

## | BRÈVES | | Un Emballage 2008 sur-vitaminé |

### UN MAGNUM DE

#### J&B ÉLECTROLUMINESCENT

Décidément le collector ou la série très limitée est à l'honneur cette année encore plus que d'ordinaire. Il est vrai que la technique permet de plus en plus ce genre de personnalisation. J&B n'est pas en reste qui a lancé un magnum - format peu fréquent dans les whiskies - spécial boîte de nuit et intitulé Mix Light. La bouteille est revêtue d'une étiquette sleeve électroluminescente. Il s'agit de faire passer un courant au travers d'une couche d'encre qui s'éclaire à son passage. Cette méthode étant très gourmande en énergie, Mix Light intègre une nouvelle carte électronique qui permet de diminuer la décharge d'énergie. Incroyable chaque magnum brille. Objectif : séduire des consommateurs de plus en plus blasés toujours à la recherche de nouveauté et d'étonnement.

### RÉUSSITE DE LA JOURNÉE PORTES OUVERTES D'AZUR ADHÉSIFS

La société grenobloise Azur Adhésifs (CA 2007 : 4,5 millions d'euros pour un effectif de 24 salariés) a ouvert grand ses portes le 5 juin (en pleine Drupa) pour accueillir ses clients et leur montrer ses nouveaux équipements dont une nouvelle presse numérique ws4500 de HP Indigo ainsi que son module de pose de tag RFID. Azur adhésifs dispose désormais outre cette presse numérique des procédés offset, flexo et typo semi-rotatif. De quoi satisfaire les demandes de ses clients qui se sont pressés nombreux début juin et ce jusqu'au bout de la nuit. Azur Adhésifs sera présent à Emballage 2008.

### FLINT GROUP ANNONCE LA RETRAITE DE DAVE FRESCOLN

Dave Frescoln avait rejoint Flint Ink en 1992 en tant que directeur financier avant d'en devenir le pdg. En 2004, il était nommé dg de Flint Group lors de la création du groupe puis avait été nommé Vice Président en septembre 2007. Rappelons que Dave Frescoln avait joué un rôle clé dans la création du groupe en travaillant notamment sur le rapprochement entre Flint Ink et Xsys puis en étant la cheville ouvrière de l'acquisition de Day International en 2007. Howard Poulson le président de Flint Group, a salué sa contribution exceptionnelle mais n'a pas encore annoncé son remplaçant.

C'EST SANS DOUTE UNE VOLONTÉ MARKETING de se démarquer en cette année déjà vu Interpack et la Drupa pour ne citer que les concurrents les plus importants, l'équipe d'Emballage a mis le paquet pour l'édition 2008. On ne devrait pas s'ennuyer du 17 au 21 novembre à Paris.

**A** la présentation à la presse du salon Emballage, avant l'intervention brillante de Béatrice Mariotti, la patronne de Carré Noir, on avait vraiment l'impression que Emballage 2008 allait faire feu de tout bois. C'est la Samaritaine : il s'y passera toujours quelque chose. Il est certain que cela fait plus copieux sur le papier qu'en vrai : c'est comme un buffet, il y a beaucoup à manger et finalement on ne fait que grignoter. Tant mieux pour les visiteurs attendus. Tant mieux pour Etiqu&Pack qui y aura un stand et espère bien aussi y briller. Du 17 au 21 novembre prochains donc, 2 200 exposants et 110 000 visiteurs issus de 140 pays se retrouveront au salon Emballage pour sa 38<sup>e</sup> édition. Le pari ambitieux des organisateurs ? Faire de Paris la capitale du packaging pendant ces 5 jours. Comment ? En faisant Bip ! Business, Innovation et Prospective.

Business en présentant une offre multisectorielle adaptée aux besoins : alimentaire, boissons et liquides, luxe, beauté, santé et pharmacie, produits industriels et autres biens de consommations. Business encore avec l'organisation de rendez-vous d'affaires personnalisés pour optimiser sa visite et développer son réseau.

Innovation avec l'espace tendances pour décoder le monde de l'emballage dans 5 domaines : l'emballage le plus sûr, le plus pratique, le plus rentable, le plus éco-citoyen, le plus diffé-



rent. 500 nouveaux produits sont présentés et innovation oblige, en 2008, c'est vous qui votez pour le gagnant. Innovation avec un nouvel espace consacré à l'essor des biomatériaux et dédié à une exposition des créations de la photographe Patricia de Gorostarzu. Prospective enfin avec Pack-Vision, le congrès international du design packaging destiné à décrypter les tendances avant-gardées.

les stratégies packaging de demain avec la collaboration des plus grandes agences internationales de design packaging. Ainsi, Carré Noir se mettra-t-il au vert pour un vaste sujet : « Du green washing au terrorisme vers le design en quête de sens ».

Bref, un contenu qui ne cesse de s'enrichir... Au même moment et dans le même lieu se tiendra l'IPA. Dédié à l'ensemble du process alimentaire, il accueillera près de 600 sociétés exposantes et attendra 51 000 visiteurs avec une représentation internationale d'environ 40 %. Nouveautés à mettre au programme : Gold Meetings, rendez-vous d'affaires programmés pour les donneurs d'ordres et fournisseurs potentiels ; Sécurité alimentaire-Traçabilité, destiné à apporter des réponses aux industriels et, à l'initiative de l'Adepta, un espace de visite pour l'exportation répertoriant une sélection de fournisseurs.

## | Pack&Gift : première intéressante |

QUAND L'EMBALLAGE RENCONTRE LA COMMUNICATION par l'objet, c'était l'idée de l'organisateur de Pack&Gift qui s'est tenu en juin à Paris.

**L**es 11 et 12 juin dernier, le salon du packaging événementiel et promotionnel Pack&Gift, s'est tenu pour la première fois Porte de Versailles. Plus de 120 exposants, experts de l'emballage, de l'objet promo, du design et du co-packing se sont réunis pour proposer des solutions créatives et techniques pour réveiller la capacité de séduction des marques. Les honneurs ont été rendus à

Gaspard Yurkievich, élu personnalité 2008 pour avoir créé un habillage en série limitée pour la bouteille Suzette (Pernod), la robe plumetis. De quoi faire danser les tables à l'apéritif même si on espère que ce salon sera plus olé olé l'année prochaine après cette première presque un peu trop sage, mais il faut bien commencer.