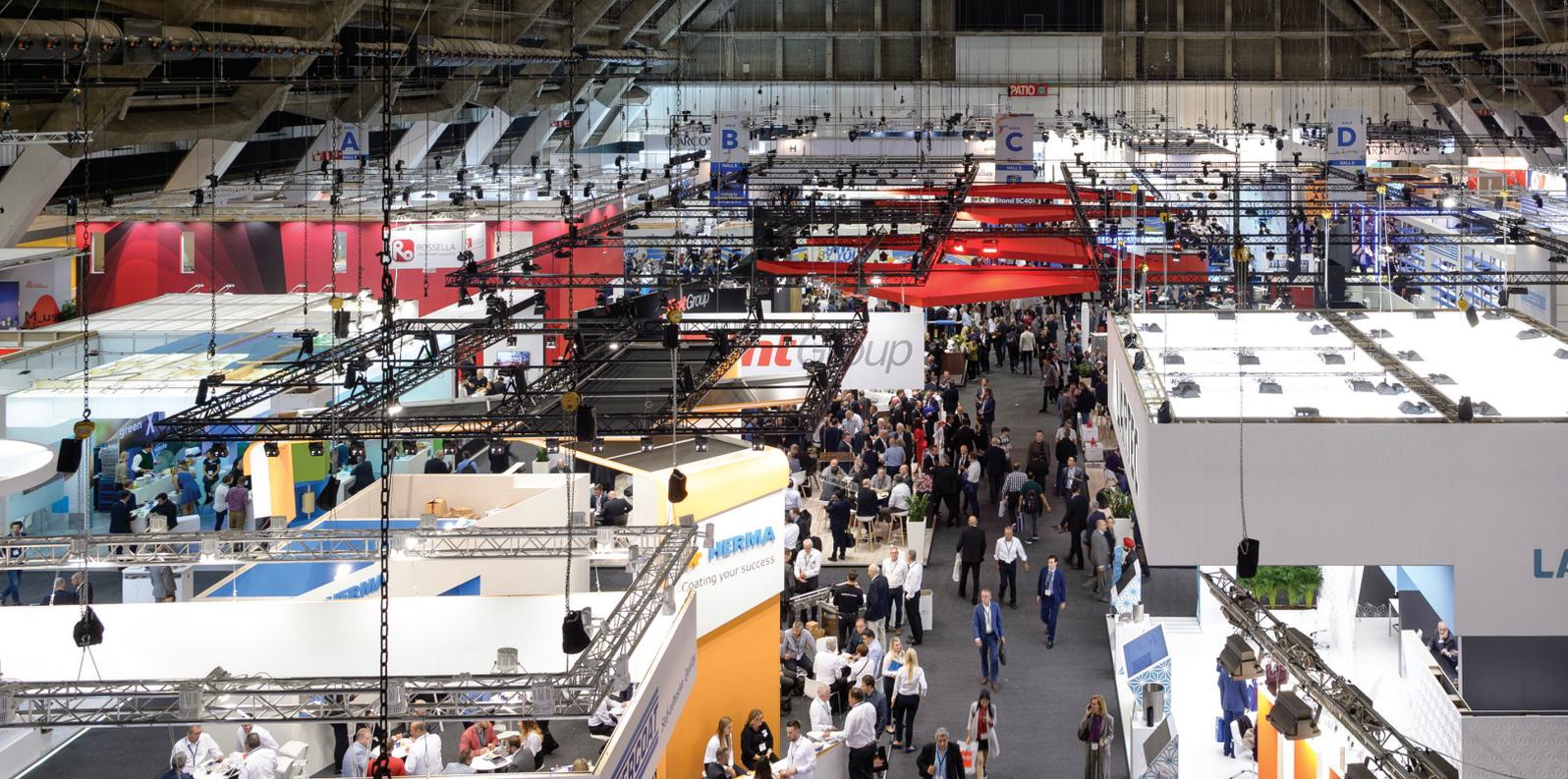


SALON

LABELXPO EUROPE, DES RECORDS ET DES TENDANCES



Le salon bruxellois dédié à l'étiquette a accueilli 37 903 visiteurs. L'environnement, la productivité et les services à forte valeur ajoutée figurent parmi les axes d'évolution.



Un de plus... Labelexpo Europe a battu un nouveau record de participation pour sa quarantième édition qui avait lieu à Bruxelles (Belgique) du 24 au 27 septembre. Ainsi, 37 903 visiteurs ont assisté à la grand-messe de l'étiquette au Brussels Expo, soit 0,5% de plus qu'en 2017. L'organisateur, Tarsus Group, en a profité pour annoncer la création d'un nouveau salon, le sixième de la franchise, au Mexique, à partir de 2021, afin de répondre à la croissance de ce marché d'Amérique latine qu'il estime à 18% d'ici à 2022. Même si le concept est désormais décliné à l'envi, le rendez-

vous belge reste le plus prestigieux. Et ce n'est pas un hasard. Comme la Drupa dresse les tendances de l'impression et Interpack celles de l'emballage, Labelexpo Europe dessine les contours de l'industrie de l'étiquette pour les deux prochaines années. Les nouveautés étaient nombreuses sur les stands des 693 exposants. Plusieurs axes se dégagent avec, d'une part, la prise de conscience des problématiques liées à l'environnement et, d'autre part, la poussée des procédés d'impression numérique, y compris chez les constructeurs les plus réfractaires. Enfin, les technologies électroniques et plus



généralement les services associés à l'étiquette semblent particulièrement prometteurs.

1. L'environnement, une priorité absolue

Parce qu'elles sont partout, sur les bouteilles comme sur les pneus ou sur les parfums, les étiquettes adhésives ne peuvent faire l'impasse sur l'environnement qui préoccupe aujourd'hui les marques. Les producteurs de matériaux sont très sollicités à ce sujet. Après avoir porté sur le recyclage du «liner», le support qui sert à les véhiculer, les développements concernent maintenant l'incorporation

LU SUR **EMBALLAGES** MAGAZINE
www.emballagesmagazine.com



Les matériaux biosourcés sont à la mode : UPM Raflatac est parvenu à fabriquer un film en polypropylène à partir de déchets de bois (ci-dessus) quand Avery Dennison se sert de résidus de vigne pour les étiquettes de bouteilles de vin (ci-contre).



de matière recyclée dans les «frontaux», à savoir les étiquettes elles-mêmes. Si le papier ne pose pas de problèmes, le plastique recyclé peut se révéler moins apte à remplir ses fonctions de base, en termes d'esthétique, de fonctionnalité ou de mécanique. Tout le savoir-faire des fabricants repose alors sur l'atteinte de ce compromis. Lintec présentait une gamme de produits composés à 80 % de polyéthylène téréphtalate recyclé (rPET) quand Avery Dennison se targuait d'être le premier à lancer une étiquette en polyéthylène recyclé (rPE) à 100 %. Dans les deux cas, le substrat est peut-être moins brillant et moins transparent qu'un plastique vierge, mais il est tout aussi capable d'accomplir sa mission. UPM Raflatac va encore plus loin, puisqu'il propose tout bonnement un substrat aux caractéristiques identiques au polypropylène (PP), à la seule diffé-

rence qu'il est issu à 100 % de cellulose. Il s'agit d'une première sur le marché ! Baptisé Forest Film, ce matériau a été développé avec UPM Biofuels, une autre filiale du groupe finlandais, à partir de UPM BioVerno Naphtha, un hydrocarbure à base de résidus de pulpe de papier provenant de forêts gérées durablement. Une tonne de ce naphtha permet d'économiser 3 tonnes de CO₂ par rapport à la même quantité d'hydrocarbure d'origine fossile. «Les marques sont très intéressées, nous avons reçu beaucoup de demandes» explique Robert Taylor, directeur du développement durable. Chez Jindal, qui intervient autant sur le marché des étiquettes que sur celui des sachets, la recherche porte sur les matériaux recyclés, l'emploi de polymères biosourcés et la réduction des épaisseurs. «L'incorporation de matière recyclée dans de nouveaux films est loin de représenter une sinécure si l'on est face à des produits très techniques comme le polypropylène biorienté (BOPP), car ceux-ci subissent un stress important lors de la fabrication. Il faut donc que la matière disponible soit d'excellente qualité, ce qui n'est pas le cas lorsqu'on parle de déchets postconsommation», souligne Denis Rousseau, responsable du segment étiquettes pour le monde. Le travail réalisé par le fournisseur indien pour l'amélioration de la recyclabilité de son matériau phare, le PP, est particulièrement intéressant. En créant des

grades spécifiques de PP pour chaque fonction demandée à un complexe, que ce soit la barrière à l'eau ou à l'oxygène, la résistance mécanique ou la scellabilité, l'entreprise est parvenue à un «monomatériau» en tout point comparable au complexe, à la seule différence qu'il est recyclable alors que le premier ne l'est pas. Les constructeurs de machines sont également concernés. Dans ce domaine, les axes d'amélioration s'orientent vers la réduction des consommables et des effluents. Par exemple, les produits sans solvant sont devenus une priorité chez les spécialistes de la fabrication de plaques flexo comme Fujifilm et Miraclon. Avec la nouvelle génération de machines Ultra-NX, ce dernier propose une solution de lavage n'utilisant que de l'eau. «Plus vertueux sur le plan environnemental, notre procédé est aussi plus rapide, car il permet de produire une plaque en une heure au lieu de trois sur les machines à solvant», assure Gilles Corbé, responsable des ventes pour l'Europe, l'Afrique et le Moyen-Orient. Le «zéro déchet» est également d'actualité, comme l'a prouvé le nombre de personnes qui s'affairaient sur le stand d'Herma pour découvrir InNo-Liner, une imprimante qui travaille sur un substrat collant dépourvu de liner. Enfin, les produits à base aqueuse semblent avoir la cote, notamment dans le jet d'encre. Moins «chimiques» que les variétés UV, ces composés sont aussi bien souvent aptes au contact alimen-



Parmi les presses jet d'encre les plus rapides du marché, la Tau RSCi de Durst affiche une vitesse de 100 mètres à la minute. La machine est équipée d'une alimentation jumbo pour accueillir une bobine de 1 000 mm de diamètre.

→ taire indirect, ce qui élargit les applications des presses numériques. HP Indigo va encore plus loin dans ce domaine en présentant des encres numériques compostables. Labellisées «OK Compost Home» et «OK Compost Industrial», elles peuvent être valorisées avec les emballages qu'elles décorent, à condition que ces derniers soient eux-mêmes constitués de matériaux compostables.

2. Compétition de vitesse dans le numérique

Si les machines d'impression numérique sont toujours plus présentes sur les stands de Labelexpo Europe, c'est aussi parce que les technologies correspondantes ne cessent de progresser en termes de qualité et de productivité. Dans le jet d'encre, la compétition se joue désormais sur le terrain de la vitesse. Durst a ainsi dévoilé l'une des presses les plus rapides du marché, la Tau RSCi, capable d'imprimer jusqu'à 100 mètres à la minute! «Nous avons travaillé sur la mécanique et le design. Tout a été revu afin de faire de cette machine une solution pour les moyennes séries», précise l'un des responsables. Équipée de têtes Samba (Fujifilm), la presse italienne est disponible en trois laizes, de 330, 420 ou 510 mm, et dispose d'une alimentation jumbo de 1 000 mm de diamètre pour accueillir des bobines de grande longueur. Les bacs à encre ont été installés sur le côté: il suffit d'ouvrir un carter pour les remplir. Mouvent n'est pas en reste. Le constructeur suisse

annonce une vitesse de 100 mètres à la minute sur la LB702-WB, qui n'emploie que des encres aqueuses. Deux entreprises se sont déjà équipées: le belge Reynders et l'allemand Comdatek qui va s'en servir dans le cadre d'une activité «web-to-print». «Nous commençons à recueillir un certain succès sur le marché. Les clients sont intéressés par le ratio productivité-qualité» observe Jean-Pascal Bobst, à la tête de la société éponyme qui contrôle Mouvent. À une autre échelle, mais toujours pour une motorisation jet d'encre, Epson a doublé les capacités de sa gamme SurePress en passant de 25 à 50 mètres à la minute sur le modèle L-6534VW. «Pour aller plus vite nous avons retiré la semi-cuisson. Cela joue un peu en termes de densité,

mais pas en résolution» détaille François Le Bas, ingénieur commercial arts graphiques. Et de préciser: «Forcément, sur un modèle aussi rapide, il a fallu améliorer l'ergonomie du poste de conduite. Toutes les tâches de maintenance ont été automatisées afin de limiter les interventions de l'opérateur.» Côté toner, Konica Minolta progresse. Le constructeur japonais avait emmené dans ses bagages l'AccurioLabel 230, sa nouvelle imprimante numérique affichant une vitesse de 23 mètres par minute, soit 30% de plus que la précédente. Là encore, le groupe a veillé à apporter davantage de simplicité dans la conduite – grâce à une interface plus ergonomique – et plus de rapidité dans le lancement d'un tirage, sans renoncer à la qualité d'impression de 1 200 dpi. Si telles sont les évolutions chez les «pure players», les constructeurs de presses conventionnelles se convertissent peu à peu aux technologies numériques avec des résultats très intéressants, y compris sur le plan des vitesses. Leur expertise dans les châssis, le transport de la bande, la colorimétrie pourrait être décisive à l'avenir. Les architectures «hybrides», dans lesquelles se côtoient des moteurs d'impression numérique et des groupes traditionnels – flexo, offset ou sérigraphie –, sont très en vogue. Elles s'enrichissent maintenant de postes d'ennoblissement afin de produire sur la même ligne une étiquette imprimée, vernie, gaufrée et si besoin embossée. Gallus (Heidelberg) exposait par exemple une Labelfire, qui combine un moteur jet d'encre et des groupes flexo avec une unité de dorure →

De par sa conception hybride, la Labelfire de Gallus (Heidelberg) accueille des groupes flexo, une dorure à froid et des têtes jet d'encre. L'unité d'embellissement numérique (DEU) permet de réaliser des effets tactiles et visuels.



LA NOUVELLE GAMME LIGHTLINE : L'AVENIR PEUT ÊTRE SI SIMPLE.



Commande simplifiée, délai de livraison réduit, plus économique : la nouvelle gamme de machines Schubert lightline vous fait bénéficier de nombreux avantages en un rien de temps. Faites appel à notre expertise et à notre expérience – avec nos solutions préconfigurées et prêtes à l'emploi. **lightline Flowpacker, lightline Cartonpacker, lightline Pickerline**

www.schubert.group

 **SCHUBERT**



➔ à froid, à laquelle s'ajoute un dispositif d'ennoblissement numérique baptisé Digital Emballage Unit (DEU) pour créer des effets tactiles et visuels – mats ou brillants – par la pose d'un vernis à épaisseur variable. Sa vitesse maximale est de 70 mètres par minute. Quant à Bobst, il présentait en exclusivité mondiale la Master DM5, une presse hybride, qu'il estime être la plus automatisée du marché. Capable d'afficher une vitesse de production de 100 mètres par minute avec une résolution de 1 200 dpi, elle intègre un module d'impression jet d'encre Mouvent qui met en œuvre des têtes Fujifilm Dimatix Samba et offre, en finition, plusieurs options allant du vernissage à l'enduction en passant par les effets tactiles et 3D, la dorure à chaud et à froid, l'embossage, la découpe, le poinçonnage et la sérigraphie. Rapide, cette machine est aussi très souple: les changements de format sont effectués à la volée.

3. L'électronique crée de nouveaux services

On aurait tort de limiter le rôle de l'étiquette à celui d'un support d'informations imprimées, car celles-ci ont tendance à se dématérialiser ou à renouveler leurs formes. Une fois scannés par un smartphone, les QR codes renvoient ainsi à de multiples contenus sur Internet, comme une vidéo sur le producteur, une liste de magasins où le produit est disponible et les allergènes qu'il renferme. Grâce aux presses numériques, ces codes deviennent main-

tenant uniques. Ils identifient alors «le» produit «du» consommateur lambda. Dans cette perspective, les professionnels de l'étiquette sont de plus en plus souvent des prestataires de service, à l'image de Magic Add, UPM Raflatac et Xeikon qui s'associent pour fournir aux industriels des solutions d'identification transformant les produits de série en objets uniques et communicants. Ainsi, la plate-forme d'Internet des objets (IoP) de Magic Add alimente les étiquettes intelligentes RafMore d'UPM Raflatac, en envoyant des identifiants sérialisés aux imprimantes numériques Xeikon directement à partir du Cloud. La nouveauté est représentée par la très grande quantité de données pouvant être traitée de façon complètement automatisée. «Les technologies liées à l'IoT sont très prometteuses, car elles permettent aux marques de savoir qui achète leurs produits», note Benoît Chatelard, Pdg de Xeikon qui entrevoit de multiples applications dans le domaine de la gestion de la relation client (CRM).

Avery Dennison avait quant à lui agencé une partie de son stand en magasin pour montrer les possibilités offertes par les technologies de radio-identification (RFID) et de communication en champ proche (NFC). Lutte contre la démarque inconcue, inventaires automatiques, paiement en caisse, identification des produits à date limite de consommation (DLC) rapprochée...: les options sont nombreuses et très alléchantes pour les professionnels de la chaîne de distribution, en particulier maintenant, car grâce aux procédés

d'incrustation, il est possible d'envelopper ces antennes pour éviter les perturbations électromagnétiques et les rendre opérationnelles sur des emballages en métal, des produits liquides ou encore les passer au four à micro-ondes. Reste le coût... Mais, sur ce point, Avery Dennison promet des avancées «concrètes» à court terme. Le français VFP Ink Technologies montrait pour sa part les possibilités offertes par l'intégration de circuits électroniques imprimés avec des encres conductrices afin de savoir, par exemple, si la chaîne du froid a été interrompue ou si la température de service est optimale ou encore si la DLC n'a pas été dépassée. Le fournisseur vise aussi l'expérience utilisateur. Dans ce but, il combine son expertise dans l'impression des encres argent et fluorescentes avec l'emploi de composants électroniques miniaturisés tels des capteurs capacitifs, des LED, des batteries. Les résultats sont surprenants: il suffit d'appuyer sur une partie de l'étiquette pour découvrir une forme cachée, reproduire une musique ou allumer des LED autour d'un miroir évoquant celui d'une loge de théâtre. «Nous nous situons à la croisée des chemins entre les marques et les designers. Notre objectif est de leur démontrer que ces concepts existent et que, grâce à eux, il est possible de valoriser autrement les produits», conclut Ibtissem Djaballah, responsable marketing. Dématérialisée, informative et maintenant interactive: l'étiquette a décidément beaucoup de choses à dire... ●

Tiziano Polito

VFP Ink Technologies a fourni un aperçu des possibilités des encres conductrices. Ses étiquettes s'illuminent, restituent des sons, fournissent des informations à un smartphone.



Si tous les produits d'un magasin étaient munis d'étiquettes de radio-identification (RFID), le commerçant pourrait réaliser un inventaire en temps réel pour éliminer les produits à date limite de consommation (DLC) rapprochée.

