

SPECIAL PRODUITS LAITIERS

Protection et décoration

Les informations contenues dans ce numéro confirment que la feuille d'aluminium demeure un matériau-clé pour l'emballage des produits laitiers.



Dans ce numéro

- Opercules
- De nouveaux emballages souples pour le beurre
- Des solutions pour les petits tirages d'impression
- Plats et barquettes
- Cartons pour liquides



Dernière page:

Allan Boyle (Nestlé) encourage les fabricants d'emballages aluminium à promouvoir d'avantage leur matériau.

www.alufoil.org

Le site reçoit
7 000 visites par mois

Feuille d'aluminium : tendance à la hausse

Malgré une baisse de 4% observée au premier semestre 2002 par rapport à la même période de l'année précédente (373.500 t au lieu de 390.000 t), les volumes de feuilles d'aluminium livrés à partir de la zone européenne EAFA* augmentent de 6% par rapport aux 6 mois précédents.

Ce sont les fortes épaisseurs, généralement utilisées pour des applications techniques (par exemple les échangeurs thermiques) qui expliquent cette baisse. En revanche, les faibles épaisseurs, utilisées principalement dans l'emballage, ont conservé une demande soutenue durant le premier trimestre 2002, supérieure à la même période en 2001.

Livio Frigerio, président de l'association, est optimiste : « Les lamineurs EAFA rapportent que leurs carnets de commandes du troisième trimestre sont à la hausse. Aussi suis-je convaincu que l'année 2002 sera à nouveau une année de croissance pour la feuille ».

*Union européenne, Hongrie, République tchèque, Suisse et Turquie

Le journal de Carrefour consacre sa couverture à l'aluminium

Carrefour, le leader européen de la grande distribution et numéro deux mondial, a publié un article détaillé sur l'aluminium dans « Le Journal de Carrefour » distribué aux clients de l'enseigne.



Opercules

Les innovations vont bon train dans le domaine des opercules aluminium :

Une force de pelage contrôlée

Alucoat a mis au point une nouvelle formule d'enduction sur aluminium qui permet d'obtenir une force de pelage contrôlée en fonction des conditions de thermoscellage de façon à assurer une ouverture aisée pour le consommateur.

Un système d'opercule haute performances pour les bouteilles PET

Un nouveau complexe aluminium pour l'opercule pelable des bouteilles PET est désormais disponible. Dénommé « Top-Peel », ce nouveau complexe développé par VAW Flexible Packaging est une adaptation du système déjà mis au point par cette société et largement utilisé pour l'opercule des bouteilles HDPE destinées au conditionnement du lait liquide (stérilisé, pasteurisé, UHT) et des yaourts à boire.



Top-Peel répond à la demande pour des conditionnements unitaires, faciles à ouvrir, une demande en forte croissance, liée au développement de la consommation individuelle ambulatoire.

Opercule aluminium « refermable »

Teich AG a adapté l'opercule aluminium refermable à des contenants à large ouverture comme les pots de boissons ou de crème liquide de façon à permettre une refermeture temporaire de l'emballage jusqu'à l'utilisation complète du produit. Grâce à l'inertie au pli de la feuille d'aluminium, la patte extérieure de l'opercule est simplement repliée sous la bordure du pot pour maintenir l'opercule en place.



Des opercules au service du consommateur

Un autre développement de VAW Flexible Packaging porte sur un opercule pour emballage de boissons muni d'une languette pelable pour une consommation à partir de l'emballage. Une bonne combinaison de la sécurité offerte par la feuille d'aluminium et de la facilité d'emploi apportée par cette innovation.



Les opercules lisses appréciés par les conditionneurs

Les opercules lisses lancés initialement par Teich AG connaissent désormais un réel succès sur le marché des produits laitiers.

Alfon Tumbach de Molkerei Bauer (Allemagne) déclare : « *Nous avons augmenté nos ventes de façon significative après l'adoption d'opercules lisses pour le conditionnement de nos produits* ».

En Autriche, Ulf Schöttl de Berglandmilch exprime également sa satisfaction : « *Nous avons adopté des opercules lisses. L'ouverture des pots s'avère plus facile et plus régulière* ».

Des opercules lisses imprimés recto-verso

Grâce à une modification des vernis colorés pour opercules lisses, Hueck Folien peut désormais imprimer des logos, des textes ou divers messages promotionnels sur la face intérieure de



l'opercule. Certains conditionneurs ont déjà saisi cette opportunité comme, par exemple, ce fabricant français de fromage dont la marque est imprimée sur la face intérieure de l'opercule.

Nordmilch : un emballage de crème refermable

La crème Miran de Nordmilch est présentée dans un ingénieux pot « la tête en bas » sous la forme d'un petit broc refermable. Cet emballage fermé grâce à un opercule en complexe Alu/PE/Alu peut être utilisé sans difficultés sur les équipements traditionnels de remplissage et d'opercule. Ainsi, la même machine peut conditionner la crème dans le petit broc ou un autre produit dans les pots traditionnels.



L'emballage du beurre

La feuille à couper le beurre

La consommation d'une plaquette de beurre de 250 grammes se fait en plusieurs reprises et la durée moyenne de conservation de la plaquette entamée au réfrigérateur est de une à trois semaines.

L'emballage de la plaquette doit permettre un accès facile au produit, une re-fermeture simple et efficace et bien sûr une protection optimale du produit jusqu'à sa consommation finale.

Pour cela, la feuille d'aluminium présente dans l'emballage joue un rôle primordial. Sa propriété d'inertie au pli (deadfold) permet à l'emballage d'épouser parfaitement la forme du produit – même entamé – et son pouvoir barrière à la lumière et à l'oxygène protège efficacement contre le rancissement.

Aujourd'hui, l'emballage en plaquette apporte un service supplémentaire au consommateur : la possibilité de couper le beurre sans risquer de déchirer la feuille.

Le beurre Elle & Vire en plaquette de 250 g possède depuis 2001 un emballage indéchirable – un complexe à base de feuille d'aluminium et d'OPP développé par Pechiney Soplaril Flexible Europe.



Le marché français du beurre pèse près de 160.000 tonnes. La présentation en plaquette domine avec 60 % des volumes.

Un emballage beurre résistant au froid

« ICE-PROOF » est un nouveau complexe d'emballage pour le beurre développé par Haendler & Natermann qui permet d'éviter les risques de délamination rencontrés parfois avec les complexes traditionnels lors des reprises d'humidité après stockage à basse température.



Le complexe ICE-PROOF a déjà été adopté par certains producteurs de beurre en France et en Irlande.

Le beurre Country Life fidèle à la brillance de la feuille d'aluminium

Dans les rayons des supermarchés britanniques, un emballage beurre à base de feuille d'aluminium est synonyme de qualité. Country Life, la marque leader de beurre en Grande-Bretagne, utilise la feuille d'aluminium dans ses emballages depuis plus de 30 ans. Le design évolue mais la feuille d'aluminium – élément clé de l'identité de la marque – demeure.



Exemple fourni par Alcan Packaging (Lawson Mardon Star).

Impression

Des solutions pour les impressions à faible tirage

Hueck Folien a mis au point une encre pour impression digitale résistante à la chaleur (HF Digital Print) qui permet désormais de recourir à l'impression digitale pour des matériaux destinés à être thermoscellés. Des tirages commerciaux jusqu'à 6 couleurs dans des quantités de une à 100 000 poses peuvent être fournis dans des délais de deux semaines.

Les demandes fréquentes du marketing pour de faibles tirages d'impression pour des tests de marché ou pour des opérations promotionnelles devraient dorénavant pouvoir être satisfaites dans de bien meilleures conditions. Même des hôtels indépendants pourraient désormais avoir leur nom imprimé sur les emballages de yaourts de crème ou de beurre dans des conditions économiques acceptables.



M. Ferdinand Rogge, directeur des achats de NORDMILCH, la plus grande société laitière en Allemagne, voit de nombreux

avantages dans l'impression digitale : « *Nous utilisons l'opercule aluminium comme une garantie et un signe de qualité pour nos produits laitiers. Avec l'impression digitale, notre marketing pourra bénéficier,*



en outre, d'une plus grande souplesse. Nous pourrions notamment approvisionner des quantités plus faibles en évitant les surcoûts pénalisants. Pas d'investissements excessifs dans les cylindres ou les clichés d'impression et une plus grande rotation de nos stocks. Nous pourrions également procéder à des tests marketing de nouveaux produits dans leurs emballages définitifs dans de bien meilleures conditions ».

Une autre approche pour maîtriser le coût des petits tirages

VAW, un membre de l'EAFA, a travaillé selon une autre approche pour pouvoir fournir à ses clients des petits tirages à un coût raisonnable. Les différentes maquettes sont regroupées côte à côte sur un même jeu de cylindres ou de clichés. Le coût additionnel des cylindres ou des clichés est ainsi compensé par la réduction importante des coûts de calage.

Après impression, les différents modèles d'opercules sont séparés au stade de la découpe et empilés dans différents distributeurs. Ce procédé dénommé Eco-Design-Mix® est, selon VAW, particulièrement bien adapté aux exigences de l'industrie laitière.

Plats et barquettes

Des barquettes aluminium contribuent au succès d'un produit laitier

Un bon exemple du rôle que peut jouer un emballage innovant et adapté dans le succès commercial d'un nouveau produit nous est fourni par la laiterie française Ladhuie.

Un partenariat de développement entre Enio Martin, le patron de cette petite entreprise, et son fournisseur d'emballages, Ekco, a débouché il y a quelques années sur la mise au point d'une série de produits venant élargir la gamme des traditionnels œufs au lait.



L'emballage choisi était une nouvelle barquette spéciale à flancs lisses operculée par une feuille d'aluminium.

Résultats de cette combinaison contenant-contenu (récompensée par un trophée EAFA) : un bond des ventes de 10 millions à 100 millions d'unités environ. La « petite entreprise » a grandi et s'est modernisée. Elle fait maintenant partie du groupe Lactalis. [Ekco est devenu une filiale de Plus Pack, une société membre de l'EAFA].

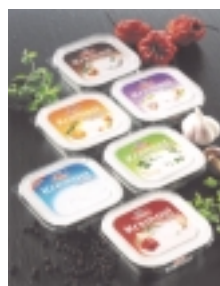
Des développements en Espagne

Cette recherche permanente de l'innovation est une des caractéristiques du marché des plats, barquettes et coupelles en aluminium.

En Espagne, par exemple, les clients de Palco, une filiale d'Alberico Packaging, testent actuellement une nouvelle gamme de barquettes à flancs lisses. Ces barquettes ont été conçues pour égaler en caractéristiques et en performances les barquettes rigides. En outre, elles offrent une gamme de vernis colorés très attractifs.

Les fromages Tine dans de nouvelles coupelles

Un autre exemple d'innovation dans le domaine des coupelles aluminium est offert par Tine, un fabricant norvégien de



produits laitiers. Tine vient de relancer sa gamme de fromages à tartiner en utilisant une nouvelle coupelle aluminium développée par Plus Pack AS. La coupelle est munie d'un opercule pelable

richement imprimé et protégé par un couvercle plastique. Un nouveau conditionnement apparemment apprécié par les consommateurs norvégiens.

Pourquoi utiliser la feuille d'aluminium pour l'emballage des produits laitiers ?

Les propriétés de la feuille d'aluminium répondent bien aux exigences particulières de l'emballage des produits laitiers, lait liquide, yaourts, fromage, crème, beurre et autres spécialités laitières.

□ **Barrière** : la valeur nutritionnelle et les qualités organoleptiques des aliments riches en matière grasse sont affectées par leur exposition à la lumière. La plus fine des feuilles d'aluminium permet d'éviter ce phénomène. La feuille d'aluminium protégera également des déperditions d'humidité, des pertes d'arômes et des contaminations.

□ **Propriétés mécaniques** : légère mais solide, la feuille d'aluminium permet la réalisation de plats et barquettes de haute résistance. Son inertie au pli (« deadfold ») est une caractéristique précieuse pour les pliages et le gaufrage.

□ **Aptitude au complexage** : la feuille d'aluminium peut être associée à d'autres matériaux pour la confection de complexes haute barrière de faible

épaisseur, l'une des voies de la réduction à la source des emballages

□ **Potentiel esthétique** : l'aspect métallique et brillant de la feuille d'aluminium et son aptitude à l'impression sont des atouts pour la conception d'emballages à fort impact visuel.

□ **Caractéristiques environnementales** : la feuille d'aluminium contribue à l'excellente conservation des produits laitiers, réduisant ainsi les gaspillages de produits alimentaires et d'énergie. La feuille d'aluminium présente dans les déchets d'emballages peut être valorisée, soit par recyclage matière, soit par valorisation énergétique. L'aluminium peut être recyclé indéfiniment.

□ **Résistance à la chaleur et conductibilité** : la feuille d'aluminium peut être portée à haute température sans altération de ses caractéristiques et conduit très bien la chaleur, un atout important pour le thermoscellage ou pour la stérilisation.

Une analyse détaillée des caractéristiques de la feuille d'aluminium est disponible sur le site www.alufoil.org/facts/properties.htm

Cartons pour liquides

Les innovations dans l'emballage dopent les ventes des produits

Les cartons pour liquides SIG Combibloc, largement utilisés pour le conditionnement des produits laitiers, viennent de démontrer l'impact positif des innovations sur les ventes. Le nouveau type de carton « Combitit » muni de la fermeture « CombiTwist » a été adopté par Bischofzell Nahrungsmittel AG pour sa marque Actilife. Résultat : une augmentation de 30% des ventes au cours des trois premiers mois.

Migros qui possède les droits exclusifs de commercialisation des jus de fruits Del Monte en Suisse vient de lancer cette marque dans ce même type d'emballage et s'attend à un large succès.

Les cartons Combitit offrent de nombreux avantages et leur conception combine ergonomie, fonctionnalité et impact visuel dans les linéaires. Faciles à stocker et à manipuler, ces cartons permettent un accès facile au produit grâce au système de fermeture CombiTwist.



La crème de l'emballage

Elle & Vire, leader sur le marché français de la crème UHT, innove en lançant « Saveur Onctueuse », la première crème avec 15% de matière grasse qui sait combiner une texture nappante et la saveur authentique de la crème fraîche de Normandie.

L'emballage Tetra Stream 20 cl – une nouveauté de Tetra Pak – a été choisi pour protéger et mettre en valeur le produit. La feuille d'aluminium dans le complexe carton assure la préservation des qualités organoleptiques pendant les 4 mois de sa durée de vie. La brique carrée et son décor « Vichy » garantissent l'impact en linéaire.



Le marché de la crème UHT en France affiche de très bons résultats : un chiffre d'affaires 2001 de plus de 150 millions d'euros avec un taux de progression annuel de près de 13%. L'emballage carton aseptique (avec feuille d'aluminium) prédomine largement avec plus de 85% des volumes.

Carton plein pour le lait UHT en France

Les Français consomment chaque année plus de 2,5 milliards de litres de lait UHT conditionnés en emballages carton, soit en moyenne 43 litres par personne. La feuille d'aluminium est présente dans 100% de ces



L'emballage du fromage : préserver le produit et l'identité de la marque

Un emballage à base de feuille d'aluminium attire l'attention du consommateur. Pour beaucoup de marques phares, l'aspect brillant de la feuille d'aluminium est un élément fondamental de la personnalité du produit.

emballages. Elle ne représente en moyenne que 5% du poids de l'emballage, mais elle y assure l'indispensable fonction barrière.

Une récente étude sur le comportement des français face au lait, réalisée pour Tetra Pak par l'Institut GfK, met en évidence les avantages de l'emballage carton aseptique reconnus par les consommateurs : facilité à stocker (85%) et à ranger au réfrigérateur (82%), bonne préservation du produit avant ouverture (81%), respect de l'environnement (71%). L'étude confirme que l'emballage carton a un réel potentiel de développement sur ce marché.



*Etude Tetra Pak / GfK Sofema, « Marché du lait, étude Usage & Attitude » réalisée en 2002 auprès de 441 foyers acheteurs de lait UHT. Pour plus d'informations sur l'étude : louise.chapdelaine@tetrapak.com

Sites Internet

www.alufoil.org
www.alucontainers.org

Plus de 7 000
visites par mois

(une progression de 40%
par rapport à l'année dernière)

Des visiteurs provenant de
70 pays différents

L'étude « price volatility » mise à jour

Un nouveau module de présentation
sur la feuille d'aluminium

Visitez le site Internet de l'EFAA
pour mettre à jour vos informations !

Suite de la première page

Le responsable du design de Nestlé recommande un effort accru de promotion pour un « excellent matériau d'emballage »



Au cours de sa présentation à l'occasion de la conférence de l'EFAA à Interpack 2002, Allan Boyle, responsable du design de Nestlé SA à Vevey, a soulevé avec pertinence et brio la question d'une plus large communication sur le rôle que peut jouer la feuille d'aluminium dans l'efficacité des emballages.

« La concurrence est vive entre les différents matériaux et l'aluminium possède des qualités importantes », a déclaré A. Boyle « mais, à ce jour, les producteurs n'ont pas vraiment mis en avant leurs atouts tels qu'ils sont perçus par les utilisateurs et les consommateurs ».

« Je suis convaincu que l'aluminium est considéré par les consommateurs comme un matériau d'emballage très moderne, efficace et attractif. Mais je n'ai pas encore vu l'industrie de l'aluminium tirer réellement avantage de cette perception auprès des marques comme Nestlé. Je suis sûr qu'avec une conception graphique adaptée, la feuille d'aluminium peut aider à créer ou renforcer l'image de qualité des marques. Pourquoi l'industrie de l'aluminium ne s'adresserait-elle pas au consommateur ? Pourquoi ne pas chercher à obtenir des marques qu'elles utilisent de façon appropriée un logo « alufoil » sur leurs emballages lorsque, par exemple, les caractéristiques barrière de la feuille d'aluminium apportent un plus au produit et donc au consommateur ? »