

TENDANCES [&] EMBALLAGES

MASTER CLASS

Michel et Augustin

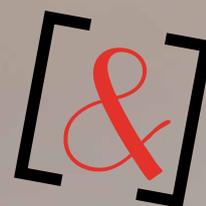
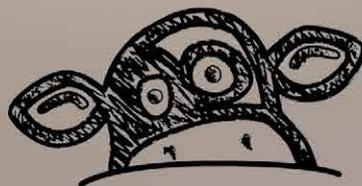
Les trublions du goût

Two kooky cookies

Les actualités techniques et pratiques de l'emballage imprimé [papier-carton, design et packaging]



Vive la vie!



[&] ZOOM SUR... L'ÉCONOMIE

FOCUS ON... ECONOMY

SUR LE MARCHÉ INTERNATION- NAL, L'AVENIR DU PAPIER SE RÉÉCRIT AU JOUR LE JOUR.

L'histoire du papier se confond avec celle des civilisations. C'est une épopée qui aujourd'hui se poursuit avec des enjeux économiques et internationaux, car le papier n'est plus seulement support d'écriture. Du journal à l'emballage, en passant par l'hygiène ou les papiers graphiques : de nombreux marchés sont étroitement liés au cours de la pâte à papier. Producteurs et papetiers rivalisent d'ingéniosité pour se distinguer dans un marché où les cours et les demandes fluctuent.

DU PAPYRUS AU PAPIER

Depuis les premières traces d'écriture sur les papyrus et les parchemins en peaux de bête, l'histoire du papier se confond avec celle des civilisations. Inventé vers l'an 100 par les chinois, le papier (mélange d'écorces et de fibres) se répand dans le monde entier grâce aux grandes invasions arabes.

On trouve des moulins à papier en Espagne au XI^e siècle, puis les premières fabriques de papier en Italie vers 1250.

Au XIX^e siècle, la première machine à papier apparaît en France, puis un peu plus tard en Europe. Elle peut fabriquer jusqu'à 80 feuilles par jour. C'est le début d'une grande épopée qui nous mène jusqu'aux technologies actuelles.

On fabrique aujourd'hui des papiers de grandes largeurs à une vitesse de l'ordre de plusieurs milliers de mètres à la minute. Une machine produit en moyenne 100 tonnes de papier en bobine par jour.

IN THE INTERNATIONAL MARKET, THE FUTURE OF PAPER IS REWRITTEN DAILY

The history of paper intertwines with that of civilisation. An epic that continues today with economic and international issues, because paper is not just a medium for writing. From newspapers to packaging, through hygiene or graphic papers, a number of markets are closely linked in with the pulp. Paper producers compete to stand out in a market where prices and demands alternate daily.

FROM PAPYRUS TO PAPER

Since the first traces of writing, on papyrus and parchment made from animal skins, paper history is woven with that of civilisation. Invented around the year 100 A.D. by the Chinese, paper (a mixture of bark and fibres) spread worldwide largely through the invasions of the Arab empire.

There were paper mills in Spain in the 11th century and the first paper mills in Italy in 1250.

In the 19th century, the first paper machine appeared in France, and later in Europe. It could produce up to 80 sheets per day. This was the beginning of the great epic that leads us to current technologies.

Today the manufacture of large widths of paper at speeds in the order of several thousand meters per minute. A machine can produce an average of 100 tonnes of paper on a reel per day.

LE COURS DE LA PÂTE À PAPIER NBSK : UN MARCHÉ FLUCTUANT

Le papier est devenu une matière première qui s'échange dans le monde entier et dont les marchés potentiels se développent différemment entre nord et sud.

Malgré une tendance à la baisse des matières premières en 2015, le cours de la pâte à papier NBSK s'est maintenu, grâce notamment à l'essor de la demande des pays émergents. Il se situe à environ 800 dollars la tonne de NBSK. Durant la première moitié des années 2000, les prix étaient à moins de 700 dollars.



La fibre de bois est la matière première utilisée par Sappi pour produire sa pâte à papier

C'est notamment le marché du papier d'hygiène qui tire les ventes vers le haut. Il représente 40 % de la consommation mondiale. Avec la hausse du niveau de vie dans les pays émergents, cette consommation de produits augmente fortement, ce qui requiert de la pâte de cellulose.

Par contre les papiers graphiques dédiés aux journaux et à l'écriture (33 % de la consommation mondiale de pâte) connaissent eux une baisse.

Les papiers spéciaux représentent 15 % de la consommation, et le secteur de l'emballage 8 %.

Dans cette perspective, l'innovation, la recherche et le développement sont un enjeu capital.

IGGESUND PAPERBOARD SOUHAITE SE DÉPLOYER EN ASIE ET EN AMÉRIQUE DU NORD

Le suédois Iggesund Paperboard, avec une part de marché d'environ 20 % dans la production de carton à base de fibres vierges, fabrique essentiellement deux familles de produits : Invercote et Incada.

En 2016, il compte améliorer son service de distribution en Asie et en Amérique du Nord avec un nouveau site d'entreposage à Taïwan en Asie et à Pomona en Californie. Il souhaite ainsi accroître la disponibilité d'Invercote.

« Car l'Invercote est un produit de niche destiné aux clients particulièrement exigeants en matière de présentation et de fonctionnalité » estime Arvid Sundblad, responsable des ventes internationales.

THE PRICE OF PAPER PULP NBSK, A FLUCTUATING MARKET

Paper became a premier material exchanged throughout the world, whose potential market developed differently between the north and south hemispheres.

Despite a downward trend of raw materials in 2015, the price of pulp

NBSK paper was maintained, thanks to the growth in demand from the emerging countries. It is about \$800 per tonne of NBSK. During the first half of 2000, prices were less than \$700 per tonne.

It is the hygienic paper market that especially raises the sales up. It represents 40% of world consumption. With rising living standards in emerging countries, this consumer good rose sharply, requiring more pulp.

On the contrary, graphic papers dedicated to newspapers and writing (33% of world pulp consumption) diminished. Special papers account for 15% of consumption, and the packaging sector 8%.

With this in this perspective, innovation, research and development is a major challenge.

IGGESUND PAPERBOARD WISHES TO EXPAND IN ASIA AND NORTH AMERICA

Swedish group Iggesund Paperboard, with their market share of about 20% in the production of paperboard based on virgin fibres, mainly manufactures two product lines, Invercote and Incada.

In 2016, it intends to improve its distribution service in Asia and North America with a new storage site in Taiwan in Asia, and another in Pomona, California. They hope to increase the availability of Invercote.

"For Invercote is a niche product for particularly demanding customers in terms of presentation and functionality" says Arvid Sundblad, head of international sales.

SAPPI INVESTIT LARGEMENT EN EUROPE

Le groupe Sappi fabricant de fibres de bois prévoit à l'horizon 2020 que sa division papiers graphiques atteindra 25 % de l'EBITDA, l'emballage 25 %, et la cellulose 40 %. Sappi Europe est convaincu que son secteur de papiers spéciaux permettra d'atteindre 25 % de son bénéfice global en 2020. À l'heure actuelle, il représente 10 % du chiffre d'affaires.

C'est en investissant dans ses usines et dans les nouvelles technologies que Sappi compte gagner de nouveaux marchés. Il y a trois ans, le groupe a investi 60 millions d'euros dans la conversion de ses machines à l'usine Alfeld, axée sur la production de papier spécialisé.

ARJOWIGGINS JOUE LA CARTE INTERACTIVE

C'est dans le registre de l'interactivité que l'un des leaders sur le segment du papier graphique haut de gamme se positionne avec son nouveau site Arjowiggins Creative Papers. Créé comme un outil de travail interactif, ce site permet de télécharger la texture ou avoir un aperçu du grammage, de la finition, de la couleur d'une dizaine de références de papiers.

STORA ENSO PROPOSE DES SOLUTIONS RENOUVELABLES

Fabricant de pâte à papier, leader de solutions renouvelables pour l'emballage, Stora Enso s'inscrit dans un contexte environnemental avec un marché de la fibre bois susceptible de détrôner les matières plastiques. Dans cette perspective, Stora Enso a ouvert un laboratoire de recherche et de développement à Helsinki en 2015. « Dans un monde confronté à des problèmes de changement climatique, nous pouvons créer des produits durables avec de la fibre de bois qui remplaceront les produits à base de combustibles fossiles existants tout en dépensant moins d'énergie », souligne Markus Mannström, responsable R&D.

SAPPI INVESTS HEAVILY IN EUROPE

The group Sappi, manufacturers and providers of wood fibre, look to 2020, when their graphic paper division will reach 25% of EBITDA, packaging 25% and cellulose 40%. Sappi Europe is convinced their special paper sector will achieve 25% of its overall profits in 2020. At present, it represents 10% of their turnover.

By investing in its plants and in new technologies, Sappi expects to gain new markets. Since three years, the group has invested €60 million in the conversion of its machines in the Alfeld factory focusing on producing specialised paper.

ARJOWIGGINS PUTS ITS MONEY ON INTERACTIVE

It is in the field of interactivity that the leaders in the segment of high-end graphic paper is positioned, with its new site Arjowiggins Creative Papers. Designed as an interactive working tool, this site lets you download the texture or preview the weight, finish, colour of tens of paper references.

STORA ENSO OFFERS RENEWABLE ENERGY SOLUTIONS

Pulp manufacturer, and leader of renewable solutions for packaging, Stora Enso is in an environmental context within the wood fibre market likely to depose plastics. With this perspective, Stora Enso opened a laboratory for research and development in Helsinki in 2015. "In a world faced with climate change issues, we can create sustainable products from wood fibre to replace products based on existing fossil fuel while spending less energy." said Markus Mannström of R & D.



Les premières presses apparaissent au 19^e siècle. Elles peuvent produire aujourd'hui 100 tonnes de papier en bobine/jour

ZOOM SUR... L'ÉCONOMIE

FOCUS ON... ECONOMY

BILLERUDKORSNÄS MULTIPLIE SES PROJETS R&D

L'offre de BillerudKorsnäs est basée sur des matériaux d'emballage de première classe à partir de fibres vierges et des solutions d'emballage innovantes créés avec de matériaux renouvelables.

Au cours de l'année 2015, malgré un dernier trimestre difficile notamment dû à des problèmes d'ordre techniques intervenus sur les sites, et à une conjoncture fluctuante, l'activité Papier d'emballage est restée stable pour la société. Le segment du carton d'emballage pour liquide a continué de croître. Pour faire face à ces fluctuations, BillerudKorsnäs mise sur l'innovation. Depuis 2013, la société a multiplié par 5 le nombre de projets de développement, et augmenté ses investissements en R&D de 180 %.

LANA PAPIERS SPÉCIAUX SE LANCE DANS LE PAPIER PACKAGING SÉCURISÉ

Pour Fabienne Staddler, responsable communication et marketing, les fluctuations du marché mondial de la pâte à papier impacte le coût des produits.

Le cours avait augmenté en 2014 et s'est stabilisé en 2015, rendant l'environnement plus propice. Face à cette donnée économique, la stratégie ne changera pas.

« Nous fabriquons du papier à base de pâte vierge et c'est ce qui garantit notre qualité. On ne change pas cet axe de travail. 50 % de notre marché est à l'international. Et nous misons sur notre savoir-faire unique et reconnu de papier sécurisé. C'est vers le packaging de luxe que l'entreprise se redéploie. » souligne F.Staddler

« Aujourd'hui, le secteur de la parfumerie, la pharmacie et les cosmétiques recherchent des emballages infalsifiables et c'est ce que nous leur proposons avec notre système de fil ou de ruban intégré au papier ».



Le groupe Sappi investit largement dans l'équipement de ses usines, telle que celle d'Alfeld

BILLERUDKORSNÄS IS INCREASING ITS R & D PROJECTS

The action of BillerudKorsnäs is based upon first-class packaging materials from virgin fibres and innovative packaging solutions created with renewable materials.

In 2015, despite a difficult last quarter, in particular due to technical problems occurring on their sites, and fluctuating conditions, the activity of packaging paper remained stable for the company. The segment of card packaging for liquids has continued to grow. To cope with these fluctuations, BillerudKorsnäs focused on innovation. Since 2013, the company has multiplied by five the number of development projects, and increased its investment in R & D by 180%.

LANA PAPIERS SPÉCIAUX LAUNCHES INTO PROTECTED PACKAGING PAPERS

For Fabienne Staddler, responsible for marketing and communication, fluctuations in the world market for pulp impacts on the cost of products.

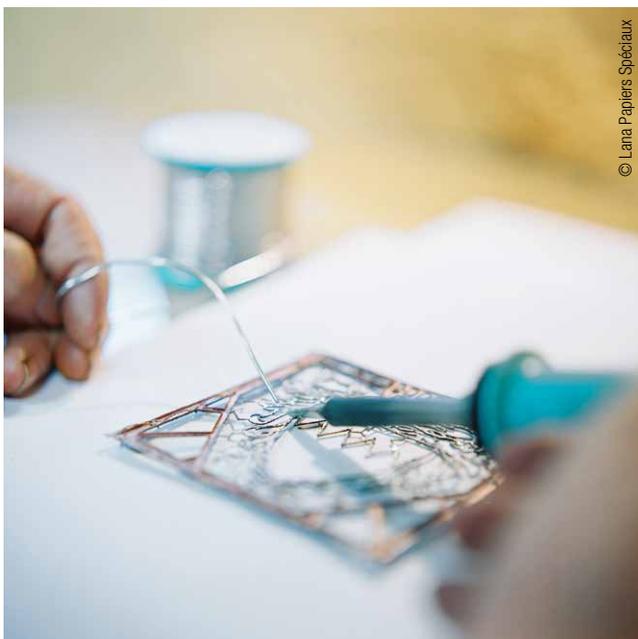
The costs increased in 2014 and stabilised in 2015, making the environment more conducive. Faced with this economic data, their strategy will not change.

"We manufacture virgin pulp based paper and this is what guarantees our quality. You do not change in this line of work. 50% of our market is international. And we promote our unique and recognised expertise in security paper. It is towards the luxury packaging that the company will redeploy." Fabienne Staddler emphasises.

"Today, the perfume, pharmaceuticals and cosmetic sectors look for tamper-proof packaging and this is what we offer with our wireless system or tape integrated within the paper."

A DIFFICULT COMPETITIVE MARKET FOR PAPERIES DE MONTSEGUR

The tissue papers from paper mills Papeteries de Montsegur, is exported to Europe, the North American market and Asia. This flair for "Made in France" was particularly recognised in the luxury sector, and is the recipient of the label "Enterprise du Patrimoine Vivant" (EPV).



© Lana Papiers Spéciaux

Lana Papiers Spéciaux est le spécialiste du papier sécurisé et filigrané (ici travail de soudure sur filigrane)

UN MARCHÉ CONCURRENTIEL DIFFICILE POUR LES PAPETERIES DE MONTSÉGUR

Le papier de soie issu des papeteries de Montségur, s'exporte en Europe, sur le marché nord américain ainsi qu'en Asie. Ce savoir « made in France » particulièrement reconnu dans le secteur du luxe fait l'objet d'un label « Entreprise du Patrimoine Vivant » (EPV).

Pour autant, les fluctuations du marché de la pâte à papier ont eu un retentissement sensible sur leur activité : « le prix de la pâte impacte nos coûts et nous avons subi une hausse du cours en 2014 » explique Rémi Danglade, Président.

« Avec nos papiers de soie, nous travaillons notamment dans la mode et le prêt à porter, les parfums et les cosmétiques, mais malgré cette activité de niche, nous devons garder une grande vigilance face au marché ».

La recherche et le développement sont une réponse pour rester compétitif dans un environnement extrêmement concurrentiel. « Or, les contraintes et les régulations du gouvernement sont un poids », déclare Monsieur Danglade.

FEDRIGONI OU LE PAPIER « HAUTE COUTURE »

Chez l'italien Fedrigoni, l'univers de la mode inspire les papiers. La papeterie répond à cet environnement économique par la création de nouvelles gammes et un positionnement marketing très « haute couture ». Pour présenter sa gamme de papier, la société italienne lançait en 2014 « Le guide du parfait gentleman », un catalogue visuel au caractère tactile et expérimental. En novembre 2015, Fedrigoni propose la gamme Fabrianno, composée de trois papiers dont deux 100 % coton et fabriqués sans blanchissant et sans acide. ■

V.F.D.

Support séculaire d'écriture, le papier est devenu une matière première qui s'échange dans le monde entier et subit les fluctuations des taux de change. Tandis que les fabricants de pâte à papier déploient leur stratégie internationale ou proposent de nouvelles solutions renouvelables, les papetiers doivent faire face au marché avec leurs savoir-faire, souvent hérités d'un riche passé. Malgré les freins économiques et administratifs, ils témoignent chacun à leur façon d'une capacité à rebondir, créer et inventer.



La dernière gamme de Fedrigoni « Fabrianno » propose des papiers très couture 100 % coton

However, fluctuations in the pulp market had a significant impact on their business, "the price of pulp impacts our costs and we experienced a price increase in 2014," explains company president Rémi Danglade.

"With our tissue paper, we work especially in fashion and ready to wear, perfumes and cosmetics, but despite this niche activity, we must keep a high vigilance towards the market"

Research and development is a response to remain competitive in a highly competitive environment. "However, the constraints and regulations of the government are a weight" says Mr. Danglade.

FEDRIGONI OR "HAUTE COUTURE" PAPER

At the Italian company Fedrigoni, the fashion world inspires their papers. Their stationery responds to this economic environment by creating new product lines and a market position very "haute couture". To present its range of paper, the Italian company launched in 2014 "The Guide for the Perfect Gentleman", a visual catalogue both tactile and experimental. In November 2015, Fedrigoni offered their Fabrianno range, consisting of three papers, two of which are 100% cotton and manufactured without bleaching and acid-free. ■

The material support of writing paper has become a commodity that is traded worldwide and undergoes fluctuations in exchange rates. While pulp manufacturers are making their international strategy to propose new renewable solutions, papermakers must face the market with their know-how, often passed down from a rich past. Despite the economic and administrative constraints, they testify in their own way to the capacity to rebound, create and invent.