

413

LIQUIDES

& CONDITIONNEMENT

MARCHÉS ET TENDANCES

6

BOISSONS
ESTIVALES :
LE MÉTAL JOUE
SUR DU VELOURS

MARKETING

12

VINS ET
SPIRITUEUX :
UN NOM QUI
EN DIT LONG

LE MEILLEUR POUR LA FIN

34

LA BIÈRE
D'ÉTÉ SE FAIT
MOUSSER DANS
LES BARBECUES

ECONOMIE CIRCULAIRE

CONTENANTS : PLASTIQUE OR NOT PLASTIQUE

A LA UNE

En ce début d'été un tantinet maussade que nous vivons à 100 à l'heure trop content d'avoir retrouvé un peu de liberté, et sans doute parce que c'est la saison de la plage, le 7e continent remonte à la surface et le plastique en reprend pour son grade. Même si rien n'est aussi simple qu'il y paraît, les producteurs de contenants liquides innovent à tour de bras sous la pression des grandes marques. Liquides & Conditionnement fait le point sur le sujet et vous propose aussi 6 exemples de solutions d'emballage plus écoresponsables mises en place par des ténors du secteur. Lire pages 16 et suivantes



JOSQUIN PEYCERÉ, SECRÉTAIRE GÉNÉRAL CETIE (CENTRE TECHNIQUE INTERNATIONAL DE L'EMBOUEILLAGE)

ÉTIQUETTE ET ÉTIQUETAGE : LES POINTS CLEFS DU PROCESSUS

Recycler les contenants liquides implique de prendre en compte l'ensemble des composantes de cet emballage, et l'étiquette n'en est pas la moindre puisque de vecteur d'information et déclencheur de l'achat, il ne faut pas qu'elle vienne perturber le recyclage.



ans la chronologie du processus de conditionnement de bouteilles ou de pots en verre, l'étiquetage arrive en dernière position et revêt plus de complexité qu'il n'y paraît. Il s'agit d'apposer en quelques dixièmes de secondes un ou deux grammes de papier ou de plastique, qui deviennent le vecteur principal de communication vers le consommateur. Données générales sur le contenu, nombreuses mentions légales, communication de l'image de la marque, informations pratiques, tout doit tenir sur ces quelques centimètres carrés, qui eux-mêmes resteront solidement fixés sur le contenant en verre. Et dans le domaine de l'emballage en verre, où une majorité de ventes se réalisent sur des modèles standardisés, l'étiquette constitue souvent le seul moyen de personnalisation et de différenciation de l'article, un moyen presque gratuit quand on le compare au coût d'une bouteille personnalisée ou d'une sérigraphie par exemple.

LA PRISE EN COMPTE DE L'APRÈS-CONSUMMATION

Seulement voilà, l'histoire ne s'arrête pas là. En effet, si l'étiquette est conçue pour résister à toutes les agressions de la vie du produit (passage en cave, épreuve du seau de glace pour les vins servis frais, et toutes les abrasions ou chocs liés à la ligne de conditionnement, à la mise en cartons, au stockage ou à l'utilisation par le consommateur), elle doit également pouvoir être séparée du verre en fin d'utilisation de l'emballage. Soit par lavage, lorsque la bouteille va être réemployée, soit par séparation mécanique lorsque le verre entre dans le processus de recyclage qui le ramènera en entrée de four verrier.

Cette exigence de séparabilité de l'étiquette s'est trouvée au cœur du groupe de travail « étiquette et recyclage du verre » au Cetie. Ce comité regroupant des marques de boissons, des fabricants d'étiquettes, des verriers et des recycleurs de verre, mais aussi

Citeo et l'Adelpho, vient de terminer ses travaux en publiant début juillet deux documents :

- **Le Cahier de la Qualité n° 2.01** : Guide de l'Étiquetage autoadhésif sur bouteilles et pots en verre. Ce document de 45 pages décrit d'abord les différents constituants du système (d'abord les types d'étiquette, de substrat, d'adhésif, puis le contenant en verre, et bien sûr les équipements d'étiquetage). Ensuite il montre comment se fait concrètement l'étiquetage, comment on le contrôle, et d'où peuvent provenir les éventuels défauts. Enfin, il précise ce qui arrive à l'étiquette en fin de vie de l'emballage.

- **Le Test de séparabilité de l'étiquette par simulation du process de recyclage de verre (DT41.00)**. Ce document définit une méthode permettant de déterminer si une étiquette est suffisamment facile à détacher de la bouteille ou du pot, pour permettre le processus de recyclage efficace, c'est-à-dire sans occasionner de perte de matière ou diminuer la qualité du verre sortant du recyclage, le calcin.

Ces deux documents viennent compléter un corpus déjà fourni de fiches techniques et de guides :

- **Le Cahier de la Qualité n°2** – Cahier des charges étiquetage, définit les questions concrètes à se poser pour établir un cahier des charges complet de tous les éléments influençant la bonne qualité de l'étiquetage (étiquette, bouteille, colle, machine à étiqueter).

- **La DT19.00** – définit très précisément les caractéristiques de l'ergot latéral de positionnement d'étiquetage sur les articles en verre. Ce texte, en cours de révision, définit les ergots les plus usuels, également appelés « Meyer-Dumore ». Il sera complété par un document évoquant les autres types d'ergot latéral utilisés en Europe. Ces dispositifs purement mécaniques (arrêt en rotation de la bouteille par un doigt venant buter sur l'ergot) restent beaucoup utilisés, bien que les systèmes optiques de repérage agressent moins le verre, même s'ils gardent une réputation de moins bonne précision angulaire.

- **La FS20.00** – définit les spécifications et le contrôle qualité des bouteilles pour une bonne application d'étiquettes auto-adhésives. Il est complété par la FS22.00 :

- **FS22.00** - Mesure de la planéité de la surface étiquetable des bouteilles ou des pots en verre.

- Enfin, **la DT35.00** définit les tests de planéité appliqués en flaconnage.

L'année 2020 a vu les fabricants d'étiquettes et leur principale association européenne (FINAT) contribuer activement aux groupes de travail du Cetie, et cette collaboration promet de durer, avec une réflexion en cours sur de nouveaux sujets, et une attention particulière des embouteilleurs et des marques sur ce thème.

Josquin Peyceré

« Cette exigence de séparabilité de l'étiquette s'est trouvée au cœur du groupe de travail « étiquette et recyclage du verre » au Cetie »

Spécialiste des habillages haute couture de vos millésimes, alcools et liqueurs



- Cylindriques
- Coniques
- Flasques
- Personnalisés



+33 (0)5 65 24 25 20
contact@albagnac.com
www.albagnac.com