

Des imprimeurs d'étiquettes évoquent l'année corona

Alain Vermeire |

Comment les imprimeries d'étiquettes ont-elles vécu la crise du coronavirus dans la pratique? Nous sommes allés poser la question à Reynders label printing, à Boechout, Etivoet, à Deinze, et Autajon Labels Belgium, à Wommelgem. «Nous mettons le paquet sur l'innovation», nous fut-il répondu.

Reynders label printing: diversification et flexibilité

Nos interlocuteurs chez Reynders label printing sont Marco Van Hooff (Sales Director) et Valentijn Vanroy (Training & Development Manager). Le groupe international belge imprime des étiquettes pour différents secteurs.

Chez Reynders label printing à Boechout, il n'est nullement question d'une année en-deçà. «La production ne s'est pas arrêtée, mais le développement de nouveaux produits chez les clients a effectivement marqué une pause à un moment. En même temps, la crise du coronavirus a apporté des opportunités. Les distilleries se sont lancées dans la fabrication de gels désinfectants pour les mains, et Reynders leur a fourni les étiquettes. Les détaillants d'équipements de sport ou d'articles de cosmétique et de soins cutanés qui vendent leurs produits dans leurs propres

boutiques ont eu beaucoup de mal. Le secteur automobile a lui aussi énormément souffert.

d'étiquettes alimentaires pour produits de luxe a également augmenté pendant la période du confinement. Les gens ont ressenti le besoin de se dorloter. Reynders label printing dessert un grand nombre de marchés différents. Cette diversification et sa flexibilité ont permis à l'entreprise familiale de bien résister à

à chaque fois été en croissance d'une année sur l'autre.»

Le procédé d'impression de prédilection de l'entreprise est la flexo petite laize. Son volume de production numérique a augmenté l'an dernier. Pas à cause de la hausse du nombre de petites séries, mais parce que cela a été planifié ainsi. L'entreprise a pour politique de disposer de la plupart des techniques d'impression numérique en interne afin d'accumuler une expertise. Reynders est l'un des pionniers mondiaux de l'impression d'étiquettes en numérique.

«La période du coronavirus n'a pas posé de problème pour le personnel de production. Reynders a l'habitude de la compartimentation au niveau de l'atelier, notamment pour la fabrication d'étiquettes pharmaceutiques. Ceux qui ont le plus souffert de la situation sont encore les commerciaux. La visioconférence ne permet pas de faire toucher, triturer ou sentir les étiquettes au client. Un constat: les appels d'offres sont revenus assez rapidement. Et nous avons aussi dû faire face à des hausses de prix pour différents produits et supports.»

Reynders observe un intérêt croissant des grandes marques pour le recyclage et l'économie



Reynders label printing a remporté sa catégorie lors de la Finat Label Competition 2021 avec ces deux étiquettes clin-d'œil. Celles-ci sont imprimées en numérique sept couleurs et ennoblies.

Reynders a imprimé davantage d'étiquettes pour les producteurs de repas «convenience» (ndlr: prêts à consommer). La demande

la crise. Le chiffre d'affaires 2020 a de nouveau été supérieur à celui de l'année antérieure. Sur ses 65 ans d'existence, l'entreprise

circulaire. «Les producteurs d'étiquettes ne peuvent proposer que ce qu'il y a sur le marché. Tous les fabricants ont mis au point des supports axés sur l'économie circulaire. Reynders label printing possède sa propre plate-forme Triple R (Réduire, Réutiliser, Recycler), qui en est déjà à sa 15^e version en trois ans. Celle-ci s'appuie sur une sélection de matériaux proposés par les fournisseurs et auxquels nous croyons. Les critères de sélection sont le prix de revient, la processabilité, l'esthétique et la soutenabilité. Les meilleures technologies disponibles restent toutefois un critère incontournable. Concrètement, nous remarquons que la part des manchons

VIP augmente. On parle ici de manchons thermorétractables munis d'une perforation verticale destinée à faciliter leur séparation de l'emballage primaire en vue du recyclage. Encore faut-il bien sûr que le consommateur veuille participer à cette évolution. Les clients sont nombreux à réclamer des attestations et certificats officiels concernant ces matériaux et méthodes de production.»

Reynders a beaucoup investi ces dernières années dans la pré-press, la gestion des couleurs et les techniques d'ennoblissement permettant d'offrir la plus haute qualité possible en HD Flexo et en numérique pour la production d'étiquettes, de la plus

pratique à la plus percutante. «Dans quoi investissons-nous encore? Dans des machines plus performantes, plus larges et plus rapides, et dans l'optimisation des processus industriels pour une opérationnalité optimale des moyens de production. Reynders label printing participe volontiers à Labelexpo parce qu'elle a une réputation à défendre. Notre ambition est que les nouvelles solutions viennent d'abord chez nous. L'entreprise entend ne pas se laisser dépasser dans le domaine.»

Reynders label printing emploie plus de 550 personnes sur sept sites dans cinq pays d'Europe et d'Asie. L'entreprise imprime huit milliards d'étiquettes par

an. En novembre 2020, un bâtiment neuf dédié à la production de manchons rétractables a encore été inauguré à Avelin (Nord de la France).

Etivoet: préserver sa spécificité en restant concentré

Lors du Finat European Label Forum 2021, Philippe Voet est devenu le nouveau président de la fédération européenne des producteurs d'étiquettes autoadhésives et de ses fournisseurs. Voet est aussi le CEO d'Etivoet, imprimeur d'étiquettes à Deinze. Il revient sur l'année écoulée et se projette dans l'avenir de son industrie.



Créez une presse hybride avec le module **d'intégration N6|0i**

Combinez l'impression numérique et l'impression analogique et diverses options de finition

Tout en un **seul processus**

- La technologie intelligent i-Tech garantit une disponibilité optimale
- Impression numérique blanche, 72% d'opacité grâce à doubles barres d'impression blanches
- Intégration facile



Philippe Voet, nouveau président de Finat, la Fédération européenne des producteurs d'étiquettes autoadhésives et de ses fournisseurs.

Philippe Voet: «L'année 2020 a été marquée par le coronavirus. Les volumes de production de l'industrie de l'étiquette ont fortement varié au rythme de la pandémie. L'industrie de l'étiquette a rapidement été reconnue comme secteur essentiel, si bien que nous n'avons pas arrêté de produire. Malgré les circonstances difficiles - les mesures visant à protéger le personnel ont entre-temps été bien assimilées par tout le monde - nous avons pu continuer à livrer les étiquettes nécessaires à nos clients.»

«Le secteur a globalement enregistré une croissance: environ +5% pour notre région par rapport à 2019. Nous sommes nous-mêmes très axés sur les produits innovants, ce qui a heureusement permis à nos activités d'être moins affectées par les tendances macro-économiques. Nous avons eu une année relativement stable et avons réalisé une belle croissance. Un examen plus détaillé des chiffres

permet de situer la plus forte hausse dans les marchés Food et Household. Le segment logistique a également progressé mais moins que prévu. Les baisses les plus fortes sont venues du côté de l'automobile et des étiquettes durables.»



Etivoet est spécialisée dans les étiquettes multicouches (ici une application pour Chevron).

La production numérique augmente déjà depuis quelques années (indépendamment de la

Covid-19), poursuit Philippe Voet. Les développements récents en matière d'impression sont plutôt liés au segment de marché ou à des commandes spécifiques, et ils vont dans les deux sens. Dans le domaine alimentaire, par exemple, on a vu un glissement du numérique vers le conventionnel qui s'explique par l'augmentation des volumes. D'autres secteurs en revanche, ont laissé percevoir la tendance inverse. La pandémie de coronavirus est en même temps la cause de fluctuations au plan logistique et dans le jeu de l'offre et de la demande. Des hausses des prix des matières premières et un allongement des délais de livraison en sont la conséquence. «La situation n'est pas agréable, ni pour nous ni pour nos clients.»

Philippe Voet: «Les entreprises se trouvent plongées dans un environnement de type VUCA, c'est-à-dire que leur manière



plexité et d'ambiguïté. Ce qui a incité Etivoet à miser à fond sur l'innovation. De quoi mettre en place un cadre permettant d'agir rapidement pour trouver des solutions. La crise du coronavirus a accentué des changements tels que la globalisation, la digitalisation, le durable et l'hypercompétitivité, mais ceux-ci seraient survenus aussi sans la Covid-19.» Chaque crise est porteuse d'opportunités. «Tout l'art est de ne pas perdre sa spécificité et de rester concentré.» Etivoet a imprimé pas mal d'étiquettes pour le secteur de la chimie et des produits ménagers, ainsi que pour les distilleries qui ont mobilisé leurs installations pour fabriquer des gels hydroalcooliques destinés aux hôpitaux et aux prestataires de soins. «Tout comme avant et pendant la période corona, le bien-être des collaborateurs reste primordial dans l'ère post-Covid. Et pas uniquement sur le plan des investissements dans les mesures sanitaires physiques. Etivoet a obtenu la certification 'Investors In People', qui nous a permis de créer un cadre propice au développement de nos collaborateurs.»

Philippe Voet remarque que les clients sont sensibles à la notion d'entrepreneuriat socialement responsable. «Nous planchons sur ce thème déjà depuis des années, notamment à travers une flotte de véhicules hybrides, des panneaux photovoltaïques et un plan déchets. Nous allons diminuer de moitié nos émissions de CO₂ d'ici 2030. Les objectifs de réduction des émissions ont été définis dans un audit climatique indépendant (selon l'initiative Science

Based Targets – lire également en page XX). Des supports plus écoresponsables (mais aussi plus chers) sont par ailleurs disponibles sur le marché. Il existe une demande, mais compte tenu d'un prix plus élevé, leur percée est plus lente que prévu. Les plus grands défis à venir pour les imprimeurs d'étiquettes ne sont pas internes, mais extérieurs. Et ils ne sont pas liés à la Covid-19. Le Green Deal européen va faire déferler un tsunami de nouvelles législations visant à accélérer la transition vers une économie circulaire.»

Etivoet, qui emploie 25 personnes, imprime aussi des étiquettes standard, mais est surtout spécialisée dans les mul-

ticouches. Elle a notamment mis au point et breveté une étiquette autoadhésive détachable au lavage pour les bouteilles de retour du secteur des boissons. La production chez Etivoet est pour 25% numérique et 75% conventionnelle. Etivoet a investi en 2021 dans deux nouvelles machines de finition, après une presse à étiquettes numérique à jet d'encre en 2020 et une flexo en 2019.

Autajon Labels Belgium: le marché reste volatil

Autajon Labels Belgium emploie 135 personnes. L'imprimerie de Wommelgem produit des étiquettes autoadhésives en flexo

petite laize et en numérique pour les marchés Non Food, Food et Pharma. Le site belge fait partie de la division Labels du groupe français Autajon. Le groupe, entreprise familiale forte de 4 000 salariés, est spécialisé dans les étiquettes et les emballages et a des usines en Europe, aux États-Unis et en Chine. Nous avons évoqué les activités belges avec Luc Dierickx et Erik Van Loon,

respectivement Sales Account Manager et Sales Manager d'Autajon Labels Belgium.

La production est restée en deçà en 2020 à cause de la crise du coronavirus. Quelques secteurs, comme celui de la cosmétique, ont souffert, mais ce recul a été compensé par de beaux volumes sur les marchés alimentaire et pharmaceutique. La crise du coronavirus a surtout été difficile pour le personnel occupé à l'im-



**Pour recevoir chaque semaine
NG Express
gratuitement
dans votre mailbox**

**inscrivez-vous sur
www.nouvelles-graphiques.be**

NG
NOUVELLES GRAPHIQUES

**HYBRID
SOFTWARE**

*The smart way to integrate
PEOPLE, PROCESSES & TOOLS.*

CLOUDFLOW
PACK 2

Our award-winning products.

www.hybridsoftware.com

www.g800.de



Chez Autajon Labels Belgium, à Wommelgem, la proportion entre impression conventionnelle et numérique est d'environ 70/30.

primerie et à la finition. Les discussions techniques informelles près des machines n'étaient plus possibles comme avant. Et des règles sanitaires strictes devaient être respectées pour éviter une fermeture de l'imprimerie. La crise du coronavirus a toutefois accéléré la mise en œuvre de solutions informatiques en soutien du télétravail.

Le besoin de packagings alimentaires individuels et plus petits a fortement augmenté l'année dernière. Les conditionnements individuels ont montré qu'ils cadraient parfaitement avec la limite de trente minutes imposée pour faire ses courses. Ils font gagner du temps aussi bien au supermarché que dans la cuisine. Leur maquette a été régulièrement changée pour qu'ils puissent continuer à attirer l'attention. Autajon Labels Belgium a imprimé davantage d'étiquettes pour ce type de produits. La reprise économique post-corona est en vue, mais les clients sont plus réticents à commander de très grands tirages. La volatilité persistante du marché a conduit Autajon à lancer Service Flow, qui lui permet de livrer dé-

jà à partir de 24 heures suivant réception de la commande.

La proportion entre conventionnel et numérique est d'environ 70/30. La production numérique est là pour durer et sa progression n'est pas uniquement due au coronavirus. Les plans d'investissement pour les cinq prochaines années concernent aussi bien des presses conventionnelles que numériques. Tout comme des techniques d'ennoblissement supplémentaires visant à produire des étiquettes à haute valeur ajoutée. Les étiquettes à réalité augmentée constituent une évolution notable au sein du groupe. Cette 'couche surajoutée' à l'étiquette permet aux marques et aux clients de communiquer directement.

«La crise du coronavirus a entraîné des hausses de prix des matériaux et des produits, qui ont encore renforcé la conscience des coûts au sein de l'entreprise. Avec un meilleur tri des déchets, par exemple, afin qu'ils puissent être proposés au recyclage. Chaque presse est à présent dotée de son propre système d'extraction moins gourmand en énergie. La crise du coronavirus



L'étiquettes Reclose d'Autajon Labels rend un emballage sous film refermable.

a quelque peu relégué les préoccupations environnementales à l'arrière-plan chez les clients, mais le thème ressurgira certainement. L'industrie investit beaucoup de temps et d'argent en R&D dans le domaine des matériaux plus écoresponsables pour les emballages et les étiquettes. Chez Autajon Labels Belgium, quatre personnes sont affectées à des projets tournant autour de l'environnement et des solutions d'économie circulaire. Ainsi, l'étiquette Reclose d'Autajon Labels rend les emballages sous film refermables. Elle peut en effet se remettre en place après ouverture du paquet. L'étiquette est fabriquée dans le même matériau que le reste de l'emballage, sachant que les monomatériaux se recyclent plus facilement. Autajon Labels Belgium a récemment mis en ser-

vice une nouvelle unité de préparation des encres qui permet de couvrir une plus large part du spectre Pantone à partir d'encres de base. De quoi réduire spectaculairement le stock de couleurs et de restes d'encre.»

Nos interlocuteurs voient l'avenir de l'imprimeur d'étiquettes dans l'automatisation des machines et des procédés. Celle-ci est nécessaire pour accroître l'efficacité en production et répondre à la pénurie de personnel spécialisé. La leçon retenue de la pandémie de coronavirus, et aussi du Brexit, est que l'économie mondiale est globalement vulnérable. Les clients ont redécouvert l'importance de chaînes de production plus courtes et ils souhaitent davantage collaborer avec des producteurs et des unités de production implantés dans le voisinage de leurs usines. ■