

# Luxe Pack au diapason de la cosmétique

La 31<sup>e</sup> édition du salon spécialisé dans l'emballage de luxe a révélé les dernières avancées des fournisseurs et des formulateurs pour dessiner la cosmétique de demain : plus agile, plus verte mais aussi plus sensorielle.

**C**ette année à Monaco, le salon Luxe Pack a récompensé Qualipac qui a reçu un prix Luxe Pack in Green dans la catégorie Solutions d'emballages. La filiale du groupe Pochet a été distinguée pour L'Essentiel, un boîtier de maquillage rechargeable en monomatériau biosourcé tandis que Verescence a été nommé vainqueur de la catégorie Démarches responsables d'entreprise pour son programme RSE « Glass made to last ». Comme en témoignent les initiatives des lauréats, l'écoconception est plus que jamais d'actualité. Le sujet est devenu un enjeu pour bon nombre des exposants présents qui ont mis en avant leurs dernières avancées pour rendre un emballage plus respectueux de l'environnement. Alors que le groupe Albéa s'apprête à dévoiler son premier rapport public RSE en 2019, le fournisseur a travaillé son cœur de métier, les tubes, sur deux axes : le recyclé post-consommation (RPC) et le biosourcé. Le premier, que le fabricant d'emballages arrive à intégrer à hauteur de plus de 50% et qu'il produit à partir de bouteilles de boissons, présente les mêmes propriétés que le polyéthylène vierge. « Nous en vendons déjà plus de trente millions d'unités par an », se félicite Gilles Swyngedauw, directeur de l'innovation et du développement durable. Preuve que les alternatives à la pétrochimie intéressent de plus en plus les marques. En parallèle, Albéa travaille aussi l'éthanol de canne à sucre pour en



De gauche à droite : Dimitri de Andolenko, directeur des achats et Responsable développement durable, groupe Monte-Carlo Société des Bains de Mer ; Nathalie Grosdidier, directrice générale, IDICE ; Agathe Derain, directrice RSE, innovation, développement et packaging, Chanel Fragrances & Beauty ; Jean-François Roucou, directeur de la performance durable, Pernod Ricard ; Thierry Rabut, directeur général, Qualipac ; Thomas Riou, CEO, Verescence ; Sandrine Sommer, directrice du développement durable, Guerlain ; Cécile Lochar, CEO, Citizen Luxury ; Bernard Fautrier, vice-président, Fondation Prince Albert II de Monaco.

produire du plastique biosourcé : « Il y a davantage de demandes sur le RPC, en raison notamment de la différence de prix », précise-t-il. Les échantillons se font, eux aussi, plus propres grâce à Arcade Beauty qui a retiré l'aluminium

**La RES est devenue un enjeu pour bon nombre des exposants présents qui ont mis en avant leurs dernières avancées pour rendre un emballage plus respectueux de l'environnement.**

des sachets monodose. Il a été remplacé par du plastique légèrement métallisé qui assure la même durabilité qu'un film multicouche tout en représentant une réduction de 57% en consommation d'eau et de 22% de l'empreinte carbone. Les verriers ne sont pas en reste sur l'écoconception, si le verre

bénéficie d'une image généralement plus verte que les autres matériaux, les fabricants doivent veiller à ne pas polluer avec : « Une grande partie des flacons de parfums sont aujourd'hui décorés et il ne sert à rien de produire du verre propre si c'est pour ensuite le décorer avec des techniques polluantes », analyse Étienne Gruyez, PDG de Stoezle Masnières. Comme alternative plus naturelle, le verrier a mis au point une technique de poudrage, Qualiglass Coat 2.0, sans colle ni solvant qui remplace le laquage liquide. Issue de l'industrie automobile, elle réduit l'impact environnemental (- 71% en émission de CO<sub>2</sub>) tout en garantissant une meilleure résistance aux rayures. Autre tendance de fond remarquée durant cette 31<sup>e</sup> édition : la réduction du time-to-market avec la mise en place d'outils et de plateformes pour faire

Photos DR



## Trois questions à Fred Farrugia, make-up artist



**Comment en êtes-vous arrivé à travailler avec Aptar ?**  
**Fred Farrugia :**

C'est la première fois que je collabore avec un fabricant d'emballages. C'était l'occasion de faire se confronter deux visions de la beauté différentes, mais qui se rejoignent. Jusqu'à présent, en tant que maquilleur professionnel, j'ai davantage travaillé le contenu que le contenant. Aujourd'hui, j'ai une vision à 360° et je peux imaginer un produit complet, en travaillant notamment l'adéquation complète entre une formule et son pack. En ayant une vision d'ensemble, nous pouvons aller plus loin dans l'innovation et créer l'emballage de demain.

**Comment votre collaboration se matérialise-t-elle au sein du groupe ?**

**F.F. :** Aptar a intégré une

mini-cellule au sein de leur département innovation créé en 2010 qui compte des designers, la directrice marketing, la directrice scientifique, le directeur innovation et moi-même en tant que directeur artistique. Nous nous réunissons de manière régulière lors de groupes de travail, mais aussi pour organiser des tests consommateurs pour valider nos projets et pour les affiner.

**Sur quel type de produits portent vos premiers travaux au sein de la cellule innovation ?**

**F.F. :** Nous avons concentré nos efforts dans un premier temps sur le teint en faisant le constat que l'offre sur ce segment était assez limitée. Notre objectif : révolutionner un produit que l'on connaît tous. Le pack traditionnel étant composé d'un flacon et

d'une pompe, la consommatrice perd beaucoup de produit et doit utiliser en général un accessoire pour l'appliquer. On a alors imaginé un pack nomade qui permette de se maquiller quand on veut de manière hygiénique et précise. La gestuelle que l'on dévoilera début 2019 est composée d'un conditionnement étanche qui délivre une dose parfaite pour une application sur tout le visage. Il est accompagné d'une éponge incluse dans un préhenseur, ce qui permet à la fois d'avoir l'accessoire dans le pack, mais sans être en contact direct avec la formule. Le produit unisexe sera décliné en 40 teintes et a été réalisé en partenariat avec un formulateur, ce qui nous permettra de le proposer en full service.

jouer l'agilité auprès des marques, notamment des indies. C'est le cas d'Albéa avec Fast Track Beauty, disponible à partir de 1 000 unités de pack maquillage produites. L'offre consiste en une sélection de quatorze conditionnements, choisis parmi les standards best-sellers du fournisseur, et de solutions de parachèvement, prêts à être livrés sous quatre semaines dans toute l'Europe. La marque peut choisir le tube et l'impression qui décorera la jupe et la capsule, avec la possibilité d'ajouter un applicateur et une ouverture sécurisée. Pour réduire les contraintes du time-to-market dans le parfum, Aptar propose trois de ses systèmes de distribution best-sellers en full service : le spray d'une grande finesse La Petite, Note qui distribue le parfum goutte par goutte et la pompe plastique personnalisable Color Code. Le but, prendre en charge toute la chaîne de production, depuis le verre jusqu'à sa décoration et le conditionnement, pour être l'unique point de contact d'une marque.

JESSICA HUYNH, À MONACO



MASQUE

## Technature fleur bleue

Le fournisseur d'ingrédients explore les fleurs avec des papiers végétaux. Après avoir exploité la menthe et le thé vert, Technature a décliné son masque botanique avec une version composée de rose et de camomille aux propriétés anti-âge et adoucissantes. Fabriqué à partir de fleurs séchées et broyées, il peut être utilisé en l'imbibant d'eau ou de lotion.



PINCEAUX

## Cosmogen sur-mesure

Le spécialiste des accessoires lance une gamme Couture pour répondre à l'imagination des marques avec un nouveau brevet qui lui permet de créer toute forme de touffes. La collection Couture illustre cette innovation avec six pinceaux aux contours insolites, dont un qui reproduit un hexagone, pour épouser les différentes zones du visage.



MASCARA

## La mission volume de Geka

Dans le cadre de sa collection de maquillage saisonnière Hello Glamour, l'allemand a mis au point une nouvelle brosse de mascara. Elle est fabriquée à partir de fibres EOSbombyx2k : toutes sont ondulées, ce qui permet un chargement maximal de formule sur la brosse, lui procurant ainsi un effet allongeant et volumisant.



SPRAY

## Silgan au soleil

Dernière référence dans son offre pour les produits solaires, le spray Mark VII Max Style s'adapte à toutes les viscosités et en facilite l'application. La pompe a été améliorée pour en améliorer la préhension avec notamment un bouton-poussoir plus large et adapté à l'index. Ce dernier présente aussi une double rainure qui en renforce l'emprise.

TUBE

## Aptar sous haute protection



Pour protéger les formules les plus fragiles, le fournisseur d'emballages a mis au point Skin Protect. La solution qui a nécessité quatre ans de développement est entièrement étanche : le tube airless multicouche enraye toute contamination grâce à un piston qui scelle hermétiquement l'orifice une fois la distribution de formule interrompue tandis que le capot est ventilé en trois points pour éviter confinement d'air et humidité de surface. La solution est par ailleurs dotée d'une bague rotative assurant une fermeture rapide et de la technologie Tip Seal qui empêche tout amas de produit pouvant obstruer l'orifice. >>>