la créativité et à l'efficacité. La bonne nouvelle est que les producteurs d'emballages et les constructeurs de machines peuvent apporter ici leur soutien en proposant des solutions d'emballages moins gourmandes en matériaux et des lignes de production plus efficaces.

Que ne ferait pas l'industrie des confiseries pour convaincre les consommateurs de leurs produits ! Désormais, il ne suffit plus d'emballer chocolats et autres gourmandises de manière appétissante et de faire du goût le facteur de choix pour tel ou tel produit. Pour appâter les consommateurs, les fabricants n'hésitent pas aujourd'hui à sortir le grand jeu : des vidéos et spots de courte durée sur le produit, que les consommateurs peuvent regarder pendant sa dégustation, comptent parmi les nouvelles tendances. Le géant de l'agro-alimentaire Nestlé est un des précurseurs du dit « Snackertainment » pour lequel le monde réel et le monde numérique ne font plus qu'un. Dans le cadre d'une campagne de marketing menée avec Google, autre géant dans le monde du Web, Nestlé a fait imprimer des codes QR sur les emballages

**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

 Ausstellungs- und
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

rectangulaires rouges de la barre chocolatée KitKat, codes qui mènent droit à la propre chaîne YouTube de la marque : « YouTube my Break ». Là, les consommateurs sont distraits de manière très diversifiée et ainsi liés au produit de manière astucieuse.

L'action a pour particularité d'avoir supprimé le logo frappant et repère de la marque KitKat au centre de l'emballage de l'édition spéciale afin que YouTube puisse occuper la place centrale. D'autre part, après avoir déjà été baptisé Cupcake, Donut, Eclair, Froyo, Gingerbread, Honeycomb, Ice Cream Sandwich et Jelly Bean, le système d'exploitation Android de Google prend pour la toute première fois le nom d'une marque, en l'occurrence KitKat. Le fait que Nestlé ait dû payer gros pour obtenir ce privilège n'est plus un secret pour personne dans la branche. Le groupe souligne ainsi ce que les experts et les analyses ne cessent de constater depuis un certain temps : l'emballage, messenger de la marque, revêt aujourd'hui une importance primordiale – justement dans le domaine des confiseries. « La diversité des produits augmente, la concurrence se durcit. Quiconque souhaite avoir du succès sur le marché des confiseries doit soigner la présentation de son produit », affirme Torben Erbrath de la Fédération allemande de l'industrie de la confiserie (BDSI).

Cela est d'autant plus valable que le choix des friandises et des produits de boulangerie-pâtisserie aux points de vente ne cesse de grandir. Les produits traditionnels en vente depuis de nombreuses années déjà sont de plus en plus fréquemment complétés par des variantes sans sucre ou à teneur réduite en sucre et en matières grasses. L'offre de friandises adaptées à une alimentation végétarienne ou végane croît également. Presque tous les supermarchés proposent d'autre part des confiseries sans gluten et sans lactose ou encore halal ou kascher. D'après les indications

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


Messe
Düsseldorf

fournies par la Fédération BDSI, une offre toujours plus différenciée et un grand choix de variantes de goût sont également proposés dans le domaine des produits à grignoter – qu'il s'agisse de noix et noisettes, de snacks frits ou encore d'en-cas salés cuits au four. « Cette grande diversité permet à chaque consommateur de trouver le produit qui lui convient », ajoute Torben Erbrath. « L'emballage aplanit la voie qui mène au chariot. » Les concepteurs d'emballages se voient ainsi confrontés à une mission difficile : ils doivent faire connaître la friandise par des slogans percutants, si possible à l'échelle multi média, et les mettre en scène dans les rayons avec des couleurs et des formes hors du commun.

Dans la lutte pour la présence, il y va toutefois de ne pas tomber dans l'excès. Car le recours excessif aux matériaux et donc aux ressources est mal vu par le consommateur. « Les clients attachent de plus en plus d'importance à la minimisation de leur empreinte écologique. De plus, ils manifestent fortement le désir de consommer des produits alimentaires sains et ultra frais, dont l'emballage doit en même temps être extrêmement pratique et esthétique », précise Andreas Steinle de l'Institut de l'avenir (Zukunftsinstitut), une usine à penser à l'échelle des tendances et de l'avenir. L'industrie devrait non seulement renoncer à des emballages trop ostentatoires et à la production coûteuse pour des raisons écologiques mais aussi pour les coûts qu'ils engendrent. En effet, le prix des matières premières comme le lait, le cacao et le sucre augmente et l'énergie et les matériaux d'emballages deviennent de plus en plus chers.

Pour fidéliser les consommateurs qui souhaitent des marchandises produites de manière durable et pour que les coûts des matériaux et de la production n'exploient pas, l'industrie n'a pas le choix : elle doit économiser des matériaux, éviter surtout les emballages trop débordants et produire en consommant moins d'énergie. Des analyses effectuées par la société de conseil internationale

pacprojet révèlent que le dit down-sizing des matériaux est tout à fait possible. L'entreprise a par exemple examiné de plus près les emballages historiques des barres de muesli Corny bien connues et constaté que le film d'aluminium barrière dont se compose l'emballage de ces barres n'a cessé d'être réduit au cours de ces 30 dernières années pour finir par être remplacé par un nouveau composite barrière sans répercussions négatives sur le produit. « Même sans protection barrière intégrale, la barre Corny était encore d'un très bon niveau de qualité à la fin de sa date limite de consommation. Cette constatation a soulevé la question de savoir si les films actuels ne contribueraient pas à plus de protection et de barrière que ce que les barres céréales ont réellement besoin », précise Alexander Witt, ingénieur spécialisé dans les emballages chez pacproject.

Les alternatives aux matériaux d'emballage classiques comme l'aluminium et le plastique gagnent déjà de plus en plus de terrain sur le marché. Sous l'appellation Greenbox, la société Bionatic a mis au point un premier assortiment de quelque 250 solutions d'emballages issus de matières premières renouvelables ou recyclées comme le bois, la cellulose, le bioplastique et la feuille de palmier. Beaucoup de ces solutions seraient biodégradables ou écologiques à leur incinération, à en croire le fondateur de Bionatic, Robert Czichos. Quant à la production, elle serait simple : « Pour qu'une feuille devienne un emballage, elle doit tout d'abord être nettoyée à l'eau et sous haute pression. Sa forme lui est ensuite donnée dans une presse mécanique sous l'action de la pression et de la chaleur. Il s'agit en quelque sorte d'un emboutissage profond. Vient ensuite la finition qui consiste à rectifier les chants et à polir les surfaces. Un point c'est tout. »

En attendant, les chercheurs visent d'autres matériaux alternatifs. L'institut IVV (Fraunhofer-Institut für Verfahrenstechnik und Verpackung) se penche, dans le cadre du projet ThermoWhey, sur

un procédé de fabrication de revêtements barrières à partir de protéine de petit-lait qui remplaceraient les revêtements polymères huileux conventionnels. Le petit-lait offre un avantage : ses composants peuvent prolonger de manière naturelle la durée de conservation des produits alimentaires. Mais le petit-lait craint la chaleur et les chercheurs doivent donc trouver d'abord une formulation de revêtement qui puisse aussi être traitée à des températures élevées.

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

Beaucoup d'autres innovations dans le domaine des emballages pour confiseries et produits de boulangerie-pâtisserie seront présentées sur interpack 2017 qui se tiendra du 4 au 10 mai à Düsseldorf. 2 700 exposants sont attendus ; 1 000 d'entre eux ont fait de la filière des confiseries leur cible pour leurs produits et services – l'offre sera donc à la hauteur de cette participation. Les constructeurs de machines seront aussi à Düsseldorf avec de nombreuses innovations. « Une utilisation responsable des ressources naturelles et une exploitation respectueuse de l'environnement revêtent une grande valeur aux yeux des fabricants de machines à produits alimentaires et de machines d'emballage. Ils savent que des process de production durables ont de l'importance pour leurs clients », ajoute Vera Fritsche, conférencière de la Fédération professionnelle des machines pour produits alimentaires et machines d'emballage au sein du VDMA.


Messe
Düsseldorf

De nombreuses possibilités d'optimisation existent encore dans la production des confiseries. La technologie de la commande et de l'automatisation intelligentes, les entraînements, les compresseurs, les ventilateurs ou les pompes économiques font partie des solutions classiques qui contribuent à économiser du courant et des consommables et à accroître l'efficacité sur le plan énergétique. Des moteurs efficaces et optimalement adaptés aux mouvements et aux accélérations des machines ont réduit la consommation de courant. D'autre part, des process innovants et optimisés ont

abaissé la consommation d'énergie et d'eau, des concepts de machines innovants ont prolongé les intervalles de service et d'entretien ainsi que la durée de vie des équipements, ce qui a permis d'économiser de l'énergie, comme l'a souligné Vera Fritsche.

Le constructeur d'installations Bühler implanté en Suisse figure parmi les protagonistes de solutions de transformation efficaces et s'est fixé pour objectif de réduire encore au moins de 20 % le besoin en énergie de tous ses process clés d'ici à 2020. « Nous pourrons ainsi accroître l'efficacité énergétique de nos produits tout en contribuant à la protection de l'environnement », prédit Ian Roberts, technicien en chef du Groupe. Pour lui, l'aspect central se situe au niveau de la productivité, dans le raccourcissement de la durée des cycles par exemple. De plus, Bühler intensifie ses efforts pour améliorer l'efficacité énergétique des installations déjà en service chez ses clients. Ainsi, la fabrication du chocolat est très complexe et coûteuse en raison des nombreuses étapes de la production comme le nettoyage, la torréfaction, l'élimination des bactéries, le concassage et la mouture des fèves de cacao. Bühler promet de réduire de 65 % les coûts énergétiques de la transformation du cacao, à condition que ses clients utilisent l'Energy Audit gratuit de l'entreprise et que sa nouvelle technologie d'incinération des coques de fèves soit utilisée. S'agissant de l'audit, il y va de détecter les pertes d'énergie dans le process de fabrication. Plutôt que d'éliminer directement les coques, le nouveau système d'incinération utilise l'énergie qu'elles fournissent pour torréfier les fèves et éliminer les bactéries – cette mesure évite d'avoir à acheter de l'énergie pour la chauffer.

Theegarten-Pactec ne lésine également pas sur les moyens pour faire avancer les solutions machines qui permettent aux clients de réaliser des économies de coûts. L'entreprise se concentre ici entre autres sur le sujet Industrie 4.0, c'est-à-dire sur la numérisation de la production et une meilleure communication entre l'homme et la

machine et de machine à machine à l'aide d'un tout nouveau logiciel. « Rendre les process de production transparents, tenir toujours disponibles les données importantes, analyser ces données correctement et, au final, prendre les mesures qui s'imposent sont des aspects à la source d'un grand potentiel d'accroissement de l'efficacité », conclut Markus Rustler, le directeur de Theegarten. C'est dans ce but que l'entreprise s'est lancée dès 2011 dans la révision de son interface utilisateurs et du traitement des données qui en dépend pour les opérateurs et le management. « Nous avons ainsi créé une plateforme qui rend la performance de nos installations plus transparente. De ce fait, les pertes d'efficacité peuvent être mises en corrélation avec le temps, la température ambiante ou d'autres paramètres, et la localisation des dérangements et les remèdes peuvent être soutenus », ajoute Markus Rustler. D'autre part, le soutien intuitif des process d'entretien et de nettoyage a été optimisé, en ce sens que la machine signale d'elle-même les intervalles de service et d'entretien. L'automatisation et la numérisation procurent l'avantage que les machines enchaînées en termes de technique de communication peuvent être commandées par peu d'opérateurs, voire même par un seul. Et en intégrant l'interface utilisateurs à des appareils terminaux mobiles, les données des machines peuvent être appelées et traitées partout dans le monde, affirme Markus Rustler.

L'entreprise suisse Knobel Maschinenbau, le spécialiste des machines de fabrication de chocolat, aide les fabricants à économiser des coûts d'une autre façon. Elle propose des installations, c'est-à-dire les installations de mise en tablettes, les machines de coulée et autres équipements, selon le principe de la modularité, ce qui permet aux clients de concevoir leur production pas à pas et, si cela est nécessaire, de la convertir ponctuellement à d'autres segments. Ces mesures sont le gage d'une grande

flexibilité et permettent de passer de manière rapide et efficace à d'autres produits. Les temps d'équipement rapides ainsi obtenus peuvent aussi être mis sur le compte de l'intégration facile des nouvelles machines au système opérationnel par le biais de la méthode Plug-and-Play, dit-on chez Knobel.

Les constructeurs de machines ont tenu compte des exigences des fabricants de confiseries et de produits de boulangerie-pâtisserie en développant de nombreuses nouveautés visant à accroître l'efficacité. Ils ont donc le choix, non seulement pour ce qui est des matériaux d'emballage à disposition mais aussi pour la modernisation de leurs lignes de production. interpack est pour eux l'occasion de s'informer avec précision sur ces innovations.

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

Photos accompagnant le texte :

Photo 1 :

Quoi prendre ? Le choix de produits est immense. Les marques et les articles dont l'emballage est prégnant sont les mieux cotés. (Photo : Bosch)

Photo 2 :

Pratique : Des emballages astucieux sont indispensables pour les confiseries et les produits de boulangerie-pâtisserie présentés de manière appétissante. (Photo : Bosch)

Photo 3 :

Qualité plus quantité : les lignes de production modernes produisent du chocolat et des confiseries de manière fiable et rapide. (Photo : Bühler)

Photo 4 :

Efficace : dans la production du chocolat, il convient tout d'abord de traiter les fèves de cacao. Des installations qui permettent d'économiser de l'énergie sont ici demandées. (Photo : Bühler)

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

www.interpack.com > Press > Technical Articles

Bureau de presse Portefeuille Packaging and Processing

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**


Messe
Düsseldorf