

INNOVATIONS

À INTERPACK, L'EMBALLAGE NE PERD PAS SA CONTENANCE

En mai dernier, Interpack était un rendez-vous immanquable après six ans d'absence avec quelque 2 800 exposants pour 140 000 visiteurs dont 30% d'étrangers. Sujet de préoccupation de notre société de consommation, l'emballage est également en question dans le secteur des boissons où il est pourtant indispensable. Retour sur quelques innovations emballage qui ont fait le buzz à Düsseldorf.



La bouteille Milk Monsters.

Le spécialiste français des bouchons soufflés Serac conçoit et fabrique des bouteilles et gobelets en PET et rPET avec bouchons. Deux développements intéressants étaient présentés sur son stand. La bouteille de lait en PET transparent qui répond aux exigences d'authenticité et de naturel demandées par les consommateurs. Le décor reprend les codes du luxe tandis que l'ergonomie est optimisée par une large zone de préhension intégrée et le bouchon Kiso by Apta, un bouchon au bec optimisé. Plus ludique, la bouteille Milky Monsters, de petit format, est destinée aux laits pour enfants. Les préformes proviennent de SGT et ont été développées en partenariat avec Avient, spécialiste de la coloration. Il s'agit d'une préforme laitière monocouche à très faible teneur en minéraux (moins de 4%). Destinées spécifiquement au marché des produits laitiers, ces préformes intègrent la nouvelle technologie d'additifs appelée ColorMatrix Lactra Four One Zero qui offre une blancheur supérieure à la bouteille et une haute protection pour les liquides sensibles à la lumière, bloquant la lumière jusqu'à 99,9%, même avec une faible épaisseur

de paroi (200 microns). Les produits laitiers, tels que le lait UHT, sensibles à l'oxydation sont ainsi protégés et conservés plus longtemps, jusqu'à 6 mois, sans altération du goût ou des propriétés sensorielles et nutritionnelles. Cette préforme monocouche 100% recyclable peut être intégrée dans un circuit fermé de bouteille à bouteille et peut contenir jusqu'à 100% de rPET. La surface en relief du « petit monstre » invite les enfants à toucher et à colorier.

Présentée l'an dernier sur Drinktec, la 1SKIN de Sidel continue sa percée. Il s'agit d'un concept global développé par Sidel, qui propose une solution comprenant une bouteille ultralégère de 28 grammes pour un format de 1 litre avec un goulot réduit à 3,2 cm, un dispositif de verrouillage du bouchon pour maintenir la bouteille ouverte loin du visage du consommateur et ... une absence d'étiquette. Sur la surface de



La surface en relief du « petit monstre » invite les enfants à toucher et à colorier



Pour différencier le Coca-Cola original et le Zero, l'un est coiffé d'un bouchon rouge et l'autre noir.

la bouteille, il est possible de « graver » - on devrait dire mouler - différentes polices de caractères et textures, la transparence permettant de jouer avec la lumière. Les éléments graphiques sont créés à l'aide des technologies de moulage de Sidel tandis que codes QR ou codes-barres peuvent être imprimés sur le bouchon pour les informations aux consommateurs ou la vente de détail à l'unité. Au Japon, la bouteille PET sans étiquette de Coca-Cola est commercialisée avec une bouteille 100 % rPET. Le poids est réduit de 2 grammes pour une bouteille de 350 ml et est vendue principalement par e-commerce. En Corée aussi, les produits Coca-Cola Contour Label Free sont vendus en ligne dans des packs de 24 boissons de 370 ml. Pour différencier le Coca-Cola original et le Zero, l'un est coiffé d'un bouchon rouge et l'autre noir.

L'italien Sipa a dévoilé sa bouteille PET pour vin pétillant. Le spécialiste des technologies de transformation et la conception de contenants a conçu ce moule à 48 cavités pour les préformes. Un élément clé de l'innovation est le goulot de la bouteille, qui ressemble à la version en verre, permettant un bouchage classique en forme de champignon avec sa cage métallique. La base de la bouteille est également

identique à l'original. Le design offre une résistance à la charge maximale de 350 kg. Ainsi, le consommateur vivra la même expérience avec cette nouvelle bouteille du débouchage au versement. Cependant, elle est beaucoup plus légère, seulement 90 g et pratiquement incassable. Le canadien CCL Labels et le belge Reynders Labels ont collaboré à ce projet. Un fabricant français de bouteilles a récemment commencé la production commerciale de bouteilles en PET pour un grand producteur de vin italien, en utilisant des moules et des équipements d'étrépage-soufflage de Sipa.

United Caps, fabricant de bouchons et de fermetures, a présenté sa solution de fermeture pour l'emballage en carton 23 H-PAK. Ce système de fermeture prêt à l'emploi se compose de trois pièces : bec, bouchon et cutter, alors que les autres solutions sur le marché sont généralement composées de quatre pièces. Moins de pièces signifie un recyclage plus facile. De plus, la bande d'invulnérabilité crée un premier point d'accès, améliore l'expérience de l'utilisateur et garde toutes les pièces intactes pour un recyclage plus facile. Le bord tranchant est conçu pour couper le trou pré-laminé avec un minimum d'effort. Enfin, la fermeture est dotée d'une charnière très résistante qui garantit la refermeture de la brique. De plus, comme les délais pour l'obligation légale des fermetures attachées se rapprochent, l'intégration de ces fermetures dans les processus existants se devait d'être immédiatement adaptable pour les clients. C'est chose faite pour le 23 H-PAK d'United Caps, conçu

pour se connecter instantanément aux lignes de remplissage existantes, assurant une mise en œuvre rapide de la ligne de production. Ce bouchon de haute technicité est en instance de brevet.

La collaboration entre l'entreprise allemande Jägermeister, très tendance auprès des jeunes, Deco Glas et l'agence de design Mutter a résulté dans l'usage d'encre thermochromique appliquée à même la bouteille de Mast Jägermeister. Pour l'édition limitée #Savethenight, des pigments thermochromiques ont été appliqués à la bouteille en verre par sérigraphie. Il



United Caps a présenté sa solution de fermeture pour l'emballage en carton 23 H-PAK



s'agit d'une première dans l'industrie, avec une impression sensible à la température qui modifie l'aspect de la bouteille lorsque le liquide qu'elle contient est refroidi à -18 °C. Le processus de production permet d'imprimer des encres thermochromiques directement sur le verre. Jusqu'à présent, les encres thermosensibles n'étaient uti-

Pas besoin de colle, une laque spéciale est utilisée pour appliquer l'étiquette sur les bouteilles en utilisant la pression du soufflage.



lisées que sur les étiquettes en papier. Les températures de réaction peuvent être personnalisées, ouvrant la voie à de nombreuses applications dans l'industrie alimentaire et des boissons.

Alpla travaille avec CCL sur l'étiquette Easy-Off, une nouvelle technologie IML pour le Stretch Blow Moulding, ou processus

d'étiquetage dans le moule. Pas besoin de colle, une laque spéciale est utilisée pour appliquer l'étiquette sur les bouteilles en utilisant la pression du soufflage. La pression de 40 bars combinée à une température de 110°C pour le processus d'étrépage-soufflage signifie que les étiquettes sont automatiquement positionnées et fixées dans le moule de soufflage.

Avantage supplémentaire, l'étiquette en OPP peut être facilement séparée par le processus de flottation. La technologie est prête à être commercialisée, mais n'est pas encore sur le marché.

Enfin du côté des Japonais, deux récompenses du World Star Contest 2023 parrainé par l'Organisation mondiale de l'emballage se démarquent. Kirin Namacha a été récompensée pour sa Green Ecology PET Bottle pour sa marque phare de thé. Développée par Kirin Holdings Company, elle se veut une réponse à la sensibilisation croissante à l'environnement et à la pénurie de main-d'œuvre dans le

secteur de la logistique au Japon. Concept optimisé, la bouteille étant fabriquée à partir de préformes de résine PET 100 % recyclées provenant de l'usine Kirin Shonan. Les étiquettes se présentent sous la forme de rouleaux, plus fins et plus courts. Le carton utilisé pour emballer les 6 packs et le carton utilisé pour afficher les informations sur le produit ont été réduits, pour limiter les matériaux au strict minimum. Enfin, la bouteille est de forme rectangulaire, ce qui optimise le nombre de cartons sur les palettes.

Enfin, le grand groupe

de boissons Asahi a aussi été remarqué pour l'impression directe à même la bouteille de son thé Jurokucha. La technologie de marquage laser UV haute définition, ou « technologie de marquage direct » permet d'imprimer les informations nécessaires directement sur la

bouteille PET. Ici, c'est la capacité d'exprimer des caractères Kanji japonais fins et complexes qui fut le défi, car impossible avec les lasers CO2 conventionnels. En affinant l'intensité et la fréquence de l'irradiation, Asahi a réussi à obtenir à la

fois une bonne visibilité et une sécurité sans risque de fuite. Le volume de vente prévu de 1 200 caisses a été épuisé en temps record lors des ventes sur Amazon. Pour rappel, les Japonais doivent séparer étiquettes, bouchons des bouteilles pour le tri. Certains clients admettent que de ne plus devoir « déshabiller » les bouteilles change positivement leur vision du recyclage.

Le prochain salon Interpack aura lieu du 7 au 13 mai 2026 à Düsseldorf. D'ici là les contenants liquides auront beaucoup changé à n'en pas douter !

Dominique Huret (Cape Decision)
envoyée spéciale à Düsseldorf



Kirin Namacha a été récompensée pour sa Green Ecology PET Bottle pour sa marque phare de thé

