

TENDANCES [&] EMBALLAGES

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

MASTER CLASS

Michel et Augustin

Les trublions du goût

Two kooky cookies



Vive la vie!



[&] ZOOM SUR... LES SALONS ET ÉVÈNEMENTS

FOCUS ON... EXHIBITIONS AND EVENTS

COMPTE RENDU / REPORT

RETOUR SUR LE PCD :
« ALLER PLUS LOIN
DANS LA FOLIE ! »

Le PCD a tenu ses promesses, s'il ne les a pas dépassées. Une fréquentation en hausse de 20 % avec 6500 experts de marque, en provenance de 70 pays et 350 exposants représentés, voilà pour la partie émergée de l'iceberg.

LA PETITE QUANTITÉ N'EST PLUS MISE DE CÔTÉ

Une tendance se confirme : le numérique n'est définitivement plus le parent pauvre de l'impression. Les petites et moyennes quantités deviennent accessibles à des niveaux de qualité irréprochable. Adic Packaging, pour sa première sur le salon, a présenté l'ensemble de ses réalisations en packagings cosmétiques ainsi que son nouveau concept, récemment déposé à l'INPI : le « coffretui ». Autre acteur de l'impression numérique très haut de gamme, MR Cartonage Numérique promet volontiers les atouts d'une technologie numérique parfaitement maîtrisée : pas de gâche, calage rapide, absence de plaques donc grande liberté d'impression.

DU NOUVEAU DU CÔTÉ DE LA MAQUETTE

L'entreprise a aussi mis l'accent sur son savoir-faire en matière de maquettes, avec sa nouveauté : le traitement des packagings grand format, rendu possible par l'acquisition de la presse numérique HP Indigo 30 000.

Pour une conception inédite des maquettes, Smartpixels a sorti la carte de la réalité augmentée.

« En combinant la flexibilité du logiciel avec la sensation et le toucher d'une véritable maquette, la conception augmentée améliore la créativité, tout en réduisant le coût de prototypage et de coupe [...] », explique la société.



© MR Cartonage Numérique

TENDANCES [S] EMBALLAGES

La société a mis en avant sa MR BOX, déclinée en trois versions, rendant ainsi accessible la personnalisation aux petites quantités.

THE ADVICE FROM THE PCD,
“PUSH THE BOUNDARIES
FURTHER!”



The PCD has kept its promises, even exceeded them. An increase in attendance of 20% with 6500 brand experts, from 70 countries and 350 exhibitors represented here and that's just the tip of the iceberg.

SHORT RUNS ARE NO LONGER A PROBLEM

The trend continues, digital impression is definitely no longer the poor relation of classic printing. Small and medium quantities are now available at impeccable levels of quality. Adic Packaging, for their first show, presented all their achievements in cosmetic packaging as well as their new concept, recently filed with the INPI, the “coffretui”. Another player in high-end digital printing, MR Cartonage Numérique openly promotes the advantages of their perfectly mastered digital technology: no wastage, fast calibration, no need for printing plates, therefore a bigger freedom of impression.

A NEW EXPRESSION FOR MOCK-UPS

The company also emphasised its expertise in terms of mock-ups, with their new processing of large-format packaging, made possible by the acquisition of the digital press HP Indigo 30 000.

For the conception and fabrication of mock-ups, Smartpixels released their vision of enhanced reality. The company explains “By combining the flexibility of software with the feel and touch of a real model, augmented design enhances creativity while reducing the cost of prototyping and cutting ...”

PROVOQUER L'ÉMERVEILLEMENT, LA CLÉ DU SUCCÈS

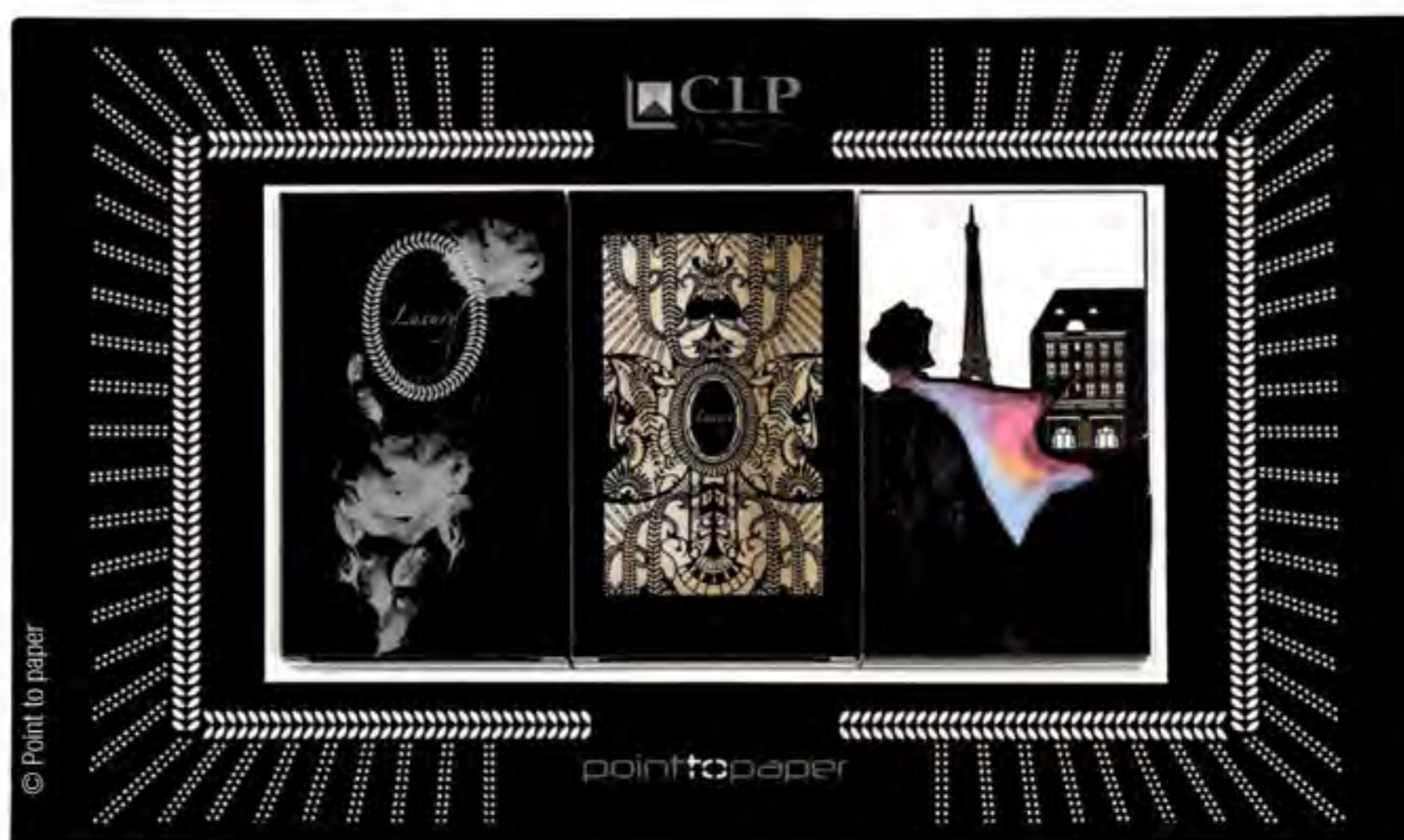
Les nouvelles technologies sont désormais incontournables, comme en témoigne le concept de Smart Textiles, développé par Seram et présenté en exclusivité. Un QR code sur le pack permet de faire défiler sur le ruban de celui-ci un message : une ultra-personnalisation et un outil marketing redoutablement efficaces. Une autre innovation a marqué le public : la gamme Lumen, de RLC Packaging Group, qui joue sur divers systèmes d'éclairage. Parmi les nouveaux venus, Point to paper a marqué les esprits dans « un secteur où l'excellence est un prérequis. Cela nous a donné la possibilité, en tant qu'industriel de niche, de susciter l'envie chez les marques » s'est enthousiasmé Marc Touchard.

CES ENTREPRISES DE NICHE QUI FONT LA DIFFÉRENCE

Autre industriel de niche, Supratec, à travers sa filiale Syneo, a présenté sa gamme de solutions pour l'assemblage des packagings par collage : « des colles avec un haut pouvoir esthétique, transparentes, avec un matériel de très grande précision », souligne Arnaud Marche, responsable de projet en web marketing. H. Bohlmeier & Co a exposé ses miniatures issues d'un transfert de technologies : une ex-spécialisation dans les boîtiers pour cigarettes mue en mini-coffrets pour l'industrie cosmétique.

LA CRÉATIVITÉ, ENCORE ET TOUJOURS

Fabregas Packaging, en évolution et renouvellement créatifs constants, a impressionné par son savoir-faire en matière de coffrets. Jeux de couleurs, de matériaux, de techniques et de textures... le champ des possibles semble infini. Même constat chez Cartonajes Salinas, où le graphisme est au cœur de toute création.



■ Pour sa première présence au salon, Point to paper a proposé une conférence sur son cœur d'activité : la découpe laser

PROMOTE WONDER, THE KEY TO SUCCESS

The new technologies are hence forth unavoidable, as evidenced by the concept of Smart Textiles, developed by Seram and presented conclusively. A QR code will permit to download the message on the pack, high level product customisation and an extremely effective marketing tool.

Another innovation marked the public, the Lumen range from RLC Packaging Group, which uses various systems of lighting. Among the newcomers, the company Point to Paper drew attention in "an area where excellence is a prerequisite. This gave us the opportunity, in a niche market, to arouse envy among other brands", enthused Marc Touchard.

THESE NICHE COMPANIES THAT MAKE THE DIFFERENCE

Supratec, another niche market player, through its subsidiary Synéo, presented their range of solutions for the assembly of package gluing "glues with a high aesthetic profile, transparent, with materials of a very high precision", says Arnaud Marche, head of web marketing projects.

H. Bohlmeier & Co exhibited their miniatures from a transfer of technology, their specialisation in cigarette cartons now transformed to create mini presentation packs for the cosmetics industry.

CREATIVITY, AGAIN AS ALWAYS

Fabregas Packaging, constantly evolving and renewing creatively, impressed with its expertise in presentation packs. Colour schemes, materials, techniques and textures ... the range of possibilities seem endless. The same observation with Cartonajes Salinas, where graphic design is at the heart of all their creations.

The trend is not surprising, the desire is to stand out, the verdict of Arnaud Marche (Supratec) easily applies to all companies: "Today our customers are looking for productivity, to solve new challenges and find new technology to push the boundaries further..." ■



© Seram International

Si la tendance reste sans surprise la volonté de se démarquer, le constat d'Arnaud Marche (Supratec) s'appliquerait aisément à toutes les sociétés : « *Aujourd'hui, ce que cherchent nos clients, c'est la productivité, résoudre de nouveaux défis, et trouver les technologies pour aller toujours plus loin dans la folie...* » ■

M.P.

LAURÉATS DES PCD AWARDS 2016

- **CATÉGORIE HYGIÈNE :**
Deoz, L'Oreal ;
- **CATÉGORIE HAIR CARE :**
Fusio-Dose, Kerastase ;
- **CATÉGORIE SKINCARE - SUNSCREEN :**
Sandproof Ideal Soleil Bronze, Vichy ;
- **CATÉGORIE MAKE-UP :**
Teint Miracle, Lancôme ;
- **CATÉGORIE FRAGRANCE MEN :**
The Scent, Hugo Boss ;
- **CATÉGORIE FRAGRANCE WOMEN :**
Alaïa Paris, Alaïa ;
- **CATÉGORIE ANIMATIONS :**
Échantillon Prestige N° 5 Noël 2015, Chanel



© PR Service Graphique

La carte de vœux 2016, conçue pour Dior, reflète particulièrement l'ADN de PR Service Graphique

PCD AWARDS 2016 WINNERS

- **HYGIENE CATEGORY:**
Deoz, L'Oreal;
- **HAIR CARE CATEGORY :**
Fusio-Dose, Kerastase;
- **SKINCARE CATEGORY - SUNSCREEN:**
Sandproof Ideal Sun Bronze, Vichy;
- **MAKE-UP CATEGORY:**
Teint Miracle, Lancôme;
- **FRAGRANCE CATEGORY, MEN:**
The Scent, Hugo Boss;
- **FRAGRANCE CATEGORY, WOMEN:**
Alaïa Paris, Alaïa;
- **ANIMATION CATEGORY:**
Prestige presentation pack N°5 Noël 2015, Chanel

© RLC Packaging Group



La nouvelle gamme « Lumen », de RLC Packaging, joue sur l'interaction avec le consommateur et met les différents éléments de design en valeur par la lumière.