

PAP'ARGUS

les marchés des papiers et cartons

Janvier 2022



386



GRAND RETOUR TENDANCE
DU PAPIER ET DU CARTON

14

DIX IDÉES D'INVESTISSEMENT ET DE DÉVELOPPEMENT



4 La Parole à

VINCENT ISSELIN, BUSINESS DIRECTOR FRANCE DE GPA GLOBAL

12 Substitutions

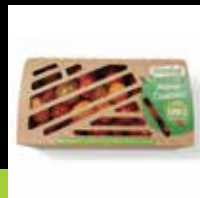
LA RECHERCHE DES MATÉRIAUX ÉCO-VERTUEUX

18 Éclairage

LES ENJEUX ET DÉFIS POUR LE CARTON SELON WINFRIED MUEHLING, DG DE PRO CARTON

26 À suivre

LOI AGECE : CE QUI A CHANGÉ LE 1^{ER} JANVIER POUR L'EMBALLAGE





LA ROCHETTE CARTONBOARD
PAPETERIE TECHNIQUE EN SAVOIE



Le spécialiste de la fabrication de carton plat à base de fibres vierges • www.larochette-cartonboard.com • +33 (0)4 79 65 32 00

Un savoir-faire local pour un rayonnement à l'international

Ancrée dans le territoire local, l'entreprise est fière de son patrimoine savoyard, notamment en cultivant un partenariat étroit avec le tissu économique local.

« Entre la filière d'approvisionnement en bois, les transporteurs et les différents sous-traitants, le site industriel contribue à faire travailler plus d'un millier de personnes. »

Des produits de qualité au service de vos futurs projets

Nous nous engageons à fournir à nos clients le meilleur service et la meilleure qualité. Pour atteindre cet objectif, nous agissons de manière durable, en équilibre avec la nature et en nous concentrant sur nos ressources d'origine locale.

La Rochette Cartonboard SAS
23 Avenue Maurice Franck
73110 Valgelon – La Rochette, France





ÉDITO

UNE TRINITÉ PAS SAINE DU TOUT

Ni sainte, ni saine que cette trinité - hausse des prix, difficulté d'approvisionnement et pénurie de personnel! Les Cassandre nous l'avaient promis mais nous étions tous à nous complaire dans l'observation béate du formidable redressement économique: la surchauffe nous guette. Notre trinité provoque des signes qu'on connaît bien, ils ont noms inflation, hausse des coûts salariaux, baisse des marchés boursiers... Il semble bien qu'on y soit... Que cela ne nous détourne pas de notre chemin: le plus urgent est de remettre les économies dans le bon sens, et si nous retrouvons de la richesse alors la surchauffe ne fera pas trop de dégâts collatéraux, sinon, les classes populaires et les classes moyennes verront leur pouvoir d'achat s'étioler et la croissance fléchira. Le tout est de ne pas en profiter pour retomber dans nos travers. La décarbonation, par exemple, doit rester un enjeu. Une utilisation raisonnée des matières premières aussi. Un partage Nord-Sud plus équilibré itou. On a tôt fait de s'occuper d'abord de soi quand ça va mal. Ne nous laissons pas ré-entraîner dans cette spirale. Le secteur du papier-carton a montré qu'il avait son rôle à jouer dans cette vision plus éco-friendly. Ne l'oublions pas.

Jean Poncet

◆
"Le secteur du papier-carton a montré qu'il avait son rôle à jouer dans cette vision plus éco-friendly."

L'Observatoire des prix qui contient les prix, cours et indicateurs et les commentaires qui en facilitent la compréhension et l'anticipation est désormais un cahier séparé. Selon votre abonnement, vous le recevrez en même temps ou le trouverez sur le site www.pap-argus.com grâce à votre accès réservé.

ÉDITO	→ 3
LA PAROLE À...	→ 4
Vincent Isselin, Business Director de GPA Global	
SIGNES & TENDANCES	→ 6
Sunibarrier by Guyenne Papier: l'alternative au plastique!	
Riccobono rachète les activités de portage du groupe Figaro	
Les achats en ligne de plus en plus plébiscités, y compris par les seniors	
Création d'une chaire pour les emballages celluloase	
Stratus Packaging reprend Koch	
McDo fait les yeux doux... aux chats!	
Lyreco recycle ses anciens catalogues	
Les Français sont très attachés à la photo	
Avec 85 millions d'exemplaires écoulés, la BD a battu des records en 2021	
Un emballage carton pour vélo qui se plie en quatre!	
Une première librairie ouvre dans le metaverse!	
Les 4 atouts du sac en papier	
Labelys rachète Olymp'Etiquette	
Global Hygiène reprend la Papeterie de Bègles	
L'étiquette progresse!	
Les papiers-cartons récupérés sont reconnus comme matières premières	
SUBSTITUTIONS	→ 12
La recherche des matériaux éco-vertueux	
PERSPECTIVES	→ 14
10 idées d'investissement dans le papier-carton	
ÉCLAIRAGE	→ 18
Interview de Winfried Muehling, DG de Pro Carton:	
«Penser à la recyclabilité, c'est une nouvelle manière de concevoir un emballage»	
INNOVATIONS ET NOUVEAUTÉS	→ 23
À SUIVRE	→ 26

Ce qui a changé pour les emballages au 1^{er} janvier 2022

386

OURS n° 386

www.pap-argus.com
4 rue de la Chaussée - 14600 Honfleur - Tél. : 02 31 98 82 65 - Fax : 02 31 98 69 34

Fondatrice : Ghislaine G. Bléry
Directeur de la publication : Philippe Mingori - Commission paritaire : n° 0224T89908 - NAF : 5813Z - Dépôt légal : 1^{er} trimestre 2022 - ISSN 1286 - 2827
11 numéros par an - Impression : ACAT LE HAVRE - 2 rue de Valmy - CS 70781 - 76086 LE HAVRE CEDEX
Pap'Argus est édité par MP Paradis, sarl de presse au capital de 23 963 € - 66 avenue des Champs Elysées - 75008 PARIS - RCS Paris 490 460 854
Rédacteur en chef : Jean Poncet, jean.poncet@mpmedias.com - Rédaction : Caroline Cauchois, c.cauchois@mpmedias.com - Christelle Magaud, c.magaud@mpmedias.com - Laetitia Tardy (Data), l.tardy@mpmedias.com
Publicité : 02 31 98 82 65 - Alicia Collins : 06 65 21 37 11 - a.collins@mpmedias.com
Maquette : Hélène Ganachaud - ganachaudh@gmail.com

Abonnements : Sylvie Hubert - s.hubert@mpmedias.com
France : 479 euros TTC (1 an - accès site + lettres électroniques + magazines) - Prix au n° : 52 euros TTC

Chaque mois, retrouvez dans cette rubrique **La parole à...**, l'avis d'un grand acteur du secteur des papiers et cartons.

•• Vincent Isselin, Business Director de GPA Global ••

LE PACKAGING, FER DE LANCE D'UN LUXE DURABLE, DEMANDE UNE APPROCHE HOLISTIQUE

Le sommet de la Terre à Rio en 2012 a marqué le départ d'une profonde transformation de l'industrie du luxe, pressée par ses consommateurs, dont plus de 60 % indiquaient déjà avant la crise sanitaire, « préférer une marque soucieuse de son impact social et environnemental ». Fer de lance du luxe durable, le packaging est porté par un élan innovateur sans précédent. Regards de Vincent Isselin, Business Director France de GPA Global.*

L'image, et donc l'exposition de la marque, dont le packaging est le premier ambassadeur, sont une priorité. C'est la raison pour laquelle, au-delà d'un cadre réglementaire posé, notre première responsabilité est d'incarner intrinsèquement les valeurs écologiques plutôt que de les considérer comme faisant partie du cahier des charges. Concrètement, c'est instaurer un état d'esprit -partagé par les équipes- pour concevoir dès son origine, un packaging vertueux, que l'on pourra mesurer et faire évoluer dans le temps pour l'améliorer (Analyse du cycle de Vie - ACV). Cela passe par une organisation et des méthodes adaptées à cet objectif. Que ce soit pour le sourcing matière, la conception et la transformation, la fin de vie du produit et bien sûr, son lieu de production, aujourd'hui c'est la considération de cet ensemble qui nous anime.

L'enjeu est de proposer un packaging dont l'analyse du cycle de vie (ACV) est établie dès sa conception, et suivie par la suite. Le critère de

la proximité entre bien sûr dans cette ACV. Il est aujourd'hui renforcé par un environnement où les marques doivent être agiles pour (ré)approvisionner leurs marchés. Cette réactivité nécessaire des marques vis à vis de leurs marchés, et donc la nôtre vis à vis d'elles, est un facteur déterminant. Elle implique de pouvoir offrir les outils de production adéquats, localement. C'est le choix que fait GPA Global depuis l'origine, et qui est encore démontré par l'acquisition récente de Southern California Graphics aux Etats-Unis et d'ASG en Pologne. Notre volonté est de dupliquer les mêmes technologies sur chacun de nos marchés.

“ L'enjeu est de proposer un packaging dont l'analyse du cycle de vie (ACV) est établie dès sa conception, et suivie par la suite.”

D'autres facteurs sont à prendre en considération. On peut considérer les intrants tels que les colles et encres, respectivement disponibles à base d'eau et de soja, ou encore les options de matériaux recyclés, recyclables, renouvelables, compostables, biodégradables, qui se multiplient. Les technologies également. Certains matériaux historiques, telle la pulpe, s'ennoblissent et



offrent des qualités de finition inédites, en plus d'être polymorphes. C'est ce que nous avons voulu démontrer à travers la collection Eco-Logic. La collection Eco-Logic, en pulpe** pressée est compostable et biodégradable. Elle conjugue la recyclabilité de ses composants, l'optimisation des découpes, l'utilisation de colles à base d'eau et d'encres à base de soja, et des décors également biodégradables: revêtement soft touch mate; Revêtement poudre semi-brillant; Laminage résistant à l'eau; Laminage texturé; Laminage au grain de bois; Flocage velouté; Revêtement à base d'huile effet plastique. Embossage/ Débossage; Sérigraphie; Marquage à chaud.

Cette collection illustre bien la démarche de GPA Global. Une approche holistique, c'est ça la clé!

* Etude BCG Avril 2019. <https://www.bcg.com/fr-fr/press/april17-france-press-release>

** La pulpe est un matériau fabriqué à partir de papier recyclé ou de fibres naturelles mélangées à de l'eau et pressées: bagasse, bambou, paille de blé, papier journal, Carton ondulé (OCC), papier.

Pour aujourd'hui et pour demain



Ensemble nous construirons un monde plus durable

A travers notre modèle économique circulaire et nos solutions d'emballages recyclés et 100 % recyclables, nous contribuons à la fois aux défis de durabilité auxquels nous sommes confrontés aujourd'hui et à ceux qui auront un impact sur les générations futures. Une autre façon de repenser l'emballage d'un monde qui change.
www.dssmithpackaging.fr

#PackagingStrategists



Avenir

Sunibarrier by Guyenne Papier : l'alternative au plastique !

→ La tendance est au papier barrière. Entendez par là un papier qui sublime les propriétés fondamentales du papier pour lui donner les mêmes caractéristiques que les produits plastiques, à savoir barrière à l'eau, à la vapeur et aux graisses. Autrement dit, donner des propriétés filmogènes au papier et des propriétés comparables au film plastique, avec une empreinte carbone proche de zéro. C'est à cette

tâche que s'attelle Guyenne Papier que dirige Céline Procop. L'enjeu : créer un emballage alimentaire qui protège et fasse barrière (à la vapeur d'eau, aux graisses et à l'humidité), et soit recyclable à plus de 95 %. Guyenne Papier collabore actuellement avec des partenaires industriels pour leur fabriquer des produits concrets. Sortie prévue de la nouvelle gamme baptisée Sunibarrier ? Cette année !

LE GRAND REMPLACEMENT

...des emballages plastiques



Thermoscellable
Sans résine fluorée
100% Biosourcé
Sans PVA

Barrière à :
Humidité | Vapeur d'eau | Graisse



Imprimerie

Riccobono rachète les activités de portage du groupe Figaro

→ Riccobono démarre 2022 sur les chapeaux de roue en reprenant les activités de portage du groupe Figaro, qui représentent un volume d'affaires de 5 à 10 millions d'euros. En l'espace de quelques mois, Riccobono s'est considérablement étoffé, avec la reprise en octobre dernier de la filiale de distribution Proximity et en novembre de France Routage et Sodicom. A date, l'ensemble du groupe, fondé il y a 121 ans, compte quelque 2800 collaborateurs et réalise 250 millions de chiffre d'affaires par an. Ses activités d'impression de



la presse quotidienne représentent près de 35 % de ses revenus.

E-commerce

Les achats en ligne de plus en plus plébiscités, y compris par les seniors



→ La dernière étude de marché sur les tendances d'achat et d'emballage du commerce électronique en Allemagne et en Pologne, commandée par Mondi, montre que les consommateurs de tous âges continuent d'acheter en ligne et sont favorables aux emballages de commerce électronique «verts». Une bonne nouvelle pour notre filière ! En plus des acheteurs en ligne réguliers de tous les groupes d'âge, on note une augmentation de la génération d'acheteurs seniors. Pour des raisons de sécurité (41 % des répondants), pour plus de commodité (39 %), pour acheter des choses qui ne sont pas disponibles localement (45 %) et pour avoir une meilleure vue d'ensemble des marques et des offres (52 %). Une autre tendance ressort de l'enquête : la préférence des consommateurs pour les emballages pratiques et durables. Une forte majorité des personnes interrogées souhaite que les emballages soient réutilisables pour les retours (79 %), facilement pliables (69 %) et recyclables (82 %). Près de la moitié des consommateurs interrogés (48 %) seraient ainsi prêts à payer jusqu'à trois euros supplémentaires pour recevoir leurs achats en ligne dans un emballage respectueux de l'environnement.

SIGNES & TENDANCES

Formation

Création d'une chaire pour les emballages cellulose

→ La fondation Grenoble INP vient de lancer, en partenariat avec plusieurs industriels (DS Smith Packaging France (fabricant d'emballages durables), Ahlstrom Munksjö (non tissés et papiers de spécialités), Alphaform du groupe Guillin (cellulose moulée), et Citeo (entreprise à mission pour la réduction de l'impact environnemental des emballages et des papiers) une chaire d'enseignement et de recherche. Son nom: Cellulose Valley. Son objectif est de concevoir de nouveaux emballages à partir de la cellulose, dont certains pourront représenter des alternatives aux plastiques. La Chaire est hébergée par

Grenoble INP - Pagora, UGA, école internationale du papier, de la communication imprimée et des biomatériaux, et le Laboratoire Génie des Procédés Papetiers (LGP2). Côté recherche, la Chaire se focalisera sur l'obtention de matériaux à base de cellulose, donc biosourcés, recyclables et biodégradables tout en ayant les propriétés mécaniques/barrières des emballages. Côté formation, Cellulose Valley favorisera la formation d'ingénieurs responsable, grâce aux échanges et réflexions sur la cellulose et son utilisation entre les entreprises partenaires, les élèves-ingénieurs, les doctorants et les étudiants de Masters de Grenoble INP.



Rachat

Stratus Packaging reprend Koch

→ Le groupe Stratus Packaging, l'un des leaders français des étiquettes adhésives, sleeves et IML, poursuit son développement européen et reprend Koch, le spécialiste suisse de l'étiquette adhésive. Présent en Suisse depuis 2014, Stratus Packaging renforce ainsi sa position dans la Confédération helvétique tout en accédant à un site stratégique pour ses clients européens. Pour Isidore Leiser, fondateur et Pdg de Stratus Packaging, cette acquisition s'inscrit dans «notre ambition de construire un groupe de référence sur toutes les solutions d'impression, tout en bénéficiant du savoir-faire historique de Koch dans les finitions de haute qualité». Koch réalise un chiffre d'affaires de 10 millions de francs suisses (soit 9,5 millions d'euros) avec un effectif

de 38 personnes. Fort désormais d'un chiffre d'affaires de plus de 60 millions d'euros et d'un effectif de plus de 350 personnes, Stratus Packaging devient un acteur de référence du marché de l'étiquette adhésive en Europe. Le groupe basé à Viriat (Ain) est présent sur l'ensemble du territoire avec 7 sites de production.



PAP'ARGUS

les marchés des papiers-cartons
EN LIGNE

**TOUS LES JOURS,
L'ACTUALITÉ DES
MARCHÉS DES
PAPIERS ET
CARTONS DANS
VOTRE MESSAGERIE,
POUR
COMPRENDRE
UN MONDE
QUI CHANGE**

**Ou recevez avec
votre magazine
le cahier
L'OBSERVATOIRE
DE PRIX
qui présente les
dernières évolutions
des prix, indicateurs
et indices du mois.**

**Pour être sûr de recevoir
la lettre quotidienne,
le magazine Pap'Argus ou
L'Observatoire de Prix,
contactez Sylvie Hubert
par email
s.hubert@mpmedias.com
ou par téléphone au
02 31 98 82 65**

Emballage

McDo fait les yeux doux... aux chats !

→ En Chine, McDonald's a lancé un menu avec une boîte à burger taille XXL... qui se transforme en niche pour votre chat. En édition limitée et à monter soi-même ! L'initiative a fait un tabac ! Les clients se sont rués dessus. Et ce n'est pas un hasard. Le marché chinois des animaux de compagnie est en nette augmentation. Les marques l'ont bien compris !



8ème art

Les Français sont très attachés à la photo !

→ La preuve avec ce sondage réalisé par Opinionway pour Photobox qui révèle que 76 % des Français impriment leurs photos. Cette tendance est particulièrement forte chez les jeunes : 90 % des 18-24 ans (9 sur 10 pour la génération Z) et 82 % des 25-34 ans (génération Y/millénaux) impriment leurs photos. Ils sont par ailleurs respectivement 22 % et 14 % à affirmer imprimer davantage leurs photos depuis le début de la pandémie de Covid-19, contre 7 % en moyenne toutes catégories d'âges confondues. En moyenne, l'impression de photos sert majoritairement à créer des livres photos (46 %) et ensuite à les afficher ou les encadrer (35 %).

Recyclage

Lyreco recycle ses anciens catalogues

→ A l'heure de la publication de son catalogue général 2022, Lyreco, leader européen dans la distribution de produits et de services pour l'environnement de travail, lance une vaste opération de collecte de ses anciens catalogues auprès de ses clients en France. Le distributeur espère ainsi réinjecter près de 200 tonnes de papier dans l'industrie. Un geste notable vis-à-vis de l'environnement mais aussi au regard d'une industrie papetière qui peine actuellement à s'approvisionner en matière première. Tout au long du mois de janvier et jusqu'au 28 février, les clients peuvent ainsi remettre les anciens catalogues aux chauffeurs-livreurs de Lyreco lors des tournées de livraison quotidiennes. Elaborés à partir d'un papier 100 % recyclé et recyclable, ces catalogues

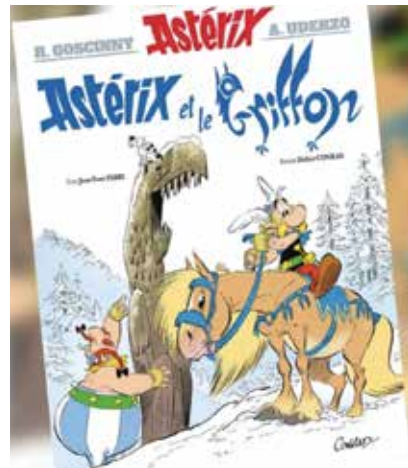


seront transformés en pulpe à papier puis réutilisés pour la production des nouveaux papiers « made in France ».

9ème art

Avec 85 millions d'exemplaires écoulés, la BD a battu des records en 2021

→ La BD fait de plus en plus d'adeptes ! Plus de 7 millions de Français ont craqué pour la BD l'an dernier ! Selon le panéliste GfK, elle devient le deuxième segment en parts de marché. 890 millions d'euros (+ 50 %) : c'est le montant des ventes de BD, qui représentent désormais un livre vendu sur quatre, un niveau jamais atteint auparavant. Autre info majeure : les mangas ont vu leurs ventes doubler en un an, et représentent désormais 55 % des bandes dessinées achetées. Bilan : ce secteur a largement profité de la pandémie.



GRAMMÈO

Plus de 3000 références de papiers



QUALILABEL
Offre papiers de spécialités



INNOVATION
Offre formats

- Innovation Couché sans bois
- Innovation Opaque
- Innovation Green
- Innovation Préprint



QUALITHÈQUE
Sélection papier pour vos magazines et publications

Contact :
01 56 88 87 00 ou
service.commercial@grammeo.com
www.grammeo.com

L'IMAGE

Un emballage carton pour vélo qui se plie en quatre !

Comment protéger correctement les vélos pendant l'expédition en utilisant uniquement des matériaux sans plastique comme le carton et le ruban adhésif ? Réponse avec la société de vélo espagnole Mordancer qui a imaginé une solution d'emballage inédite. Concrètement, les différentes pièces de carton découpées se plient et s'emboîtent intelligemment pour offrir un soutien et une protection au vélo selon les besoins. Aucune attache à glissière, plastique ou mousse n'est utilisé. Au lieu de cela, tout est 100 % recyclable par l'utilisateur final. Cela inclut le ruban adhésif à base de riz, les joints de boîtes à base de pulpe de pomme de terre et les adhésifs organiques. Même l'encre de la boîte est biodégradable et organique. Cerise sur le gâteau, le nouvel emballage a réduit le volume global !



Univers 3D

Une première librairie ouvre dans le metaverse !

→ Qui n'a pas entendu une seule fois le mot de metaverse ne vit pas sur cette planète. Cet univers numérique est tellement devenu à la mode que tout le monde en parle... Et tout le monde ou presque s'y arrache des m2 virtuels. Tous les univers sont concernés, même celui de l'édition. Ainsi, la nouvelle année démarre avec l'arrivée de Metabooks, la première librairie de Meta, le métaverse

de Facebook. C'est la librairie coréenne du Kyobo Book Center, qui est ainsi la première à ouvrir ses portes dans le metaverse. Dans les faits, il s'agit d'un espace virtuel, avec les mêmes activités sociales et culturelles qu'une librairie physique. A quelques variations près : chaque utilisateur jouit d'un double numérique (un avatar) qui évolue dans le nouvel écosystème.



Economie circulaire

Les 4 atouts du sac en papier

→ En fin d'année, un webinaire en deux volets a été organisé par Eurosac, la fédération européenne des fabricants de sacs papier à grande contenance, et Cepi Eurokraft, l'association européenne des producteurs de papier kraft pour sacs et autres emballages. Son objectif : aider les producteurs de matériaux secs et poudreux à choisir l'emballage haute performance adéquat et à avancer dans l'économie circulaire et biosourcée visée par l'UE. Le focus sur le sac en papier fait ressortir ses 4 atouts clé, le premier étant que le sac papier européen contient en moyenne plus de 90 % de matériaux biosourcés, de nombreuses solutions étant même biosourcées à 100 %. Il a également été souligné le haut niveau d'auto-suffisance énergétique de la production de papier kraft pour sacs. 77 % de tous les besoins énergétiques sont générés sur site et 89 % des combustibles sont renouvelables. La seconde qualité mise en exergue est la robustesse du papier kraft pour sacs, qui a été améliorée de 45 % ces deux dernières décennies. Ainsi, un papier d'à peine 100 g peut supporter 25 kg de matériaux. Troisième point fort du sac en papier, sa capacité de protection. Le webinaire rapporte le résultat d'une étude qui a testé la durée de conservation des sacs ciment en papier en la comparant à des sacs en polyéthylène dans des conditions de stockage typiques de 18 mois. Les deux types de sacs assuraient parfaitement une qualité et des performances conformes aux exigences de l'industrie du ciment, en offrant une protection fiable contre l'humidité. Enfin, la sécurité des consommateurs et en particulier la sécurité des matériaux destinés à entrer en contact avec les aliments constituent le quatrième avantage du sac en papier.

Étiquette

Labelys rachète Olymp'Etiquette

→ Et une entreprise de plus dans l'escarcelle de Labelys (50 millions d'euros de chiffre d'affaires), spécialiste des étiquettes adhésives, qui avait racheté en 2021 la société espagnole Satergraf, experte dans la fabrication d'étiquettes adhésives techniques et l'impression de manchons rétractables. Le groupe Labelys, soutenu par le fonds EMZ et par Bpifrance vient en effet de reprendre Olymp'Etiquette, fabricant d'étiquettes adhésives basé près de Rouen. La société (5,6 millions d'euros de chiffre d'affaires) est présente sur les marchés de l'agro-alimentaire, de la cosmétique, de la parfumerie de maison, de la chimie, et des produits industriels.....Depuis, Labelys a repris Adesa à Nîmes, l'entreprise de Brice Carugati et de sa sœur et serait en train de conclure avec Combier -Koenig à côté de Macon. La course aux 100 millions, un poids critique dans le secteur de l'étiquette semble-t-il, est on ne peut plus lancée.



Acquisition

Global Hygiène reprend la Papeterie de Bègles

→ C'est finalement le groupe bourguignon Global Hygiène, dirigé par Luc Brami, qui a signé un accord avec le groupe belge Etex pour racheter la Papeterie de Bègles. Celle-ci était fermée depuis le mois de mars 2021. Le projet du groupe français, fabricant de produits d'hygiène et d'essuyage type essuie-tout ou mouchoir a ainsi été jugé plus solide financièrement que celui

présenté par les ex-salariés de l'entreprise, fondé sur la transformation de «vieux papiers» en matériau d'isolation. Global Hygiène prévoit d'ores et déjà d'investir dans l'achat de nouvelles machines pour le site. Implantée depuis 1929 à Bègles, aux portes de Bordeaux, la Papeterie de Bègles a une capacité de production de plus de 80 000 tonnes de papiers par an.



Label

L'étiquette progresse !

→ C'est un marché qui continue d'évoluer de manière robuste malgré les problèmes d'approvisionnement. Selon la dernière enquête de l'association européenne de l'industrie des étiquettes autocollantes (Finat), il devrait cette année afficher une croissance moyenne de 5,4 %. À noter que les étiquettes numériques sont attendues en progression de 6,4 %. A ce sujet n'oubliez pas que le Forum de l'étiquette numérique

organisé par notre confrère Etiquette&Pack aura lieu le 17 mars prochain à l'Espace Saint-Martin à Paris. Contactez Jenny Khider par téléphone au 02 31 98 82 65 ou par mail j.khider@mpmedias.com pour en savoir plus et/ou vous inscrire. A cette occasion, seront remis les Trophées de l'étiquette numérique les seules récompenses en France et dans le monde dédiées uniquement aux étiquettes numériques.

Recyclage

Les papiers-cartons récupérés sont reconnus comme matières premières

→ Bien qu'ils constituent aujourd'hui la première source de fibre cellulosique de l'industrie papetière dans le monde (71,9 % en France), les papiers-cartons récupérés et triés relevaient jusqu'alors juridiquement du statut de «déchet». Pour mémoire, en 2020, 6 318 300 tonnes de papiers-cartons ont été collectées/triées en France. Cela représente un taux de

récupération de 78,8 %, soit un taux supérieur à la moyenne européenne (73,9 %). Or, un arrêté paru au JO le 19 décembre 2021 a fait perdre le statut de déchet à des papiers-cartons récupérés et triés lorsqu'ils sont : issus d'un tri permettant de répondre à des standards de qualité, prévoyant un maximum de 1,5 % de composants non-papiers ; cédés à un

tiers en capacité de les recycler. La Fédération des entreprises du recyclage (Federec) se réjouit de l'adoption de l'arrêté, qui s'inscrit dans une dynamique européenne plus globale visant à considérer les matières premières issues du recyclage comme des ressources et non plus comme des déchets contribuant ainsi au développement de l'économie circulaire.

FORUM ETIQ&PACK DE L'ÉTIQUETTE NUMÉRIQUE 2022

NOUVELLES APPLICATIONS



COMMENT L'ÉTIQUETTE NUMÉRIQUE RÉVOLUTIONNE LE MARKETING

17 MARS 2022 PARIS - ESPACE SAINT-MARTIN

**Inscrivez-vous vite pour participer à cet événement incontournable
du secteur de l'étiquette.**

Jean.poncet@mpmedias.com 06 14 27 47 70

**Et surtout n'oubliez pas de concourir aux
TROPHÉES DE L'ÉTIQUETTE NUMÉRIQUE 2022**

**Demandez votre dossier d'inscription
et adressez-nous le plus vite possible vos réalisations les plus belles,
les plus réussies, les plus inouïes !**

**Contactez Jenny Khider :
j.khider@mpmedias.com – Tél. : 02 31 98 62 85**

SUBSTITUTIONS

LA RECHERCHE DES MATÉRIAUX ÉCO-VERTUEUX

Il n'y a pas une journée sans que nous soyons mis au courant du changement de matériaux d'un emballage. Il y a bien sûr une plus forte utilisation des matières recyclées ou d'origine végétale et non fossile, il y a aussi l'utilisation du papier et du carton à la place d'une autre matière réputée, à tort ou à raison, moins vertueuse. Il y a aujourd'hui de nombreux débats sur la mesure de l'impact environnemental de l'utilisation d'une matière ou d'une autre. Ce n'est pas l'objectif de cette rubrique qui se veut surtout le témoin du mouvement profond actuel poussant à utiliser ou à utiliser à nouveau des matériaux d'origine cellulosique qu'ils soient papier ou carton.

Pap'Argus traite des marchés des papiers et cartons, il paraissait naturel que nous vous rapportions ces évolutions. Elles montrent d'une part que tout est vraiment possible techniquement et d'autre part les efforts des grandes marques de répondre à une volonté de l'opinion publique d'utiliser des emballages plus facilement recyclables. Le papier et le carton le permettent. Il nous semblait de notre devoir de vous le montrer. C'est précisément l'objectif de cette nouvelle rubrique, que vous pouvez nous aider à nourrir en nous adressant vos nouveautés ou en soumettant, sous réserve de confidentialité, vos demandes à l'ensemble des lecteurs de Pap'Argus. Merci aussi de vos messages d'encouragement.



COSMÉTIQUES : CRÉATION DES PREMIERS SACHETS EN PAPIER COMPOSTABLES À LA MAISON

Les premières pochettes de soins de la peau compostables en papier! Voici la dernière innovation de la marque britannique Proverb Skin. Précisément, ses échantillons d'essai de soins de la peau sont composés de couches de papier et de biofilm de cellulose de pâte de bois. 100 % sans plastique! Ils sont également conçus pour être compostés à température ambiante se décomposant en eau, en CO2 et en biomasse écotoxicité pour le sol. Une prouesse pas évidente, comme le reconnaît la marque, qui a expliqué que le processus de test avait duré deux ans.

CARREFOUR TESTE UN EMBALLAGE PAPIER POUR SES GALETTES

Galette emballée dans une boîte en plastique ou galette simplement insérée dans une pochette papier? Chez Carrefour, le client est roi (et la cliente est reine) et l'enseigne a fait le test auprès de ses clients. Il en est ressorti que les clients voulaient le papier tout en vérifiant la cuisson de la galette! Pour cette Épiphanie, l'enseigne a re-proposé un test à ses clients avec, cette fois: pas d'alternatives en boîte plastique et un sachet papier laissant visible la cuisson au travers d'une fenêtre plastique, le sachet restant bien entendu recyclable. Si on change d'échelle et qu'on généralise à tous les magasins ce test, Carrefour évoque un potentiel de réduction de plus de 350 tonnes de plastique. A suivre.





COTY CRÉE DES ÉTUIS À BASE DE RÉSIDUS DE SUCRE DE CANNE

Deux marques du groupe international de parfums et produits de beauté Coty, Rimmel et Bourjois, réduisent l'empreinte environnementale de leurs produits en retravaillant leur packaging secondaire. A la place d'un étui en plastique, elles adoptent un étui à base de résidus de pulpe de canne à sucre et labellisé FSC et OK compost. Le passage à cet étui va permettre d'économiser 5 tonnes de plastique.

FOCUS SUR LA NOUVELLE COLLECTION DE COFFRETS SANS PLASTIQUE ROOM SAVEURS X FAUCHON !

Ecologie rime avec gastronomie ! La preuve avec cette nouvelle collection de coffret Room Saveurs x Fauchon ! Dans le cadre de leur démarche RSE, Room Saveurs, la filiale du groupe Fleury Michon spécialiste de la livraison de plateaux-repas en entreprise, et la marque Fauchon ont décidé de faire évoluer leurs plateaux-repas. Le but : concilier luxe et respect de l'environnement. Le nouveau plateau est composé de différents matériaux : du carton recyclable pour le coffret, de la bagasse pour l'assiette (un résidu issu de la canne à sucre), de verre pour le gobelet, de l'inox pour les couverts réutilisables. Cette offre limite l'impact carbone des acheminements grâce à la réduction de 40 % du poids de leur coffret (passant de 799 grammes à 491 grammes) et un travail avec des fournisseurs locaux. Pour cette innovation, les équipes de Room Saveurs et de Fauchon ont travaillé avec un fournisseur de carton de la région Centre-Val-de-Loire ainsi qu'avec un partenaire installé près de Milan pour la fabrication des coffrets.



EN FRANCE,
LES DÉCHETS
D'AUJOUR'HUI
CRÉENT LES
EMPLOIS
DE DEMAIN.



Jean-Luc Petithuguenin,
Président fondateur du Groupe Paprec, a été
élu le 4 novembre, Industriel de l'année 2020.

10 IDÉES D'INVESTISSEMENT DANS LE PAPIER-CARTON

Le papier-carton tendance! Qui l'eût cru? Pap'Argus, qui se fait régulièrement l'écho des dernières innovations en papier et/ou en carton, a voulu aussi mettre l'accent sur la créativité que permettent ces supports. Voici 10 idées d'investissements ou d'opportunités de business dans le papier ou le carton.

1

LA BD SORT DE SA BULLE!

Le 13 janvier dernier, à l'occasion d'une vente organisée par la maison Heritage Auction, une planche originale tirée d'un Comic Book Marvel a atteint la somme record de 3,36 millions de dollars. La preuve, si besoin était, que le 9ème art... est vraiment un art. Et qu'il a bien entendu une valeur marchande. Dans les faits, le business de la vente de planche originale de bandes dessinées connaît un réel essor. Qui ne rêve pas d'un Bilal, Uderzo, Peyo, Franquin, Morris, Jacobs, Tardi, Druillet...? En 2020, les ventes - enchères, galeries, internet - ont rapporté près de 25 millions d'euros. C'était 5 fois moins il y a dix ans! Si le marché est encore neuf, il est néanmoins animé par des passionnés et se développe donc vite. Et il y en a pour tous les budgets. Car de plus en plus d'auteurs contemporains se mettent à vendre eux-mêmes leurs planches. La bande dessinée connaît un nouvel âge d'or. Le secteur s'est imposé comme l'un des plus créatifs et dynamiques du paysage culturel et des galeries commencent même à exposer les planches d'auteurs.



2

LES PUZZLES SE « JOUENT » DE LA CRISE

Selon le panéliste NPD, les ventes de puzzles ont augmenté de 2 % en 2021. Incroyable mais vrai! Ce bon vieux jouet qui date de 1760 est de nouveau tendance. Bien joué! Il est vrai que durant les confinements successifs, ces petits morceaux de carton ont occupé bon nombre de familles et séduit les parents désireux d'éloigner leurs enfants des écrans. De quoi encourager de nouveaux acteurs à s'aventurer sur ce marché, comme l'éditeur de jeux Asmodee qui va sortir ses premiers puzzles cette année. Autre signe de l'engouement pour ce secteur : la production du re-

vendeur de puzzles Alizé Group (11 millions d'euros de chiffre d'affaires) vient d'être relocalisée en France. C'est un signe. A n'en pas douter, ces petites pièces de jeux sont promises à un grand avenir!

3

LES CARTES DE JEUX MARQUENT DES POINTS!

Voilà un nouveau business qui vaut cher! Ces petites cartes de jeux sont en train de littéralement affoler le marché! Sur Internet, certaines cartes Pokémon dépassent allègrement les 10 000 euros! Selon Npd, le marché des cartes a été multiplié par deux l'an dernier. En cause, la folie pour les Pokémon en 2021, année des 25 ans de la licence. La franchise japonaise cartonne!

On peut aussi invoquer la tendance à collectionner. Qui est bien réelle sur le marché français en tout cas, comme le montre le sondage d'avril dernier réalisé par l'institut français Ifop : 39 % des Françaises et des Français disent collectionner en 2021 une série d'objets. Et ce pourcentage grimpe à 49 % si on considère uniquement les moins de 25 ans. Dernière explication : la pandémie. Autre facteur qui explique le boom de la revente : la pandémie. Ainsi, le nombre de cartes Pokémon vendues sur eBay a augmenté de plus de 574 % entre 2019 et 2020.



4

DES CABINES À LIRE QUI PROPULSENT LE LECTEUR DANS LE LIVRE



Quelle est la plus grosse opération en cours actuellement en matière de fusion-acquisition? Vivendi sur Lagardère! Cela montre bien que le secteur de l'édition est porteur! Mais qui en douterait? Reste que ce segment cherche à se renouveler, pour proposer des expériences toujours plus enrichissantes. D'où cette trouvaille de «cabines à lire», qui propulsent les lecteurs dans les livres. Cette installation numérique a été baptisée L.I.R., pour Livre in Room. L'utilisateur s'installe dans un confortable fauteuil, l'atmosphère est tamisée et en face de lui se trouve un écran. Derrière, un puits sans fond aux parois couvertes de livres, qui par un effet d'optique fait apparaître la bibliothèque de Babel. À côté, une bibliothèque remplie de livres bien réels. Tout est en place pour une expérience nouvelle de lecture. L'utilisateur choisi un ouvrage, scanne son code-barre devant l'écran et un hologramme comédien va commencer la lecture. L'expérience est bluffante et donne envie de lire, c'est garanti... sur facture! Voilà une idée sympathique pour attirer les jeunes générations, qui ne se dirigeraient pas spontanément vers la littérature.

5

SPIROGAMI: LE PAPIER PREND DU VOLUME

Et si on vous offrait un Spirogami (contraction des mots «spirale» et «origami»)? Voilà une idée de cadeau originale, délicate et bien en phase avec les tendances écologiques du moment. Il s'agit d'une sculpture de papier en forme de spirale, qui est présentée sous une cloche en verre. A l'origine de ce concept, Etienne Mineur, Directeur de création et cofondateur des éditions Volumique. Qui lance une collection chaque année. C'est joli, poétique, raffiné... et unique.





6

LA LAMPE EN PAPIER MÂCHÉ ÉCLAIRE UN NOUVEAU MARCHÉ

Voici la lampe qui n'a cessé de circuler sur tous les bons sites de déco : Earth. C'est Marie Michielsse, passionnée par le papier qui a imaginé une série de lampes caractéristiques en papier mâché. Jouant avec les volumes, elle donne ainsi un nouvel imprimé visuel. Ce luminaire offre un aspect très cosy et intime à la pièce dans laquelle il est placé. C'est joli, épuré et très éco-friendly. Les amateurs de déco ne s'y sont pas trompés et ces éclairages inédits, édités pour la maison belge Serax, ont rapidement été en rupture de stocks.

7

LA POCHETTE VINYLE ? UNE TENDANCE... EN OR PLATINE !

Quel est le dernier achat à la mode ? La platine ! Les bobos se ruent sur

ces équipements remis au goût du jour par des marques tendances de hi-fi. Ce qui donne des produits au look vintage, mais à la pointe de la technologie. Pour écouter des 33 tours qui se vendent comme des petits pains. Et clairement, le vinyle n'est pas qu'une affaire de nostalgiques. Tous les âges sont concernés par ce retour en fanfare du vinyle. A titre d'exemple, plus de 500 000 galettes noires ont été réalisées pour le seul album 30, d'Adèle. Et si, il y a très longtemps, les disques étaient vendus dans des pochettes cartonnées génériques qui ressemblaient à des albums photos, (d'où le terme album), depuis, on est passé aux pochettes graphiques. Les labels font appel à des illustrateurs et c'est ce qui fait la beauté aussi du disque aujourd'hui. De plus, l'écoute de musique continue de progresser dans le monde : 18,4 heures par semaine, selon la dernière étude du SNEP, soit l'équivalent de 368 morceaux de trois minutes. Le seul hic ? Le marché du vinyle connaît, à l'instar de celui du papier et du carton, une forte hausse du prix des matières premières. C'est la double peine : impossible de réaliser vite le vinyle... et sa pochette !



8

LE POLA, LA PHOTO IMMÉDIATEMENT SUR PAPIER !

A l'heure du tout numérique et du smartphone, la photo physique affiche de belles couleurs. On peut même parler de véritable retour en force, qui s'illustre par la multiplication des sites de commandes de tirages papier, ceux qui permettent de mettre en forme vos meilleurs clichés sur smartphone, ou bien tout simplement le marché en plein essor de l'imprimante photo de poche. Selon les résultats du sondage OpinionWay pour Photobox, plus de trois français sur quatre (76 %) déclarent ainsi imprimer leurs photos. La photographie instantanée, le cliché argentique qui apparaît en quelques minutes, comme par magie, sur un petit tirage papier, a aussi la côte. Merci à un certain Polaroid qui a été commercialisé pour la première fois... en 1948 ! Aujourd'hui, ses héritiers s'appellent Fujifilm Instax, Lomography, etc. Et le moins que nous puissions dire est que tous ces procédés instantanés ont le vent en poupe. Notez qu'il existe aussi des séries limitées avec des couleurs ou des décorations de papier spécifiques. Bref, là aussi la créativité est au rendez-vous... grâce au papier !



9

UN CALENDRIER DE L'AVENT POUR TOUS LES GOÛTS!

À l'origine temps d'attente des chrétiens avant la nuit de Noël, le calendrier de l'Avent est devenu, au fil des années, une manière de faire patienter les enfants avant le grand jour. Mais pas que les enfants... Aussi les adultes. Parfumerie, caviste, chocolaterie, brasseur... Tous les secteurs marchands passent désormais par la case calendrier de l'avent. Il s'en vend environ 10 millions par an en France. Les marques ont bien compris le truc et vont jusqu'à le décliner à l'envi, même à d'autres occasions que Noël. Comme par exemple le calendrier de l'amour, pour la Saint Valentin. A l'image de celui imaginé par Lancôme cette année, qui dévoile, jour après jour 14 surprises se déclinant autour de son parfum emblématique, la Nuit Trésor. C'est beau, créatif et cela crée du lien : en effet, l'acheteur, tous les jours, en ouvrant une case pour récupérer son cadeau, pense à la marque. Le calendrier de l'avent est devenu un sacré outil marketing, qui matérialise, grâce au papier et au carton, le lien entre le consommateur et la marque.



10

MOBILIER DESIGN : LA CARTONISATION EST EN MARCHÉ

Solide, léger, durable, flexible, 100 % recyclable, personnalisable, écologique, démontable, remontable... Le carton ne manque assurément pas de qualités. Ce qui a donné des idées aux créateurs de meubles. On peut citer ces ingénieux meubles accordéon, qu'il faut étirer. Certains meubles s'apparentent même à des origamis tant le travail du carton est minutieux. Illustration avec le tabouret pliable Stooly, qui supporte 300 kilos quand il est ouvert et qui ne mesure plus que 3 centimètres une fois fermé. Idéal pour les jeunes urbains qui vivent dans de petits appartements ! Le BtoB n'est pas en reste : à la rentrée 2020, Raja avait déjà lancé sa gamme de meubles en carton, Kraftdesign. C'est sûr : il y a du potentiel pour les meubles en carton.



Un dossier préparé par Christelle Magaud

•• Winfried Muehling, DG de Pro Carton ••

« PENSER À LA RECYCLABILITÉ, C'EST UNE NOUVELLE MANIÈRE DE CONCEVOIR UN EMBALLAGE »

L'un des avantages de cette pandémie, c'est d'avoir l'occasion d'échanger longuement fusse par visio-conférence et de prendre le temps d'approfondir les discussions. Ainsi Winfried Muehling, citoyen du monde, homme de conviction, affable et dynamique vient-il de prendre la tête de Pro Carton l'association européenne des fabricants de cartons et cartonnages. Il s'est confié longuement à notre correspondante en Belgique Dominique Huret.



P AP'ARGUS: TOUT D'ABORD, RAPPELEZ-NOUS QUI SONT LES MEMBRES DE PRO CARTON?

WINFRIED MUEHLING: → Pro Carton représente des entreprises exploitant au total plus de 50 machines à carton dans plus de 40 usines dans 14 pays différents à travers l'Europe ainsi que des transformateurs de carton européens. Cela équivaut à environ 85 % de la consommation européenne de carton. Pro Carton se centre sur le carton mais pas sur le carton ondulé.

Celui-ci est un emballage multicouche à base de carton très résistant, couramment utilisé pour les boîtes de transport alors que les cartons ou boîtes pliantes sont utilisés pour l'emballage primaire et secondaire (ou l'emballage de consommation/de détail). Précisément, nos membres produisent des cartons et des boîtes qui permettent un contact direct avec les aliments ainsi que des cartons que l'on trouve sur les étagères des magasins et qui présentent des graphiques et des finitions de haute qualité. Dans les faits, les consommateurs sont en

contact tous les jours avec nos emballages: pour les produits alimentaires, pharmaceutiques, de soin, les jouets, les parfums, les snacks, les plats prêts à consommer, etc...

QUELS SONT LES OBJECTIFS DE PRO CARTON ?

W.M.: → Notre ambition est de promouvoir l'utilisation du carton auprès des marques, consommateurs, distributeurs, professionnels, designers, médias, décideurs politiques en tant que support d'emballage économiquement et écologiquement équilibré. Notre travail consiste à sensibiliser aux avantages du carton et du carton plat, qui sont renouvelables, biodégradables et recyclables. Nous valorisons également les utilisations



“ À moyen terme, l'industrie devra optimiser davantage l'approvisionnement en carton et en cartons pour répondre à la demande accrue.”



innovantes du carton et du carton plat par les étudiants, les designers et les marques à travers divers programmes tels que l'European Carton Excellence Awards, Pro Carton Young Designers Award et Pro Carton Student Video Award. Nous travaillons aussi à faire connaître les initiatives de l'industrie du carton pour soutenir la gestion durable des forêts. Pour nous, c'est un pilier essentiel de l'atténuation de l'impact du changement climatique.

DANS UN CONTEXTE DE RARÉFACTION DES MATIÈRES PREMIÈRES, DE CHANGEMENT DES HABITUDES DE CONSOMMATION ET DE PANDÉMIE, QUELS SONT LES POINTS CLÉS DE LA STRATÉGIE DE PRO CARTON À COURT ET MOYEN TERME ?

W.M.: → L'industrie du carton est pour majeure partie une industrie locale, avec un approvisionnement à plus de 90 % dans les forêts d'Europe centrale et du Nord. Les 8 % supplémentaires proviennent des pays voisins. Cette proximité contribue énormément à réduire les risques liés à la chaîne d'approvisionnement. Mais il est clair qu'en raison de la pandémie et de l'augmentation de la demande, nous sommes confrontés à certaines tensions dans notre chaîne d'approvisionnement. Cela a entraîné une augmentation des délais d'approvisionnement en carton et en cartons plats. Pour autant, le secteur s'est montré résilient, ce qui a permis de garantir l'approvisionnement de la totalité de la demande. Certes, à moyen terme, l'industrie devra optimiser davantage l'approvisionnement en carton et en cartons pour répondre à la

demande accrue. Ainsi, nous demandons également à tous les consommateurs et détaillants de faire preuve d'une grande discipline pour contribuer à la collecte, au tri et au recyclage de tous les matériaux à base de fibres après utilisation. Chaque carton recyclé contribue à garantir l'approvisionnement et la circularité du modèle économique basé sur les fibres.

COMMENT PRO CARTON SE POSITIONNE-T-IL FACE AUX ENJEUX ET AUX DÉFIS DU RECYCLAGE ?

W.M.: → En ce qui concerne le cycle de vie des cartons, y compris le recyclage, nous opérons déjà à un niveau très élevé, soit 84,2 % selon Eurostat 2018. Ce chiffre est nettement supérieur à celui de tout autre matériau d'emballage. Notre objectif pour 2030 est de placer la barre encore plus haut et d'atteindre un taux de recyclage de 90 % pour les matériaux d'emballage à base de fibres. Pour cela, nous aurons besoin du soutien de tous, recycleurs, consommateurs et détaillants.

Il existe un mythe dans l'industrie selon lequel le nombre maximal de cycles de recyclage possibles pour les fibres de papier se situe entre 5 et 7. Or, des recherches récentes menées par l'Université technologique de Graz ont révélé que sur 25 cycles de recyclage, il n'y avait aucun effet négatif sur les propriétés mécaniques en question. Cette étude prouve que la fibre elle-même permet un recyclage sur 25 cycles sans difficulté et qu'aucune tendance limitative n'est à prévoir.

On oublie souvent que notre matière première n'est pas seulement



PRO CARTON
PACKAGING FOR
A BETTER WORLD

Pro Carton, l'Association européenne des fabricants de cartonnages et de cartons plats

Pro Carton représente les producteurs de cartons (possédant 50 machines à carton) dans plus de 40 usines dans 14 pays différents à travers l'Europe ainsi que les transformateurs de l'industrie du carton. Au total, cela équivaut à environ 85 % de la consommation européenne de carton. Les sociétés membres comprennent Billerudkorsnäs, Fiskeby, FOLBB, Graphic Packaging, Iggesund, Kartonsan, La Rochette Cartonboard, Mayr Melnhof Board & Paper, Pankaboard, MEL, Metsä, RdM, StoraEnso, Weig, Westrock. Pro Carton coordonne étroitement ses activités avec les acteurs de la chaîne d'approvisionnement et d'autres associations. Elle est partenaire de l'Association Européenne des fabricants de carton.

“ Dans notre monde actuel, les produits sont souvent d’abord jugés par leur emballage.”

renouvelable, mais que l’industrie du carton assure la croissance des forêts en Europe qui, à leur tour, absorbent du CO2 supplémentaire dans l’atmosphère et le stockent dans le bois et les fibres.

POUVEZ-VOUS NOUS RAPPELER LES OBJECTIFS DE L’INDUSTRIE EN MATIÈRE DE RECYCLABILITÉ DES EMBALLAGES ?

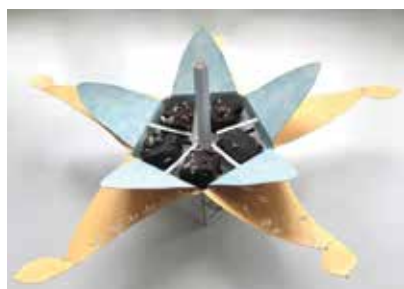
W.M.: → Les récentes propositions de l’UE visent à renforcer les objectifs de recyclage, à créer des emplois dans les industries vertes et à lutter contre le gaspillage alimentaire afin de transformer l’économie linéaire actuelle en une économie circulaire et de promouvoir une croissance durable. Parmi les objectifs annoncés, il y a l’augmentation du recyclage des emballages (65 % d’ici 2025, 70 % d’ici 2030). D’autres objectifs incluent un taux de recyclage de 75/85 % pour le papier et le carton d’ici 2025/2030. Ce taux sera supérieur à celui de tout autre matériau d’emballage. Nos objectifs sont ambitieux, nous voulons porter le taux de recyclage des matériaux d’emballage à base de fibres à 90 % d’ici à 2030, ce qui nous permettra d’occuper une position de leader dans le secteur de l’emballage.

LE DÉBAT ENTRE LA PRODUCTION DE PAPIER RECYCLÉ ET LA PRODUCTION DE PAPIER VIERGE N’EST PAS SIMPLE EN TERMES DE CONSOMMATION D’ÉNERGIE ET DE RESSOURCES. QUELLE EST LA POSITION DE PRO CARTON ?

W.M.: → Pour alimenter en permanence notre système circulaire,

nous avons besoin de sources de fibres vierges et de fibres récupérées. Chaque fois que nous pouvons utiliser des fibres recyclées, nous le ferons. Nous avons besoin de moins de ressources pour produire des fibres récupérées et celles-ci alimentent parfaitement notre système circulaire en matière première pour produire de nouveaux emballages. Les spécialistes de l’emballage s’aligneront étroitement sur les exigences du client et recommanderont la solution la plus appropriée.

Certaines exigences des clients nécessitent l’utilisation de fibres vierges bien entendu. Par exemple pour les emballages en contact direct longue durée avec les aliments ou les produits sensibles au niveau goût et odeur, comme les chocolats. Il faut de la fibre vierge aussi pour certains emballages qui exigent une rigidité et une résistance particulière du carton. Mais attention, il y a aussi beaucoup de contact alimentaire direct



également avec des fibres récupérées (comme les cartons à pizza ou encore les boîtes de fast-food).

Sur les segments haut de gamme/luxe, où la combinaison de la blancheur, de la rigidité et de la surface lisse est requise, la fibre vierge reste le meilleur moyen d’y parvenir. Comme nous ne sommes pas encore en mesure de récupérer tous les matériaux sur le marché, nous aurons besoin d’un flux continu de fibres vierges pour faire fonctionner le modèle entièrement circulaire.

DANS QUELLE MESURE LE SECTEUR DU CARTON BÉNÉFICIE-T-IL DU « PLASTIC BASHING » ?

W.M.: → Nous ne sommes pas en faveur du « plastic bashing » : pour certains produits, les matériaux d’emballage en plastique ont leur place. Les emballages doivent répondre aux exigences des produits et ont pour fonction importante de protéger le produit et de prolonger sa durée de conservation. Les ressources et l’énergie utilisées lors de la production des produits sont bien plus importantes que celles utilisées pour la production des matériaux d’emballage. La protection du produit passe avant tout. Mais dans notre monde actuel, les produits sont souvent d’abord jugés par leur emballage. C’est le tout premier contact pour le consommateur, il est essentiel dans l’image de marque et le positionnement d’un produit.

Les études montrent que les consommateurs ont une préférence pour les matériaux d’emballage en carton et sont prêts à payer un supplément. Ils font confiance au carton en tant que matériau recyclable issu de ressources renouvelables. Cela contribue à améliorer l’image de marque des produits dans toutes les catégories.

La principale stratégie de durabilité des propriétaires de marques et des

“ Nous voulons porter le taux de recyclage des matériaux d’emballage à base de fibres à 90 % d’ici à 2030.”



détaillants a été de réduire et d'alléger les matériaux d'emballage qu'ils utilisent. Cependant, une approche plus globale est en train d'émerger, qui reconnaît qu'il ne s'agit pas seulement de la quantité de matériaux d'emballage utilisés, mais aussi du cycle de vie de ces matériaux, depuis la nature des ressources nécessaires à leur fabrication jusqu'au potentiel de récupération de leur valeur en fin de vie. Si, techniquement, la plupart des plastiques peuvent être recyclés, dans la pratique, il est souvent difficile de s'assurer qu'ils sont correctement séparés dans des volumes suffisants pour rendre leur collecte économiquement intéressante. Ainsi, si certains articles comme les bouteilles de boissons en PET sont largement recyclés, d'autres peuvent être plus difficiles à gérer pour les consommateurs. Il est souvent difficile de savoir ce qui peut être recyclé et où.

Les cartons constituent déjà une alternative appropriée aux emballages en plastique pour un large éventail d'applications en raison de leurs qualités techniques et esthétiques. Dans certains cas, comme pour la confiserie, le thé et les pâtes ou le riz, il est démontré que les cartons présentent, dans l'ensemble, des avantages environnementaux. Ces atouts sont principalement liés à l'utilisation

de matières premières renouvelables et non fossiles et à la facilité de recyclage, qui font des cartons un choix d'emballage positif pour l'économie circulaire du futur. 90 % du bois que nous utilisons provient des forêts européennes, et 8 % des pays voisins. La majorité d'entre eux sont accompagnés de certificats prouvant que les forêts sont gérées de manière durable. On voit de plus en plus d'applications combinées, on utilise des pièces en plastique dans un emballage en carton comme fonction de fenêtre ou de barrière. Cela fonctionne mieux si les consommateurs

peuvent facilement séparer les matériaux avant de les recycler dans les flux de recyclage respectifs.

OÙ PEUT-ON AUJOURD'HUI TROUVER DE L'INNOVATION DANS LE SECTEUR DU CARTON ?

W.M.: → L'impression numérique revêt une importance croissante pour répondre aux offres de produits personnalisés, dont la demande s'accroît. De plus, l'industrie innove beaucoup pour développer des revêtements respectueux de l'environnement avec fonctions barrière, et des solutions pour de nouvelles applications. Cela permet d'utiliser le carton pour de nouvelles catégories de produits, y compris les aliments et les boissons.

Penser à la recyclabilité dès le stade initial du développement d'un emballage et maximiser les taux d'utilisation des matériaux, c'est aussi une nouvelle manière de concevoir un emballage. Enfin la numérisation de la chaîne d'approvisionnement pour le suivi des commandes d'emballages a également transformé le secteur, en élargissant les capacités et les fonctionnalités.

Propos recueillis
par Dominique Huret

Winfried Muehling, un globe-trotter expert de l'emballage

Avec près de 30 ans d'expérience dans l'industrie de l'emballage et des produits de grande consommation, Winfried Muehling a occupé des postes de direction dans les secteurs de la chimie, de l'alimentation et des boissons et des biens d'équipement. Il a démontré sa passion à rassembler les parties prenantes tout au long de la chaîne de valeur pour assurer une excellence commerciale et opérationnelle constante. Au cours des 20 dernières années, il a passé la moitié de sa vie en Asie-Pacifique et l'autre moitié en Europe. Il a notamment occupé les postes de vice-président chez Ecolab, directeur des ventes chez MM Board & Paper, vice-président de la gestion des ventes chez Tetra Pak et, plus récemment, directeur grands comptes globaux chez Amcor, Singapour.

Vous cherchez un imprimeur d'étiquettes ?

Le Guide Etiq&Pack de l'Étiquette 2022 est disponible
au prix exceptionnel de 60 € TTC au lieu de 100 € TTC !

Valable jusqu'au 28 février



© Adobe Stock

2022 | GUIDE DE
L'ÉTIQUETTE

Tout sur la France de l'étiquette adhésive



Édité tous les deux ans, le Guide Etiq&Pack de l'étiquette est la référence et un outil indispensable pour les professionnels de l'étiquette.

Il regroupe toutes les informations actualisées du secteur de l'étiquette adhésive en France et plus de 600 coordonnées des acteurs du secteur. Imprimeurs, graveurs, fournisseurs, ils sont tous là !

Faites des économies : commandez dès à présent le Guide Etiq&Pack de l'Étiquette 2022 au prix exceptionnel de 60 € TTC.

Cette offre est valable jusqu'au 28 février 2022 inclus.

Une information complémentaire ?
Contactez Alicia Collins :
a.collins@mpmedias.com

PAP'ARGUS a repéré pour vous des nouveautés issues de la créativité des entreprises et indépendants du secteur. Qu'elles concernent l'emballage, la vie quotidienne, l'édition ou même l'Art, elles prouvent l'actualité du matériau papier-carton et sa participation à un avenir plus respectueux de l'environnement.



■ **LE PACK «ECO-LOGIC», IL EST FANTASTIQUE !**

Zoom sur une nouvelle gamme de packagings secondaires durables, biodégradables et sans plastique, pour les produits cosmétiques, mise au point par GPA Global. Cette collection est fabriquée à partir de pulpe thermoformée et pressée. Figure notamment dans cette collection Butterfly (cf photo), qui se présente comme un coffret pouvant contenir plusieurs produits cosmétiques. GPA Global a utilisé la technologie de thermoformage humide pour fabriquer l'insert en pulpe de ce pack télescopique. Appliquée sur des moules chauffés, la pulpe est ensuite pressée puis séchée, apportant une extrême précision et une finition exceptionnellement lisse qui évoque l'aspect du plastique thermoformé. Contrairement à ce dernier, ce matériau est 100 % compostable. L'extérieur du pack Butterfly est habillé de papier noir certifié FSC, orné d'un motif floral rose et doré. En soulevant le couvercle, l'utilisateur découvre un intérieur complexe, pouvant contenir une sélection de produits cosmétiques surmontée d'un cache doré. La face intérieure du couvercle est décorée d'un papier transfert aluminium agrémenté du même motif papillon que l'extérieur. Ce transfert, sans film PP ajouté, est 100 % biodégradable.

■ **UN EMBALLAGE DE BALLES DE GOLF CONVERTI EN HÔTEL À INSECTES**

Sport et écologie font bon ménage. La preuve avec cette innovation de la Finlandaise Golf Coat Oy. Celle-ci a créé un nouvel emballage de balles de golf qui, une fois vide, prend une seconde vie en tant qu'hôtel à insectes. Cette nouveauté packaging est le résultat d'un atelier de co-création organisé par Metsä Board. En pratique, l'emballage a été fabriqué par PackageMedia Oy, filiale de Pyroll Packaging, à l'aide du carton pour boîtes pliantes MetsäBoard Pro FBB Bright.



■ **LES NOUVEAUX SURGELÉS CASSEGRAIN « EMBALLÉS » PAR LE CARTON !**

Nouvelle gamme, nouveau packaging. Une maxime appliquée à la lettre par Cassegrain (groupe Bonduelle) qui débarque au rayon surgelés avec une gamme de six recettes sans additifs ni colorants ni conservateurs. Une nouveauté pour la marque haut de gamme qui mérite un emballage en phase avec le produit. D'où le choix inédit pour des surgelés de proposer des barquettes en carton ondulé – labellisé FSC – glissées dans des fourreaux, eux aussi en carton. De forme trapézoïdale, ces barquettes disposent de poignées pour faciliter la prise en main. Cette innovation a été développée avec les équipes de Bonduelle et le fabricant italien Lic Packaging (groupe Saica) pour les volumes.





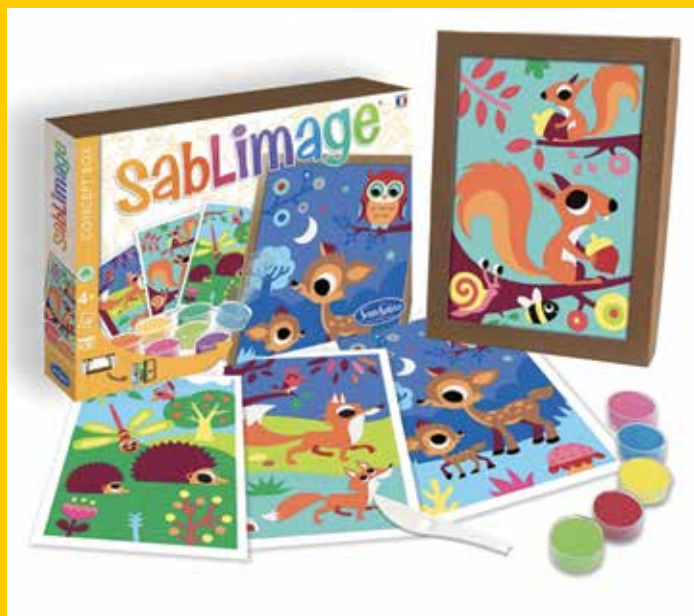
■ LA BARQUETTE HYBRIDE CARTON/PLASTIQUE SE PERFECTIONNE

Du nouveau chez le spécialiste des emballages hybrides en carton/plastique Virgin Bio Pack, qui est associé à Cartoffset pour la fabrication de ses modèles Hybric, à savoir mixte carton/plastique séparable. Au programme, trois innovations. La première, la barquette ronde Hybric Tray Round a un diamètre 115 mm et apporte un design original au marché. Elle est disponible en deux profondeurs. La seconde, la barquette emboutie Hybric Tray Skin, donne du volume à un support plat et permet d'élargir le champ des applications du skin avec sa profondeur de 12 mm à 20 mm. Tout en diminuant la quantité de carton mise en œuvre. La troisième est baptisée l'Hybric Tray Evo: elle propose des trottoirs de soudure en carton + plastique, afin de diminuer encore plus la quantité de plastique et d'accroître la rigidité. Virgin Bio Pack s'est associée industriellement à Cartoffset pour la fabrication de l'Hybric.

Virgin Bio Pack a déjà l'une idée d'une prochaine innovation dans ses cartons, celle d'une barquette montée mécaniquement, sans colle, en collaboration avec un équipementier français qui propose du cliquetage mécanique de barquettes en carton. A suivre.

■ SENTOSPHERE RÉUTILISE L'EMBALLAGE CARTON ET LE CONVERTIT EN CADRE

Un jouet deux en un : c'est l'idée de la Concept'Box mise au point par le spécialiste français des jeux et des loisirs créatifs, Sentosphère, avec les équipes de la société Cartonnage de Vaucanson, anciennement RCI-AGC Luxe (reprise en 2016 par Sentosphère). Dans la boîte se trouvent 4 tableaux avec des kits de décoration. Une fois que l'enfant a réalisé sa création, il ne lui reste plus qu'à convertir l'emballage carton en cadre pour sublimer sa réalisation. De fait, l'emballage fait partie intégrante de l'activité et n'est donc pas amené à être recyclé. L'emballage, éco conçu, est collé pour garantir une inviolabilité du contenu, tout en permettant de supprimer le film plastique! Cette boîte utilise du carton 100 % recyclé certifié FSC avec une impression certifiée Imprim'vert.



■ KARLO SPOON, «GAME CHANGER» DANS LE SECTEUR DES COUVERTS JETABLES

Certaines innovations sont récompensées, à l'instar de Karlo Spoon. Ici, c'est Cardbox Packaging qui a été récompensé par le WorldStar Global Packaging Award dans la catégorie Food. Développée en coopération avec le client Greiner Packaging, cette cuillère est faite de carton pur avec un revêtement à base d'eau. Il s'agit d'une solution d'emballage durable, principalement utilisable pour les produits laitiers et les plats cuisinés. Une fois utilisée, la cuillère peut être jetée avec les autres déchets de papier. Enfin, cerise sur le gâteau, la cuillère est facile à assembler, à fixer au produit ou même à insérer dans le couvercle. En raison de l'interdiction des couverts en plastique jetables dans l'UE à partir de 2021-2022, Karlo Spoon est promise à un bel avenir, puisqu'elle constitue une alternative innovante et écologique, même après impression et vernissage.





■ PACK E-COMMERCE: SMURFIT KAPPA LANCE LA GAMME EHEALTH & BEAUTY

Le commerce en ligne se développe, dans tous les secteurs, y compris dans celui de l'hygiène-beauté (Estimé à 17,6 milliards d'euros en 2020). Message reçu 5/5 par Smurfit Kappa qui crée un portefeuille unique d'emballages durables pour ce segment.

Ce nouveau portefeuille comprend des solutions d'emballage durables, à base de papier, idéales pour l'expédition de produits fragiles tels que les parfums, les cosmétiques et les produits de soins pour la peau et les cheveux, ainsi que des emballages inviolables conçus pour les vitamines, les compléments et les produits de nutrition sportive. Le Tamper Evident Pack est l'une des innovations du portefeuille. Il présente un double mécanisme d'auto-verrouillage qui ne nécessite pas de ruban et est facile à renvoyer. Le Beauty Sleeve est une solution supplémentaire qui a été spécifiquement conçue pour protéger des produits de petite taille, tels que les soins pour la peau et les cosmétiques. Ses bords incurvés créent un look unique pour une expérience client haut de gamme. Enfin, le design distinctif du Hammock Fit offre une expérience de déballage de qualité supérieure, tout en apportant une protection supplémentaire aux produits sur l'ensemble de la supply chain. Voilà une gamme de toute... beauté!

■ LES ADDITIFS BIOSOURCÉS DE FUNCELL RENDENT IMPERMÉABLES LES PAPIERS ET CARTONS



La société iséroise FunCell - pour Functionalization for Cellulosic Materials - a créé une gamme d'additifs biosourcés et biodégradables (BioWet et BioWet+) s'adressant en premier lieu au secteur du papier-carton. La société n'arrête pas là ses innovations : elle développe aussi sa gamme de produits BioGraft, permettant de fonctionnaliser à façon le matériau cellulosique. Par exemple, de conférer des propriétés d'hydrophobicité pour le secteur agroalimentaire. Autant de projets bien en phase avec les tendances du moment, à savoir la suppression des plastiques. D'où les volontés d'accélération de la société qui souhaite pouvoir traiter le papier et le carton à l'échelle industrielle d'ici deux ans.

■ DES COFFRETS EN KRAFT POUR LES MACARONS D'YVAN CHEVALIER

Le meilleur ouvrier de France Chocolatier Confiseur 2019, nouvellement installé à Rennes, a fait appel à Riverpack, le partenaire privilégié des groupes et marques de luxe, pour fabriquer deux coffrets tiroirs 8 pièces et 16 pièces destinés à son produit gourmand « Mes p'tits macarons ». Les coffrets sont de fabrication française, en kraft brun FSC, imprimés une couleur et vernis mat, rehaussés par un marquage à chaud. Conçus dans l'objectif d'être réutilisable comme coffrets de rangement, une découpe a été prévue sur les tiroirs pour en faciliter l'ouverture.



INFOS, PRIX, ÉVÉNEMENTS, POINTS DE VUE, NE MANQUEZ PAS LA NEWSLETTER QUOTIDIENNE DE PAP'ARGUS!



les marchés des papiers-cartons **EN LIGNE**

Pour recevoir chaque jour la newsletter de Pap'Argus, inscrivez-vous vite sur le site : www.pap-argus.com

•• Loi Agec ••

CE QUI A CHANGÉ POUR LES EMBALLAGES

AU 1^{ER} JANVIER 2022

Transformer notre système en profondeur: tel est l'objectif de la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire (dite Loi Agec) qui entre progressivement en application. Cette loi n'est pas anodine pour notre filière, qui doit proposer des alternatives au plastique. Tour d'horizon des nouvelles contraintes imposées au 1^{er} janvier 2022.

Depuis le 1^{er} janvier, les emballages en plastique ne sont plus autorisés pour les colis de fruits et légumes de moins de 1,5 kg (Avec cependant un délai de tolérance de six mois pour permettre l'écoulement des stocks d'emballages). Y échappent pour l'heure les produits présentant un risque de détérioration lors de leur vente en vrac ainsi que ceux vendus épluchés, découpés ou ayant subi une préparation les rendant prêts à être cuits. Mais tous, quel que soit leur mode de production seront concernés à terme, au plus tard le 30 juin 2026. «Alors qu'on estime que 37 % des fruits et légumes sont aujourd'hui vendus sous emballage, cette mesure permettra de supprimer plus d'un milliard d'emballages en plastique inutiles chaque année», souligne le ministère de la Transition écologique sur son site internet.

En pratique, on voit apparaître sur les étals des fruits et légumes présentés dans des barquettes en carton. Les sachets en papier deviennent légion, de même que les filets en cellulose. Débarquent également des étiquettes compostables, qui sont collées directement sur les fruits et légumes. Autant de nouveautés dont *Pap'Argus* se fait régulièrement l'écho dans ses colonnes «Substitutions».

TOUS LES SECTEURS SONT CONCERNÉS

Last but not least, les sachets de thé et de tisane en plastique non biodégradable ne sont plus autorisés. De même que les films de routage en plastique pour les publications de presse et les publicités. Il est également interdit depuis le 1^{er} janvier 2022 de coller une étiquette directement sur les fruits ou les légumes, sauf si ces étiquettes sont

compostables et constituées en tout ou partie de matières biosourcées.

Le prospectus n'est pas épargné par la loi. A compter du 31 mars 2022 démarrera le test de l'application du «Oui Pub» dans les villes pilotes. L'expérimentation aura une durée de trois ans. Pour mémoire, une quinzaine de villes a été retenue au mois de décembre sur les 25 candidatures déposées, dont Bordeaux, Nancy, Sartrouville, Agen et Grenoble. Concrètement, pour ces zones couvrant au total 2,5 millions d'habitants, la logique de distribution des prospectus va s'inverser. Exit le stop pub ! En effet, seuls les citoyens ayant signalé par un message «Oui Pub» sur leur boîte aux lettres leur volonté pourront recevoir les imprimés publicitaires.

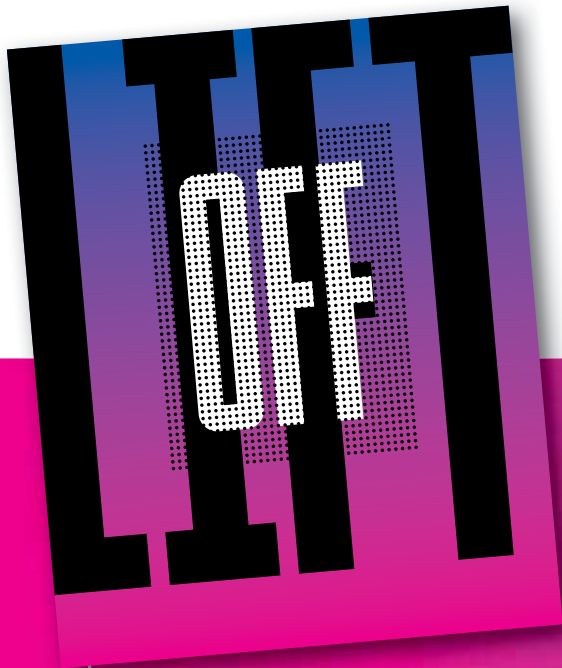
L'obligation de marquage du Triman entre également en vigueur cette année. Le logo Triman et une consigne de tri doivent désormais être apposés sur l'ensemble des emballages ménagers et papiers graphiques, excepté les bouteilles en verre. «Attention : sa présence ne signifie pas forcément que le déchet doit être jeté dans une poubelle du recyclage», précise le gouvernement, mais que le déchet est soumis à une règle de tri: reprise en magasin pour les équipements électriques et électroniques, bornes spécifiques pour les piles, poubelle jaune pour les emballages... »

On le voit, 2022 marque une nouvelle échéance dans ce processus de transition écologique. On rappelle qu'une des ambitions centrales de la loi AGEc est de supprimer les emballages plastiques à usage unique du marché d'ici à 2040. De quoi booster les initiatives concernant la conception de nouveaux matériaux performants à base de cellulose pour l'industrie de l'emballage. Le papier-carton est définitivement promis à un bel avenir !

Christelle Magaud

“Le logo Triman et une consigne de tri doivent désormais être apposés sur l'ensemble des emballages ménagers et papiers graphiques.”





Il est temps d'oublier les idées toutes faites sur le print et le numérique.

La nouvelle publication « Lift Off » de Sappi vous ouvrira les yeux sur ce que l'imprimé et le numérique peuvent accomplir ensemble.

Papier + Numérique = résultats marketing

La distribution ciblée de catalogues imprimés en période de pic peut générer un RSI compris entre 300% et **900%**¹

Les mailings imprimés font progresser de plus de **12%** la valeur moyenne des commandes en ligne²

Lorsque les publicitaires investissent 5% de leur budget dans les magazines papier, les RSI augmentent de **90%** en moyenne³



Scannez ce QR code ou rendez-vous sur www.sappipapers.com/fr/lift-off pour commander gratuitement votre magazine *Lift Off*.

¹ Selon le cabinet de conseil en gestion AlixPartners

² Étude du service postal allemand Deutsche Post de 2019

³ Étude 'Attention Pays: Optimising for Profit', report de Magnetic

EN FRANCE, LES DÉCHETS D'AUJOURD'HUI CRÉENT LES EMPLOIS DE DEMAIN.

Le recyclage et la valorisation des déchets en matières premières sont des solutions pertinentes pour répondre aux enjeux environnementaux du XXI^e siècle. Et la France est l'un des pays les plus performants au monde dans ce domaine. Cette filière requiert des investissements considérables dans des outils industriels de haute technologie.

Avec 10 000 collaborateurs répartis sur 220 sites en France, le groupe Paprec est au cœur de l'économie circulaire depuis 25 ans. Leader du recyclage en France, il contribue à cette avancée nationale. Paprec maîtrise l'ensemble des métiers du secteur, de la collecte à la valorisation des déchets.

L'entreprise a ainsi créé 2 000 emplois qualifiés ces trois dernières années.



*Jean-Luc Petithuguenin,
Président fondateur du Groupe Paprec, a été
élu le 4 novembre, Industriel de l'année 2020.*



**GROUPE
PAPREC**

Pour une planète plus verte et une société plus fraternelle