La durabilité selon Reynders Etiketten: le processus au-delà des matériaux

TEXTE: ERIK KRUISSELBRINK - PHOTOS: REYNDERS ETIKETTEN ET ERIK KRUISSELBRINK

La durabilité selon Reynders implique surtout de produire les étiquettes de la manière la plus efficace possible, dans le respect des individus et de l'environnement. Ce pour quoi l'entreprise mise sur son système ERP. «Un étiquetage durable ne se limite pas au seul matériau», assène Marco Van Hooff directeur commercial de Reynders Etiketten. N'importe quel imprimeur d'étiquettes peut s'équiper d'une certaine machine et se mettre à utiliser du rPE et du rPP, par exemple. Ce qui importe, c'est la manière dont on produit, le rôle que l'on revendique dans la société et les choix que l'on fait en conséquence.»

C'est pour parler de l'acquisition de Schäfer etiketten, imprimeur du sud de l'Allemagne, que nous nous sommes rendus au siège de Reynders Label Printing, dans la région anversoise. À Boechout, nous avons eu une longue conversation avec Bart et Sebastiaan Reynders, représentants de la troisième génération de l'entreprise familiale, et son directeur des ventes, Marco Van Hooff. Nous voulions surtout une réponse à une question d'actualité: qu'entend-on chez par Reynders par «étiquetage durable»? La problématique se résume-t-elle au matériau et au choix d'une certaine machine ou est-elle plus large? Et nous voulions naturellement en savoir plus sur la genèse du récent et surprenant rachat de Schäfer etiketten.

RIEN DE BIEN SORCIER

Produire des étiquettes les plus écoresponsables possibles n'a rien de bien sorcier, dit Van Hooff. «Il s'agit surtout de faire des choix de matériaux logiques en fonction de l'emballage à étiqueter: quel type d'étiquette pour quelle sorte d'emballage? Une étiquette papier peut sembler plus écologique de prime abord, mais pas sur

De gauche à droite: Bart Reynders, Marco Van Hooff et Sebastiaan Reynders.

une bouteille en PET, par exemple. Parce qu'avec deux matériaux différents, l'ensemble devient difficile à recycler. La matière de l'étiquette doit donc se choisir en fonction de l'application.»

TRIPLE R

Reynders applique une feuille de route établissant une gradation du plus au moins «vert». Van Hooff encore: «Nous partons du triple R: achats responsables, réduction et recyclage faute de mieux. Au-delà du retour sur investissement, nous sommes aussi attentifs aux effets sur l'environnement. La famille veut ainsi couvrir tous les toits de panneaux photovoltaïques. Comme ceux que nous avons déjà à Boechout et Pampelune sur le bâtiment de Reynders Label Printing et bientôt aussi celui de Reynders Pharmaceutical Labels. Pour les sites polonais, nous songeons à des éoliennes. Nous avons des toitures végétalisées à Boechout et Libramont pour capter l'eau de pluie. Cette dernière nous sert pour les chasses des toilettes, parce que pour le reste, nous consommons peu d'eau. Tous ces investissements ne sont pas ce qu'il y a de plus rentable à court terme, mais ils sont entièrement axés sur la continuité pour l'avenir. C'est la grande différence entre une entreprise familiale et une société aux mains d'investisseurs privés. Ce qui n'a rien de répréhensible en soi. Juste que les choix sont autres.»

EMBALLAGES DE TRANSPORT RETOURNABLES

Outre la production des étiquettes proprement dite, Reynders multiplie les mesures de développement durable depuis déjà des années. Bart Reynders, responsable commercial de la division Pharmaceutical Labels, le confirme: «Nous avons remplacé les caisses en carton à usage unique utilisées par un client comme emballages d'expédition par des casiers en plastique retournables. Et dans le projet Tosca, nous employons des palettes réutilisables en plastique plutôt que celles en bois, qui s'abîment beaucoup plus vite. Nous portons également un regard critique sur l'utilisation des emballages plastiques, que nous avons déjà entre-temps réduits de 121 tonnes sur base annuelle. Voilà déjà une quinzaine d'années que nous récupérons les dorsaux des étiquettes pour les recycler.»

Infime aperçu de la gamme de Reynders Label Printing.

STANDARDISATION DES MATÉRIAUX

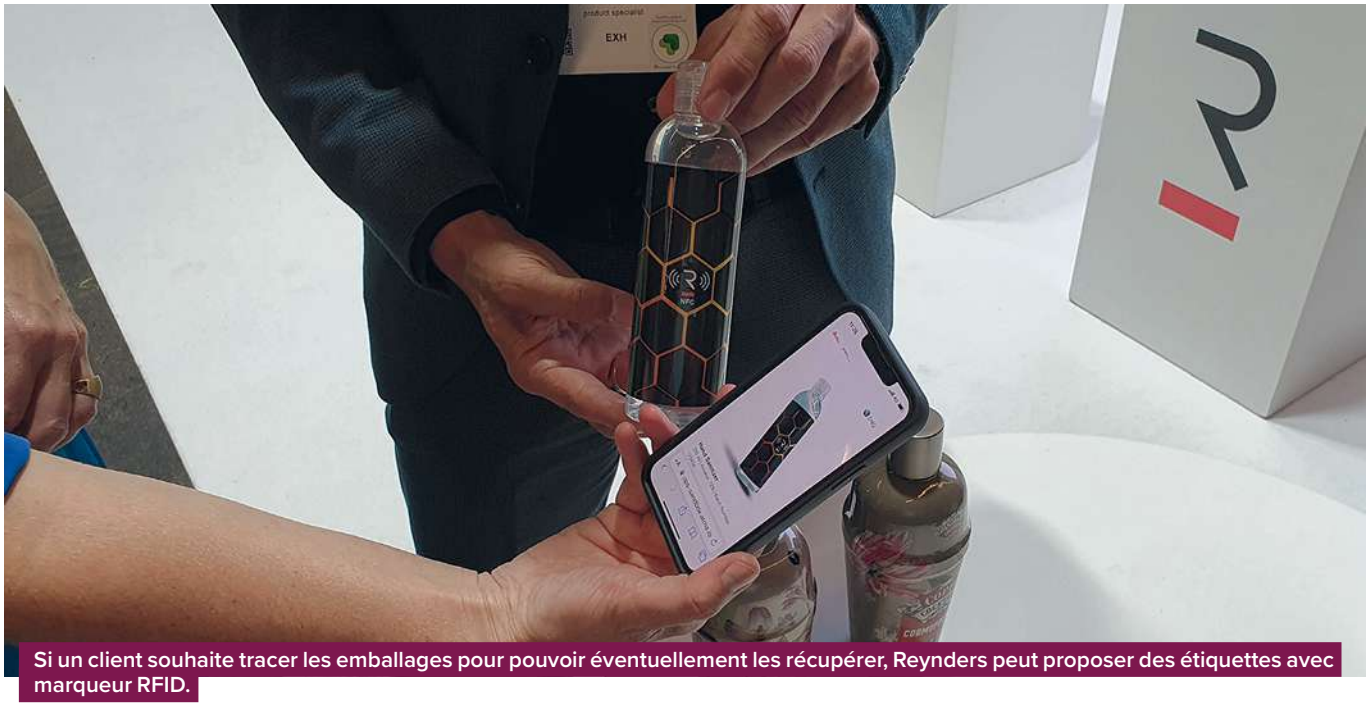
Van Hooff à son tour: «Nous nous dirigeons vers l'utilisation de déchets plastiques de post-consommation plutôt que de post-industriels. Les emballages continueront d'exister ; les consommateurs ne sont pas (encore) prêts à faire leurs courses au supermarché avec des contenants qu'ils auront eux-mêmes apportés. Le

Familiale dans les gènes

Le caractère familial de Reynders, c'est quelque chose, constate Van Hooff, qui a opté sciemment pour l'entreprise voici six ans, après une carrière notamment chez Van Genechten, fabricant d'emballages en carton plat. «La continuité l'emporte sur le bénéfice à court terme. Notre ambition n'est pas de devenir le plus grand, mais d'offrir des solutions à nos clients. La croissance n'est pas l'objectif en soi ; elle est la résultante d'un entrepreneuriat sain. Certains choix sont aussi faits parce que la famille les estime plus en phase avec les valeurs fondamentales de l'entreprise. Par exemple, le souci des individus et de l'environnement. Ainsi, nous avons une crèche à Boechout et les voitures de société sont électriques. Ce qui ne serait pas le cas si les motivations étaient purement financières. La famille a aussi investi dans plusieurs bois des environs.»

Bart Reynders: «Nous trouvons important que les gens se plaisent chez nous. Ils doivent s'y sentir bien.» Sebastiaan Reynders opine: «Ils passent souvent plus de temps chez nous qu'en famille ; ils doivent donc y être à l'aise. Pour nous, entreprenariat durable égale respect des individus. Ceux qui s'occupent de nos espaces verts et qui fournissent le pain à la cantine sont des personnes éloignées du marché du travail. Et nous nous efforçons également de nous rendre utiles pour les personnes originaires d'Ukraine qui viennent nous voir.»

Reynders Etiketten:



Si un client souhaite tracer les emballages pour pouvoir éventuellement les récupérer, Reynders peut proposer des étiquettes avec marqueur RFID.

confort reste une exigence. Le plastique est un très beau matériau. Tout dépend de ce que l'on en fait. D'où la nécessité de faire des choix. Comme abandonner le PET coloré parce qu'il perturbe le processus de recyclage. Avec quelques recycleurs, nous avons élaboré un guide des matériaux les plus durables et les mieux recyclables. L'important est qu'ils puissent s'intégrer dans les flux de

Acquisition de Schäfer

Reynders etiketten a racheté fin janvier l'imprimeur d'étiquettes Schäfer, à Wolfschlugen, dans la région de Stuttgart (sud de l'Allemagne). Son directeur Florian Meissner continue de veiller à la routine quotidienne avec son équipe. «Il est apparu très vite après les premières rencontres que les deux entreprises avaient des gênes identiques et nourrissaient une passion commune pour les étiquettes autoadhésives», ont fait savoir les deux entreprises familiales en annonçant la nouvelle.

Reynders n'était pas particulièrement à la recherche d'une entreprise à racheter», dit Bart Reynders. «D'un autre côté, nos antennes sont toujours branchées. Donc, dans ce sens-là, nous sommes en permanence à l'affût d'une acquisition possible. Mais nous devons avoir des atomes crochus. Comme avec les autres entreprises que nous avons acquises dans d'autres pays. Et cela peut aller vite», dit Van Hooff avec un sourire entendu. «Une semaine chrono entre les premiers pourparlers et la signature finale…»

Équipée en flexo, sérigraphie et numérique, dans une moindre mesure, Schäfer ne propose pas d'autres spécialités que Reynders ne maîtriserait pas. «Nous souhaitions être aussi actifs dans la région DACH (Allemagne, Autriche et Suisse), qui nous manquait encore», confie Van Hooff. «Nous y avions bien quelques clients, mais sans y être implantés. Et puis, Schäfer est une belle entreprise et un client allemand préfère être servi par un fournisseur allemand. La société continue de fonctionner sur des bases familières. Nous allons juste lui apporter un surplus de structure et d'efficience avec notre informatique et notre ERP de gestion. Elle est surtout active dans la cosmétique, la pharma et les applications spéciales, ce qui nous laisse suffisamment de possibilités dans les secteurs que nous servons déjà à partir d'autres sites. Il y reste aussi pas mal de potentiel dans le domaine du numérique.» Pour Reynders en Belgique, ce rapport est d'environ 45 contre 55 pour le conventionnel, estime le directeur d'exploitation et représentant de la troisième génération, Sebastiaan Reynders. «La part du conventionnel est encore légèrement supérieure en volume.»

Fondée en 1956 par Emile Reynders, Reynders label printing réalise un chiffre d'affaires de 147 millions d'euros avec environ 650 salariés. L'entreprise familiale comptait déjà sept sites, situés dans cinq pays d'Europe (Belgique, France, Pologne, Espagne), ainsi qu'en Inde. Avec cette nouvelle acquisition, le groupe est aussi actif en Allemagne. Reynders produit des étiquettes pour des secteurs tels que la pharma, la cosmétique, l'agroalimentaire, l'automobile et l'industrie chimique. Schäfer-etiketten a commencé ses activités en 1948. L'entreprise compte 135 salariés et produit des étiquettes autoadhésives pour les industries pharmaceutique et cosmétique

recyclage, car ceux-ci ne sont pas extensibles à l'infini. Être durable impose donc de choisir dans cette liste. Si un client souhaite tracer les emballages pour pouvoir éventuellement les récupérer, Reynders peut proposer des étiquettes avec marqueur RFID. Mais est-il disposé à y mettre le prix? Nous ne pouvons que le conseiller, pas le contraindre. Ce qui nécessite un cadre réglementaire Or nous n'avons pas cette ambition. Il faut savoir tenir sa place.» Bart Reynders: «Nous ne sommes que le transformateur. Celui qui peut préparer le matériau de la manière la plus durable possible. Encore faut-il que le client veuille payer. Sinon, ce n'est pas rentable pour nous. Et sans modèle de revenus, on ne va pas loin.»

PROJET INTERNATIONAL

Reynders renforce sa philosophie en matière de développement durable à travers sa participation à plusieurs projets internationaux. L'entreprise de Boechout s'est ainsi engagée à réduire au maximum son empreinte carbone auprès de la plate-forme CDP (Carbon Disclosure Project). Elle obtient même l'Or dans le classement d'Ecovadis, qui évalue les entreprises sur divers critères de durabilité. Elle est aussi étroitement impliquée dans le projet HolyGrail, qui ambitionne de doter chaque emballage plastique d'un filigrane numérique destiné à permettre un meilleur recyclage fondé sur le tri par type. Ce projet est actuellement en phase pilote avancée avec un lancement prudent sur le marché. Van Hooff: «Le grand déploiement est prévu en France en 2024. Mais il faudra bien que quelqu'un paie.»

Pour Reynders, toutes ces mesures de durabilité à tous les maillons de la chaîne sont l'exact opposé d'un greenwashing. Van Hooff: «Nous faisons peu de marketing sur ce thème. Nous avançons dans cette direction parce que nous y croyons en tant qu'entreprise. C'est la seule voie d'avenir. Ceux qui ne se sont pas encore mis à une production durable, et je dirais même plus, ceux qui n'ont commencé qu'il y a deux ans, ne survivront pas.»

UNE SOLUTION, AU-DELÀ DE LA TECHNIQUE

La durabilité selon Reynders implique aussi le choix d'une certaine technique. Sebastiaan Reynders: «Nous ne réfléchissons pas en termes de technique, mais cherchons la meilleure solution pour le client. Les étiquettes doivent être imprimées le plus rapidement et avec le moins d'étapes possible, pour permettre la livraison la plus efficiente au client. L'informatique en est la clé, raison pour laquelle nous avons développé notre propre système ERP. Acheter les matériaux les plus durables et les meilleures machines, tout le monde peut le faire.»

Et, parlant de technique, Reynders remarque que la Covid-19 semble avoir mis la progression de la digitalisation entre parenthèses. «Face aux menaces de pénuries, nos clients se sont malgré tout rabattus sur les longs tirages imprimés de manière traditionnelle. Encore faut-il se demander s'il est bien sensé ou durable de

Reynders est aussi étroitement impliquée dans le projet HolyGrail.

commander par quelques centaines d'exemplaires à se faire livrer dans les deux ou trois jours. Auquel cas la flexo reste une valeur sûre. Le numérique conserve d'ailleurs beaucoup de potentiel pour l'avenir.»

Nous considérons nos clients comme des partenaires, dit Bart Reynders, pour résumer la philosophie de l'entreprise.

UN MAXIMUM DE STOCK

«95% de notre clientèle des débuts nous est toujours fidèle.» Elle l'est aussi restée après la Covid, période pendant laquelle tous les imprimeurs d'étiquettes ont connu des problèmes d'approvisionnement. Nous avons pris nos distances d'avec le modèle d'achats à flux tendu. La priorité était de livrer les clients tout en préservant notre personnel du chômage économique. Aussi avons-nous acheté un maximum de stock, sans pour autant vouloir perturber le marché. L'important était en même temps de se montrer créatif avec les alternatives, pour pouvoir assurer la continuité en concertation avec nos clients. Nous communiquons beaucoup, ce que nous faisions d'ailleurs déjà avant le coronavirus. Nous tenons toujours nos clients informés des évolutions en cours et nous les conseillons afin qu'ils puissent prendre la meilleure décision possible pour eux. Outre les difficultés d'approvisionnement, nous avons dû faire face à des hausses de prix répétées de nos fournisseurs. Nous n'avons pas eu d'autre choix que de les répercuter pour ne pas mettre notre propre continuité en péril. Là-dessus aussi, nous avons informé nos clients en toute transparence. Ainsi se bâtit la confiance. Les clients sont compréhensifs et voient que l'intention n'est nullement d'abuser de la situation.» ■

Meta Croom

Réparation sur site des dommages sur les têtes d'extrusion, rouleaux de calandre, cylindres de pression, sièges de roulement, axes, ...

Tel +32 15 520396 | www.metacroom.be