

## PARFUMS COSMÉTIQUES & DESIGN INNOVER DANS LES RÈGLES

LA DEUXIÈME ÉDITION DE CE SALON PARISIEN S'EST DÉROULÉE LES 27 ET 28 JANVIER À LA CITÉ DES SCIENCES ET DE L'INDUSTRIE. ORGANISÉE PAR L'ECOLE SUPÉRIEURE D'INGÉNIEURS EN EMBALLAGE ET CONDITIONNEMENT DE REIMS (ESIEC), ELLE RASSEMBLAIT TOUS LES ACTEURS

DU PACKAGING POUR LES COSMÉTIQUES ET PARFUMS. CONCEPTEURS, FABRICANTS ET UTILISATEURS D'EMBALLAGES SE SONT RENCONTRÉS POUR OBSERVER LES TENDANCES DU MARCHÉ ET DÉCOUVRIR LES DERNIÈRES INNOVATIONS.

**T**rente-quatre exposants, dont les verriers du groupe Gerrescheimer, Heinz Flaconnage France et Saint-Gobain Desjonquères, ont reçu plus de cinq cents visiteurs en deux jours. Les fabricants d'emballages apportaient des réponses aux besoins des parfumeurs, conditionneurs et consommateurs de plus en plus exigeants.

En effet, la tendance est à la sécurité, tant pour la protection des produits distribués que pour les consommateurs. Les emballages, en plus d'être d'un usage pratique, doivent protéger leur contenu jusqu'à sa complète utilisation. En ce qui concerne les produits, on constate un durcissement de la législation sur les formulations face à la pression de l'opinion publique. Les agents conservateurs sont de plus en plus mal vus, ce qui accroît les contraintes de protection applicables au contenant. Les industriels cherchent des solutions déjà employées dans l'agroalimentaire, tenu à des normes beaucoup plus strictes. Les fabricants d'emballage veulent gagner du temps sur la production, la conception des produits, etc. pour être plus réactifs.

### N°1, LE VERRE

Du côté des designers, la mode est au sensoriel. On le savait déjà en ce qui concerne les produits cosmétiques, mais l'engouement atteint leurs emballages ! La couleur, bien sûr, mais aussi le toucher (le "soft-touch" se vend bien), les bruits et les odeurs sont de plus en plus étudiés au niveau de la conception du packaging, chaque cible marketing ayant ses exigences. Le mélange des matériaux est en vogue, permettant toujours plus d'innovation en matière de design. Le marché des cosmétiques se porte bien, malgré la conjoncture difficile, recherchant sans cesse de nouvelles cibles pour se diversifier. Les adolescents sont toujours plus sollicités, mais l'avenir se porte sur le marché des "nomades". Les produits uni-dose, aux emballages légers, séduisent les voyageurs. Exigences de qualité qui éliminent les problèmes de conservateurs !

Le verre demeure le N°1 des emballages pour les parfums et les cosmétiques haut de gamme. Toutefois, les matériaux plastiques se diversifient et leurs qualités s'améliorent au point de les imaginer un jour concurrentiels au verre dans le domaine du luxe. En l'imitant de mieux en mieux,

ils améliorent leur transparence en épaisseur dans des marchés où le poids est gage de solidité et de qualité. La réponse des verriers est à la mesure du dernier flacon d'Eau de Parfum Gucci créé par Saint-Gobain Desjonquères : 320 g pour 75 ml de liqueur, sans compter le bouchon ! Mais le verre sait se faire plus léger et s'allier aux autres matériaux. Malgré les contraintes techniques, les Verreries du Courval ont su créer pour le parfum Kingdom d'Alexander Mac Queen un cœur brisé à moitié enserré dans une coque de métal, union parfaite entre ces deux matériaux. La maîtrise des formes, toujours plus complexes, n'est pas la seule voie explorée par les verriers pour répondre aux créateurs. Les techniques de décorations progressent elles-aussi. Le pistoletage épouse les asymétries en concevant une palette de couleurs et de dégradés plus étendue. La métallisation au laser proposée par Solev permet la réalisation d'un décor raffiné directement sur le flacon, quelle qu'en soit la forme. L'édition spéciale de l'eau de toilette Classique de Jean-Paul Gaultier est exemplaire. Les vins et spiritueux bénéficient de ces techniques de



Pot operculé Heinz-Glas



M. Christian Rupp, de Frantschach Coatings

parachèvement, à l'image de la bouteille millésime 2000 de Mouton Rothschild pour laquelle BSN Glasspack a mis au point un nouvel émaillage or en relief. Le verre est aussi présent dans le rayon des soins et cosmétiques, où il garde une image de pureté grâce à sa grande inertie chimique. Dans ce domaine, la sécurité et la conservation nécessitent le renouvellement de techniques déjà existantes comme le thermoscellage qui consiste à coller un opercule sur le buvant du pot.

Le verre conserve donc ses lettres de noblesse et, actuellement, les plastiques se cantonnent au mass market. Avec une fabrication meilleur marché, ils permettent la diversification d'une ligne de produits.

### RÉDUIRE LES ALLERGIES

Dans le cadre du salon, un programme complet de présentations était proposé aux industriels pour faire le point sur les évolutions techniques et législatives des emballages. Le professeur Gilbert Bureau, directeur de l'ESIEC a ouvert les conférences en rappelant les enjeux du packaging de demain. Comment améliorer les process existants ? Quels sont les attentes des consommateurs et les solutions des industriels du packaging ? Comment mettre au service des marques des innovations adaptées des autres industries ? La première journée était consacrée aux innovations packaging et à la protection contre la contrefaçon, alors que la deuxième portait sur les nouveautés parfums et formulations. On retiendra l'intervention de Pierre Perrier, directeur des Affaires scientifiques et réglementaires chez LVMH Parfums & Cosmétiques, et les

présentations concernant l'opercule sur verre animées par Didier Jupont, consultant packaging.

Pierre Perrier présentait les impacts du dernier amendement sur la régulation des cosmétiques imposée par l'Union européenne. Elle se durcit en réponse à l'augmentation des allergies dans la population ces dernières années. Le devoir d'information au consommateur sera renforcé puisqu'à partir du 11 mars 2005, date d'entrée en application de cet amendement, 26 substances utilisées dans de nombreux produits devront être listées sur les emballages. Une période d'utilisation après ouverture (Period after Opening ou PaO) devra aussi être indiquée sur les emballages primaires et secondaires. Les éléments cancérigènes, mutagènes et nocifs pour la reproduction seront désormais bannis. Leur présence, même en quantité ne représentant qu'un risque minime, ne sera plus tolérée. Ceci va augmenter les contraintes de qualité sur la fabrication des emballages primaires. Ces derniers devront mieux protéger leur contenu en l'absence de conservateurs parfois cancérigènes, et abolir toute trace de ce type d'éléments lors de leur fabrication.

### L'OPERCULE PROTÈGE!

En réponse à ces contraintes de sécurité grandissantes, l'opercule est une solution de plus en plus demandée, en particulier sur les pots en verre qui ont longtemps posé des problèmes techniques. L'occasion a été donnée à D. Jupont de réaliser un inventaire des techniques utilisées pour ce procédé avec l'aide de Nicolas Le Jeune, responsable

packaging chez Heinz Glas France, Christian Rupp, ingénieur application chez Frantschach Coatings, et Lucien Fosse, directeur R&D chez Saint-Gobain Desjonquères. L'opercule consiste à coller une feuille (souvent un complexe d'aluminium-polymère) par un procédé de thermoscellage sur le buvant d'un récipient. Cet opercule garantit l'inviolabilité, la conservation et la non contamination du produit jusqu'à la première utilisation. Utilisé depuis de nombreuses années sur tout type de matériaux (des pots de yaourts en plastiques aux pots en verre de pâte à tartiner), il pose des problèmes sur le verre qui nécessite des traitements sans cesse améliorés depuis environ 10 ans. En effet, le polymère de scellage de l'opercule adhère mal au verre à cause des problèmes d'exsudation des ions alcalins. Le procédé Alderom proposé par Saint-Gobain n'est pas nouveau puisqu'il est utilisé depuis 95. Il consiste à déposer un sel d'aluminium sur la bague pour favoriser le scellement. Heinz Glas présentait son propre traitement, développé récemment à partir d'une poudre de verre neutre. L'originalité de Frantschach Coatings, société autrichienne spécialisée dans les polymères, est d'avoir pris le problème à l'envers. Au lieu de modifier la surface du verre pour faire adhérer le polymère, les ingénieurs ont réussi à concevoir un nouveau complexe insensible à l'exsudation du verre qui permet le scellage sur le verre non traité.

Le verre garde donc tous ses avantages et reste encore un matériau de choix pour l'industrie des cosmétiques et des soins ■

**Julien Menanteau**



M. Lucien Fosse, de St Gobain Desjonquères



M. Nicolas Le Jeune, de Heinz Flaconnage France