



Emballage Digest PACKAGING

N° 615 - Février 2017

Focus

■ Malengé Packaging va proposer des emballages souples barrières ET recyclables **p. 6**

Parfumerie&cosmétique

■ Airless : plus premium et protecteur **p. 13**

Pharmacie

■ Blisters à haute valeur ajoutée, en attendant l'IoT **p. 18**

Alimentaire

■ Les sachets-poches : praticité et attractivité **p. 22**

■ Des pots décorés avec la technique T-IML **p. 24**

■ Des motifs tridimensionnels pour le verre **p. 25**

International

■ Le recyclage des solvants **p. 26**

■ Un pot en verre réutilisable avec «un effet peau d'orange» **p. 27**

■ Un nouvel additif à base de poudre pour prolonger la durée de conservation **p. 28**

Focus

■ Malengé Packaging will launch barrier and recyclable flexible bags **p. 6**

Food

■ Pouches : many solutions to open them **p. 22**

■ A softer texture to the boxes **p. 24**

■ Glass marking : indelible, invisible to the naked eye **p. 25**

International

■ Solvent recovery/recycling plan **p. 26**

■ A reusable jar for jam with a peel effect **p. 27**

■ New powder-based additive to extend shelf life **p. 28**

COSMETIC360®
INNOVATIONS + SOLUTIONS > PARIS



THE INTERNATIONAL
EXHIBITION DEDICATED
TO INNOVATION FOR
FRAGRANCE
& COSMETIC INDUSTRY

18.19 OCT 2017

PARIS | CARROUSEL DU LOUVRE

BOOK YOUR STAND NOW

contact@cosmetic-360.com

www.cosmetic-360.com

THE WORLD'S HOT SPOT FOR INNOVATIONS
AND SOLUTIONS IN PERFUMERY-COSMETICS



■ La précision du stylo, la protection de l'airless

La Colline lance une nouvelle cure de soin NativAge La Cure avec quatre flacons de 10 ml réunis dans un coffret. Pour sa nouvelle formule «surpuissante» L'essence, la marque a choisi le packaging «Serumony» pour d'une part son design, sa gestuelle d'application, et d'autre part son allure nomade. Le flacon laqué or rose avec un capot métallisé est équipé d'un écran protecteur hermétique qui préserve la formule de l'oxydation. Empruntant aux stylos de maquillage, le tube airless est composé d'un système à piston avec une pompe doseuse de 70 µL. Il libère une dose «précise» grâce à une simple pression. Le packaging comprend plusieurs composants en PP, PCTA et aluminium.

Fournisseur : Aptar Beauty & Home

■ Vernis en poudre et petite contenance

Les Français souhaitent de plus en plus maîtriser la composition de leurs produits. **Aroma-Zone**, site spécialisé dans la vente en ligne d'aromathérapie, de divers produits naturels et d'ingrédients cosmétiques, lance une nouvelle gamme de produits cosmétiques à faire soi-même : les vernis à ongles. La gamme comprend une base-verniss, des colorants et une flaconnette. La



base-verniss, qui est bio-sourcée (à 85% d'origine végétale), est présentée dans un flacon en verre ambré de 30 ml, avec un capot en PP. Les colorants naturels végétaux ou minéraux que la consommatrice ajoute à cette base sont, eux, contenus dans des pots de 2 g. Une fois le mélange

réalisé, le vernis est versé dans une flaconnette en verre de 6 ml et se conserve 12 mois. Le concept «D.I.Y» (Do It Yourself) s'inscrit dans une démarche écologique, qui permet d'adapter la quantité aux besoins de l'utilisateur, et la petite contenance de limiter le gaspillage, explique Aroma-Zone.

C'est aussi cette tendance que suit **Boho Green Make-up** avec sa nouvelle collection de vernis à ongles «Infinite Collection» en petits formats de 5 ml. Les huit nouvelles teintes, composées de 74,5% à 79% d'ingrédients d'origine naturelle, sont présentées dans des emballages «éco-conçus» avec des «flacons en verre et des bouchons en bois issus de forêts éco-gérées» indique la marque.



■ 85 ans et une boîte vintage

A l'occasion des 85 ans de la marque, **Floraline** «se replonge dans la douceur des plats de notre enfance». Pour sa semoule, elle fête cet évènement avec une boîte collector en carton qui reprend les codes traditionnels de la marque, tout en ajoutant une touche vintage. Une édition limitée en format 500 g.

Fournisseur : AR Carton (Cholet)

■ Le quinoa aime le sachet souple

Pour sa gamme de produits à base de quinoa, **Quinola Mothergrain** a voulu rappeler sur le packaging l'origine du produit. Ainsi, devant un paysage péruvien, on retrouve une figure de femme, déesse inspirée de la légende Incas qui présente le quinoa comme un cadeau du ciel apporté par



une déesse nourricière. Au dos de l'emballage, on la retrouve les bras chargés d'aliments. Elle est devenue l'icône de la marque. La nouvelle gamme propose plusieurs déclinaisons de quinoa blanc, noir et rouge,

couleur reprise par un bandeau bleu,

noir et rouge sur les boîtes en carton composé de 95% de fibres recyclées. Le quinoa est aussi conditionné en sachets laminés OPP et PE. La marque propose également des plats à réchauffer au micro-ondes ainsi qu'en repas pour bébés ou enfants



■ Des pots grands formats

Le pot en PP de la nouvelle gamme de soins hydratants **SkinActive** de **Garnier Mexique** est déployé dans un nouveau format grande taille de 400 ml. Son design s'appuie sur des codes couleurs pour l'identification du produit (le couvercle jaune pour le soin hydratant au citron, rouge pour celui aux myrtilles et baies de goji, et bleu pour la crème aux amandes et à l'alo vera).

Design : Agence Bronson



dans des doypack en PET, OPA et PP. Les sachets se distinguent par un «style british un peu décalé» et vintage.

Design : agence FERIA Style&Design - Fournisseurs : Hernas Carton-nage (boîtes en carton), Amcor (doypack)

■ En mini-portion pour éviter le gaspillage

Pour la restauration scolaire, **Bel Food-service** propose Leerdamer en portion individuelle de 17 g (équivalent de 150 mg de calcium) emballée dans un sachet. Il possède une ouverture facile et permet de conserver le fromage pendant deux heures à température ambiante (ce qui correspond au temps d'un service). Ainsi, lorsque la portion n'a pas été consommée, elle peut être proposée au service suivant ou être remise au froid et servie le lendemain, ce qui limite le gaspillage. Le sachet est en plastique rigide et souple avec une coque en cire.



■ Des boîtes de thé qui invitent à la pose

Depuis 2012, date de la création de La Thé Box, les sœurs **Tamia et Julia** ont goûté des centaines de thés et développé leurs propres recettes. Elles se

caractérisent par des alliances d'ingrédients originales, élaborées comme le parfumeur son jus, disent elles. Outre la composition des thés, la marque porte un soin particulier au packaging. Les feuilles de thé sont présentées dans des pochettes de mousseline, conditionnées ensuite dans des pochettes en papier. Leurs dernières créations (5 recettes : Détox, Igloo, Ruben, L'envol, et Bloom) sont présentées dans des boîtes en carton qui se distinguent par leur design aérien et la fraîcheur de leur couleur. Le thé est conditionné par une machine japonaise «pour respecter le vrac» confie Tamia&Julia.



■ The Perfume Collection

«Parce que nos intérieurs [ndlr : de la maison] sont le reflet de notre personnalité, **Zara Home** veut refléter notre style intérieur». La marque de décoration présente ainsi sa première collection de parfums personnels. The Perfume Collection est un recueil de six eaux de toilette exclusives, conçues en collaboration avec deux parfumeurs :

Alberto Morillas et Jérôme Épinette. Les flacons jouent la carte de la sobriété avec un verre blanc qui valorise la couleur du jus. Comme



pour mieux en faire aussi des éléments de décoration. Ils sont présentés dans un packaging également sobre, d'une blancheur éclatante pour mieux faire ressortir l'étiquette qui reprend la couleur du jus qu'il contient.

■ Deux flacons pour suggérer le Yin et le Yang

Pour sa première collection, la nouvelle maison de parfum **The Harmonist** présente dix élixirs mais seulement deux flacons. Les fragrances sont inspirées de cinq éléments (l'eau, le bois, le feu, la terre et le métal) et s'associent de deux manières différentes selon que le client choisit le Yin (flacon noir) ou le Yang (flacon blanc). En boutique ou sur le site web, The Harmonist le conseille sur le choix de la fragrance avec des recommandations personnalisées. Les flacons inspirés des fioles ancestrales en céramique des alchimistes sont en verre laqué blanc ou noir uni, et leur capot en céramique est de couleur opposée. The Harmonist, qui s'approvisionne auprès des petits producteurs, se veut «éco-consciente et responsable». Elle a conçu un flacon re-remplissable, dont le packaging se compose de matériaux majoritairement recyclables, indique la maison de parfums.



Flacon : Pochet

■ Un flacon aux allures des tours de Manhattan

L'architecture contemporaine de verre et d'acier de Manhattan, où se trouve le siège de **Van Cleef & Arpels** depuis 1942, a inspiré les designers du flacon du nouveau parfum «Van Cleef & Arpels in New York». Le flacon allie un écrin en verre avec une bande en acier qui l'encercle pour rappeler les gratte-ciels. De même, le laquage dégradé gris fumé imite les reflets des grandes tours de verre de New York. Avec ce flacon, le designer souhaite rendre «hommage à la tradition architecturale art déco new yorkaise».

Design : Brand Image Verrier : Bormioli Luigi

