

Faites vous plaisir !

Noël, Nouvel An, anniversaires, fêtes, autant de prétextes à l'achat de produits de luxe – un plaisir que chacun aime s'offrir parfois même sans autre raison que la seule envie.

Il est difficile de définir le luxe tant il fait référence à des critères personnels. Est-ce posséder une Porsche, s'offrir un bon repas, déguster un chocolat fin ou savourer une coupe de champagne ? Dans tous les cas, il s'agit bien de plaisir et de superflu. Il est d'ailleurs intéressant de constater qu'à côté des produits à prix discount, l'autre secteur en forte progression est celui des produits de luxe.

Une étude récente de Datamonitor « Developing Products with A Price Premium » indique que 63% des Européens et des Américains choisissent de préférence des produits alimentaires et des boissons de qualité supérieure, un contexte favorable pour les spécialités et les produits haut de gamme dont les ventes explosent.

Les ventes de produits alimentaires et de boissons devraient atteindre 120 milliards de dollars (106,4 milliards d'euros) en 2009. Le marché des produits d'hygiène et de soin, également en croissance, représenterait plus de 6,5 milliards de dollars (5,2 milliards d'euros) en 2009. On estime qu'en



Plus d'information sur ces produits festifs à l'intérieur

2003, le nombre d'occasions de consommation de produits festifs en Europe et aux Etats-Unis s'est élevé à 52,5 milliards, entraînant des dépenses de consommation de 19,4 milliards de dollars (17,2 milliards d'euros). Il est prévu que, dans cinq ans, ces chiffres devraient croître à 65,9 milliards et 24,5 milliards de dollars (21,7 milliards d'euros), respectivement. Aujourd'hui, 52% des consommateurs américains et européens déclarent que leurs achats de produits festifs sont, avant tout, une récompense qu'ils s'offrent.

Les consommateurs sont demandeurs de personnalisation et soucieux d'authenticité. Aux concepteurs des produits de luxe de répondre aux attentes de consommateurs avertis et de plus en plus exigeants. Et l'image qualitative de la feuille d'aluminium peut s'avérer être un plus dans cette démarche.

Trophées Alufoil 2007

Détails et formulaires de participation : www.alufoil.org

N'oubliez pas de faire acte de 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



DANS CE NUMERO

Produits festifs et produits de luxe p.2 - 3

Hold-up sur le marché du vin p.3

Infoil Art Gallery Du côté des artistes... p.4

Forte croissance de la feuille d'aluminium

Les expéditions de feuille d'aluminium ont augmenté de 3,7 % au cours des six premiers mois de 2006 à 445 600 tonnes, contre 429 500 tonnes pour la même période de 2005.

Tous les domaines d'utilisation sont en progression. Les ventes de feuille mince à destination principalement de l'emballage souple ont augmenté de 3,9 % alors que les livraisons de feuille épaisse utilisée pour les plats et les applications techniques affichent une

croissance de 4,8 %.

Les exportations hors de la zone géographique de l'EAFA sont également en progression (+1,6 %) un signe de la bonne santé du marché global de la feuille d'aluminium.

« Le dynamisme du marché va se maintenir et 2006 devrait être une nouvelle année record » se réjouit Stefan Glimm, directeur exécutif de l'EAFA.

Statistiques disponibles sur : www.alufoil.org



Noël en bouteille

La période des fêtes de fin d'année est une bonne occasion pour animer une ligne de produits. La bière de Noël « Bush de Noël » de la



Brasserie Dubuisson, en Belgique, en est un bon exemple.

Les bouteilles sont habillées de stanoies imprimées en héliogravure par Haendler & Natermann représentant des scènes hivernales traditionnelles.

"Bush de Noël", lancée au début des années 90 a rencontré un tel succès qu'elle a été brassée depuis chaque année pour Noël. Haendler & Natermann produit une large gamme de stanoies à fort impact visuel destinées à une grande variété de boissons (voir photo).



Servir bien frais

Un emballage astucieux à base de feuille d'aluminium qui permet de maintenir frais pendant 4 heures le contenu d'une bouteille vient d'être lancé par Robinson Paperboard Packaging. Vendu sous la marque Cool-Air™, cet emballage est constitué d'un tube en carton ondulé double cannelure revêtu d'une feuille d'aluminium et d'une couche de surlyn qui apportent la protection thermique.

En outre, l'air contenu dans les cannelures réduit les échanges thermiques par conduction, convection ou rayonnement. Cool-Air qui est obturé par un couvercle en métal peut être utilisé pour le champagne, le vin ou pour toute autre boisson devant être servie fraîche.

Brown-Forman qui a utilisé cet emballage innovant pour une importante opération de promotion de sa marque (Fetzer) de vin Syrah Rosé en Grande Bretagne au sein de la chaîne Sainsbury's, vient aussi de lancer l'emballage en Amérique du Nord.

L'emballage Cool-Air offre une surface importante pour la promotion de la marque et l'information sur le produit : composition, mode d'emploi, notes de dégustation, recettes de cocktails ...

Bulles et chocolats

Certains produits sont conçus pour faire partie de la fête. C'est le cas de ce chocolat en forme de bouteille de champagne dont l'habillage aluminium est fourni par Haendler & Natermann.

La bouteille en chocolat de 300g de Riegelein Confiserie est enveloppée dans une feuille d'aluminium 15 microns imprimée 2 couleurs en flexographie.



Liqueurs de luxe

Cette gamme attractive d'enveloppages individuels pour des chocolats à la liqueur destinés à la décoration du sapin de Noël est fabriquée par Carcano pour des clients en France et au Portugal.

Les chocolats en forme de bouteille et ceux représentant une maisonnette sont conditionnés dans une feuille d'aluminium 10 microns imprimée 4 ou 5 couleurs en héliogravure. Produits par la société Abtey, en France, ils sont vendus dans le monde entier. La lanterne de Noël est une impression 5 couleurs destinée à Nobre pour le marché portugais.



Black Lemon delight

Peut-être pas politiquement correct aujourd'hui, un bon cigare demeure pour certains la conclusion de choix d'un grand repas.

Les cigarillos Black Lemon Delight du groupe franco-espagnol Altadis sont présentés dans une boîte métal fermée par un opercule aluminium à ouverture facile et recouverte d'un couvercle coulissant. L'ensemble véhicule une forte image qualitative.

La feuille d'aluminium scellée sur le bord de la boîte métal – sous

le couvercle coulissant – assure la conservation de la fraîcheur et des arômes du tabac.

Ce conditionnement a été mis au point grâce à l'étroite collaboration d'acteurs de différents pays : le cigarettier (Altadis), le fournisseur de la boîte métal (Hoffmann, Suisse) et le fabricant de la ligne de conditionnement (Packinov, France).

Ce nouvel emballage permet d'abandonner le sachet intérieur ou le film de surenveloppement.



Paquet cadeau

Pour ajouter de l'éclat aux cadeaux, à Noël ou dans d'autres occasions, Constantia-Teich propose une gamme de papiers cadeaux à base de feuille d'aluminium dans une grande variété d'épaisseurs, de motifs et de couleurs.





Hold-up sur le marché du vin

Three Thieves (littéralement « Trois voleurs »), une marque de vin pionnière, connue pour ses emballages innovants, vient de lancer, aux Etats-Unis, le premier vin américain conditionné en emballage carton aseptique Tetra Prisma™ de 250 ml, par pack de 4.

Bandit Cabernet et Bandit California Pinot Grigio sont ainsi proposés dans un conditionnement léger, facile à transporter, idéal pour une consommation en petite quantité ou pour la cuisine. L'emballage Tetra Prisma de Three Thieves est muni d'un système d'ouverture facile dont le maniement ne présente aucun danger. Réalisé dans un complexe barrière comprenant une feuille d'aluminium, Tetra Prisma assure une excellente

conservation des qualités du vin.

Selon Charles Bieler de Three Thieves, l'emballage Tetra Prisma doit permettre à sa société de devenir l'un des leaders de l'industrie vinicole car il apporte au

consommateur une réelle nouveauté dans la façon de consommer et d'apprécier le vin.

« L'industrie vinicole cherche constamment à augmenter le nombre de consommateurs de vin et à susciter de nouvelles occasions de consommation » déclare Charles Bieler. « Ce nouveau conditionnement qui permet la consommation pratique d'un bon vin en tout lieu en fait un concurrent des bières et autres boissons alcoolisées. »

« Ce lancement confirme que le conditionnement de vins de qualité en emballage carton Tetra Pak est de plus en plus largement accepté » souligne Jeff Kellar, vice président de strategic business development de Tetra Pak.



Nouveau conditionnement aseptique

SIG Combibloc confirme son intérêt pour le marché des produits alimentaires avec le lancement de « combisafe » un nouveau système de conditionnement aseptique pour produits alimentaires à



texture pâteuse. Le système combisafe comprend une gamme de briques carton de différentes contenance qui peuvent être remplies avec pratiquement tout type de produits pâteux pour être ensuite stérilisées par autoclave.

Le procédé de stérilisation spécifique à combisafe permet la conservation à température ambiante pendant deux ans de produits sans conservateur. Une performance rendue possible à la fois par le complexe barrière PP/carton/PP/feuille d'aluminium/PP et par la nouvelle technologie de remplissage et de stérilisation du système combisafe.

En forme de

Les moules à gâteaux en aluminium, à usage unique, fabriqués par Reynolds, une division de Alcoa Consumer Products, permettent d'ajouter une touche de fantaisie aux pâtisseries maison. En vente aux Etats Unis, les coupelles FunShapes™ existent dans différentes formes : étoile, cœur, arbre de Noël...



Coupez !

Ce nouveau dévidoir à usage unique Benedetti de Wrap Film Systems va rendre la vie plus facile dans les cuisines. Présenté comme étant le premier dévi-



Dévidoir domestique



Dévidoir pour usages professionnels

Des goûts de luxe

Le complexe d'opercule Alufix® Retort d'Alcan Packaging Singen est utilisé par Impress pour la fermeture par son système Easy Peel® d'un conditionnement destiné à une gamme de pâtés gourmets de Jensen, une société du groupe allemand H. Redlefsen.

Scellé ici sur une coupelle en aluminium, l'opercule Easy Peel peut être préformé, gaufré et/ou imprimé. Il se pèle facilement sans laisser de bords coupants. Il possède la force de pelage la plus faible du marché et peut donc être ouvert par tous sans difficulté.

La richesse du décor, tant sur le corps de la coupelle que sur la fermeture, véhicule une image de luxe.



enquiries@alufoil.org

doir à coupe intégrée au monde à être recyclable, il diminuerait en outre de 30% le gaspillage de la feuille d'aluminium à l'utilisation. Commode d'emploi, il assure une coupe franche et facile.

EFAA. Infoil N°25. Automne 2006

Du côté des artistes...

Les qualités décoratives de la feuille d'aluminium s'avèrent être une source d'inspiration pour différents artistes dans le monde.

L'artiste canadienne Christina Stahr, par exemple, a utilisé la feuille d'aluminium pour créer son *Chocolate Obsession Collage* qui témoigne de sa passion pour le chocolat. L'œuvre est constituée de feuilles d'aluminium or, argent ou colorées récupérées sur les emballages des chocolats consommés par l'artiste.

Les œuvres de Christina Stahr ont été exposées au Musée du Chocolat à Cologne, au Muséum d'Art Moderne de New York ainsi que dans beaucoup d'autres villes dans le monde.

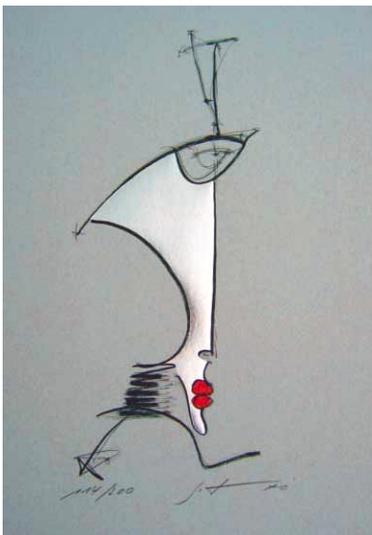


Chocolate Obsession Collage

Warner Lachlan a utilisé la feuille d'aluminium pour réaliser *Buddha of Infinite Directions* – une œuvre primée. Il a choisi ce matériau parce qu'il le voit délicat, éphémère et presque évanescent et qu'il le situe à l'intersection de différentes références culturelles. La feuille d'aluminium utilisée a été fournie par Carcano.



Buddha of Infinite Directions



Une œuvre de l'artiste allemand Gerd Edinger

La feuille d'aluminium est également très présente dans les créations de l'artiste allemand Gerd Edinger qui vit à Düsseldorf. Ses œuvres, centrées sur les questions fondamentales du destin de l'Homme sont d'une facture très moderne. Elles ont été exposées principalement en Allemagne et dans les pays voisins.



Silver Tunnel

Mischa Kuball, scénographe allemand, a utilisé la feuille d'aluminium pour réaliser, en une semaine, le *Silver Tunnel* 2006 dans le cadre d'une manifestation artistique à Riverside Park à New York. Mischa Kuball, connu pour ses animations lumineuses, a utilisé les propriétés de réflexion de la feuille d'aluminium pour redonner lumière et vie à ce mystérieux souterrain oublié. La feuille d'aluminium a été fournie par Commodity Foil and Paper.



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

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

Etiquette adresse

Merci de remplir lisiblement toutes les lignes

Correction

Adresse ci-dessus à modifier

Addition

Je souhaite recevoir Infoil

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 :

Anglais Français Allemand Espagnol Italien

European Aluminium Foil Association
Am Bonneshof 5
D - 40474 Düsseldorf

Allemagne