Profil gagnant des GFIA Awards

Contact presse :

Elni Van Rensburg – +1 830 317 0950 – elni.vanrensburg@miraclon.com

AD Communications: Imogen Woods – +44 (0)1372 464 470 or iwoods@adcomms.co.uk

8 septembre 2022

**Teruel-Papéis Amalia conjugue innovation et durabilité et décroche l’Argent aux Global Flexo Innovation Awards**

***Convaincue par les atouts du système KODAK FLEXCEL NX, une grande marque mondiale passe de la gravure à la flexo***

« Les modes de consommation évoluent, et les marques doivent s’adapter. C’est là que nous intervenons, que nous créons des solutions innovantes. » Nelson Teruel commente le deuxième prix décroché par son entreprise, Teruel-Papéis Amalia Ltda, aux Global Flexo Innovation Awards (GFIA), financés par Miraclon, pour sa conversion depuis d’autres procédés d’impression et son engagement en faveur de l’impression durable.

Ce prix récompense entre autres l’utilisation, par ce transformateur d’emballages brésilien, des plaques FLEXCEL NX pour la conversion de la gravure à la flexo des emballages de produits d’hygiène corporelle de la grande marque Colgate-Palmolive. Les autres projets présentés mettaient en avant sa collaboration innovante avec International Paper et Amparo Chemistry. Les juges ont été impressionnés pour plusieurs raisons : non seulement le transformateur a prouvé à une grande marque internationale positionnée sur un marché très concurrentiel que la flexo pouvait se mesurer à la gravure en termes de qualité, mais a également développé de nouveaux supports 100 % recyclables pour remplacer les emballages en plastique difficiles à recycler, et conçu de nouveaux flux de production rationalisés et rentables.

**Traits caractéristiques**

L’innovation et la durabilité sont les traits caractéristiques de Teruel-Papéis Amalia depuis la création de l’entreprise par le père de Nelson, Amadeu, en 1969, et ont entre autres motivé son rachat par le groupe italien Gualapack peu de temps après son succès au GFIA.

Dans les usines de production de Jaguariúna et Ouro Fino, Teruel-Papéis Amalia imprime jusqu’à huit couleurs sur des applications plastique, papier et carton destinées aux États-Unis, à l’Amérique latine et à l’Europe. « Parce qu’ils sont soumis à des normes et certifications internationales, ce sont des marchés exigeants qui valorisent l’innovation », explique Nelson, ajoutant « nous pensons que la ‘nouveauté’ n’est jamais bien loin des ‘habitudes’. Il suffit donc de faire les choses différemment. Nous avons pour mission de créer et de développer des innovations en fonction des besoins de nos clients et des défis auxquels ils sont confrontés. »

**30 brevets témoignent de l’innovation**

Quelque trente brevets attestent concrètement de ces innovations, dont la plupart sont axées sur l’amélioration de la durabilité des produits et processus. « Green Pack » et « Green Touch » en sont des exemples éloquents. « Green Pack », structure à base de papier pour les poches et les sachets, remplace le plastique par des résines végétales pour créer un emballage étanche 100 % compostable et recyclable. « Green Touch », pour sa part, revisite l’application des résines d’étanchéité sur les emballages souples, en ne les utilisant que là où elles sont vraiment nécessaires et en réduisant les coûts et la consommation. Un processus actuellement à l’étude – baptisé « désimpression » par Nelson – vise à retirer l’encre du matériau utilisé lors de la configuration pour la réutiliser à l’infini, avec à la clé d’énormes économies de film et une réduction des coûts, mais aussi de nombreux avantages en termes du point de vue environnemental.

**Une décennie de progrès**

Selon Nelson, le sacre de l’entreprise aux Global Flexo Innovation Awards en dit long sur les progrès accomplis en dix ans par Teruel-Papéis Amalia et le secteur de l’emballage souple imprimé flexo en général. « Qu’une grande marque internationale comme Colgate-Palmolive nous fasse confiance pour convertir des références de la gravure à la flexo prouve que le marché a compris que ces deux techniques se valent en termes de qualité et de stabilité, et que la flexo est même supérieure à la gravure sur le plan de la rentabilité et de la durabilité. »

Pour Nelson, il ne fait aucun doute que tout le mérite revient aux plaques FLEXCEL NX, que Teruel-Papéis Amalia utilise depuis 2010 après avoir découvert cette technologie grâce à son partenaire prépresse Clicheria Blumenau. « La technologie prépresse évolue tellement vite que nous préférons faire appel à un partenaire de confiance », explique Nelson.

Aujourd’hui, l’entreprise réalise quelque 85 % de sa production sur les plaques FLEXCEL NX. Pour Nelson, la technologie FLEXCEL NX « bouscule les règles du jeu » de l’impression flexo d’emballages, comme ce fut le cas avec la gravure directe de plaques (CPT) pour la production litho. « Aucun autre produit n’est capable d’offrir ces mêmes fonctions avancées de texturisation de la surface – des trames issues de la micro-ingéniérie, sur des têtes plates qui optimisent le transfert et la couverture de l’encre, garantissent une qualité et une stabilité excellentes, que vous imprimiez sur des supports traditionnels ou d’autres, plus renouvelables. Et les avantages environnementaux ne s’arrêtent pas là : la consommation d’encre diminue et les plaques sont jusqu’à 50 % plus durables.

« La technologie FLEXCEL NX a révolutionné la flexo, et il était temps. À l’époque, nous avions l’impression que la flexo faisait le choix de la facilité. Elle restait dans sa zone de confort, sans chercher à dépasser ses limites. La technologie FLEXCEL NX a tout changé. La gravure, en revanche, marque un peu le pas. »

**Le dilemme des marques**

Les projets primés aux GFIA – trois au total – démontrent amplement ce que peut accomplir la flexo grâce aux plaques KODAK FLEXCEL NX. Comme d’autres marques, Colgate-Palmolive se trouvait face à un dilemme : les consommateurs réclament de la variété, ce qui implique des volumes réduits et des tirages plus courts, mais comment y parvenir si le modèle de production est basé sur la gravure ? « Ce problème est propre au secteur des produits d’hygiène et de beauté », explique Nelson, « et rend la gravure de moins en moins viable, à la fois pour des raisons de coûts – un jeu de cylindres peut coûter jusqu’à 3 000 dollars – et de temps, parce que les cycles de production plus longs empêchent de réagir rapidement aux nouvelles attentes des consommateurs. »

En s’associant, Teruel-Papéis Amalia et Clicheria Blumenau ont convaincu Colgate-Palmolive de tenter le pari de la flexo. Il a d’abord fallu démontrer la qualité et la régularité des résultats obtenus, explique Livia Virgilio, responsable marketing : « La barre était placée très haut, et nous avons donc dû renouveler l’exercice plusieurs fois. En général, le processus d’approbation se déroule en trois étapes : d’abord, un PDF est soumis à l’approbation de l’équipe marketing du client à Mexico ; ensuite, une épreuve numérique est envoyée pour accord, et enfin, les échantillons de production sont présentés. La qualité et le visuel devaient être identiques à chaque étape. Les plaques FLEXCEL NX ont joué un rôle déterminant à cet égard : la qualité était identique, voire meilleure, de même que la régularité, élément crucial car nous passions également à des supports renouvelables sur lesquels il est toujours plus difficile d’imprimer. »

L’entreprise a dépassé les attentes en termes de qualité et de cohérence, chacun des projets étant innovant à sa manière, notamment sur le plan de la durabilité accrue des produits. Pour les emballages de savon Palmolive, Teruel-Papeis a développé un nouveau support pour remplacer le papier laminé plastique, difficilement recyclable. Le nouvel emballage se compose désormais de deux couches de PET reliées par des adhésifs spéciaux fabriqués à partir de résines naturelles, et est totalement recyclable.

L’emballage du papier pour photocopieur Chamex, d’International Paper, ne se prêtait pas non plus au recyclage, et présentait une grande complexité de fabrication. Composé de papier et de BOPP, sa production englobait des étapes d’impression, de laminage et de rembobinage. Il pesait environ 80gr/m2, utilisait de la colle pour l’étanchéité et, en raison de la composante papier, ondulait fréquemment pendant la production. Teruel-Papéis Amalia l’a remplacé par son matériau Microdots breveté, un emballage en film BOPP monocouche et 100 % recyclable, ce qui a permis de supprimer la case laminage et de gagner environ deux jours de production. L’épaisseur a été réduite à seulement 45gr/m2 , soit une économie de 43,7 % en termes de transport et de déchets.

Pour les pains de savon Flor d’Amparo Chemicals, Teruel a remplacé l’ancienne combinaison plastique/papier par un papier souple imperméable, recyclable, pulpable et biodégradable, utilisant des résines naturelles pour offrir une résistance à l’humidité, à l’eau, à la graisse, aux champignons et aux bactéries. Le polymère n’est appliqué que sur les zones de fermeture, ce qui représente moins de 5 % de l’emballage.

**Injection de 50 millions de dollars**

Désormais membre du groupe Gualapack, Teruel-Papéis Amalia dispose d’un véritable tremplin pour développer des produits et processus encore plus innovants, sa nouvelle maison mère envisageant d’y injecter jusqu’à 50 millions de dollars sur deux ans. Nelson est également impatient de voir ce que Miraclon a en réserve car, selon ses propres termes, « Comme nous, Miraclon n’a jamais peur d’évoluer et d’innover ».

FIN

**À propos de Miraclon**

Miraclon est le siège de KODAK FLEXCEL Solutions, qui contribue depuis plus de dix ans à la transformation du procédé d’impression flexo. Ses produits technologiques, dont les systèmes FLEXCEL NX et FLEXCEL NX Ultra, leaders de l’industrie, ainsi que la Print Suite FLEXCEL NX et la solution PureFlexo™ Printing, optimisent l’efficacité sur presse et offrent une qualité supérieure et des résultats globaux exceptionnels. En se concentrant sur une science de l’image révolutionnaire, sur l’innovation et sur la collaboration avec des partenaires et des clients de l’industrie, Miraclon s’engage pour le futur de la flexo, et est en place pour mener la bataille. Pour en savoir plus, visitez [www.miraclon.com](http://www.miraclon.com) et suivez-nous sur [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/miraclon-corporation/) et [YouTube](https://www.youtube.com/channel/UCAZGpziB6Lq_Kx8ROgoMdCA/featured).