

APPELS



TROPHÉES DE L'ÉTIQUETTE NUMÉRIQUE

Le palmarès complet de l'édition 2023 dans ce numéro : le tour de force des imprimeurs récompensé.

PAGES 4 ET SUIVANTES

ACTUALITÉ 10

Sodeprint reprend Malengé Packaging



CAHIER TECHNIQUE 18

Sante Conselvan pousse la boucle vertueuse de l'emballage



DÉVELOPPEMENT DURABLE 26

Graphic Packaging International accélère sur le recyclable



DESIGN ET MARQUE 30

Lonsdale en effervescence pour le champagne Dival Cotel



Une étiquette
durable ne se limite
pas au matériau
utilisé



14 MICHIEL VAN DE PERRE

Directeur Grands Comptes, Reynders
Label Printing

REYNDERS CONTINUE SON DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL

A Paris au Forum Etiqu&Pack de l'Etiquette numérique mi-mars, Michiel Van de Perre, venu d'un coup de Thalys entre deux jours de grèves des trains, avait montré une bonne connaissance du marché, développée avec chaleur. C'était l'occasion de faire le point avec lui sur le marché de l'étiquette des deux côtés du Quiévrain et sur le développement de Reynders, 146 millions de CA, 7 sites et 550 salariés.



→ MICHEL VAN DE PERRE, DIRECTEUR GRANDS COMPTES, REYNDERS LABEL PRINTING

« UNE ÉTIQUETTE DURABLE NE SE LIMITE PAS AU MATÉRIAU UTILISÉ »

A Paris au Forum Etiqu&Pack de l'Étiquette numérique mi-mars, Michiel Van de Perre, venu d'un coup de Thalys entre deux jours de grèves des trains, avait montré une bonne connaissance du marché, développée avec chaleur. C'était l'occasion de faire le point avec lui sur le marché de l'étiquette des deux côtés du Quiévrain et de son évolution.

Si vous avez assisté au Colloque de l'étiquette numérique début mars, vous aurez sans doute remarqué l'intervention de Michiel Van de Perre. Certes son petit accent l'aura identifié comme belge mais son excellente connaissance du monde de l'étiquette et son franc-parler a fait mouche. Michiel Van de Perre est responsable grands comptes chez Reynders label printing. Dans leurs superbes locaux au siège du groupe dans la région d'Anvers, notre correspondante en Belgique, Dominique Huret (Cape Decision), a fait le point avec lui sur les grandes problématiques du secteur de l'étiquette autoadhésive aujourd'hui.

Etiqu&Pack : Quelle est la première spécificité de Reynders Label Printing ?

Michiel Van de Perre : Nous avons toujours été et demeurons à ce jour un groupe familial centré sur des valeurs. Cela devient rare ! Fondée en 1956 par Emile Reynders dans sa maison de Mortsel, près d'Anvers, Reynders Label Printing est à l'origine une imprimerie commerciale traditionnelle. A la fin de cette année, Marc Reynders se retire et laisse place à la troisième génération. Il s'agira d'une direction collective, avec notamment Bart Reynders à la tête de la section pharma, Sebastiaan Reynders responsable de la production sur le site d'Anvers. Ils seront épaulés par une équipe de direction solide dont Marco Van Hooff au commercial. Grâce à notre structure familiale, nous gardons une liberté d'action sur le long terme. Nous pouvons nous permettre de mettre la technicité de nos connaissances au service de la créativité, garder une touche personnelle avec chaque travailleur pour satisfaire au mieux nos clients et ce, dans le respect de l'environnement.

Etiqu&Pack : Quelles ont été les grandes évolutions qui ont marqué la direction de Marc Reynders ?

Michiel Van de Perre : Il y a eu un travail énorme. L'internalisation du groupe est l'un des aspects les plus visibles. Aujourd'hui Reynders Label Printing imprime 8 milliards d'étiquettes par an sur 7 sites dans 5 pays pour des secteurs aussi divers que la pharmacie, la cosmétique, l'agroalimentaire, l'industrie chimique et le food. C'est à ce titre que les sites en Belgique, en France, en Pologne, en Espagne et en Inde sont devenus leaders sur le marché de l'impression d'étiquettes et que le groupe compte aujourd'hui plus de 550 employés et un chiffre d'affaires de 146 millions d'euros. La récente et première acquisition en Allemagne de Schäfer à Wolfschlugen au sud-est de Stuttgart



Michiel Van de Perre, Directeur Grands Comptes, Reynders Label Printing.

confirme notre orientation internationale. Il imprime principalement des étiquettes adhésives pour les marchés pharma et cosmétique. La pluralité de nos techniques et équipements d'impression est aussi une des réalisations cruciales, avec l'automatisation des processus de plate to print, qui est uniformisée à travers nos différents sites. Enfin, la volonté de développer des partenariats avec divers acteurs en amont de la chaîne de production nous ont permis de développer des solutions à la pointe dans les matériaux, livrets, RFID, NFC, QR code etc. . .

Etiqu&Pack : Quels sont à ce jour les types de demande d'étiquette de vos clients et sur quelles technologies ?

Michiel Van de Perre : L'étiquette auto-adhésive demeure un marché en croissance (voir encadré ci-contre). Nous continuons à produire dans tous les segments et chaque usine/unité à ses propres spécificités. Ici, à Anvers nous inaugurerons à la fin de l'été, un second atelier pour le pharmaceutique, un secteur en fort développement. En Belgique, nous constatons une forte demande dans le secteur des boissons. L'impression digitale permet aisément de décliner de multiples versions ou les mini séries pour les brasseurs artisanaux. Les

Nous avons toujours été et demeurons à ce jour un groupe familial centré sur des valeurs. Cela devient rare !

”

étiquettes manchons aussi progressent tant pour les bouteilles que pour les canettes. En effet, c'est une solution qui donne un look premium à une bouteille verre, un habillage élégant à une bouteille grise en rPET et même à une canette alu. De fait, le sleeve ou manchon permet un recyclage aisé, puisque le manchon brûle et la canette ne doit pas être désencrée. Avec un parc total de 80 presses, le site d'Anvers compte 15 presses numériques, de nombreuses hybrides et flexo. Mais vous savez, nos clients veulent une belle étiquette qui met leur produit en avant au meilleur prix, dans le meilleur délai. La technologie utilisée ne les intéresse pas.

Etiqu&Pack : Quels sont les grands axes de vos développements aujourd'hui ?

Michiel Van de Perre : Bien entendu, la durabilité est centrale à tous nos développements. Une étiquette durable ne se limite pas au matériau utilisé. N'importe quel imprimeur d'étiquettes peut s'équiper d'une presse et utiliser du rPE et du rPP. Nous travaillons main dans la main avec quelques recycleurs avec qui nous avons élaboré un guide des matériaux les plus durables et recyclables. Il est essentiel que nos étiquettes puissent s'intégrer dans les flux de recyclages existants. Nous sommes ainsi actifs dans le projet Holygrail2.0, avec le filigrane numérique facilitant le tri par type de polymère. L'essentiel, c'est la cohérence logique de production de l'étiquette. Ainsi pour le manchon étirable ou rétractable est une solution d'avenir. Nous en avons parlé. Un autre secteur en développement pour nous, c'est l'étiquette wash-off ou lavable. Comme vous le savez, en Belgique nous avons beaucoup de boissons en verres retournables, bières, eaux et boissons gazeuses. Les bouteilles sont récupérées en casier dans un système de pool commun. Elles sont ensuite restituées aux metteurs sur le marché pour la réutilisation. A cet effet, il est important que l'étiquette se détache bien dans les laveuses, sans laisser de trace de colles. C'est indispensable pour la réutilisation et la boucle vertueuse.

La croissance de l'étiquette va continuer

Selon Mordor Intelligence, le marché européen des étiquettes auto-adhésives a cru et continue de croître à un TCAC (taux de croissance annuel composé) de plus de 3 % entre 2016 et 2026. La demande croissante d'aliments emballés de l'industrie alimentaire et des boissons est le principal moteur de cette croissance avec l'Allemagne qui est le plus grand marché. Cette augmentation de la consommation des industries alimentaires et des boissons va continuer dans les années à venir. La réorientation vers les étiquettes auto-adhésives biosourcées devrait offrir diverses opportunités de croissance du marché au cours de la période de prévision.

Or, les brasseurs en particulier sont confrontés à un sérieux défi, avec de nombreuses bouteilles dont les étiquettes ne sont pas décollables. Les laveuses se bloquent, les bouteilles ne sont pas nettes et les bouteilles sont à jeter car inutilisables. Tout ce gâchis, à cause d'une colle inadaptée aux contraintes de lavage. C'est de la perte sèche pour le brasseur et un vrai souci écologique. Nous travaillons donc sur une étiquette lavable qui résiste aux variations de température, au soleil et au temps. Nous faisons des tests ici même avec des casiers de bouteille de bières étiquetées avec nos solutions. Nous devons être 100 % sûrs de la qualité avant de la lancer sur le marché. Certes cela ne concerne qu'une niche de produit. Mais déjà aujourd'hui en Allemagne et nous le voyons en France, les systèmes de consigne et de réutilisation vont de l'avant. Nous tentons d'être précurseur, d'offrir les meilleures solutions à nos clients où qu'ils soient, et cela de la manière la plus durable possible.

Propos recueillis par **Dominique Huret** (Cape Decision)





ETAC

ÉTIQUETTES

La réponse
COMPLÈTE
aux entreprises

UNE OFFRE UNIQUE
www.etac.fr/kitdevente

LE
FABRICANT
DES REVENDEURS
depuis 1980

depuis 1980

**Distribution
exclusive**

par la filière graphique