

SALON TOUJOURS

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE AU CŒUR DE PCD

La cinquième édition du congrès parisien était dédiée aux problématiques du développement durable et du respect de l'environnement dans les parfums et la cosmétique.



Attention ! Le développement durable ne se résume pas à l'éco-conception. C'est ce que différents intervenants de la cinquième



édition du congrès Parfums Cosmétique & Design (PCD), organisé par Oriex Communication les 3 et 4 février derniers en partenariat avec Emballages Magazine, ont commencé par rappeler. « Le développement durable, c'est un développement qui s'efforce de répondre aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à satisfaire les leurs », souligne Antoine de Forton, business development manager chez Sappi, un spécialiste des papiers et cartons haut de gamme.

Cette définition a été donnée pour la première fois en 1987 par Gro Harlem Brundtland, alors premier ministre norvégien. « Il ne faut pas seulement prendre en compte la dimension environnement, il y a aussi, dans cette notion, des dimensions économiques et sociales », rappelle Nicholas Thorne, directeur innovation et déve-

DES AUDITS POUSSÉS DES USINES POUR VÉRIFIER LES CONDITIONS DE TRAVAIL DES SALARIÉS

loppement chez Alcan Packaging Beauty, présent dans plusieurs segments du plastique comme le mascara et les tubes. Les



PHOTO - MICHEL LAMOURÉUX

EN CHIFFRES

La cinquième édition de Parfums, Cosmétiques & Design (PCD) s'est tenue les 3 et 4 février 2009 à Paris. Organisé par Oriex Communication, PCD est dédié à l'innovation packaging pour les cosmétiques et les parfums. Cette rencontre a rassemblé 1 200 participants venus d'une trentaine de pays. Une exposition rassemblait une soixantaine de fournisseurs d'emballages.

entreprises prennent d'ailleurs en compte ces trois aspects dans la mise en place de leur politique de développement durable.

Par exemple, Alcan Packaging Beauty aide les populations qui vivent autour de ses sites de production, notamment en Asie.

L'entreprise procède à des audits poussés de ses usines et de ses fournisseurs pour vérifier, entre autres, les conditions de travail des salariés. « Il est de notre

ARJOWIGGINS SECURITY DÉMULTIPLIE LES NIVEAUX DE SÉCURITÉ



Herlé Carn (ArjoWiggins) détaille les fonctionnalités du Spot-Tag.

être affecté au Spot-Tag afin de déposer le marqueur à l'endroit voulu. Comme une seule lettre d'une marque ou une partie de logo. Sur le plan du contrôle, un appareil dédié détecte la présence du marqueur pour authentifier le produit. Autre innovation présentée: le «bi metal foil». Soit la combinaison d'une métallisation associant, par opposition à l'utilisation du seul aluminium, cuivre et aluminium ou or et aluminium pour la réalisation d'hologramme. « Cette technologie très pointue évite, du fait sa complexité, les risques de contrefaçon », explique Herlé Carn. Visible et facilement identifiable par le consommateur, il s'agit d'une protection du niveau I. Démultiplier les niveaux de sécurité reste enfin la voie privilégiée pour protéger un produit. ArjoWiggins Security est naturellement en mesure de combiner ces différentes solutions en un seul support. Avec le fournisseur de système de marquage Domino, ArjoWiggins propose le Secumatrix pour sécuriser les codes à barres ou autre Datamatrix. Avec le déjà ancien Synthetic Tamper Evident Substrate (Stes), l'entreprise peut combiner inviolabilité, traçabilité et authentification. HS

ArjoWiggins Security s'est présenté sur PCD avec plusieurs innovations de lutte contre la contrefaçon et les marchés gris dans sa besace ! A commencer par le Spot-Tag. Très économique, ce système de sécurité dit de niveau 3 repose sur la combinaison d'un marquage au jet d'encre ou la dépose d'un vernis et d'un marqueur sur la nature duquel l'entreprise n'entend pas s'étendre. Pour mettre en œuvre le Spot-Tag, ArjoWiggins Security, intermédiaire entre la marque qui souhaite protéger son produit et le transformateur d'emballage, délivre à ce dernier une quantité définie d'encre liquide dans laquelle est incorporé le marqueur. « La quantité est calculée en fonction du tirage souhaité par la marque afin qu'il n'y ait pas de surplus », précise Herlé Carn, directeur marketing en charge des solutions de sécurité et de la protection des marques chez ArjoWiggins Security. Sur la ligne de fabrication, un poste de marquage peut

VISIBLE/SECRET

On distingue en général trois niveaux de sécurité dans la lutte contre la contrefaçon et les marchés gris.

Niveau I

Visible, la solution de niveau I permet aux consommateurs informés de vérifier directement l'authenticité d'un produit.

Niveau II

Invisible, le niveau II permet aux Douanes ou à toute autorité de vérifier l'authenticité d'un produit et d'apporter une preuve.

Niveau III

Secret, le niveau III permet à une entreprise de mener ses propres investigations.