

L'été sera chaud

Cet été promet d'être prolifique pour la feuille d'aluminium. Il n'y a pas que la fièvre du football qui s'est emparée de l'Europe entière avec la Coupe du monde de la FIFA, en Allemagne, pour susciter pique-niques et barbecues. Ils sont de plus en plus nombreux ceux qui saisissent toute occasion pour vivre et se restaurer au grand air.

Bière en bouteilles, vin, viandes, charcuterie et poissons à griller, sauces, marinades, tous les produits de l'été devraient connaître une demande soutenue.

Car même en l'absence d'un évènement sportif majeur le marché des produits pour barbecue est devenu de première importance. Selon la société d'études TNS, les ventes de produits pour barbecue ont atteint 1,2 milliard d'euros au Royaume-Uni en 2005. Si on y inclut la consommation de boissons alcoolisées liées, les ventes



s'élèvent à 4,6 milliards d'euros pour le seul Royaume Uni. Pour l'Europe entière, les chiffres doivent atteindre des sommets.

La vitrine de l'été p. 2 - 3

Croissance pour la feuille d'aluminium

La croissance significative des expéditions de feuille d'aluminium au cours du premier trimestre 2006 confirme l'optimisme des lamineurs européens quant au potentiel de développement de la feuille aluminium dans le marché

de l'emballage.

Selon les statistiques de EFAA, la croissance des ventes de la feuille d'aluminium atteint environ 4%, une preuve du dynamisme de l'industrie européenne du laminage. www.alufoil.org.

DANS CE NUMERO

La vitrine de l'été et la Coupe du monde p. 2 - 3

Une étude récente sur les fours micro-ondes p. 3

Développement durable p. 4

L'année Mozart p. 4

Trophées Alufoil 2007

Pensez dès maintenant à votre candidature pour les Trophées Alufoil 2007, le concours européen annuel qui récompense les emballages à base de feuille d'aluminium qui font preuve d'innovation, de praticité et d'un bon profil environnemental.



Clôture des inscriptions : 31 octobre 2006.
Détails et formulaires de participation : www.alufoil.org

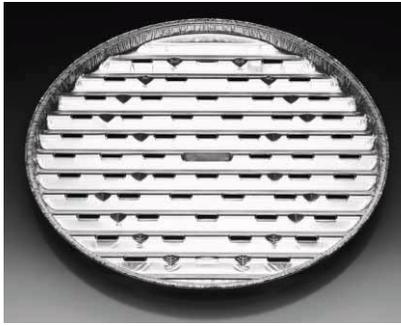
Protégez-vous du soleil pendant la Coupe du monde

Ancor Flexibles a fabriqué et imprimé le complexe 4 couches de cette pochette de crème solaire. Le conditionnement a été aimablement réalisé par Sampling Innovations et ACP.


alufoil
for your protection

Sun Cream

La vitrine de l'été



Un barbecue réussi mais discret

Le nouveau plat aluminium circulaire, ALPAC® de Novelis OHLER® Packaging est idéal pour les appareils à barbecue de forme arrondie.

Grâce aux rainures qui recueillent la graisse, pas de projections sur les braises ni de fumée, ce dont les voisins devraient vous être reconnaissants.

Ce plat – recyclable – d'un diamètre de 34 cm est constitué d'une feuille d'aluminium de 80 microns.

Grignoter facile

Alufix™ Dry, un opercule aluminium pelable a remplacé le couvercle en acier à ouverture facile pour les boîtes de cacahuètes Ültje Erdnüsse.

Avec l'opercule aluminium il n'y a aucun risque de présence d'aspérités coupantes après ouverture.



L'opercule Alufix Dry est scellé sur des épaulements en métal non enduit. Il comprend une languette de préhension pour faciliter l'ouverture.

La feuille d'aluminium état recuit de 60 microns utilisée pour ce produit est obtenue par laminage en double épaisseur.

Soif d'un thé glacé

Pour positionner sa gamme NESTEA sur le marché dynamique du thé glacé en Europe, Coca Cola a opté pour un conditionnement en brique carton aseptique CombifitMagnum de SIG Combibloc. Cet emballage, d'une contenance de 1,5 litre et muni du bouchon à vis commode d'emploi CombiTwist, permet une bonne différenciation du produit. Le complexe de la brique comprend une feuille d'aluminium 6 microns fournie par Hydro Aluminium.

La brique offre quatre surfaces importantes de communication et, selon Martin Hilfer, Brand Development Manager Tea & Coffee de Coca-Cola à

Berlin, c'est l'une des raisons principales du remplacement des bouteilles PET par le CombifitMagnum. « La brique carton de SIG Combibloc attire l'oeil du consommateur et nous distingue des produits concurrents » souligne M. Hilfer.



Briques carton aseptiques CombifitMagnum pour les thés glacés NESTEA

Cuit dans l'emballage

Grâce à Qbag, un emballage en complexe aluminium de FFP Packaging Solutions, les fabricants de produits alimentaires vont avoir accès au marché du barbecue familial. Qbag est muni d'une fenêtre en polyester qui permet le dégazage lors de la cuisson au four ou sur le barbecue.



Le produit reste visible pendant la cuisson alors que l'emballage gonfle et régule automatiquement sa pression en évacuant sans danger l'excès de vapeur d'eau. La perméabilité à l'oxygène de la fenêtre en polyester est ajustée pour permettre une conservation prolongée des produits.

La fenêtre est pelable et peut être retirée au moment de la cuisson si l'on souhaite manipuler le produit ou après la cuisson pour servir dans l'emballage.

Ce conditionnement a obtenu, l'année dernière, un « Gold Star » au concours « Starpack Awards » pour la gamme « Pockets » de Marks & Spencer.

Les pochettes au service des marques

Les pochettes échantillon sont un excellent outil de promotion des marques. Une enquête de Promotion Marketing Association (PMA) a révélé que 87% des consommateurs ont au moins une fois décidé de l'achat d'un produit après l'essai d'un échantillon préemballé.

Une parfaite étanchéité, d'excellentes qualités barrière, une impression flatteuse et un accès facile au produit sont les caractéristiques indispensables des pochettes pour protéger le produit et véhiculer auprès du consommateur une image positive de la marque.

Grâce à ses exceptionnelles caractéristiques barrière à l'humidité, à l'oxygène et aux arômes, la feuille d'alu-

minium est un constituant essentiel des complexes pour pochettes. Associée à d'autres matériaux comme le PET ou le PE, elle permet la réalisation de complexes à haute résistance à l'éclatement, une caractéristique indispensable pour les pochettes expédiées par la poste ou insérées

dans des magazines comme celle offerte avec ce numéro d'Infoil.

Amcor Flexibles propose une gamme de complexes aluminium offrant de multiples possibilités d'impressions de haute qualité avec l'utilisation d'encre métalliques, iridescentes ou perlées, de matériaux « soft touch », de films métallisés ou perlés.



La fièvre du football

Que cela vous réjouisse ou non, la fièvre du football s'est étendue à l'Europe entière avec la Coupe du monde de la FIFA en Allemagne.

Ce qui est le plus grand événement du monde du football devrait attirer

sept à huit millions de supporters dans les 12 villes sélectionnées par la FIFA pour le Mondial 2006.

Un événement qui sera exploité par de nombreuses marques pour leur promotion.



Des ballons par milliers

Le groupe britannique de confiserie Kinnerton a lancé deux nouvelles spécialités en relation avec la Coupe du monde : une sucette de chocolat au lait de forme circulaire et un bonbon de chocolat au lait fourré de forme sphérique.

Les deux sont enveloppés dans une feuille d'aluminium nue imprimée selon un design évoquant un ballon de football, fournie par l'usine de Bridgnorth de Novelis UK. La feuille d'aluminium est idéale pour ce type d'application car sa conformabilité lui permet d'épouser les formes les plus compliquées.



Supporter du Brésil

Pour le plaisir des supporters, Haendler & Natermann, a fabriqué des stanoles aluminium gaufrées pour la bière brésilienne Cerpa.

Les stanoles sont imprimées en flexo avec une dominante jaune, la couleur officielle de l'une des équipes favorites du Mondial.

Haendler & Natermann s'attend à ce que cette opération suscite un intérêt au-delà de la Coupe du monde et lui ouvre des opportunités pour la promotion d'autres boissons pendant les mois d'été.

Beauté glacée

Emmi Coninis a lancé cet été les cônes de crème glacée « Caffé Latte », une extension de gamme de la célèbre marque de boisson d'EMMI.



Huhtamaki Ronsberg fabrique le complexe papier/aluminium d'enveloppement imprimé en héliogravure alors que sa société sœur Huhtamaki Alf fournit le couvercle arrondi en PS transparent qui met en valeur la crème couronnant le cône.

Avec un angle au sommet de seulement 17°, les cônes de 110 ml se distinguent par leur design élancé. La longueur de l'enveloppement est de 188 mm.

Plus petit, le Magnum

Avec Magnum After Dinner (MAD), une nouvelle présentation en plus petites portions du célèbre Magnum, Unilever cherche à élargir son marché à d'autres occasions de dégustation.

MAD, qui a fait l'objet de marché-tests approfondis, vise à satisfaire une demande des consommateurs pour un Magnum de plus petite taille, à consommer en dehors des achats d'impulsion.

Présenté en multipack de 10, MAD est emballé dans un complexe papier/aluminium de faible épaisseur, gaufré et imprimé, produit par Carcano Antonio.



Feu vert pour l'emballage aluminium dans les fours micro-ondes

La preuve que les emballages en aluminium peuvent être utilisés sans danger dans les fours micro-ondes a été établie au début de cette année par une étude du Fraunhofer Institute for Process Engineering and Packaging IVV (Freising, Allemagne).

Les résultats de l'étude contredisent l'idée reçue selon laquelle il serait dangereux d'utiliser dans les fours micro-ondes des emballages en aluminium ou des emballages plastiques avec opercule aluminium. Thomas Pfeiffer, responsable de l'étude confirme : « le



Fraunhofer Institute a procédé aux tests de réchauffage en réglant les fours micro-ondes à leur puissance maximum. Nous n'avons pas noté un seul cas de détérioration du four ni un seul

signe de danger pour les utilisateurs. »

L'EFAFA a adopté le logo Micro-Save de l'AFCMA pour promouvoir l'utilisation d'emballages aluminium pour le conditionnement de produits réchauffables par micro-ondes. Ce logo, à l'usage des fabricants d'emballages et des conditionneurs, participe à l'information des consommateurs sur l'utilisation sans danger des emballages aluminium dans les fours micro-ondes. L'étude complète comprenant les recommandations est disponible sur le site de l'EFAFA : www.alufoil.org

Développement durable

Des écoles se mobilisent contre le changement climatique

Dans plus de 2 000 écoles primaires britanniques, on sait que le recyclage de l'aluminium au Royaume-Uni participe à la lutte contre les effets du changement climatique dans l'Afrique subsaharienne grâce à un programme mis en place par l'association Alupro.

Les écoles participantes reçoivent un matériel pédagogique qui explique que, pour chaque tonne d'emballages aluminium recyclés au Royaume-Uni, un arbre sera planté dans la forêt de Gabio au Burkina Faso. Pour les élèves, le message est clair : plus ils recycleront, plus il y aura d'arbres plantés. Il est prévu que le recyclage se développera suffisamment pour permettre la plantation de 40 000 arbres en 2006.

Dans cette région de l'Afrique, des



saisons sèches de plus en plus longues endommagent gravement les anciennes forêts dont dépendent de nombreuses communautés villageoises. Les arbres



meurent plus jeunes, les feux de brousaille sont plus fréquents et les ressources alimentaires diminuent. Planter de nouveaux arbres et apprendre à bien gérer la forêt deviennent donc des priorités. Les essences des arbres plantés grâce à ce programme – manguier, acajou, baobab, néré – ont été choisies pour leur apport de ressources alimentaires ou pour leurs usages médicaux et pour leur contribution à la production de miel.

Les 1 000 premiers exemplaires de mallettes pédagogiques d'Alupro ont déjà été commandés et une nouvelle fabrication a été lancée.

Autour d'un Trophée Alufoil



A l'occasion de la présentation du Trophée Alufoil à Dr Hartmut Klusik (au centre), Head of Product Supply et membre du conseil de direction de Bayer Healthcare, Constantia Packaging et Bayer Healthcare ont célébré la distinction qui leur a été attribuée conjointement.

L'année Mozart

La commémoration du 250^{ème} anniversaire de la naissance du génie de la musique, Wolfgang Amadeus Mozart (27 janvier 1756 – 5 décembre 1791) sera prétexte à de nombreux lancements commerciaux.



Parmi ces nouveaux produits, on trouve un yaourt spécial au nom du célèbre compositeur autrichien fabriqué par Alpenmilch, Salzburg. L'emballage comprend un opercule aluminium lisse imprimé en flexo avec encres UV par Constantia Packaging qui produit annuellement quelque 14 milliards d'opercules pour diverses applications.



Les confiseries autrichiennes sont réputées dans le monde entier. Ces chocolats qui célèbrent l'anniversaire de la naissance de Mozart sont fabriqués par Mirabell, une société du groupe Kraft Foods Autriche. L'emballage est une feuille d'aluminium 12 microns imprimée en héliogravure par Constantia Packaging.



Pour en savoir plus sur la feuille
d'aluminium, visitez le site

www.alufoil.org

Vous pourrez y trouver des informations sur les
membres de l'EAFA, déposer des appels d'offre
et découvrir ce qu'il y a de nouveau sur la feuille
d'aluminium et ses applications.

**European Aluminium Foil Association
Am Bonneshof 5 D - 40474 Düsseldorf**

Téléphone : 49 211 4796 150

Fax : 49 211 4796 408

Email : enquiries@alufoil.org

PLIER SELON LES POINTILLÉS – NE PAS DÉTACHER

European Aluminium Foil Association
Am Bonneshof 5
D - 40474 Düsseldorf

Allemagne

A retourner par fax à l'EAFA

+49 211 4796 408

Merci d'utiliser ce formulaire si
vous devez modifier votre
adresse ou si vous souhaitez
recevoir Infoil



**Merci de remplir lisiblement
toutes les lignes**

Correction Adresse ci-dessus à modifier	<input type="checkbox"/>	Addition Je souhaite recevoir Infoil	<input type="checkbox"/>
M. / Mme / Melle		Prénom	
.....			
Nom de famille			
.....			
Fonction			
.....			
Société/organisme			
.....			
Adresse : Rue / numéro			
.....			
Ville			
.....			
Code postal			
.....			
Pays			
.....			
Tél. :		Fax :	
.....			
E-mail :			
.....			
Activité (conditionneur, distributeur, fabricant d'emballage, designer, administration, presse, université, centre technique, institut de recherche, ...)			
.....			
Langue souhaitée :			
<input type="checkbox"/> Anglais	<input type="checkbox"/> Français	<input type="checkbox"/> Allemand	<input type="checkbox"/> Espagnol <input type="checkbox"/> Italien