

INFO PRESSE



19/07/2016

LUXE PACK MONACO 2016

Le 21, 22 et 23 septembre au Grimaldi Forum :

Reconnu mondialement comme le rendez-vous de la créativité et de l'innovation, LUXE PACK MONACO réunit les acteurs clés, venus des quatre coins du globe.

SOMMAIRE

ALBEA – EN	4
ALLIED GLASS CONTAINER – EN	18
ALPOL COSMETIQUE – FR.....	20
ANNY JEAN – FR	21
APTAR – EN/FR.....	22
ARJOWIGGINS – EN.....	23
ARJOWIGGINS – FR.....	27
ARTHUS BERTRAND – FR	32
BORMIOLI LUIGI – FR.....	34
CARTOTECNICA MODERNA – FR.....	39
CARTOTECNICA MODERNA – IT.....	50
COSMOGEN – FR/EN	61
CTL PACKAGING – FR.....	71
DURAN DOGAN – FR.....	74
DURAN DOGAN – EN.....	75
EFFERVESCENCE LAB – FR.....	76
ESTAL – EN.....	78
FEDRIGONI – EN	81
FEDRIGONI – IT	84
FIFIELD INC – EN.....	87
FOTOMECCANICA SRL – EN.....	90
FOTOMECCANICA SRL – FR	97
HCP PACKAGING – EN.....	104
IGGESUND – EN	112
IGGESUND – FR.....	120
IGGESUND – ALL.....	128

GUERRESHEIMER – EN	136
GUERRESHEIMER – ALL	142
GRAFOBAL – EN	145
INESSENS – FR	147
INOTECH PACKAGING – EN	149
JAMES CROPPER – FR.....	152
JAMES CROPPER – EN	155
KAPAG – FR.....	160
KAPAG – EN.....	162
KNOLL PACKAGING – FR	164
KURZ – EN.....	172
KURZ – FR	176
KURZ – ALL	180
KURZ – IT	184
LABORATOIRE SCIENCE & NATURE – FR.....	188
LESSONIA – FR.....	196
LOIRE PLASTIC INDUSTIRE – FR.....	198
MARVON SRL – EN	199
MAX TIME GMBH/SEN7 – EN.....	203
METSÄ BOARD – EN	204
METSÄ BOARD – FR.....	207
MILL – FR	210
NEOPAC THE TUBE – EN	211
MW LUXURY PACKAGING – EN	214
OVERKAPT – EN	216
PACKAGING DESIGN SA – FR.....	223
PACKAGING DESIGN SA – EN	225
PARCOME – EN	227

PIEL – EN	228
PIRAMAL GLASS LTD – EN.....	230
POZZOLI – FR	232
POZZOLI – IT	235
POZZOLI – EN	238
PRINTPARK– EN	241
PUJOLASOS– EN	242
RATHGEBER – EN	249
REBHAN– EN.....	253
REXOR– FR	254
SCHEUFELN– EN	256
SCHEUFELN– FR	264
SCHEUFELN– ALL.....	269
SELINKO – FR.....	277
SELINKO – EN	280
SERAM – EN.....	283
STÄGER STAR – FR.....	285
STÄGER STAR – EN.....	287
TECH DESIGN – FR.....	289
WESTROCK – EN	293
ZINI FIRENZE – EN	296
ZINI FIRENZE – IT	304

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

ALBEA – EN

Albéa introduces

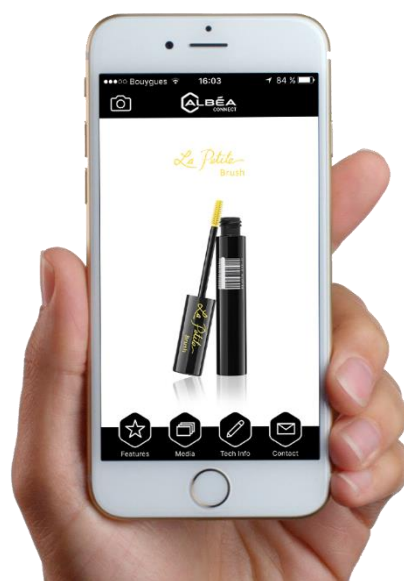
The Albéa Connect app,

a first step towards connected packaging.

June 2016_ As part of its global digital strategy, Albéa is introducing the Albéa connect App, the first smartphone application that allows you to enter in the world of Albéa's innovative packaging and more.

In the fast-moving cosmetic market where digital is changing the rules of the game, Albéa is supporting its customers in this transformation by implementing digital collaboration between its teams and experts networks, digitalization in its manufacturing sites and processes and developing connectivity of its packaging.

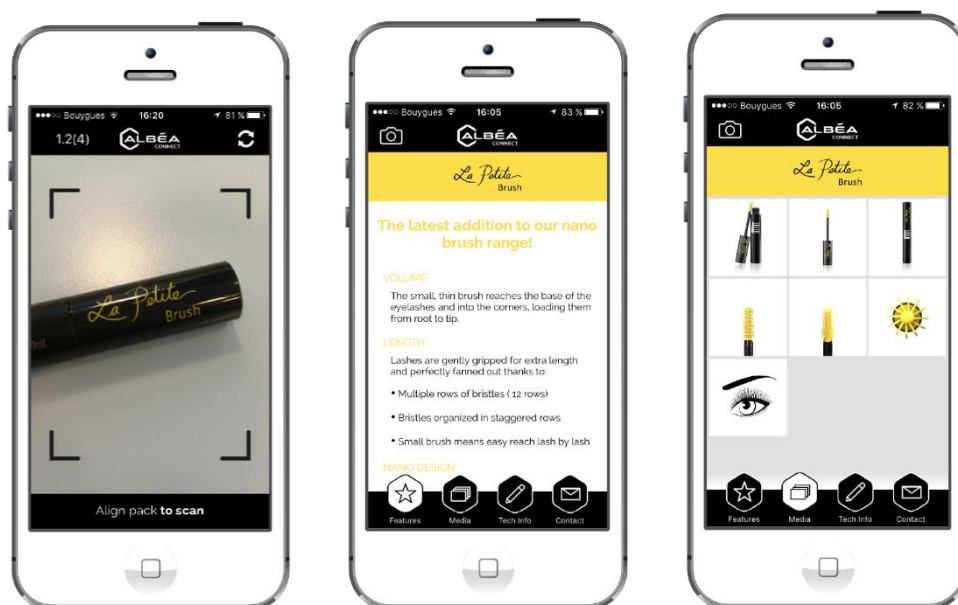
Global and local brands want to go ever faster on the market with instant value information. That's why Albéa is going a step further by creating **The Albéa Connect app**, the first B2B experience of connected packaging that better connects the packaging manufacturer to the brand.



With this new app, Albéa provides its sales teams with an innovative system of instant visual recognition allowing their smartphone to recognize Albéa packaging and all useful information in few seconds. While holding the pack in your hands, you can explore all the product's featured and value proposition in an instant wherever you are – at the office, in a meeting or at a tradeshow. A new dynamic & efficient way to access information at all times.

Once the pack is identified, this user-friendly app gives you full access to all information about Albéa group and its latest innovations: product technical specifications, decoration capabilities, marketing stories, make-up effects...as well as videos of manufacturing sites, processes and product tutorials! Finally the user can send a direct request via the App for follow-up. With updates per year, the group is already thinking about other functionalities and user-experiences for this App that will bring even closer its sales force and all its customers worldwide.

In September, Albéa will release officially the first version of **The Albéa Connect app**, featuring all Albéa's latest innovations. We invite our customers to experience it on our booth D17 Hall Diaghilev at Luxepack Monaco 2016.



Albéa

Packaging & more

Albéa offers the world's largest range of beauty and personal care packaging – with leadership positions in plastic & laminate tubes, mascaras, lipsticks, samplers and foam pumps; and recognized expertise in fragrance & skincare dispensing pumps, fragrance & lotion caps, compacts, lipgloss, promotional items and accessories.

Our 15,000 people serve large and small customers in 60 countries across the world, and operate 38 facilities in Europe, Asia and the Americas. Albéa's global sales totaled US\$1.4 billion in 2015.

Albéa's committed teams provide local presence and global reach; robust capabilities in innovation & design as well as project management; solid operating excellence; world-class manufacturing, decoration and full-service; as well as a strong commitment to Corporate Social Responsibility.

Albéa is proud to have been contributing to our customers' success for more than 50 years.



Media Contact:

Marjorie Vincenti

Albéa Communication

marjorie.vincenti@albea-group.com

Tel: +33(0)1 81 93 21 38 / Port: +33(0)7 60 41 19 64

Albéa introduces Maestro, its latest non-guided lipstick mechanism

Albéa, the leading global lipstick manufacturer, introduces **Maestro** – a high-technology, non-guided lipstick mechanism for beauty addicts .

Lipstick is the most-purchased makeup item in the world and women's favorite product for their daily routine. At Albéa, as beauty expert, we innovate relentlessly to offer the brands we serve – and the consumers they serve – new lipstick functionalities, new gestures, creativity as well sustainability.

Albéa is therefore proud to introduce **Maestro**, a non-guided Ø12.7mm lipstick mechanism featuring a patented “flex tab technology” for a controlled and constant swivel torque. This system offers a flowing gesture, comfort of use and a luxury feel. The mechanism also features a 1-turn full opening system, allowing faster and easier formula filling process.

In line with our eco-design commitment, this lipstick mechanism was designed POM-free to comply with REACH regulation. There is also no PP material in the pack so as to be compatible with a wide choice of formulas and in particular those with isododecane and isohexadecane.



Maestro comes with Albéa's standard LS164 lipstick packaging but can be fitted to any custom pack. It is produced and assembled in France (Plouhinec facility).

Maestro belongs to **Lipstick & Co**, Albéa's expertise platform for lipsticks, lip balms, pens and face sticks. **Lipstick & Co** offers our customers technical expertise, industrial know-how and creativity for innovative stock items as well as custom packs. Our industrial facilities across the world ensure rapid and reliable new products developments and can support all global launches.

Find out more about Maestro at Luxepack Monaco 2016, booth DE7 Hall Diaghilev.

Albéa launches Magic Lash mascara brushes, sensational results for all types of lashes

Albéa launches Magic Lash, its innovative mascara plastic brushes series for all types of lashes especially Asian !

Imagine magic mascara brushes that will get volume out of every type of lashes, Albéa did it with Magic Lash mascara series. Whatever the lashes, especially short and thin, these new plastic brushes offer amazing make-up results with a sensory experience to all consumers.

This new series features two new plastic brushes with unique eye-catching shapes : Astonishing brush and Mini Cashmere brush.





ASTONISHING Brush – *Reinvent your lashes with the power of an instant volumizer.*



The brush's defining feature is the multiple waves of bristles that create large formula reservoirs to deliver instant extra volume. This convenient thin brush reaches every type of lashes and coats them perfectly from base to tip. The special bristles on the top define and comb the shortest lashes in the corner of the eyes.



MINI CASHMERE Brush – *Lift your lashes in a whirlwind of softness.*



This extremely soft brush and its multiple rows of bristles delivers exceptional definition and a superb fan effect. Directly inspired by Albéa' Cashmere brush, this easy-to-use mini-brush guarantees exceptionally comfortable application. Its specific design reaches the corners of the eyes and works with all types of lashes, even the small, straight and stiff.

These innovative brushes have been developed through the **Albéa Tips Studio**. This unique program brings together all the group's expertise and experience in applicators, from fiber and plastic mascara brushes to lipgloss, eyeliner and other beauty tips. It offers global opportunities for creating, developing and producing applicators for all- new beauty gestures and make-up effects.

For every make-up effect, there is an Albéa applicator !

Discover Albéa Tips Studio and all our mascara range at MakeUp In NY, booth 432.

Albéa, Packaging and More

For more information: www.albea-group.com

Contact Média :

Marjorie Vincenti

Albéa Communication

marjorie.vincenti@albea-group.com

Tel: +33(0)1 81 93 21 38 / Port: +33(0)7 60 4



Albéa presents Quartz & Onyx: two endlessly customizable compact ranges

September 2016 – Albéa introduces Quartz & Onyx, two endlessly customizable compact bursting with vibrant colors and endless variations thanks to Digital Printing!

In an increasingly digital cosmetic market, brands have to be faster to market than ever while providing uniqueness to consumers.

That's why Albéa presents two new, highly customizable compact ranges and a new printing technology – supporting all its global, regional and local customers by offering flexibility through speed-to-market to launch products faster and shorter lead times for limited editions.

.



QUARTZ & ONYX

The square and round standard families each comprise three compact sizes for a strong range identity, thanks to their sleek design and infinite customization options.

It is real “à la carte” for our customers: depending on their brand’s positioning, they can select:

- A competitive version where the compact’s base is hollowed out – or a premium version with a tablet underneath (attached by ultrasonic welding).
- Among different sizes to complete their range : large, medium and small compacts
- Transparent or opaque cap
- With or without mirror
- All kinds of decoration, e.g. lacquering, varnishing, tampoprinting, silkscreen, hot stamping, film transfer and metallization.

DIGITAL PRINTING

Albéa also introduces a new decoration technique that allows greater agility. This unique Digital Printing technology works on flat, slightly convex or slightly concave surfaces. The artwork is printed directly on the pack (whether assembled or not) using contactless technology so the decoration becomes the final step of process.

This innovative technology offers many benefits:

- It makes every type of artwork possible with a **photo-like result**

- It goes straight from file to print-out: **no printing tools needed**
- It meets the need for **very small series** and very fast changeovers
- It is **perfect for limited editions**, special animations and last-minute customization

Find out more about our new compacts range and decoration technologies at MakeUp In NY 2016, Booth 432

Albéa – Packaging & more

Albéa offers the world's largest range of beauty and personal care packaging – with leadership positions in plastic & laminate tubes, mascaras, lipsticks, samplers and foam pumps; and recognized expertise in fragrance & skincare dispensing pumps, fragrance & lotion caps, compacts, lip gloss, promotional items and accessories.

Our 15,000 people serve large and small customers in 60 countries across the world, and operate 38 facilities in Europe, Asia and the Americas. Albéa's global sales totaled US\$1.4 billion in 2015.

Albéa's committed teams provide local presence and global reach; robust capabilities in innovation & design as well as project management; solid operating excellence; world-class manufacturing, decoration and full-service; as well as a strong commitment to Corporate Social Responsibility.

Albéa is proud to have been contributing to our customers' success for more than 50 years.

Media Contact:

Marjorie Vincenti

Albéa Communication

marjorie.vincenti@albea-group.com

Tel: +33(0)1 81 93 21 38 / Port: +33(0)7 60
41 19 64



TearDrop™

a new drop-by-drop dispensing system on a tube.

Albéa, global leader in plastic and laminate tubes, launches the TearDrop™ tube for drop-by-drop dispensing of liquid formulas.

In line with the trend to liquid formulas, Albéa has developed the TearDrop™ tube as an alternative to traditional glass droppers: **a resistant, on-the-go, lightweight, premium drop-by-drop dispensing system on a tube.** TearDrop™ is an innovative dispenser for **water- or oil-based liquid formulas** such as serums, beauty oils and **liquid foundations**.

TearDrop™ is perfect for direct or non-direct application thanks to its smooth nozzle tip. The glass-looking material selected for the nozzle and the cap is non-breakable. It allows a **controlled dispensing of liquid formulas** and a new, easier and intuitive application gesture, making it particularly well-suited for the skincare, haircare and make-up markets.



This all-in-one packaging (tube + dropper) is **fully designed and assembled in Europe for optimal supply chain flow**. It is available with plastic or Purefoil™ tubes, for 15ml to 50ml (Ø25mm). It is fully customizable with decoration techniques such as offset, silk screen, hot stamping and mass coloration.

Discover the Teardrop™ tube at Luxepack Monaco 2016, Booth DE7, Hall Diaghilev.

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

ALLIED GLASS CONTAINER – EN

Allied to unveil new bottle range at Luxe Pack Monaco 2016

Allied Glass Containers, the UK based premium glass packaging specialist, is to unveil a new collection of exceptional premium spirit bottles at the 2016 Luxe Pack Monaco exhibition.

Created by Allied's expert in-house Design team, in collaboration with bar tenders, the elegant Newton range provides sophisticated lightweight bottles which maintain a very premium look.

This is achieved through a strong yet elegant profile and raised push which create great on shelf presence, each bottle also having been designed with a long neck and slightly waisted body contour for better handling when pouring.

Available in sizes 50cl, 70cl, 75cl, 1L and 1.5L the bottles are to be manufactured in standard, Extra White and coloured glass in Corkmouth and 33mm GPI –400 ring finishes.

–ENDS–

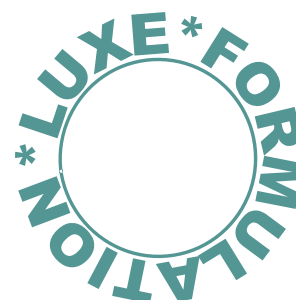


INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

ALPOL COSMETIQUE – FR

OX² DEFENSE



Spécialement formulée pour lutter contre les méfaits de l'environnement, la gamme **OX² DEFENSE** protège votre peau des agressions extérieures et du stress oxydatif provoqué par la pollution, le tabac, l'exposition aux UVS, les variations climatiques etc, auxquels elle est soumise quotidiennement. La synergie des différents actifs de la gamme enrichie en acérola, protège votre peau des facteurs environnementaux responsables de l'altération des tissus conduisant à leur vieillissement prématuré. Protégée et oxygénée, votre peau est reposée et retrouve son éclat.

OX² DEFENSE

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

ANNY JEAN – FR

METAMORPHOSIS

WEIΛWOB6H02I2

METAMORPHOSIS

Dites bonjour aux produits qui se transforment ! Les Laboratoires ANNY JEAN, façonnier cosmétique depuis 1948 sont heureux de vous présenter leurs dernières formules innovantes, développées autour du concept de la métamorphose.

Du grec « metamorphosis » : la séduction de la puissance divine ! Chez nous la magie cosmétique se traduit par une gamme de produits se transformant au contact de la peau.

Les textures se colorent, se décolorent, se liquéfient, se gélifient pour libérer leurs principes actifs et apporter à votre peau plaisir, soin et bien-être au quotidien.

« Noir c'est blanc » : découvrez notre crème visage « black metamorphosis » pour une peau purifiée et apaisée !

« Ice Screen » : notre crème effet glaçon qui fond sur votre peau.

« Milk Tonic » : notre démaquillant qui se transforme en eau micellaire.

Et bien d'autres surprises !

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

APTAR – EN/FR



INFORMATION PRESSE - PREVIEW LUXE PACK MONACO 2016

7 Septembre 2016

Cette année, Aptar Beauty + Home prend la parole sur une tendance forte du marché de la beauté, tous segments confondus : l'huile.

Cette galénique connaît aujourd'hui la croissance la plus significative grâce à ses qualités sensorielles, son évocation naturelle et les progrès importants en R&D pour améliorer son efficacité et sa sensorialité.

Aptar Beauty + Home vous invite à visiter « l'Atelier des Huiles », l'espace Innovation du stand entièrement dédié cette année à nos initiatives pour répondre à cette tendance en Facial Skincare, Sampling + Promotion, Fragrance, Hair Care et Sun Care.

A découvrir un univers ultra-sensoriel invitant à expérimenter la matière huile sous différentes gestuelles.



"This year, Aptar Beauty + Home is focusing on a trend that stands out across all segments of the beauty sector : oil. This galenic product is currently experiencing record growth thanks to its sensorial properties and natural connotations, and as a result of the substantial progress made in R&D, which has expanded both the efficiency and sensory appeal of oil.

Aptar Beauty + Home invites you to visit "l'Atelier des Huiles", the stand's innovation space which this year highlights our initiatives for embracing the trend in the Facial Skincare, Sampling + Promotion, Fragrance, Haircare and Sun Care ranges. Step into this ultra-sensory universe, in which you can explore the best uses of oil".

Relations Presse Aptar Beauty + Home - Nataly JOUBERT
Tél : +33 (0)4 78 59 83 38 // +33 (0)6 09 42 25 94 - email : nataly.joubert@wanadoo.fr

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

ARJOWIGGINS – EN

ARJOWIGGINS GRAPHIC TO SHOWCASE INNOVATIVE AND RECYCLED PACKAGING SOLUTIONS AT LUXE PACK



Arjowiggins Graphic, the specialist manufacturer of recycled papers, will promote its market leading sustainable paper and packaging products at LUXE PACK Monaco (21 – 23 September 2016). At the event, Arjowiggins Graphic will showcase a complete range of bright white recycled solutions that are perfectly suitable for the luxury packaging that works well across a range of applications including shopping bags, gift vouchers

and brand packaging. Arjowiggins Graphic will also highlight their unique eco calculator and environmental benefit statement, enabling luxury brands to measure their environmental savings and supporting them in visibly demonstrating their sustainability credentials to consumers.

The products being showcased at LUXE PACK include:

- Silk Pack 60 and 100, a 60% and 100% recycled paper. The range provides an excellent solution for luxury shopping bag production.
- Sequoia Recycled, with a 60% minimum post-consumer waste content, FSC® Mix certified. With excellent durability and rigidity Sequoia is the perfect product for luxury gift card, which works with magnetic strips, smart chips and supports special effects including hot stamping, foil lamination, embossing and glitter
- Teknocard, the most modern and widest range of premium SBS board for packaging and graphical applications. The range includes uncoated, coated one side and coated two sides, all 100% recycled. Teknocard is perfectly compatible with offset and digital printing and is ideal for premium packaging applications including beauty and cosmetics, premium spirits, chocolates, perfumes and wines



In addition to a product showcase, Arjowiggins Graphic is sponsoring a round table event that will explore the opportunities for brands in building a circular economy in the luxury goods and packaging sector. Participants in the round table will include Guerlain, Pernod Ricard Group and L'Oréal.

Elise Le Rouzic, Marketing Director of Arjowiggins Graphic says “We are very pleased to sponsor this round table as recycled packaging can play a significant role in enhancing businesses environmental credentials, offering a sustainable alternative to plastic substrate bags and plastic gift cards. Switching to recycled packaging can help luxury retailers to reach CSR objectives and can ensure that their environmental commitments are showcased to consumers”.

“Customers can access the Arjowiggins Graphic Environmental Benefit Statement (EBS), which displays a calculation of the savings in wood, water, energy, landfill, carbon dioxide and greenhouse gases made by printing on our recycled paper rather than on a non-recycled paper”.

“Arjowiggins Graphic has one of the widest recycled ranges available on the European market with a best in class range of papers that are eco-responsible, high quality and highly technical in terms of whiteness and printability.”

– ENDS –

For further information and images please contact:

Lynda Redington, Another Word E: lynda.redington@anotherword.com

T: 07946 355547

Notes to Editors

About Arjowiggins Graphic

Arjowiggins Graphic is a leader in the development of innovative environmental paper solutions, offering consistently high quality coated and uncoated recycled papers. The branch is part of Arjowiggins, the world's leading manufacturer of creative high-tech materials and papers. With over 3,500 employees and 16 paper mills around the world, Arjowiggins generates sales of around €905 million. Arjowiggins is the manufacturing arm of Sequana.

About our ranges

Teknocard is the widest range of premium boards (SBS/GZ) available on the market today and is the ideal choice for a wide range of graphical and packaging applications. Available in uncoated and coated one or two sides, virgin fibre and 100% recycled, Teknocard is the perfect solution for premium packaging applications.

Sequoia is the ideal sustainable alternative for gift and loyalty cards. It includes three options: Sequoia Original – virgin fibre paper with a silk touch, Sequoia recycled – with 60% recycled material and Sequoia Wash with strong humidity resistance.

The Pack Portfolio is a comprehensive range of coated and uncoated products manufactured from virgin and 100% recycled fibres. It includes Cocoon Pack, Cyclus Pack (100% recycled high white and natural products), Silk Pack 100 and Silk Pack 60 (100% and 60% recycled silk coated products).

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

ARJOWIGGINS – FR

ARJOWIGGINS GRAPHIC PRÉSENTE à LUXE PACK DES SOLUTIONS INNOVANTES ET RECYCLEES POUR LE PACKAGING



Arjowiggins Graphic, fabricant leader de papiers recyclés, fera la promotion de ses papiers éco-responsables et de ses produits packaging à Luxe Pack Monaco du 21 au 23 septembre 2016. Pendant l'évènement, Arjowiggins Graphic exposera une gamme complète de supports recyclés extra-blancs parfaitement adaptée au packaging de

luxé mais aussi aux sacs de shopping, cartes cadeaux et étuis. Arjowiggins Graphic mettra en avant son éco-calculateur permettant aux marques de luxe de mesurer leurs économies en ressources naturelles et ainsi les aider à démontrer leurs engagements environnementaux aux consommateurs.

Les produits qui seront présentés à Luxe Pack sont :

- Silk Pack 60 et 100, papier 60% et 100% recyclé. La gamme est une excellente solution pour la fabrication de sacs de shopping de luxe.
- Sequoia Recycled, avec 60% de fibres recyclées, certifié FSC® Mix. Avec une résistance et rigidité excellentes, Sequoia est le produit parfait pour les cartes cadeaux haut-de-gamme, intégrant des bandes magnétiques ou des puces et adapté à des finitions élaborées telles que le transfert à chaud, la lamination, le gaufrage et les vernis spéciaux.
- Teknocard est la gamme la plus large de cartons GZ haut-de-gamme pour des applications graphiques et packaging. La gamme existe en non couché, couché une face et deux faces, 100% recyclé et pure cellulose. Teknocard est parfaitement compatible à l'impression offset et digitale et est idéal pour des applications packaging dans la beauté et les cosmétiques, les spiritueux et le vin, le parfum et le chocolat.



De plus, Arjowiggins Graphic est partenaire d'une table-ronde qui explorera les opportunités pour développer une économie circulaire dans les produits de luxe et dans le secteur du packaging. Les autres participants seront Guerlain, Groupe Pernod Ricard et L'Oréal.

Elise Le Rouzic, Directrice marketing chez Arjowiggins Graphic dit : "Nous sommes ravis de sponsoriser cette table-ronde car les emballages recyclés peuvent jouer un rôle significatif dans la mise en avant des engagements environnementaux des entreprises en offrant une alternative durable aux sacs et aux cartes cadeaux en plastique. Passer aux packagings recyclés peut aider les revendeurs de produits de luxe à atteindre des objectifs RSE et à démontrer leurs engagements environnementaux auprès des consommateurs".

"Les clients peuvent avoir accès à l'éco-calculateur qui délivre les économies réalisées en terme de bois, d'eau, d'énergie, de déchets et d'émissions de CO₂ en imprimant sur nos papiers et cartons recyclés plutôt que sur des papiers standards".

“Arjowiggins Graphic a la gamme de supports recyclés la plus large du marché européen, éco-responsables, haut-de-gamme et délivrant de grande performances techniques en termes de blancheur et d’imprimabilité.”

– FIN –

Pour plus d’informations et images merci de contacter :

Fabienne Cocheteau, fabienne.cocheteau@arjowiggins.com T : 01 57 75 92 60

Notes aux éditeurs :

A propos d’Arjowiggins Graphic

Arjowiggins Graphic est le leader dans le développement de solutions environnementales et innovantes pour les supports papier de communication. Sa priorité est le développement de papiers recyclés, écoresponsables, intégrant les dernières avancées technologiques, qui permettent d’offrir à ses clients des niveaux qualitatifs et de performance inégalés. La branche fait partie d’Arjowiggins, leader mondial de la fabrication de papiers techniques et de création. Avec 3 500 employés et 16 usines à travers le monde, Arjowiggins génère un chiffre d’affaire de 905 millions d’euros. Arjowiggins est la division production de Sequana.

A propos de nos gammes

Teknocard est la gamme la plus large de cartons GZ hauts-de-gamme sur le marché, idéale pour répondre à une large gamme d’applications graphiques et packaging. Disponible en non couché, couché une face ou deux faces, en version pure cellulose et 100% recyclée, Teknocard est la solution parfaite pour les packagings haut-de-gamme.

Sequoia est une alternative idéale pour les cartes cadeaux et de fidélité. La gamme a trois déclinaisons : Sequoia Original – papier fibres vierges au touché satiné, Sequoia recycled – avec 60% de fibres recyclées et Sequoia Wash avec une forte résistance à l'humidité.

La gamme Pack est une gamme complète de papiers couchés et non couchés spécialement développés pour des applications packaging. Elle comprend Cocoon Pack, Cyclus Pack (papiers 100% recyclés extra-blanc et blanc naturel), Silk Pack 100 et Silk Pack 60 (papiers 100% et 60% recyclés couchés satinés).

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

ARTHUS BERTRAND – FR

LUXE PACK MONACO 2016

Exposant : ARTHUS-BERTRAND

Stand : Hall Diaghilev, stand DB15

Correspondants sur le stand :

Pauline Hansen, 06 14 62 23 61

Sébastien Demion, 06 83 89 27 65

Texte du communiqué :

La maison Arthus-Bertrand présente sur son stand le jéroboam de champagne Moët & Chandon « So Bubbly ».

Ce flacon d'exception apparaît tout en métal et brillance. Il a une belle homogénéité d'aspect, avec les seuls tons riches de l'or et de l'argent.

En termes d'expérience utilisateur, l'impact visuel des bulles, puis leur contact frais et massif, apportent une réelle valeur à l'ensemble. Elles sont perçues comme un bijou aux dimensions spectaculaires, bien au-delà du registre habituel de l'étiquette.



En plus de la série limitée de 100 exemplaires numérotés, un jéroboam supplémentaire a été réalisé avec un sceau en or massif, pour être vendu aux enchères lors de la soirée de l'AMFAR.

Ce jéroboam illustre pleinement l'expertise d'Arthus-Bertrand sur le travail du métal, la variété des techniques mises en œuvre, et l'ADN bijouterie de la maison. Il est en compétition pour les prix Formes de Luxe 2016, dans la catégorie Parachèvement.

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

BORMIOLI LUIGI – FR

FLACON RECHARGEABLE 100ML L'ENVOL de CARTIER

Bormioli Luigi est heureux d'être le verrier de la nouvelle ligne masculine "L'envol" de Cartier.

En particulier la réalisation technique dont nous sommes le plus fiers est représenté par le flacon rechargeable 100ml qui se compose de deux parties: le flacon recharge proprement dit, cylindrique, sans pied, et une cloche en verre cylindrique, celle-ci hyper-légère et résistante qui le contient. Ces deux composants en verre sont assemblés au moyen d'un insert plastique collé dans la cloche, dans lequel vient s'emboîter la frette appliquée au flacon.

La particularité unique de ce produit est la cloche, qui a été produite avec une **technique verrière inédite dans le monde de la parfumerie**. Nous avons en effet utilisé la technologie **pressé-soufflé employée pour nos produits de l'art de la table**. La technique permet d'obtenir une cloche en verre d'épaisseur très régulière et ultra fine, et donc ultra légère, avec une surface parfaite et sans plans de joint.

La complexité du process de fabrication se poursuit par une sérigraphie et le collage d'un insert plastique.

La liste des process réalisés par Bormioli Luigi pour ce produit est la suivante:

- production du flacon verre rechargeable

- production de la cloche verre
- décor du flacon par tampographie
- décor de la cloche par sérigraphie
- collage de l'insert plastique de la cloche

Ce flacon fait partie d'une ligne complète, également fabriquée par Bormioli Luigi se composant de:

- Flacon verre 80ml
- Flacon verre 50ml
- Flacon verre 15ml
- Flacon verre 5ml



Nouvelle collection de bouteilles pour spiritueux

Antigua – Baltic – Chelsea – Manhattan

Bormioli Luigi est heureux de présenter quatre nouveaux modèles de bouteilles de luxe pour spiritueux.

Disponibles en 70cl et 75cl ces créations de design viennent enrichir notre offre catalogue pour les spiritueux haut de gamme. Les bouteilles s'appellent Antigua, Baltic, Chelsea et Manhattan.

Stand HALL RAVEL RF04.



Le coating intérieur sur verre Inside pour spiritueux

UNE NOUVEAUTÉ ABSOLUE.... après des millions de pièces produites dans la parfumerie sélective, **INSIDE est disponible pour l'industrie des spiritueux.**

INSIDE est un revêtement décoratif appliqué sur la **surface intérieure** de la bouteille. Stable au contact prolongé avec l'alcool **INSIDE est certifié pour l'alimentarité.**

INSIDE est compatible avec toutes les techniques de décor traditionnelles, afin de personnaliser l'intérieur et l'extérieur du produit.

Avec la technique **laser** nous pouvons réaliser des **gravures sur INSIDE** et augmenter encore les possibilités de création: décor aux détails très fins ou larges dégarnis permettant de voir le liquide.

Naturellement **destiné aux alcools blancs comme le Gin ou la Vodka**, INSIDE peut être utilisé avec les alcools bruns vieillis, whisky, rhums et brandy.

Afin d'optimiser les paramètres industriels, chaque développement nécessite un **examen spécifique du spiritueux final**: contactez-nous pour une étude spécifique.



ABSOLUTELY NEW... after million bottles produced in the prestige perfumery market, **INSIDE is available for the spirits industry.**

INSIDE is a decorative coating applied on the **inner glass surface** of the bottle. The coating is resistant and stable to long time contact with alcohol and **food safe certified**. INSIDE is compatible with all conventional decoration techniques, in order to completely

personalise the bottle inside and outside. You can increase the look of the product with additional **laser engraving**: very thin decorative details or wide open panels to watch the liquid.

Perfectly **suitable for white spirits like Gin or Vodka**, it can be applied to brown aged Whiskies and Rhums.

To optimise all industrial parameters, every development requires a **specific analysis of the actual liquid**: contact us for a specific study.

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

CARTOTECNICA MODERNA – FR

INDEX

- > CM LOVEPACK: PROFIL
- > PHILOSOPHIE
- > LES PRODUITS
- > ITINÉRAIRE DE COMMUNICATION : LA STRATÉGIE DE CM LOVEPACK
- > LA PROPRIÉTÉ
- > CONTACTS

CM LOVEPACK : PROFIL

Une entreprise de succès

L'Italie est universellement considérée comme un pays d'inventeurs, de navigateurs et d'expérimentateurs passionnés. Une terre où - la fantaisie et l'enthousiasme - stimulent la réalisation de produits uniques de très haute qualité, appréciés dans le monde entier particulièrement pour le Made in Italy.

C'est dans cet esprit qu'en 1969 naît à Perugia CM Lovepack, une entreprise de packaging de luxe. Réaliser de jolies boîtes, élégantes et uniques, pour rendre encore plus précieux leur contenu, est depuis toujours la grande passion de Mr Rolando Rossi, fondateur de l'entreprise.

Un travail qui requiert patience, précision, recherche et expérimentation.

Ces éléments, unis à la créativité artisanale, à l'inspiration et à la grande expérience acquise dans le temps par Mr Rolando, ont toujours permis à CM Lovepack de croître et d'attirer l'attention des plus importantes marques du marché italien et étranger.

Puis le choix de concevoir et de réaliser des boîtes recouvertes de tissus et d'en devenir les spécialistes, a fait de CM Lovepack une

entreprise unique dans le panorama italien du packaging de luxe. Cette spécialisation s'est avérée un choix gagnant qui a permis à l'entreprise de s'affirmer en Italie et dans le monde entier, de devenir un partenaire très apprécié par les plus grandes griffes de la mode, des cosmétiques, des bijoux et de l'alimentation de luxe.

Une passion qui ne s'est pas éteinte avec Mr Rolando, mais qui au contraire été transmise à toute la famille. En fait, en 1992, après un incendie dévastateur qui a détruit une partie de l'usine de Perugia, ses fils sont déterminés à rouvrir l'entreprise pour continuer à produire des emballages de rêve.

Roberto, qui quitte l'Université de Perugia, prend les rênes de CM Lovepack et s'occupe de sa relance grâce à l'introduction d'une nouvelle ligne de produit: le sac en papier de luxe qui séduit et fidélise les plus importantes marques italiennes et étrangères.

La croissance et le développement de l'entreprise ne s'arrêtent pas, les années 90 apportent une effervescence et de nombreux changements: les 2 lignes de

produits de luxe sont consolidées (boîtes et sacs) et des machines de dernière génération sont introduites.

À cela s'ajoute une **valorisation de la phase conceptuelle** avec l'étude et la recherche de solutions innovantes et uniques dans les matériaux, les formes et les couleurs. **L'objectif est de produire des boîtes et des sacs** qui ne doivent pas seulement surprendre, mais qui **doivent également valoriser et sublimer le contenu**, en anticipant les valeurs qu'il contient. Ceci est aujourd'hui encore la mission quotidienne du bureau de style: chaque

jour, se consacrer à trouver des solutions de design et d'assemblages originaux de matériaux pour réaliser des sacs, des présentoirs et des boîtes qui répondent aux demandes de plus en plus exigeantes des clients.

Aujourd'hui, CM Lovepack est une activité internationale bien établie, qui est étroitement liée à la très belle région de l'Ombrie où elle est née et qui depuis toujours a été sa source d'inspiration: Solomeo, la zone où l'entreprise s'est transférée en 2006.



CM Lovepack

LA PHILOSOPHIE DE CM LOVEPACK

Exclusivement des emballages de luxe

CM Lovepack a transformé la signification et la valeur à associer aux sacs et aux boîtes: elle leur a donné un charme et une beauté qui en prolongent l'utilisation, même après l'achat.

Les produits de CM Lovepack sont en effet des **conteneurs/objets précieux** réalisés avec les papiers les plus raffinés et les plus précieux disponibles sur le marché ou avec des matériaux innovants et naturels (tissus, bois, ...) inattendus pour ce type de produit; l'ennoblissement avec l'estampage à chaud et les finitions réalisées par des artisans habiles et experts rendent le sac, les présentoirs et les boîtes CM Lovepack vraiment uniques et appréciées par les plus grandes griffes internationales qui sont à la recherche d'objets de luxe pour envelopper leurs produits et communiquer leur marque.

La **philosophie** qui depuis toujours guide le travail conceptuel de la propriété et du bureau de style se résume en **4 mots-clés**:

EXPÉRIENCE

Plus de cinquante ans d'histoire et d'expérience dans le secteur du packaging de luxe qui se transmet de génération en génération;

RECHERCHE

La recherche et l'expérimentation de solutions de packaging de luxe toujours à l'avant-garde et qui anticipent les tendances du monde raffiné et exclusif de la mode, des bijoux et des cosmétiques;

EXCELLENCE

La qualité des produits comme résultat de la synthèse de la beauté et de la fonctionnalité unies à la technologie et l'artisanat;

SUCCÈS

La satisfaction de nos clients pour nos choix.

LES PRODUITS

CM Lovepack n'a pas de catalogue de produits standards, car elle conçoit, propose et réalise des solutions créatives, uniques et de design pour les sacs, présentoirs et boîtes.

Chaque échantillon réalisé est le résultat d'un travail de recherche et d'expérimentation de matériaux spéciaux (tissus, bois, papiers précieux...), de la conception de nouvelles formes et de nouvelles couleurs. Chaque échantillon représente notre engagement et notre satisfaction quotidienne. Le bureau de style de CM Lovepack, sur la base des besoins des clients, propose, réalise et personnalise des produits sur mesure: nous donnons vie aux rêves de nos clients.

Voici les 4 lignes de produit que CM Lovepack propose: sacs, boîtes et présentoirs, estampage à chaud et Lovepack.

SACS

Il s'agit de sacs prestigieux réalisés en combinant carton et papiers de luxe spéciaux. Ils peuvent être personnalisés avec des processus ad hoc (estampage à chaud ou relief) et tous présentent des finitions artisanales de la plus haute qualité.



BOÎTES ET PRÉSENTOIRS

Nos boîtes et présentoirs sont des objets précieux, beaux à voir et à exposer. Chaque pièce produite est le résultat d'une étude attentive qui unit beauté, luxe, design et innovation, avec les exigences d'emballage et de présentation du produit des plus importantes marques du monde entier.



ESTAMPAGE À CHAUD

CM Lovepack développe et réalise des solutions de packaging exclusives et précieuses, grâce à l'utilisation des meilleures techniques d'ennoblissement, comme l'estampage avec l'impression à chaud. Cette technique permet d'exalter, avec excellence, l'image des produits imprimés. Des investissements technologiques des meilleurs partenaires européens pour les clichés, réalisés avec des techniques artisanales ou bien avec les systèmes de micro-incision au laser les plus sophistiqués, font de nous le partenaire idéal pour toutes les marques qui recherchent des conteneurs élégants et précieux pour présenter et communiquer leurs produits.



LOVEPACK

Voici la marque de CM avec laquelle Roberto Rossi, propriétaire de CM Lovepack, et le bureau de style expérimentent et conçoivent des solutions de packaging précieuses. De l'union entre la passion et la créativité de Roberto et du bureau de style naissent des « objets » design destinés à envelopper les produits des marques de luxe mondiales les plus importantes. Il s'agit d'emballages qui peuvent être réutilisés, collectionnés et exposés. Les articles de la ligne Lovepack sont beaux et précieux, ils ne peuvent être définis simplement packaging, ils sont la **combinaison parfaite entre passion et émotion pure**, comme ors de la séduction où les émotions et la passion s'unissent dans la sublimation absolue de l'amour.



ITINÉRAIRE DE COMMUNICATION:

la stratégie de Cm Lovepack

L'arrivée de **Carlo Ortolani**, dans le rôle de Directeur Commercial en automne 2015, a donné à **CM Lovepack** **un nouvel élan à l'activité de communication**. L'objectif de 2016 est de donner et garantir visibilité à l'entreprise et à ses produits.

Au niveau stratégique, cela est réalisé en présentant **CM Lovepack** comme le **partenaire idéal** pour le service-conseil, la conception et la réalisation de **packaging de luxe**. Les destinataires de ce message sont toutes les marques italiennes et étrangères à la recherche d'objets raffinés pour emballer leurs produits et transmettre l'identité de leur marque.

De nombreux **instruments** sont prédisposés pour atteindre cet objectif ambitieux.

CM Lovepack sera protagoniste de deux foires importantes: **Pitti Immagine Bimbo** (Juin 2016) et **Luxe Pack Monaco** (Septembre 2016).

Pour soutenir la présence à ces événements internationaux, a été créé un **magazine semestriel** de huit pages, **Pròto-typo**, réalisé en collaboration avec **Arti Grafiche Paciotti**. Les contenus ont été écrits par la journaliste

Titti Cocola experte dans le monde du graphisme. Le premier numéro du magazine a été présenté à **Pitti Immagine Bimbo**.

Deux **événements** sont également au programme. Le premier en juillet, au **Circolo Golf Perugia**, un **"Aperigreen"** où seront invitées les entreprises les plus importantes de la région.

Le second en octobre au **Resort "Le Bucho"** (Montepulciano) où seront invités les responsables des **Bureaux Marketing** et de **Style** des plus importantes marques italiennes et étrangères avec lesquelles l'entreprise collabore depuis longtemps.

Une façon de renforcer les relations, pour communiquer tous les nouveaux produits et pour présenter une méthode de travail efficace. **Des événements conçus pour créer des alliances de succès !**



LA PROPRIÉTÉ

Roberto Rossi

Brillant manager - est à la tête de l'entreprise depuis 1992



Roberto Rossi

Rolando Rossi

Le fondateur de CM Lovepack



Roberto et Rolando Rossi

CONTACTS

Pour être toujours informés sur tout ce qui se passe dans le monde de CM Lovepack:

Cartotecnica Moderna srl
Via della Carboneria, 38
06073 Solomeo-Corciano (PG)
www.cartotecnica moderna.com

RESPONSABLE BUREAU DE PRESSE
Laura Giovannetti
laura@cartotecnica moderna.com
Tel. 075/5293324

**COMMUNiqué DE PRESSE****CM LOVEPACK PRÉSENTE LA NOUVELLE LIGNE D'ARTICLES COORDONNÉS EN TISSU À LUXE PACK 2016**

Solomeo, 06 septembre 2016 - **CM Lovepack**, entreprise de production et de réalisation d'emballages de luxe en Ombrie, est présente pour la sixième fois à **Luxe Pack 2016**, une exposition internationale dédiée aux acheteurs des emballages de luxe qui se déroulera à Monaco du 21 au 23 septembre.

Cette année, **l'entreprise d'Ombrie a décidé de surprendre les acheteurs** présents à la foire internationale avec une nouvelle ligne d'articles coordonnés - sacs et boîtes - revêtus avec différents tissus et aux formes originales.

Sophistiquées, cool et de forte personnalité, mais toujours en ligne avec les dernières tendances de la mode, les **motifs** choisis pour les *tissus reflètent style, élégance, fantaisie et vitalité*.

CM Lovepack a choisi de valoriser justement ses articles coordonnés, un outil d'image et de communication considéré stratégique par les marques internationales de luxe.

Grâce à sa spécialisation dans la technique de l'assemblage entre des matériaux de différentes nature, comme le carton et le tissu, grâce à la recherche des couleurs et à l'analyse des dernières tendances de la mode, **CM Lovepack a réussi à créer une ligne de produits capables d'exprimer l'âme d'une marque, d'en valoriser les produits et d'en prolonger l'essence et l'allure ans le temps.**

CM LOVEPACK-CHEF DE BUREAU DE PRESSE:

Laura Giovannetti

laura@cartotecnica moderna.com, Tel. 075/52933324

www.cartotecnica moderna.com



CARTOTECNICA MODERNA srl, Via della Carboneria, 38 - 06073 - Solomeo-Carciano (PG) - P.IVA 00163460546

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

CARTOTECNICA MODERNA – IT

INDICE

- > CM LOVEPACK: PROFILO
- > FILOSOFIA
- > I PRODOTTI
- > ITINERARIO DI COMUNICAZIONE: LA STRATEGIA DI CM LOVEPACK
- > LA PROPRIETÀ
- > CONTATTI

CM LOVEPACK: PROFILO

Un'azienda di successo

L'Italia è universalmente considerata un paese di inventori, navigatori e di appassionati sperimentatori. Una terra dove - fantasia ed entusiasmo- stimolano la realizzazione di prodotti unici di altissima qualità apprezzati in tutto il mondo proprio perché Made in Italy.

È con questo spirito che nel 1969 nasce a Perugia CM Love Pack azienda di packaging di lusso. Realizzare scatole belle, eleganti ed uniche per rendere ancor più prezioso il loro contenuto, è da sempre la grande passione del signor Rolando Rossi, fondatore dell'azienda.

Un lavoro che richiede pazienza, precisione, ricerca e sperimentazione. Questi elementi, uniti alla creatività artigiana, all'estro e alla grande esperienza maturata nel tempo dal signor Rolando, hanno sempre permesso a CM Lovepack di crescere e di attirare l'attenzione dei più importanti brand del mercato italiano e straniero.

È stata poi la scelta di progettare e realizzare scatole ricoperte di stoffa e diventarne specialisti, a rendere CM Lovepack

un'azienda unica nel panorama italiano del packaging di lusso.

Questa specializzazione è risultata una scelta vincente che ha permesso all'azienda di affermarsi in Italia e nel mondo, di diventare un partner molto apprezzato dalle più importanti griffes della moda, della cosmesi, della gioielleria e del luxury food.

Una passione che non si è fermata con il sig. Rolando, ma anzi si è tramandata in famiglia. Infatti, nel 1992 dopo un devastante incendio che ha distrutto parte dell'impianto di Perugia, sono i figli che spingono per riaprire l'azienda e per continuare a produrre packaging da sogno.

È, però, Roberto che lasciata l'Università di Perugia prende le redini di CM Lovepack e che si occupa del suo rilancio grazie all'introduzione di una nuova linea di prodotto: le shopper in carta lusso che conquistano e fidelizzano i più importanti brand italiani e stranieri.

La crescita e lo sviluppo dell'azienda non si fermano, gli anni '90 portano in CM Lovepack grande fermento e cambiamenti: si consolidano le 2 linee di prodotti di lusso

(scatole e shopper) e vengono introdotti macchinari di ultima generazione.

A questo si aggiunge una valorizzazione della fase progettuale con lo studio e la ricerca di soluzioni innovative e uniche nei materiali, nelle forme e nei colori. L'obiettivo è produrre scatole e shopper che non solo devono stupire, ma soprattutto devono valorizzare e impreziosire il contenuto, anticipando i valori che racchiude.

Questa è, tutt'ora, la missione quotidiana dell'ufficio stile: ogni giorno dedicarsi a

trovare soluzioni di design e di accoppiamenti originali di materiali per realizzare shopper, espositori e scatole che rispondano alle sempre più esigenti richieste dei clienti.

CM Lovepack è oggi una consolidata realtà internazionale, con un forte legame con il bellissimo territorio umbro in cui è nata e che da sempre è vissuto fonte d'ispirazione: Solomeo, zona dove l'azienda si è trasferita nel 2006.



CM Lovepack

LA FILOSOFIA DI CM LOVEPACK

Solo packaging di lusso

CM Lovepack ha trasformato il significato ed il valore da associare a shopper e scatole: ha dato loro un fascino ed una bellezza che ne prolungano l'utilizzo anche dopo l'acquisto.

I prodotti di CM Lovepack sono, infatti, contenitori/oggetti preziosi realizzati con le carte più raffinate e pregiate che si trovano sul mercato o con materiali innovativi e naturali (tessuti, legno..) inaspettati per questo tipo di prodotto; la nobilitazione con la stampa a caldo e le rifiniture realizzate da sapienti ed esperte mani artigiane rendono le shopper, gli espositori e le scatole CM Lovepack davvero uniche e ambite dalle più importanti griffe internazionali che sono alla ricerca di oggetti di lusso per avvolgere i loro prodotti e comunicare il brand.

La filosofia che da sempre guida il lavoro progettuale della proprietà e dell'ufficio stile, è racchiusa in 4 parole chiave:

ESPERIENZA

Oltre cinquanta anni di storia e di esperienza nel mercato del packaging di lusso che si tramanda di generazione in generazione;

RICERCA

La ricerca e la sperimentazione di soluzioni di packaging di lusso sempre nuove e che anticipano le tendenze del raffinato ed esclusivo mondo della moda, della gioielleria e della cosmesi;

ECCELLENZA

La qualità dei prodotti come risultato della sintesi di bellezza, funzionalità unite a tecnologia ed artigianalità;

SUCCESSO

La soddisfazione dei nostri clienti per le nostre scelte.

I PRODOTTI

CM Lovepack non ha un catalogo di prodotti standard, perchè progetta, propone e realizza soluzioni creative, uniche e di design per shopper, espositori e scatole.

Ogni campione realizzato è il risultato di un lavoro di ricerca e sperimentazione di materiali speciali (tessuti, legno, carte preziose...), della progettazione di nuove forme e colori. Ogni campione rappresenta il nostro impegno e la nostra soddisfazione quotidiana.

L'ufficio stile di CM Lovepack, partendo dalle esigenze dei clienti, propone, realizza e personalizza prodotti su misura: diamo vita ai sogni dei nostri clienti.

4 le linee di prodotto che CM Lovepack propone:

Shopper

Scatole ed espositori

Stampa a caldo

Lovepack

SHOPPER

Si tratta di buste prestigiose realizzate abbinando cartone e carte speciali di lusso. Possono essere personalizzate con lavorazioni ad hoc (stampa oro a caldo o rilievo) e tutte presentano finiture artigianali di massima qualità.



SCATOLE ED ESPOSITORI

Le nostre scatole ed espositori sono oggetti preziosi, belli da vedere e mostrare. Ciascun pezzo prodotto è il risultato di uno studio attento che unisce bellezza, lusso, design e innovazione con le esigenze di confezionamento e di presentazione del prodotto delle più importanti griffe del mondo.



STAMPA A CALDO

CM Lovepack sviluppa e realizza soluzioni di packaging esclusive e preziose, grazie all'utilizzo delle migliori tecniche di nobilitazione, come la stampa con impressione a caldo. Questa tecnica permette di far risaltare, in modo eccellente, l'immagine dei prodotti stampati. Investimenti tecnologici e scelta dei migliori partner europei per i clichés, realizzati con tecniche artigiane oppure con i più sofisticati sistemi di micro-incisione al laser, ci rendono il partner ideale per tutti i brand che cercano "contenitori" eleganti e preziosi per presentare e comunicare i loro prodotti.



LOVEPACK

È il brand di CM con cui Roberto Rossi, proprietario di CM Lovepack e l'ufficio stile sperimentano e progettano soluzioni di packaging preziose. Dall'unione tra la passione e la creatività di Roberto e dell'ufficio stile, nascono "oggetti" di design per avvolgere i prodotti dei più importanti brand del lusso mondiale. Si tratta di packaging che possono essere riutilizzati, collezionati e mostrati. Gli articoli della linea Lovepack sono belli e preziosi. Non possono essere definiti semplicemente packaging, sono l'unione perfetta tra passione ed emozione pura, come nel corteggiamento dove emozioni e passione si uniscono nella massima sublimazione dell'amore.



ITINERARIO DI COMUNICAZIONE:

la strategia di CM Lovepack

L'arrivo di Carlo Ortolani, nel ruolo di Direttore Commerciale nell'autunno 2015, ha dato a CM Lovepack nuovo impulso all'attività di comunicazione. Obiettivo di questo 2016 è garantire visibilità all'azienda e ai suoi prodotti.

A livello strategico questo avviene presentando CM Lovepack come partner ideale per la consulenza, progettazione e realizzazione di packaging di lusso. Destinatari di questo messaggio sono tutti i brand italiani e stranieri alla ricerca di oggetti raffinati per avvolgere i propri prodotti e veicolare l'identità del marchio.

Numerosi gli strumenti predisposti per raggiungere questo ambizioso obiettivo.

CM Lovepack sarà protagonista di due importanti fiere: Pitti Immagine Bimbo (Giugno 2016) e Luxe Pack Monaco (Settembre 2016).

A supporto della presenza a questi eventi internazionali è stato creato un magazine semestrale di otto pagine, Pròto-typo, realizzato in partnership con Arti Grafiche Paciotti. I contenuti sono stati scritti dalla giornalista Titti Cocola esperta del mondo della grafica. Il primo numero del magazine

è stato presentato a Pitti Immagine Bimbo. Due anche gli eventi in programma. Il primo a luglio, presso il circolo Golf Perugia, un "Aperigreen" a cui saranno invitate le più importanti aziende della regione.

Il secondo ad ottobre presso il Resort "Le Buche" (Montepulciano) a cui saranno invitati i responsabili degli Uffici Marketing e Stile delle più importanti griffes italiane e straniere con cui l'azienda collabora da tempo.

Un modo per consolidare le relazioni, per comunicare tutte le novità di prodotto e per presentare un metodo di lavoro vincente. Eventi pensati per creare alleanze di successo!



LA PROPRIETÀ

Roberto Rossi
Brillante manager,
è alla guida dell'azienda dal 1992



Roberto Rossi

Rolando Rossi
Il fondatore di CM Lovepack



Roberto e Rolando Rossi

CONTATTI

Per essere sempre aggiornati su tutto ciò
che accade nel mondo di CM Lovepack:

Cartotecnica Moderna srl
Via della Carboneria, 38
06073 Solomeo-Corciano (PG)
www.cartotecnica moderna.com

RESPONSABILE UFFICIO STAMPA
Laura Giovannetti
laura@cartotecnica moderna.com
Tel. 075/5293324



COMUNICATO STAMPA

CM LOVEPACK PRESENTA LA NUOVA LINEA DI COORDINATI IN TESSUTO A LUXE PACK 2016

Solomeo, 06 settembre 2016 - **CM Lovepack**, azienda umbra di produzione e realizzazione di packaging di lusso, è presente per la sesta volta a **Luxe Pack 2016**, mostra internazionale dedicata ai buyer del packaging di lusso che si tiene a Monaco dal 21-23 settembre.

Quest'anno l'**azienda umbra** ha deciso di stupire i buyer presenti alla kermesse internazionale con una nuova linea di coordinati - shopper e scatola - rivestite in vari tessuti e dalle forme originali.

Sofisticate, *cool* e dalla forte personalità, ma sempre in linea con le ultime tendenze della moda, le **fantasie** scelte per i tessuti: comunicano stile, eleganza, fantasia e vitalità.

CM Lovepack ha scelto di valorizzare, proprio il coordinato, uno strumento d'immagine e comunicazione considerato strategico dai marchi internazionali del lusso.

Grazie alla sua specializzazione nella tecnica dell'accoppiatura tra materiali di diversa natura come cartone e tessuto, alla ricerca sui colori e all'analisi delle ultime tendenze della moda, **CM Lovepack è riuscita a** creare una linea di prodotti in grado di raccontare l'anima di un brand, di valorizzarne i prodotti e di prolungarne l'essenza e l'*allure* nel tempo.

Per essere sempre aggiornati su tutto ciò che accade nel mondo di CM Lovepack:

www.cartotecnica moderna.com

RESPONSABILE UFFICIO STAMPA

Laura Giovannetti

laura@cartotecnica moderna.com, Tel. 075/52933324



CARTOTECNICA MODERNA srl, Via della Carboneria, 38 - 06073 - Solomeo-Corciano (PG) - P.IVA 00163460546

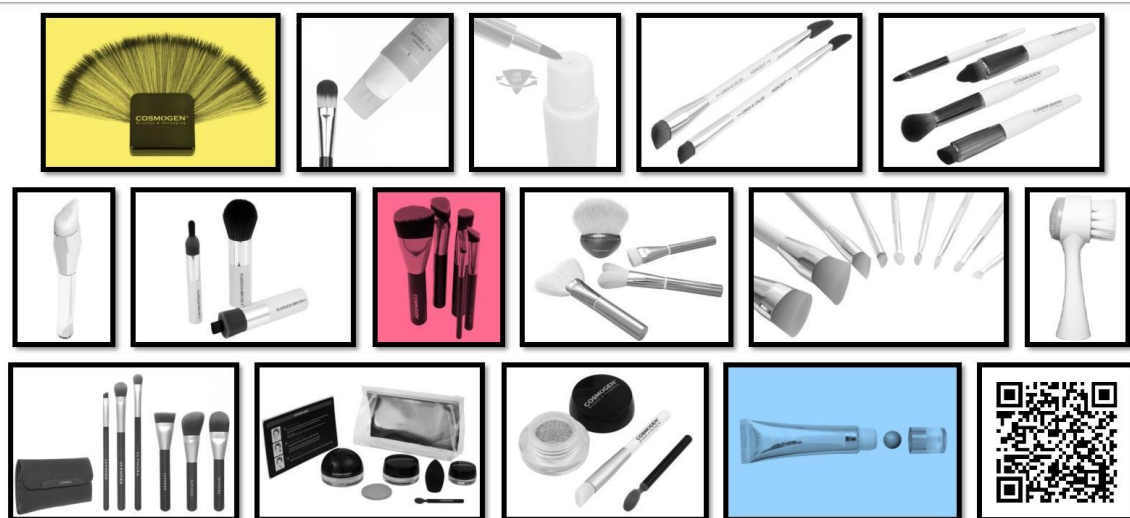
INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

COSMOGEN – FR/EN

COSMOGEN®
Brushes & Packaging

2016
Thousand and One Innovation



PRESS CONTACT – Laurence Petiteaux – lpetiteaux@l-mark.fr - +33 6 47 96 15 69

COSMOGEN – 160 Boulevard Haussmann – 75008 PARIS – France Tél. +33 (0)1 43 18 17 00 – www.cosmogen.fr

COSMOGEN®
Brushes & Packaging

Iconic contouring FAN BRUSH, by COSMOGEN
FAN BRUCH, le pinceau iconique de COSMOGEN

JE LE VEUX, pourrait être le nom de ce pinceau, à double longueur de poils conçu pour le contouring par l'équipe de COSMOGEN. Le geste est souple, naturel, élégant, efficace et la prise en main est un plaisir.

JE LE VEUX, parce qu'une fois essayé, on veut le garder, le toucher, se laisser caresser le visage pour en apprivoiser les ombres et la lumière, qu'il rend si bien.

ICONIC contouring FAN BRUCH est le pinceau émotion par excellence, promesse d'un résultat alliant beauté et sensualité. A laisser entre toutes les mains.



I WANT IT, could be the name of this brush, that looks like a fan, and is made of double-length hair. It has been designed for contouring by COSMOGEN's team. The gesture is soft, natural, elegant, and also efficient. It is really pleasant to keep it in hand.

I WANT IT, because, once tried, you want to keep it forever, to touch it and be caressed on the face to tame the shadows and light. It makes it so well.

ICONIC contouring FAN BRUCH is an "emotional" brush that promises a result combining beauty and sensuality. To let in all hands.

COSMOGEN – 160 Boulevard Haussmann – 75008 PARIS – France Tél. +33 (0)1 43 18 17 00 – www.cosmogen.fr

COSMOGEN®
Brushes & Packaging

BRUSH Cleaning pad, by COSMOGEN

COSMOGEN a conçu les pads de nettoyage pour nettoyer tous les pinceaux en profondeur, et les rendre comme neuf avant chaque utilisation. Cette innovation est brevetée.

- 4 pads individuels pour une adaptation maximale à tous les pinceaux
- Utilisable avec toutes les pinceaux : pour crèmes & poudres
- Grande surface d'utilisation plus pratique pour les touffes larges
- Pad de nettoyage à sec spécifique pour les brosses à poudre permettant un nettoyage quotidien rapide
- Préhension facile
- Ergonomique pour voyager
- Lavable et longue durée



COSMOGEN has designed the Brush cleaning pad to Clean up brushes in depth, and to make them look like new before each use.

- Patented expert design
- Usable with all brushes: cream & powder
- 4 individual pads for better efficiency and adaptability
- Large surface of use more convenient for large tufts
- Specific dry cleaning pad for powder brushes allowing a fast daily cleaning
- Good grip
- Ergonomic for traveling
- Washable & long lasting

COSMOGEN – 160 Boulevard Haussmann – 75008 PARIS – France Tél. +33 (0)1 43 18 17 00 – www.cosmogen.fr

COSMOGEN®
Brushes & Packaging

SQUEEZE'N, by COSMOGEN: the professional-like Range
SQUEEZE'N de COSMOGEN : comme des pros

Les tubes SQUEEZE'N BIG SPATULA et MINI SQUEEZE'N SWIPE Ø19, dotés de leur système de fermeture brevetés ON/OFF permettent de distribuer la juste dose de la formule, puis, après fermeture, de la travailler avec un applicateur pinceau, sur la spatule ou sur le réservoir, avant de l'appliquer. L'applicateur ne pénètre plus dans la formule et l'embout des tubes peut être lavé à grande eau. Hygiène garantie.



SQUEEZE'N BIG SPATULA et Ø19 MINI SQUEEZE'N SWIPE have an ingenious and patented ON/OFF system, that allows to distribute the right quantity of the formula. Then, after closing, the formula can be worked and applied with a brush applicator. The applicator no longer enters the formula and the top of the tube-spatula, reservoir- may be washed with water, for a perfect hygiene.



COSMOGEN – 160 Boulevard Haussmann – 75008 PARIS – France Tél. +33 (0)1 43 18 17 00 – www.cosmogen.fr

COSMOGEN®
Brushes & Packaging

STROBING & CONTOURING
The art of shadow and light, by COSMOGEN
L'art de l'ombre et de la lumière, vu par COSMOGEN

Le STROBING KIT a été conçu pour illuminer le visage et d'améliorer son éclat. Il simule un look hâlé à la perfection.

Le FLAWLESS CONTOURING BRUSH SET a été conçu pour redessiner l'ovale du visage, sculpter et affiner ses contours.



The STROBING KIT has been designed to illuminate the face and enhance its radiance. It fakes a suntanned look.

The FLAWLESS BRUSH SET has been designed to redraw the oval of the face, sculpt and refine its contours.



COSMOGEN – 160 Boulevard Haussmann – 75008 PARIS – France Tél. +33 (0)1 43 18 17 00 – www.cosmogen.fr

COSMOGEN®
Brushes & Packaging

Massage, sculpt, apply : revolutionary silicon range, by COSMOGEN
Masser, sculpter, appliquer : la révolution silicone de COSMOGEN

Cette gamme de pinceaux silicone est surprenante de par son toucher doux et les perspectives d'application qu'elle offre pour :

- *Masser et sculpter* l'ovale du visage, suivant la ligne maxillaire et les arcades sourcilières: le secret pour conserver la jeunesse du visage.
- *Appliquer*, grâce à la capacité de préhension, la possibilité de travailler les zones à plusieurs reprises, sans abîmer le travail préalable et aux formes étudiées, pour toutes les zones du visage.



This range of silicone brushes is amazing because of its soft touch. It allows suggest many kinds of application.

- *Massage and sculpt* facial contours, by following the maxillary line and the eyebrows: the secret to keep youth face.
- *Apply* thanks to the gripping ability of silicon. Silicon also allows to to work areas several times without damaging the previous application. Many forms fit the different areas of the face.

COSMOGEN – 160 Boulevard Haussmann – 75008 PARIS – France Tél. +33 (0)1 43 18 17 00 – www.cosmogen.fr

COSMOGEN®
Brushes & Packaging

A Deluxe Antibacterial brush set for Sephora by Cosmogen
SEPHORA a adopté les pinceaux antibactériens de COSMOGEN

Sephora a confié la conception de son set de pinceaux antibactériens à COSMOGEN. Les 6 pinceaux sont élaborés avec des poils en fibre synthétique traitée au charbon actif, aux propriétés antibactériennes, pour une hygiène durable.

Ce set, adapté aux peaux sensibles et huileuses, permet de composer un maquillage à la perfection, avec des formules sèches ou humides et de moduler la couverture. Il est composé de :

- 1 pinceau fond de teint large
- 1 pinceau à poudre biseauté
- 1 pinceau de précision
- 1 pinceau correcteur biseauté
- 1 pinceau fard à paupières
- 1 pinceau liner biseauté.

Ce set est livré avec une élégante pochette au motif discret en relief.



Sephora entrusted the range of antibacterial brushes developed by COSMOGEN. A six-piece set with bristles infused with charcoal powder. Ideal for sensitive and oily skin. The antimicrobial properties allows each fiber to stay fresh longer.

- They are made with high grade synthetic fibers for a perfect blend using any wet or dry formula, and create a different make up look by moderating the coverage. This set contains:
- A large foundation brush
- An angled powder brush
- A precision sweep brush
- An angled concealer brush
- An alllover eyeshadow brush
- An angled liner brush.

This brush set comes with a pouch in PU matte pebbled grey outside and black nylon inside. With a shiny silver hot stamping logo.

COSMOGEN – 160 Boulevard Haussmann – 75008 PARIS – France Tél. +33 (0)1 43 18 17 00 – www.cosmogen.fr



ATTRACT ONE EXPERT, a complete care solution: COSMOGEN has met a new technological challenge
ATTRACT ONE EXPERT, solution soin intégral : COSMOGEN relève un nouveau défi technologique

COSMOGEN poursuit la révolution en cosmétique instrumentale. ATTRACT ONE EXPERT est la promesse d'une solution *soin intégral* qui combine l'originalité du concept ATTRACT de COSMOGEN lancé en 2015 avec un packaging intelligent et l'expertise de la formule.

Le nouveau défi technologique relevé par COSMOGEN, et protégé par un second brevet réside dans le système aimant/valve/bille : il permet la distribution de la formule et donc l'ouverture de la valve par pression du tube tout en maintenant le pouvoir attractif de l'aimant vis-à-vis de la bille. Dès la pression sur le tube relâchée, la valve reprend sa position et assure l'étanchéité, préservant ainsi la formule de tout risque de contamination, que ce soit durant l'application ou lors du nettoyage à l'eau.

Amovible et lavable, l'applicateur bille de Ø12mm offre une surface de contact avec la peau multipliée par 3 par rapport à un roll on classique.

Le rituel consiste donc à distribuer la juste dose de la formule, puis à l'appliquer suivant des mouvements circulaires sur les zones à traiter. Le matin, passé sous l'eau froide - ou maintenu au réfrigérateur -, l'applicateur bille exerce un pouvoir décongestionnant, tonifiant et astringent. Le soir, passé sous l'eau chaude, il facilite la pénétration de la formule, oxygène, régénère et relaxe l'épiderme.

ATTRACT ONE EXPERT combine la précision du geste, le bénéfice du massage et les propriétés de la formule. Entièrement personnalisable, jusqu'à devenir un produit de soin bijou, il endosse intégralement les codes des marques de soins prestige. ([Site internet dédié](#))



COSMOGEN continues its revolution in instrumental cosmetics. ATTRACT ONE EXPERT promises a full care solution that combines the originality of the concept of ATTRACT launched by COSMOGEN in 2015, with intelligent packaging and the expertise of the formula.

COSMOGEN has met a new technological challenge that is protected by a second patent. This technological challenge is relative to the system made by the magnet/valve/ball. This system allows the distribution of the formula and permitting the valve to open by pressure of the tube, while maintaining the attractive power of the magnet on the ball. Once the pressure on the tube is released, the valve resumes its position and ensures sealing, preserving the formula from risk of contamination, whether during application or during cleaning with water.

The removable and washable Ø12mm ball-applicator provides a skin contact surface that is 3 times times more than a conventional roll on applicator.

The ritual is to distribute the right amount of the formula and then apply it with circular movements on the areas to treat. In the morning and when passed under cold water - or kept in the refrigerator - the ball-applicator tightens, tones and de-puffs the skin. In the evening and when passed under hot water, it facilitates penetration of the formula, contributes to cells oxygenation and regeneration, and relaxes the skin.

ATTRACT ONE EXPERT combines the precision of movement, the benefits of massage and the properties of the formula. It is fully customizable and could be like a jewel. It fully caters to the image of prestige care brands. ([Dedicated website](#))

COSMOGEN – 160 Boulevard Haussmann – 75008 PARIS – France Tél. +33 (0)1 43 18 17 00 – www.cosmogen.fr



MAKE UP FOR EVER adopts a tube of COSMOGEN for ULTRA HD invisible cover concealer
MAKE UP FOR EVER adopte le tube D13 de COSMOGEN pour ULTRA HD anticernes couvrance invisible

MAKE UP FOR EVER adopte le tube D13 Spot Tip de COSMOGEN pour ULTRA HD anticernes couvrance invisible. Ce tube nomade au design fin met en avant la teinte de la formule grâce à sa fenêtre de visualisation tandis que son embout précis, souple et confortable permet une application ciblée et nette.

Le tube D13 de COSMOGEN est disponible en plusieurs types de matériaux pour une parfaite adaptation aux formules et aux marques.



MAKE UP FOR EVER adopts a tube of COSMOGEN's range for its ULTRA HD invisible cover concealer. This nomadic and thin tube D13 highlights the tint of the formula thanks to a display window. Its precise tip that is also flexible and comfortable allows a targeted and clean application.

COSMOGEN's tube D13 is also available in different types of materials for a perfect match with formulas and brands.

COSMOGEN – 160 Boulevard Haussmann – 75008 PARIS – France Tél. +33 (0)1 43 18 17 00 – www.cosmogen.fr

COSMOGEN®
Brushes & Packaging

Le SQUEEZE'N ROLL de COSMOGEN roule pour NUXE
The SQUEEZE'N ROLL of COSMOGEN seduced NUXE

Le laboratoire NUXE a choisi le tube SQUEEZE'N ROLL de COSMOGEN pour son masque Roll-on Repulpant Anti-âge Global Nuxuriance®. Le système d'ouverture ON/OFF breveté distribue la bonne quantité de formule avant de l'appliquer. Il permet aussi de nettoyer l'applicateur tout en préservant la formule.

L'applicateur ergonomique en métal, roll on « effet froid » s'associe aux propriétés de la formule, pour défroisser la peau, regalber l'ovale du visage et raviver l'éclat.



NUXE Laboratory chose the tube SQUEEZE'N ROLL of COSMOGEN for its skincare: Re-plumping Roll-on Mask Global Anti-aging Nuxuriance®. The patented open/close rotary head system distributes the right amount of formula before applying it. It also prevents contamination and makes it easy to clean up the applicator.

The roll-on tip, made of stainless steel, provides a "cold effect". It reinforces the properties of the formula by smoothing the skin, reshaping the oval of the face and reviving radiance.

COSMOGEN – 160 Boulevard Haussmann – 75008 PARIS – France Tél. +33 (0)1 43 18 17 00 – www.cosmogen.fr

COSMOGEN®
Brushes & Packaging

MINI SQUEEZE'N PUFF de COSMOGEN
A mini tube for a great smoothing look
mi-tube, mi-cushion, 100% K-Beauty

Le MINI SQUEEZE'N PUFF de COSMOGEN revisite le concept du cushion. Il réconcilie les performances de l'application par tapotement grâce à son éponge lavable et remplaçable, et la protection de la formule et sa distribution mesurée grâce son système d'étanchéité breveté à tête rotative on/off.

Sa conception suggère une gestuelle latérale ergonomique et s'adapte aux formules très liquides : soin sérum, maquillage gel, fond de teint, blush, touche éclat etc. Suivant l'effet recherché et la texture de la formule, l'éponge est disponible en Rubicell, Flocked ou NBR.



MINI SQUEEZE'N PUFF by COSMOGEN is the smaller version of the Ø30mm SQUEEZE'N SPONGE. It allows a performing application made by tapping thanks to its washable and removable sponge. Its patented open/close rotary head preserves the formula and distributes with accuracy.

Its design enhances a lateral and ergonomic gesture. It gives a great smoothing look when used with extra liquid care or makeup formulas like serum, gel, liquid concealer, blush, highlight etc. Depending on the expected result and the texture of the formula, the sponge is available in 3 materials: Rubicell, Flocked and NBR.

COSMOGEN – 160 Boulevard Haussmann – 75008 PARIS – France Tél. +33 (0)1 43 18 17 00 – www.cosmogen.fr



COSMOGEN's must for a new skin
Les incontournables de COSMOGEN pour faire peau neuve

L'hygiène est au cœur des soins cosmétiques et du maquillage. C'est pourquoi COSMOGEN a conçu une gamme d'outils destinés à nettoyer et raviver la peau : la clé d'une préparation réussie avant l'application des formules de soins et de maquillage. Une gamme entièrement personnalisable pour s'adapter aux types de peaux avec efficacité.

1. Scrubbing brush : booster le teint

- 1 côté brosse pour un nettoyage en douceur.
- 1 côté picots doux en silicone pour désincruster la peau en fondeur.

L'accessoire idéal pour exfolier les cellules mortes, renforcer l'efficacité des traitements, et booster le teint.

2. Le Full cleansing brush : nettoyage en profondeur

- 1 côté pinceau pour l'application quotidienne de gel nettoyant
- 1 côté éponge pour un nettoyage hebdomadaire en profondeur, à utiliser avec un gel exfoliant. D'autres formes d'éponge sont disponibles pour traiter des zones difficiles d'accès.

3. Le Stretching cleansing brush : relaxer et raviver la peau

- 1 côté "élastomère" pour raviver et relaxer la peau ou pour appliquer une formule par massage doux.
- 1 côté pinceau pour nettoyer la peau délicatement ou pour faire pénétrer la formule après l'avoir appliquée. Plusieurs formes de pinceaux sont disponibles.



Hygiene is at the heart of cosmetics and makeup. Therefore, COSMOGEN designed two ranges of tools to clean and revive skin: this is the key to a successful preparation before applying care and makeup formulas. A fully customizable range that adapts to skin types and expected results.

1. Scrubbing brush : complexion booster

- One side of brush for a gentle cleansing.
- One side of silicon bristles to scrub and unclog the skin. Exfoliate the dead cells, improve the efficiency of next applied treatments and boost the complexion radiance.

2. Full cleansing brush : deep cleansing

- One side of brush for gentle daily cleansing, to use with cleansing gel.
- One side is a sponge for weekly deep cleansing, to use with scrubbing gel with exfoliating beads. Pointed sponge shape so you can get into inaccessible areas. Other sponge shapes available.

3. Stretching cleansing brush : relax and refresh

- One side "elastomer" to refresh and relax the skin or to apply product by smoothing.
- One side of brush to clean the skin gently or to work in the formula previously applied. Different brush shapes available.

COSMOGEN – 160 Boulevard Haussmann – 75008 PARIS – France Tél. +33 (0)1 43 18 17 00 – www.cosmogen.fr



History: Since 1982

COSMOGEN was created in 1982. From its first activity dedicated to outsourcing of makeup brushes from Asia, the company has gained its expertise in the application of makeup and skincare. Its two main activities - brushes & packaging – consist in innovation in the design of brushes, applicators and smart packaging, with the aim to combine formula, application and protection.

In 2014, COSMOGEN joined Aaxen Group (80 million euros turnover), that was bought by a French Fund. In 2015, COSMOGEN increased its sales by 40% versus 2014.

COSMOGEN employs 37 employees on 4 continents. People are located in Paris-(HQ), North America (Sales), South America (Sales) and Asia (Sales and production support, whose mission is to ensure monitoring and quality.)

Rappel historique : depuis 1982

COSMOGEN a été créée en 1982. De sa première activité de sourcing de pinceaux pour le maquillage, en provenance d'Asie, elle tire une expertise dans l'application. Ses deux activités phares – pinceaux & packaging – consistent à innover dans la conception de pinceaux, d'applicateurs et de packagings « high tech » intelligents pour un trio gagnant : formule, application, protection.

En 2014, COSMOGEN intègre le groupe Aaxen, acheté par un fonds français. Aaxen réalise 80 Millions d'euros de Chiffre d'Affaires. En 2015, COSMOGEN a réalisé 40% de CA de plus qu'en 2014.

COSMOGEN emploie 37 collaborateurs sur 4 continents, répartis entre le siège à Paris, des structures commerciales en Europe, Amérique du Nord, Amérique du Sud et Asie et une structure support en Asie, principal pays de production et dont la mission est d'assurer suivi et qualité.

COSMOGEN – 160 Boulevard Haussmann – 75008 PARIS – France Tél. +33 (0)1 43 18 17 00 – www.cosmogen.fr



Une stratégie de niche

Depuis 3 ans, COSMOGEN a renforcé son équipe marketing autour de ses deux activités phare, pinceaux & packaging. Du « simple spécialiste de l'application », COSMOGEN se donne la mission d'améliorer l'efficacité de la formule. Les applicateurs et le packaging y contribuent largement et COSMOGEN travaille avec l'intention d'apporter des solutions pointues aux marques. D'où la création du showroom, inauguré au sein des nouveaux locaux, en 2015. C'est plus qu'un showroom, c'est un atelier de travail et de créativité pour les clients de COSMOGEN. Ils ont tout sous les yeux et sous la main pour tester, imaginer et rêver, avec les équipes marketing et R&D en soutien.

A niche Strategy

Since 3 years, COSMOGEN strengthened its marketing team around its two main activities, brushes & packaging. First dedicated to provide application solutions, COSMOGEN is committed to improved even better efficiency of the formula. The applicators and packaging largely contribute to this aim. COSMOGEN has the intention to bring advanced solutions to brands. The showroom, that has been inaugurated in 2015 demonstrates its commitment. It is more than a showroom; the room is a workshop for customers. It enhances creativity and innovation, since customers have everything under their eyes and hands. They can test imagine and dream, with COSMOGEN's Marketing and R&D teams.

Apporter une solution globale, « qui a pensé à tout »

Les grands groupes référencent des fournisseurs capables d'intégrer leurs problématiques d'amont en aval et de soumettre des innovations pensées, opérationnelles, sur un mode « prêt-à-porter » pour accélérer les processus de décisions et la mise en marché. C'est un challenge que COSMOGEN relève en activant sa fibre créative en permanence : bureau d'études avec 7 personnes, veille, ateliers consommateurs, sourcing etc. Le résultat, c'est plus de 40 nouveautés lancées sur le marché au cours du premier semestre 2016, qui s'équilibrent entre Pinceaux & Packaging, et sont protégées par le dépôt de brevets.

Bring a comprehensive and global solution

International Brands are referencing suppliers that are able to integrate their issues, upstream and downstream, and to submit "ready-to-use" innovations that are immediately operational, in the aim to accelerate R&D, industrial and marketing processes. COSMOGEN meets this challenge, while activating permanently its creativity: 7 people are dedicated to engineering, consumer's workshops are organised, selective outsourcing etc. More than 40 new products have been launched on the market during the first half of 2016, balanced between Brushes & Packaging. Innovations are patented.

COSMOGEN – 160 Boulevard Haussmann – 75008 PARIS – France Tél. +33 (0)1 43 18 17 00 – www.cosmogen.fr

**Sécuriser, rassurer**

Cette stratégie centrée sur l'application et l'amélioration de la formule exige une très grande maîtrise des partenaires. COSMOGEN a donc réduit le nombre de fournisseurs avec lesquels ses équipes travaillent dans l'objectif d'entretenir des relations de proximité et de qualité. Cette stratégie donne du poids à COSMOGEN chez ses fournisseurs, tout en lui permettant d'accéder à des technologies variées. La finalité de cette démarche, c'est de servir les clients.

Frédéric PORQUET, qui a rejoint COSMOGEN en avril dernier, connaît bien les partenaires asiatiques de par sa culture et son expérience professionnelle. Il anime le Bureau d'Etudes et fait le lien avec les équipes marketing, très créatives, afin d'interpréter leurs idées à travers un cahier des charges, puis identifie les meilleurs partenaires pour les faire vivre concrètement.

COSMOGEN revendique son identité française. C'est indéniablement sa force, tirée de la culture artisanale, largement encouragée en France par des monarques exigeants. Une culture de l'excellence, qui se retrouve aujourd'hui dans l'industrie du luxe et des cosmétiques.

"Une entreprise française peut vendre en Asie des produits fabriqués en Asie, Made in France."

Frédéric PORQUET
Directeur technique

Secure & Reassure

This strategy, that focuses on the application and improvement of the formula, requires a great mastery of partners. COSMOGEN has reduced the number of suppliers with which its teams are working with the aim of maintaining proximity and qualitative relationships. This strategy gives weight to COSMOGEN, while allowing access to various technologies. The purpose of this initiative is to serve customers.

Frédéric PORQUET, who joined COSMOGEN in April 2016, knows the Asian partners, thanks to his culture and his professional experience in Asia. He leads the design office and makes the link with the marketing team, that is very creative, in order to materialize their ideas through technical specifications and then identifies the best partners to support them concretely.

COSMOGEN claims its French identity. This is undoubtedly its strength, derived from artisanal culture, widely promoted in France by demanding monarchs. A culture of excellence, which now finds itself in the luxury and cosmetics industry.

"A French company can sell products "Made in France" in Asia, even if they were produced in Asia."

Frédéric PORQUET
Technical Director



Et demain

La taille de la structure et le dynamisme des équipes sont propices aux échanges et à une forte réactivité. Un des axes stratégiques de développement, c'est la protection de la formule. La fragilité des formules et la complexité des ingrédients requiert l'utilisation de matériau nobles, neutres – ex céramique, aciers spéciaux, silicone etc. - et des systèmes qui empêchent le contact avec l'air. Le sourcing en bio matériau progresse également, mais plus lentement car il est techniquement contraignant, en particulier sur les options de décoration.

And tomorrow

The size of the structure and dynamism of the teams provide a high reactivity. One of the strategic development, is the protection of the formula. Fragility of formulas and complexity of ingredients require the use of noble and neutral material - eg ceramics, special steel, silicone etc. - And systems that prevent contact with air. The outsourcing of organic material also increases, but more slowly because it is technically binding, particularly on decorating options.

COSMOGEN – 160 Boulevard Haussmann – 75008 PARIS – France Tél. +33 (0)1 43 18 17 00 – www.cosmogen.fr

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

CTL PACKAGING – FR

CTL Packaging a obtenu le prix du “Tube of the Year – ETMA 2016”

pour la deuxième année consécutive

L'Association Européenne de Fabricants de Tubes (ETMA) a décerné, le 20 mai dernier à Berlin le Prix de «**Tube de l'année 2016**» à CTL Packaging pour son prototype “**Be Unique**”.



Le jury, composé de journalistes et des principaux fabricants de tubes d'Europe, a souligné le “caractère clairement novateur” de développer une nouvelle technologie permettant d'offrir une décoration unique sur chaque tube d'une même fabrication.

La combinaison de la technologie brevetée IML et de la nouvelle impression digitale

offset permet de multiples options de personnalisation des tubes : numérotation pour des éditions limitées, QR codes individuels, effet mosaïque qui permet de montrer une partie spécifique d'une décoration.

De même, cette nouvelle technologie d'impression combinée avec le processus IML offre de nombreuses options de décoration de tubes plastiques comme le marquage à

chaud et à froid à 360° de l'épaule à la soudure, une impression en 7 couleurs, des couleurs directes et des combinaisons de vernis mat et brillant.

CTL Packaging a également été le lauréat de ce même prix en 2015 avec la capsule bois et le tube holographique.

eStube

La révolution IML

- | | | |
|---------------------------|-------------------------------|---|
| • Marquage à chaud/ froid | • Heptachromie Offset Digital | • Logistique simplifiée |
| • CMYK | • Combo Vernis Mat/Brillant | • Décoration premium |
| • Holographique | • Métallisé | • Sérialisation |
| | | • Développement durable (mono-matériau 100% PP) |

CTU
PACKAGING



www.tuboplastctu.com

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

DURAN DOGAN – FR



DURAN DOGAN expose sur LUXE PACK 2016

Duran Dogan (Groupe LGR Packaging), spécialiste de l'emballage carton imprimé Premium, sera présent sur LUXE PACK 2016 (Monaco, 21-23 septembre 2016).

Duran Dogan proposera une gamme de produits très variée : étuis pliants en carton compact, boîtes et coffrets en micro-cannelure, boîtes montées, displays.

L'entreprise dévoilera son large savoir-faire en matière d'impression et finition sophistiquées : impression offset traditionnelle et UV, vernis sélectifs, texturés et nacrés, marquage à chaud, métallisation, dépose de film, de fenêtre, gaufrage, collage complexe, contre-collage, etc.

Le procédé de métallisation sans film Gloss & Green®, développé par Duran Dogan, sera naturellement présenté. Cette technologie rencontre un grand succès et est parfaitement en phase avec les attentes actuelles du secteur du luxe : elle réussit à allier ennoblissement du packaging grâce à un éclat et une brillance remarquables, et respect de l'environnement avec un recyclage à 100% des produits.

L'équipe Duran Dogan dédiée au packaging Premium en France et en Europe présentera par ailleurs sur LUXE PACK des réalisations inédites créées pour l'événement.

Stand AA1 – Hall ATRIUM

Pour plus d'informations :

Contact médias : Claudine PONCET – lgr.marketing@lgr-packaging.com

www.ddpack.com.tr

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

DURAN DOGAN – EN



DURAN DOGAN exhibits at LUXE PACK 2016

Duran Dogan (LGR Packaging group), specialist in Premium cardboard packaging, will exhibit at LUXE PACK 2016 (Monaco, September 21–23th, 2016).

Duran Dogan will present there a wide range of products: solidboard folding cartons, microflute boxes and gift packs, rigid boxes, displays.

The company will give a relevant overview on its know-how in sophisticated printing and finishing: traditional and UV offset printing, selective coating, textured and pearly varnishes, hot foil stamping, metallization, film lamination, window patching, embossing, complex gluing, board-to-board lamination, etc.

The no-foil metallization process Gloss & Green®, developed by Duran Dogan, will be especially highlighted. This technology has a great success, as it perfectly meets current expectations of luxury markets: to enhance packaging with an outstanding shine and gloss, while being environmentally friendly thanks to 100% recycling of products.

Duran Dogan's sales team dedicated to Premium packaging in France and Europe will be there to present the group and some products developed especially for LUXE PACK.

Stand AA1 – Hall ATRIUM

For more info:

Media contact: Claudine PONCET – lgr.marketing@lgr-packaging.com

www.ddpack.com.tr

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016



EFFERVESCENCE LAB – FR

Effervescence LAB créateur de vos idées cosmétiques

Effervescence LAB est un laboratoire de R&D qui a pour vocation de transformer l'idée cosmétique en produit fini pour des marques souhaitant une véritable **différenciation** produit. Sa fondatrice, Muriel Hibon propose une nouvelle approche tout en s'appuyant sur une expérience de 15 ans à la direction de la Recherche & Développement d'un laboratoire.

Muriel Hibon propose aux clients du laboratoire de concevoir des formules en fonction de ce dont ils ont besoin plutôt que d'exécuter simplement leur demande.

Cela requiert de bien répondre au cahier des charges sans avoir peur de s'impliquer d'avantage et **au-delà de la demande initiale**.

L'objectif, **traduire les mots** des clients en textures. Il n'existe pas de formulation toute faite, mais une expérience solide qui se mélange à une **culture de la curiosité** et la recherche de l'inédit. La découverte du client, **l'ADN de la marque** sont autant d'éléments qui nous permettent d'accompagner les projets pour les faire murir. Ensuite, un travail d'approfondissement technique et sensoriel est réalisé.

Tous les produits créés sont **uniques**, originaux, **faits sur mesure** pour répondre aux besoins de chaque client, sur les segments du soin, du maquillage et de l'hygiène.

La donnée commune à tous ces projets ? La **formulation sur mesure**. Lorsque la formulation est conçue, Effervescence LAB gère l'arborescence des étapes et s'interface avec les sites de productions les plus appropriés pour le projet.

A l'occasion du salon **LuxePack** à Monaco sur l'espace LuxeFormulation, nous vous dévoilerons de nouvelles innovations textures au travers d'un parcours sensoriel :



- **Aqua'Sense** : lorsque la sensation eau est présente des lotions les plus légères aux textures les plus riches
- **Emotion'Sense** : lorsque la texture procure des émotions positives et donne du plaisir
- **Surprise'Sense** : lorsque la texture est inattendue, surprend et se transforme

Venez nous rencontrer stand **GB3**.

Réservez dès maintenant votre rendez-vous d'inspiration.

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

ESTAL – EN



06/09/16

Estal at LUXE PACK Monaco



DobleAlto® Perfumery:

DobleAlto® is a glass technique which consists on the creation of a double base in order to **increase the overall height of the packaging and brand presence** without increasing the amount of glass needed for manufacturing.

DobleAlto® models enhance the product image and adds value to the brand by presenting it on a double base that acts as a podium. The increased presence and perceived added value of the brand makes DobleAlto® an innovative, unique and exclusive option.





ESTAL has recently launched two **new product ranges for Cosmetics and Home-Fragrance** (candles and diffusers) trying to offer a wide range of packaging solutions.



Doblealto® an innovative, unique and exclusive option **for cosmetics, nutricosmetics and perfumery.**

LUXEPACK MONACO will be the show where Estal will present the new DA solutions, from perfumery line, to droppers and jars for cosmetics, and also new proposals to nutricosmetics and dietetics market.

The bottom part DA can be customized because of decoration, embossed or rosette:

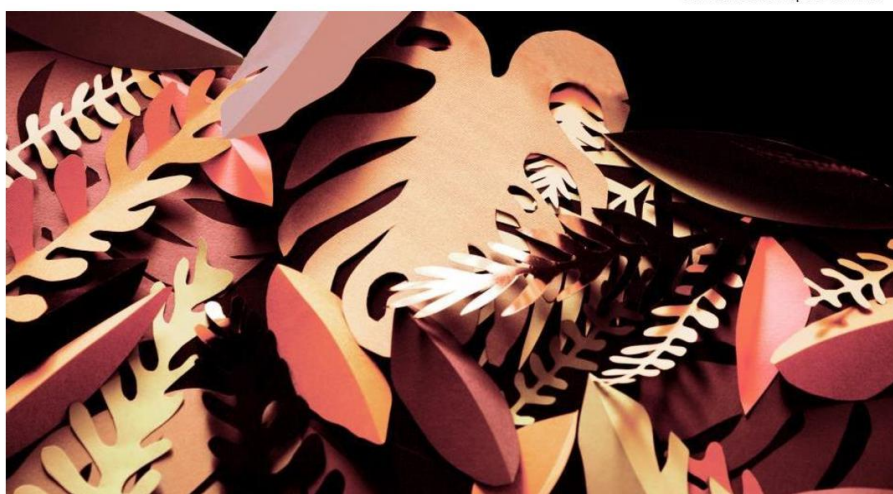




INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

FEDRIGONI – EN

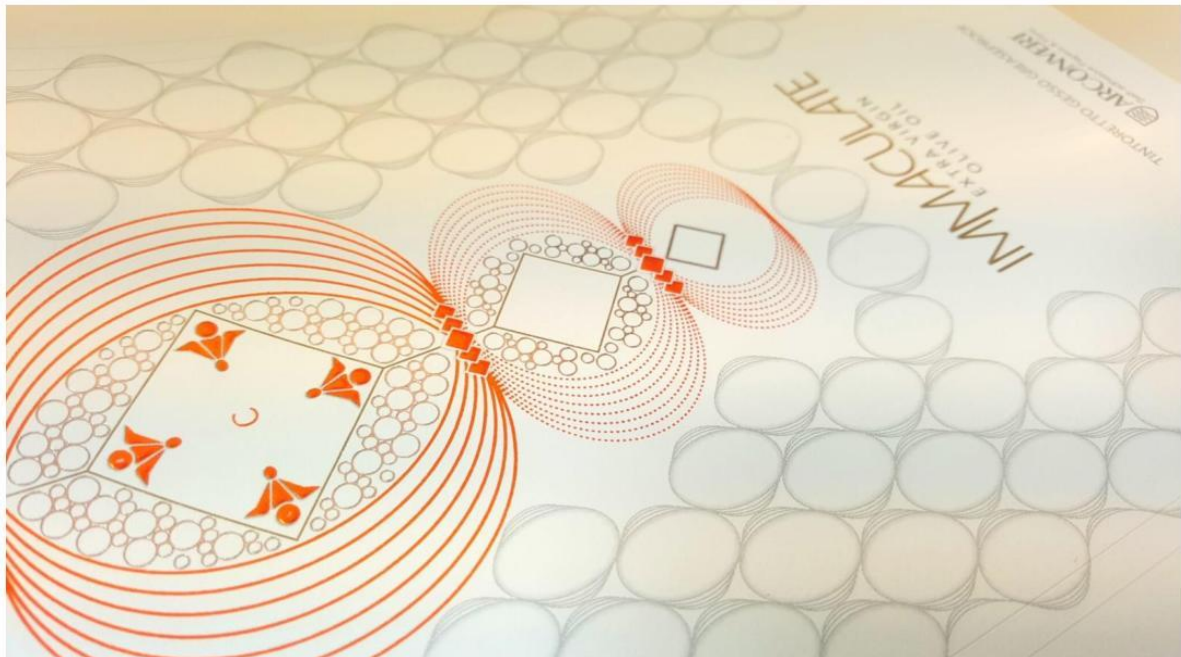


FEDRIGONI Group at Luxepack Monaco 2016
Special papers for packaging, adhesive label, the box, the shopper
 with **FREE LIFE**, the upgraded **SIRIO COLOUR** range
 and **THE ART OF LUXURY LABELLING** by **ARCONVERT**
 Monaco, 21 – 23 September 2016

FEDRIGONI will attend **Luxepack Monaco** with **FREE LIFE** and the new range of **SIRIO COLOUR** shades and, thanks to the new **THE ART OF LUXURY LABELLING** Catalogue by **ARCONVERT**, the Group subsidiary specialising in self-adhesive products, also highlights integrated and complete solutions for various luxury packaging requirements.

FREE LIFE is presented with a **completely new** and rich sample of interactive elements that emphasize the ongoing commitment by **Fedrigoni** in the **environmental movement**. Support for sustainable forest management, environment-friendly raw materials, less waste, lower energy and water consumption and **FREE LIFE CENTO** 100% recycled paper; These the principles inspire **Fedrigoni's** production and innovation and, thanks to major investments and technological improvements, continual improvements to production quality and efficiency in full respect of the ecosystem. The **FREE LIFE** range includes: **FREE LIFE cento**, the **100% recycled, uncoated paper** produced in full compliance with the **FSC® DIR-40-004 EN standard**. It is **completely ecological and** ensures excellent performance in a variety of applications with an impressively smooth surface and extraordinary whiteness. Cento is available in various weights; **FREE LIFE Kendo**, recycled papers and boards, finely mottled on both sides made using 55% **FSC® fibre**, 40% recycled fibres and 5% hemp fibres; **FREE LIFE Merida**, recycled papers and boards, felt-marked on both sides and pulp-dyed with 55% **FSC® fibre**, 40% recycled fibres and 5% cotton fibres. **FREE LIFE Vellum**, recycled papers and boards, 55% **FSC® fibre**, 40% recycled fibre and 5% cotton fibre, available in Premium White, White and Ivory shades.

SIRIO COLOUR, the range of **natural papers and boards** with **FSC®** certification, made using ECF wood-free pulp, **pulp-coloured with pigments ensuring excellent light fastness** now **embraces 25 colours with 5 new shades** in line with contemporary requirements designed for optimal application even in combination, with deep and intense gradations: **IRIS, CASHMERE, ANTRACITE, CACAO** and **NUDE**.



Thanks to the **variety of shades** and weights alongside **high colour intensity** and **uniformity**, not to mention even better light fastness, the SIRIO COLOUR range is ideal for coordinated graphics such as box liners, shopping bags and catalogues. All new the colours are available in the following weights: 80-115-140-170-210-290-350 gsm while Iris, Antracite, Cacao and Nude are also available in the 290g E/20 Denim embossed versions.

Even the SIRIO COLOUR swatchbook has been updated and now has five sections: **Sirio Colour E/20 Denim** 290g (20 colours), **Sirio Colour yellow-red shades** (Paglierino, Limone, Gialloro, Arancio, Vermiglione, Lampone, Cherry, Vino), **Sirio Colour green-blue shades** (Celeste, Turchese, Iris, Blu, Dark Blu, Lime, Foglia), **Sirio Colour neutral shades** (Nero, Caffè, Sabbia, Bruno, Perla, Pietra, Antracite, Cashemere, Nude, Cacao), **Sirio White/White, Black/Black, Black/White and Ultra Black**.

THE ART OF LUXURY LABELLING brings together the new range of self-adhesive materials by **Arconvert**, the Converting Division of the Fedrigoni Group. This is an exclusive collection of high-performance products developed under the banner of excellence and technological innovation. It embraces the largest broadest range of self-adhesive papers and films available on the market. Arconvert is the only self-adhesive material produce to offers a broad range of pulp-coloured papers and a selection of textures and colours which, together with the deluxe frontals produced by parent company Fedrigoni, completes the offering of innovative solutions for luxury packaging.

With **THE IMMACULATE PAPERS**, Arconvert presents nine deluxe materials processed with **Greaseproof** technology protecting the integrity of labels against stains and preventing possible detachment: stain-resistant self-adhesive papers characterised by a special waterproof film, designed specifically for the high-end food and cosmetic packaging sectors and, more generally, for all products containing fats.

Arconver, with four factories in Italy, Spain, Brasil and USA is the Converting Division of the Fedrigoni Group and one of the global market leaders in the production of self-adhesive materials for sectors such as foods & beverages, cosmetics, pharmaceuticals, electronics and textiles and large-scale retail. Arconvert is also a highly qualified partner for high security products used for institutional purposes, such as stamps, visas, stamp duty bands, as well as anti-counterfeiting products that ensure the authenticity of quality brands, such as Made in Italy, in fashion and agro-food areas alike www.arconvert.com



The **Fedrigoni group** is one of the leading international players in the production and sale of various types of paper, especially high value-added papers, speciality media (plastic films, metallized products), security products and self-adhesive products (converting) and is *a leader* in Italy and Europe as regards overall turnover in the production and marketing of special papers for graphics applications. The Group is also **the only Italian producer of banknote paper accredited by the European Central Bank** for the production of watermarked paper for Euro banknotes and also produces security features and bonds for central banks and mints. Fedrigoni enjoys a **fine position in niche markets ensuring high added value** characterised by superior and consistent product quality, a broad and customizable product range and the excellent customer service. With over 125 years of history, a strong identity and excellent brand image, not to mention excellent and innovative product ranges, an efficient and effective distribution network, as well as flexible and highly integrated production processes, Fedrigoni enjoys a position of absolute importance in the national and international context. The **extensive and efficient sales and distribution network** ensures another competitive advantage. Eight sales offices in Italy alongside companies in 6 European countries, the United States and China (Shanghai and Hong Kong) ensure long-term, direct contacts with customers in product development stages and hands-on involvement on target markets by ensuring efficient focus and control on profitability. The **Group is the owner - among others - of the Fedrigoni and Fabriano trademarks.**

Fabriano papers boast 750 years of history and are part of Italy's cultural heritage; they are preferred by millions of students and artists in Italy and worldwide every year. The Fedrigoni Group also designs and markets deluxe stationery products sold through 13 single-brand Fabriano Boutiques. With over 2,700 employees, 13 factories (9 in Italy, 2 in Spain and 2 in Brazil), 14 mills with continuous paper-making machines, 7 coating-smearing machines and more than 13,000 products in its catalogue, the Group sells its products in more than 110 countries worldwide. Turnover in 2015 (with about two-thirds generated on international markets) came to 977 million euros (+11.9% YoY), with Ebitda at 120.6 million euros (+12.3% YoY) and net income at 57.8 million euros (+8% YoY).

www.fedrigoni.com | [@FedrigoniPapers](https://twitter.com/FedrigoniPapers) | [facebook Fedrigoni](https://facebook.com/Fedrigoni)

FEDRIGONI at LUXEPACK MONACO

21-23 September 2016
Hall Verrière booth VA2
Grimaldi Forum

Press office

ruski duski . adicorbetta

press@ruskiduski.org

skype: adicorbetta press

t. +39 02 8905314

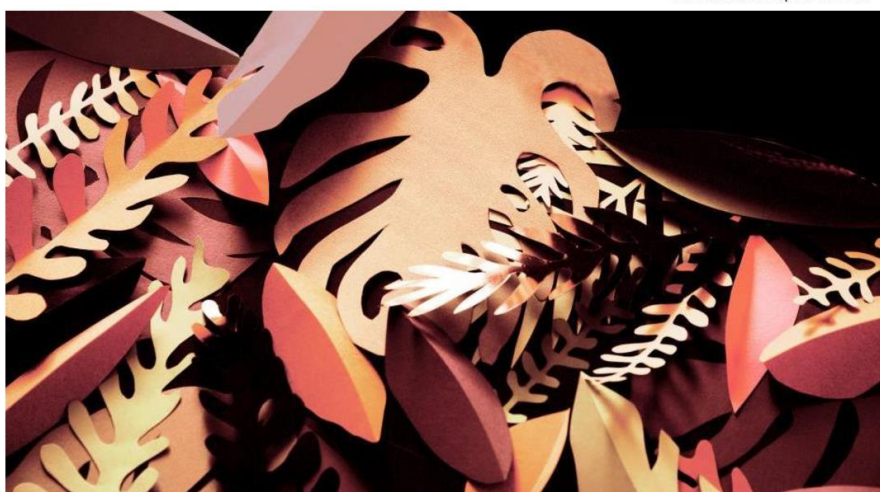
[f](https://www.facebook.com/ruskiduski) [i](https://www.instagram.com/ruskiduski) [p](https://www.pinterest.com/ruskiduski) [in](https://www.linkedin.com/company/ruskiduski) ruski duski
www.adicorbetta.org



INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

FEDRIGONI – IT



Il Gruppo FEDRIGONI a Luxepack Monaco 2016

Carte speciali per tutto il corredo packaging, dall'etichetta adesiva, al box, alla shopper con **FREELIFE**, la gamma rinnovata **SIRIO COLOUR** e **THE ART OF LUXURY LABELLING** by **ARCONVERT**
Monaco, 21 – 23 settembre 2016

Fedrigoni è a **Luxepack Monaco** con **FREELIFE** e la nuova gamma di colori **SIRIO COLOUR** e, grazie al nuovo catalogo **THE ART OF LUXURY LABELLING** di **Arconvert**, divisione del Gruppo specializzata in prodotti autoadesivi, propone soluzioni integrate e complete per le diverse esigenze del packaging di lusso.

FREELIFE viene presentata con un **campionario totalmente rinnovato** e ricco di elementi interattivi che sottolineano l'impegno costante di **Fedrigoni nella difesa dell'ambiente**. Supporto nella gestione forestale sostenibile, utilizzo di materie prime amiche dell'ambiente, riduzione dei consumi energetici, idrici e dei rifiuti; Questi sono i principi attraverso i quali Fedrigoni produce e innova e, con importanti investimenti e perfezionamenti tecnologici, continua a migliorare la qualità e l'efficienza della produzione nel rispetto dell'ecosistema. La gamma **FREELIFE** comprende: **FREELIFE cento**, la carta **100% riciclata**, non patinata e prodotta in maniera conforme alla Direttiva FSC® DIR-40-004 EN, **completamente ecologica** garantisce ottime prestazioni per i diversi utilizzi con una superficie con alto grado di liscio e uno straordinario punto di bianco, disponibile in varie grammature; **FREELIFE Kendo**, carte e cartoncini riciclati, finemente concettati su entrambi i lati 55% fibre FSC®, 40% fibre di riciclo e 5% di fibre di canapa; **FREELIFE Merida**, carte e cartoncini riciclati, marcati a feltro su entrambi i lati e colorati in impasto 55% di fibre FSC®, 40% di fibre di riciclo e 5% di fibre di cotone e **FREELIFE Vellum**, carte e cartoncini riciclati, 55% di fibre FSC®, 40% di fibre di riciclo e 5% di fibre di cotone, disponibile nelle tinte Premium White, White e Ivory.

SIRIO COLOUR, la gamma di **carte e cartoncini naturali**, certificati FSC®, di pura cellulosa ECF, **colorati in massa** con pigmenti **ad alta resistenza alla luce**, si **amplia a 25 colori con 5 nuove tinte**, in linea con le richieste contemporanee e pensate per un ottimo utilizzo anche abbinate, con gradazioni profonde e intense: **IRIS, CASHMERE, ANTRACITE, CACAO e NUDE**.



Il **Gruppo Fedrigoni**, è tra i maggiori operatori internazionali nella produzione e vendita di diversi tipi di carte e in particolare carte ad alto valore aggiunto, supporti speciali (film plastici, metallizzati,...), prodotti di sicurezza e prodotti autoadesivi (converting) ed è *leader* in Italia e in Europa per fatturato complessivo nel settore della produzione e commercializzazione di carte grafiche speciali. Il Gruppo inoltre è **l'unico produttore italiano di carta per banconote accreditato dalla Banca Centrale Europea** per la produzione della carta filigranata dell'Euro e produce elementi di sicurezza e carte valori per banche centrali e istituti poligrafici. Il Gruppo Fedrigoni si distingue per un **posizionamento in nicchie di mercato a maggiore valore aggiunto** caratterizzate da una superiore e costante qualità del prodotto, dall'ampiezza e personalizzazione della gamma offerta e dal livello di servizio al cliente. La storicità (oltre 125 anni di storia), la forte identità e la riconoscibilità dei propri marchi, unite all'eccellenza e innovatività della propria gamma di prodotto, l'efficienza e efficacia della rete distributiva, così come processi produttivi e aziendali flessibili e fortemente sinergici, consentono a Fedrigoni di godere di una posizione di assoluto rilievo nel contesto nazionale ed internazionale. La **rete commerciale e distributiva estesa ed efficiente** rappresenta un altro vantaggio competitivo. Le 8 filiali commerciali in Italia con società in 6 Paesi europei (esclusa l'Italia), negli Stati Uniti e nella Repubblica Cinese (Shanghai e Hong Kong), consentono di mantenere un contatto diretto con i clienti sin dalla fase di sviluppo del prodotto e di presidiare direttamente i mercati di riferimento garantendo un efficiente controllo e focalizzazione sulla redditività di Gruppo. Il **Gruppo è proprietario, tra gli altri, dei marchi Fedrigoni e Fabriano**. La carta Fabriano, con 750 anni di storia all'attivo, è parte del patrimonio culturale italiano e ogni anno è scelta da milioni di studenti e artisti in Italia e nel mondo. Attraverso Fabriano Boutique poi il Gruppo Fedrigoni produce e commercializza prodotti di cartoleria venduti tramite 11 boutique monomarca di proprietà. Con oltre 2.700 dipendenti, 13 stabilimenti - di cui 9 in Italia, 2 in Spagna e 2 in Brasile - 14 impianti di fabbricazione a macchine continue, 7 impianti di macchine spalmatrici e oltre 13.000 referenze prodotte in catalogo, il Gruppo vende i propri prodotti in oltre 110 Paesi nel mondo. Nel 2015 il fatturato, realizzato per circa due terzi sui mercati esteri, è stato pari a 977 milioni di Euro (+11,9% YoY), l'Ebitda a 120,6 milioni di Euro (+12,3% YoY), il risultato netto a 57,8 milioni di Euro (+8% YoY).

www.fedrigoni.com | [@FedrigoniPapers](https://twitter.com/FedrigoniPapers) | [facebook Fedrigoni](https://facebook.com/Fedrigoni)

FEDRIGONI a LUXEPACK MONACO

21-23 settembre 2016
Hall Verrière booth VA2
Grimaldi Forum

informazioni e materiale fotografico

ruski duski . adicorbetta

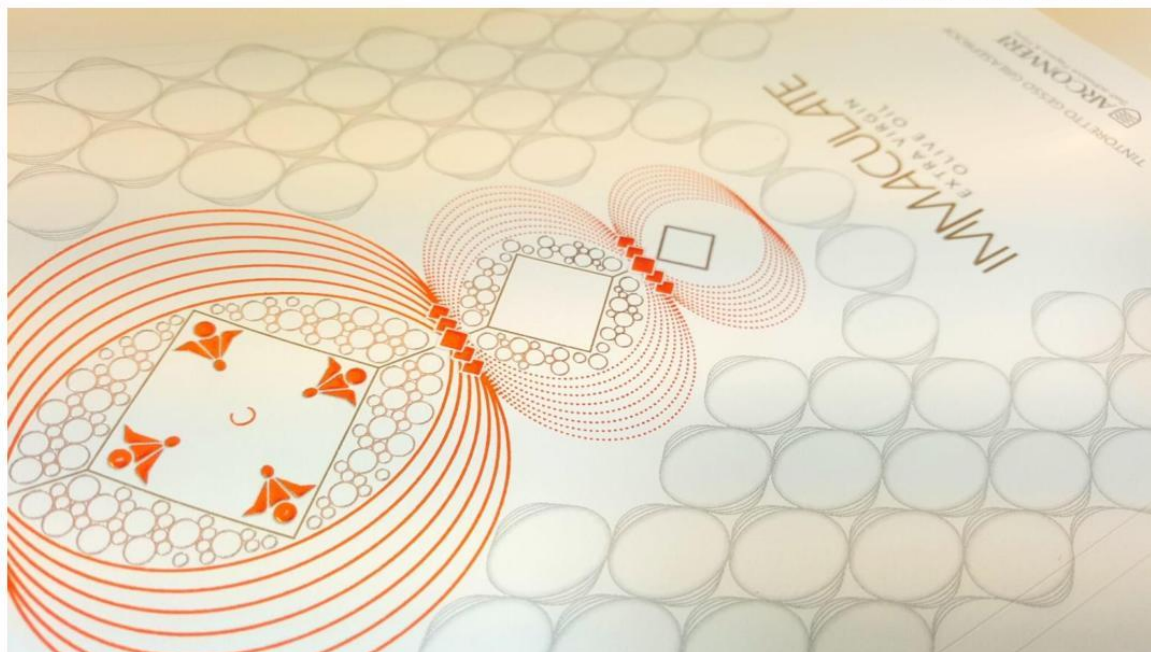
press@ruskiduski.org

skype: adicorbetta press

t. +39 02 8905314

     www.adicorbetta.org ruski duski





Grazie alla **varietà di tinte** e grammature e alla **elevata intensità e uniformità del colore**, unite alla ancora migliore resistenza alla luce, la gamma SIRIO COLOUR permette di realizzare linee grafiche coordinate, come rivestimenti di scatole, shopper e cataloghi. Tutti i nuovi colori sono disponibili nelle grammature: 80-115-140-170-210-290-350 gsm e le tinte Iris, Antracite, Cacao e Nude anche nella versione da 290g goffrata E/20 Denim.

Anche il campionario SIRIO COLOUR si presenta rinnovato e suddiviso in cinque sezioni: **Sirio Colour E/20 Denim** da 290g (20 colori), **Sirio Colour tinte giallo-rosse** (Paglierino, Limone, Gialloro, Arancio, Vermiglione, Lampone, Cherry, Vino), **Sirio Colour tinte verdi-blu** (Celeste, Turchese, Iris, Blu, Dark Blu, Lime, Foglia), **Sirio Colour tinte neutre** (Nero, Caffè, Sabbia, Bruno, Perla, Pietra, Antracite, Cashemere, Nude, Cacao), **Sirio White/White, Black/Black, Black/White** e **Ultra Black**.

THE ART OF LUXURY LABELLING raccoglie la rinnovata gamma di materiali autoadesivi di **Arconvert**, la forte realtà converting del Gruppo Fedrigoni. È un'esclusiva collezione di prodotti altamente performanti sviluppati all'insegna dell'eccellenza qualitativa e dell'innovazione tecnologica, con il più vasto assortimento di carte e films autoadesivi presente sul mercato. Unica tra i produttori di materiali autoadesivi, Arconvert propone un'ampia serie di carte colorate nell'impasto e una selezione di textures e colori che, in sinergia con la preziosità dei frontali prodotti dalla capogruppo Fedrigoni, completa l'offerta delle soluzioni più innovative del packaging di lusso.

Con **THE IMMACULATE PAPERS** Arconvert presenta nove preziosi materiali trattati con l'esclusiva tecnologia **Greaseproof** che preserva l'integrità dell'etichetta dalle macchie ed evita possibili scollamenti: carte autoadesive antimacchia caratterizzate da un particolare trattamento barrierante, progettate specificatamente per il packaging di alta gamma del settore alimentare e cosmetico e, più in generale, di tutti i prodotti a base grassa.

Arconvert, con quattro stabilimenti tra Italia, Spagna, Brasile e USA, è la divisione converting del Gruppo Fedrigoni ed è tra i leader di mercato a livello globale nella produzione di materiali autoadesivi per settore food & beverage, industria cosmetica, farmaceutica, elettronica e tessile e per la GDO. Arconvert è un partner altamente qualificato anche per prodotti di elevata sicurezza con finalità istituzionali, quali marche da bollo, visti, fascette fiscali e per prodotti di anticontraffazione che garantiscono l'autenticità di marchi di qualità, come il Made in Italy, sia nella moda sia nell'agroalimentare www.arconvert.com

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

FIFIELD INC – EN

NEW INSPIRATION COLOR CARD & NEW PRESTIGE COLOR CARD

NEW INSPIRATIONS COLOR CARD



Welcome to the new INSPIRATIONS COLOR CARD. Due to market trends and customer feed-back, we have expanded the LINEA line with four new stunning colors: Diamond White, Caponata, Phantom, and Polished Parchment. The SHIMMER line has four new colors as well: Diamond White, Caponata, Pecan Shell, and Phantom. This collection is a striking, sophisticated leatherette that offers a myriad of options. LINEA has soft narrow lines, SHIMMER has an all-over luster. Many of the color choices may be blended together or considered independently.

NEW PRESTIGE COLOR CARD



Fifield is very pleased to present our latest PRESTIGE COLOR CARD with the addition of four new contemporary colors, Argentous, is a warm stunning light Grey, Granite, is modern medium grey that makes a dramatic statement, Ebene, a true dark brown favorite, and Dusky Brown that is a very deep rich brown/noir shade. These four new additions add depth and balance to the PRESTIGE color line. PRESTIGE is a luxury suede with an elegant touch and flexible draping qualities. It offers 31 color choices that can be used alone, in combination with PRESTIGE colors or perfectly paired with our leatherettes for added interest. If you wish to receive the new PRESTIGE color card, please reach out to your account representative or E-mail us at europe@fifieldfabrics.com and discover what you can.



FIFIELD



Leader in Fabrics for the Luxury Markets

Fifield has been a specialist in fabrics for luxury display and packaging since 1924. Clients have trusted our ability to offer superior customer service, innovative products, quality control and on-time delivery.



Wide Product Range

Fifield's large inventory offers a wide variety of textures and colors from classic to innovative choices. We also welcome the opportunity to match any special color or texture a client may seek for a specific project.



Quality Assurance

With our knowledge of textile production we have set and maintained strict quality control standards. Customers can be assured that all products leaving our warehouses will meet their highest expectations.



Tailor-made Solutions

Clients have unique needs that we strive to satisfy. Fifield is an expert in finding customized solutions including developing fabrics to help our clients in creating a distinctive product.



Excellent Customer Service

Fifield is committed to give you fast service and on time delivery thanks to our global warehouse infrastructure. Clients appreciate our team's reactivity, professionalism and reliability.

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

FOTOMECCANICA SRL – EN



For 30 years **Fotomeccanica Srl** is specialised in metal working on behalf of third parties by means of **Photochemical Etching, Laser Cutting** and **Dual Technology**, that is the combination of both technologies on the same product.

Chemical Etching, and especially **Laser Cutting**, allow to get the smallest dimensional tolerances up to a minimum of ± 0.05 mm, thus ensuring a wide margin of personalization of the product.

Materials:

Carbon steel, spring steel, stainless steel serie 300 - 400, silicon ferro, phosphor bronze, nickel, raw and soft brass, crude and soft copper, tempered and annealed beryllium copper, crude and soft german silver, tempered and annealed niclafor, aluminium, titanium and silver.

Fields of coverage:

Eyewear, Fashion, Watchmaking, Furniture, Jewellery, Gadgets, Venetian Masks, Hobby modeling, Plaques and Trophies, Automotive, Medical, Mechanical, Electronic.

Chemical Etching

This technique allows to etch different types of metals with a high degree of precision, by taking advantage of the corrosive action of an acid which is limited to the desired areas. We manage to etch metal plates previously engraved, up to 3 different levels

Advantages :

- Chemical and physical properties of the materials remain unchanged.
- Highest accuracy and cut sharpness.
- Prototyping and production in a very short time.
- Reduced costs.



Laser cutting

Thanks to machinery custom-made for **Fotomeccanica** our company can etch and cut metals by means of a **optical fiber laser machine** or a **CO2 Laser machine**.

The range of thicknesses is wide and allows to realize specific components for any field of application.

Advantages:

- AVOIDS installation expenses
- ALLOWS to treat even Titanium Alloys
- ALLOWS to work a very wide range of thicknesses
- ALLOWS to work small series and prototypes at reduced costs



Dual Technology

When Photoengraving and Laser Cutting meet in a single product.

The high-precision optical pointing system of our laser cut machinery enables Fotomeccanica to work on sheets previously photoengraved.

The versatility of photoengraving and perfection of laser can meet in a single product. Creativity and application areas have no limits.

It is a technique that also allows to eliminate the engraving depth limits.



Finishings

Our internal departments of ENAMELLING and WELDING complete the range of services provided by Fotomeccanica to its customers.



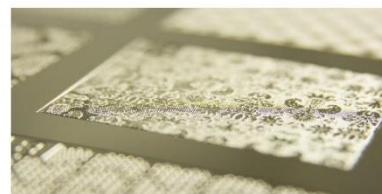
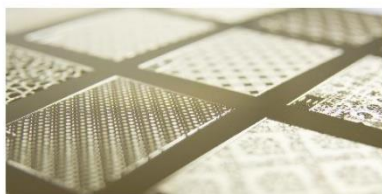
Services

Customer care has always been very important to Fotomeccanica.

As we pay maximum attention to the realization of the highest quality products and the constant search for innovative manufacturing techniques, likewise we reserve the same attention to customer service since the very first contact of the client.

The Client is always given a reference project manager providing fast and accurate information.

The project will be constantly monitored in all its phases of completion, since the first quotation, to the production stage, up to the delivery, thus allowing the customer to be updated in real time.

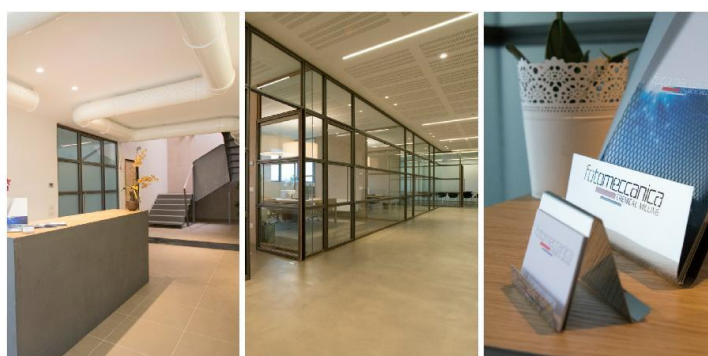


fotomeccanica

YOUR FIRST CHOICE

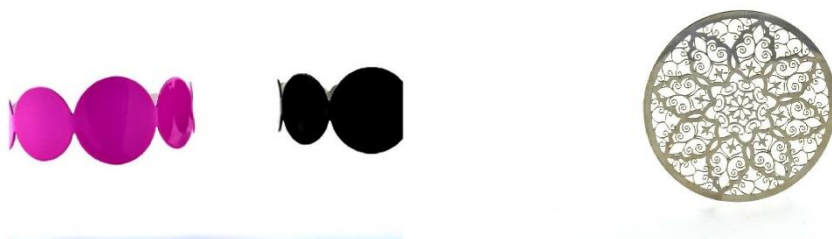
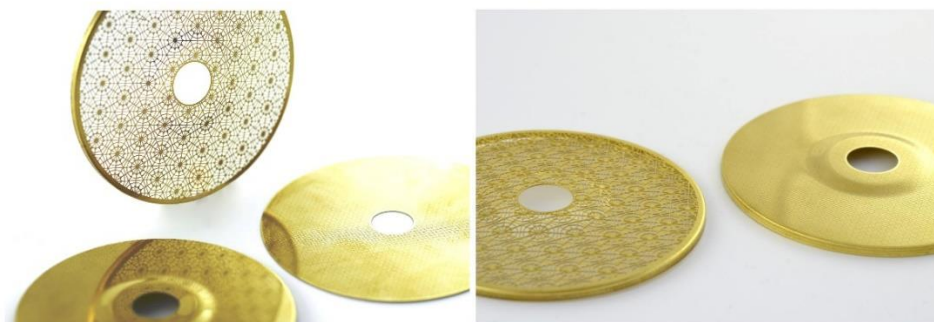
Fotomeccanica S.r.l.
Zona Industriale 49
31050 Onigo di Pederobba (TV) Italia
Tel. +39.0423.648356 Fax +39.0423.648357
www.fotomeccanica.it sales@fotomeccanica.it

•



- Fotomeccanica is an Italian Company specialized in Chemical Etching and Laser Cut of metals for many fields of application over. In 30 years of experience, we have been able to meet the highest customers needs worldwide.





INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

FOTOMECCANICA SRL – FR



Fotomeccanica Srl est spécialisée depuis trente ans dans le traitement des métaux en sous-traitance, au moyen de la photogravure ou photogravure chimique, de la découpe laser et de la technique combinée, c'est à dire l'utilisation des deux technologies sur le même produit.

La photogravure et, en particulier, la découpe au laser permettent d'atteindre de très faibles tolérances dimensionnelles jusqu'à un minimum de +/- 0,05 mm, en assurant une large marge de personnalisation du produit.

Métaux utilisés:

Acier au carbone, acier pour ressort, acier inoxydable série 300-400, Ferro Silicon, bronze au phosphore, nickel, laiton brut et cuit, cuivre brut et cuit, cuivre béryllium trempé et recuit, maillechort brut et cuit, Niclafor trempé recuit, cuivre béryllium trempé et recuit, aluminium, titane et argent aussi.

Domaines d'application:

Lunetterie, Mode, Horloges, Ameublement, Bijoux, Gadgets, Masques vénitiens, Modélisme, Plaques et trophées, Automobile, Médical, Mécanique, Électronique.

Photochimique

C'est une technique qui profite de l'action corrosive d'un acide, circonscrite aux zones souhaitées, et permet de graver différents types de métaux avec un degré de précision élevé.

Nous pouvons graver jusqu'à trois niveaux différents, au moyen de la photogravure des plaques en métal déjà gravés précédemment.

Avantages :

Les caractéristiques du métal ne sont pas affectées par le traitement.

Précision maximale et netteté de la coupe.

Vitesse de prototypage et de production.

Réduction des coûts.



Découpe Laser

Grâce à des machines réalisées sur commande pour **Fotomeccanica**, nous pouvons graver et couper les métaux au moyen d'un **Laser en fibre optique** ou d'un **Laser au CO2**.

La gamme d'épaisseurs traitables est très grande et permet de réaliser des composants spécifiques pour tous les secteurs d'application.

Avantages:

Il n'y a aucun frais d'implantation.

Il permet de traiter même les alliages de titane.

Il permet de travailler une très grande gamme d'épaisseurs.

Il permet de travailler des petits lots et des prototypes au moindre coût.



Technique Combinée

Photogravure et découpe laser se rencontrent en un seul produit.

Le système de visée optique de haute précision de les machines pour la découpe laser nous permet de travailler sur des plaques précédemment photogravées.

En un seul produit, il est possible d'agir avec la polyvalence de la photogravure et de perfection du laser.

Créativité et domaines d'utilisation ont pas de limites.

En outre, c'est une technique qui permet d'éliminer les limites de la profondeur de gravure.



Finitions

Les services internes de EMAILLAGE et SOUDAGE complètent la gamme des services offerts par Fotomeccanica à ses clients



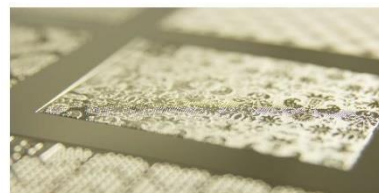
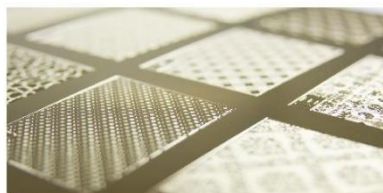
Services

La relation avec le client a toujours été important pour Fotomeccanica.

De même que nous portons une attention maximale à la réalisation des produits de haute qualité et à la recherche constante de techniques de fabrication innovantes, ainsi nous réservons la même attention au service à la clientèle depuis le premier contact du client.

Nous assignons toujours au client un gestionnaire de projet de référence fournissant des informations rapides et précises.

Le projet sera surveillé en permanence dans toutes les phases de réalisation, à partir de votre premier appel d'offre, en passant par le procédé de fabrication, jusqu'à la livraison, ce qui permet au client d'être mis à jour en temps réel.

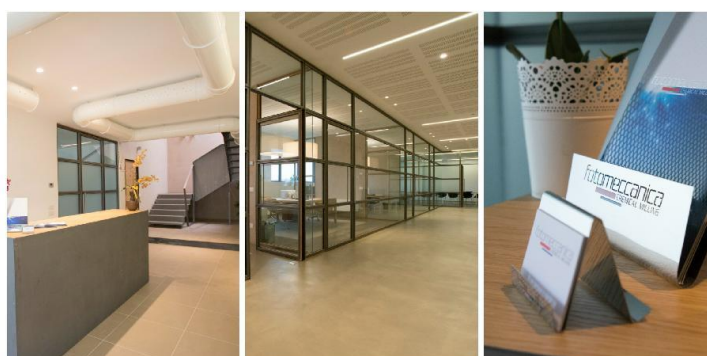


fotomeccanica

YOUR FIRST CHOICE

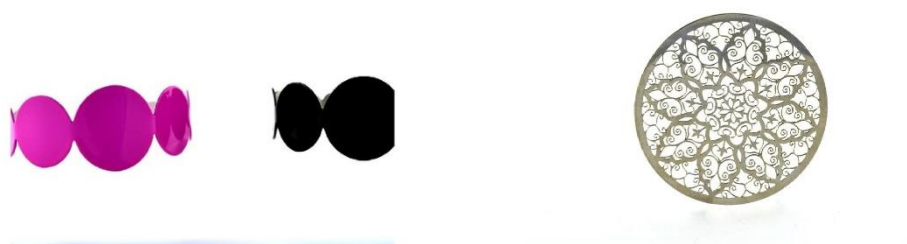
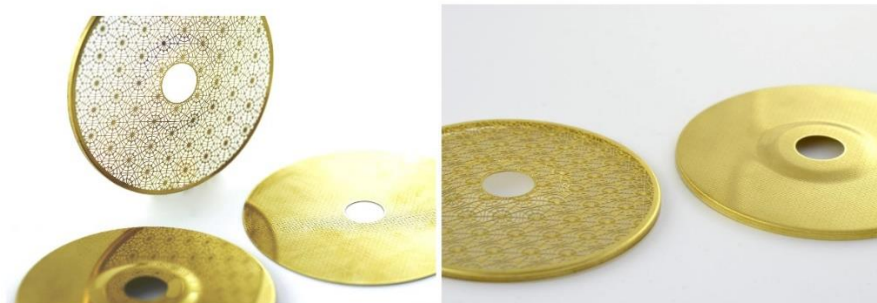
Fotomeccanica S.r.l.
Zona Industriale 49
31050 Onigo di Pederobba (TV) Italia
Tel. +39.0423.648356 Fax +39.0423.648357
www.fotomeccanica.it sales@fotomeccanica.it

•



- Fotomeccanica est une société dynamique et professionnelle avec 30 années d'expérience dans le domaine de la photochimique. Fotomeccanica est capable de répondre aux besoins de la clientèle la plus exigeante. Un des facteurs qui a marqué le temps jusqu'à atteindre le succès courant est la relation avec ses clients. Avec l'expérience acquise au fil des ans, Fotomeccanica se présente pas seulement comme un interprète, mais aussi comme une société de consultant pour le développement de nouveaux produits





INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

HCP PACKAGING – EN



**HCP PACKAGING INVITE YOU TO
LUXEPACK MONACO**

21ST - 23RD SEPTEMBER 2016

**BE INSPIRED BY NEW AUTUMN WINTER 17/18 TRENDS,
EXTENSIVE STOCK RANGES & FINISHING TECHNIQUES**

HALL RAVEL - STAND RA 24

World leading primary packaging supplier HCP Packaging will be exhibiting at Luxepack Monaco 2016 from the 21st - 23rd September. The show will see the exclusive launch of HCP's new Autumn Winter 17/18 trends, as well as exciting new pack & finishing innovations for the colour cosmetics, skincare & fragrance industries.

HCP Packaging are always thinking ahead with their seasonal trend ranges to demonstrate how their components & finishes can make their customers' brands stand out from the competition & relate to the ever-changing consumer mindset. Luxepack Monaco sees the launch of their latest trend ranges for Autumn Winter 17/18 with 'Electric Dreams', 'Botanica' & 'Homespun'.

New pack launches include a chic & contemporary design, the Fusion Glass Ultra: thick walled PETG & highly complementary to the versatile Fusion Glass stock range. Multi-functional applicators, clear rod, options for colour ID with transparent & opaque sections plus excellent formula compatibility makes this an essential pack for colour cosmetics brands.

As a further expansion to the Fusion Glass range, HCP Packaging have also developed a paper cap to offer innovative print solutions, enhancing this versatile Lip Gloss pack. The pack features a sleek tubular design with a glass-like appearance without risk of breakage. The paper cap enables multiple decoration & print possibilities & is available in matt, satin & gloss options. Available for both full size & mini Fusion Glass Lip Gloss.

HCP are at the forefront of developing innovative new decoration techniques that give their customers' ranges the added wow factor. Luxepack Monaco 2016 will see an exclusive preview of new finishing effects such as 'Interstellar', 'Prismatic Coating' & 'Crackle' decoration.

Head to Hall Ravel - Stand RA 24 to view these launches, or contact your HCP representative for an appointment.

HCP 
NEXT GENERATION PACKAGING

LUXEPACK
MONACO



HCP PACKAGING INTRODUCE FUSION GLASS ULTRA

A new & contemporary design that is thick walled & highly complementary to the versatile Fusion Glass range. Multi-functional applicators, clear rod, options for colour ID with transparent/opaque sections & excellent formula compatibility makes this an essential pack for colour cosmetics brands.

WWW.HCPACKAGING.COM

HCP
NEXT GENERATION PACKAGING

**A DAZZLING NEW COLOUR CHANGING FINISH
FROM HCP PACKAGING - EACH PIECE IS UNIQUE!**

PRISMATIC COATING

**AS FEATURED IN HCP'S
AUTUMN WINTER 17/18 TREND
'ELECTRIC DREAMS'**



ASK YOUR HCP REPRESENTATIVE
FOR PRODUCTION STATUS



FUSION GLASS LIP GLOSS WITH COLOUR BURST CAP

An exciting development in the rapidly expanding FUSION GLASS range, HCP Packaging launch a paper cap to offer innovative print solutions, enhancing this versatile Lip Gloss pack.



- ▶ A sleek tubular design with a glass-like appearance without risk of breakage.
- ▶ The paper cap enables multiple decoration & print possibilities.
- ▶ Cap finishes include matt, satin & gloss options.
- ▶ Available for both full size & mini Fusion Glass Lip Gloss.

**CONTACT YOUR LOCAL HCP
REPRESENTATIVE FOR SAMPLES**



www.hcpackaging.com

TRENDS
AUTUMN WINTER 17/18

ELECTRIC DREAMS

BRIGHT & CONTEMPORARY

INSPIRED BY CITY LIGHTS & CLUB IMAGERY

AN EXPLORATION OF COLOUR & LIGHT

NEON CONTRASTS WITH BLACK

COLOUR CHANGING FINISHES

HOLOGRAPHIC FOILS



TRENDS
AUTUMN WINTER 17/18

BOTANICA

SCIENTIFIC & BOTANICAL

ORGANIC SKINCARE THAT IS EXCLUSIVE & PREMIUM

TRANSLUCENT FLORALS & TESSELLATED GEOMETRICS

PALEST TINTED WHITES FOR A CLINICAL PALETTE

COMPONENTS ARE MINIMALIST & SLIMLINE

BEAUTY IS ETHEREAL & FUTURISTIC





TRENDS
AUTUMN WINTER 17/18

Homespun

VINTAGE STYLES & HANDICRAFT

A NEED FOR COMFORT & SANCTUARY

TACTILE FINISHES IN AUTUMNAL TONES

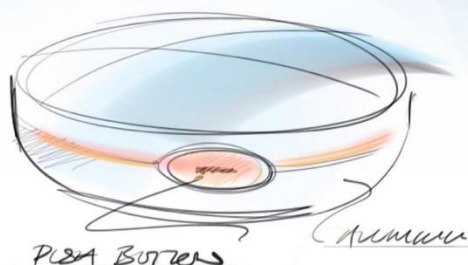
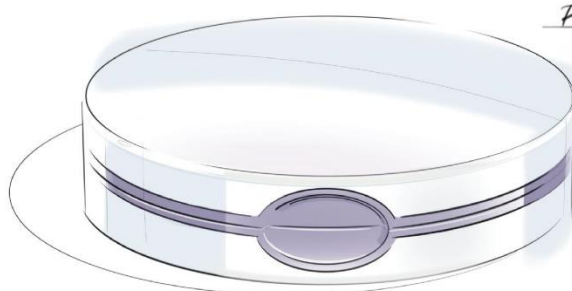
HANDCRAFTED FLORAL DESIGNS

EMBROIDERED & HAND-PAINTED ARTWORKS

BRUSHED GOLD TYPOGRAPHY

HCP DESIGN

CREATIVE & INNOVATIVE



HCP Packaging have an extensive international design team, dedicated to developing innovative pack solutions - to not only extend the HCP stock offering, but also to provide customised solutions for customer brands.

FREEHAND CONCEPT SKETCHES

Whether working with a brand to realise their packaging visions or generating highly contemporary & original concepts, HCP provide a full design, manufacture & finishing service with quality, innovation & creativity in mind.



HIGH QUALITY PACK RENDERS

ALL DESIGNS COPYRIGHT & OWNERSHIP OF HCP PACKAGING

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

IGGESUND – EN

A hundred-year perspective on sustainability

The brownish water and dead seabeds are gone. This year Iggesund Paperboard, manufacturer of the paperboards Invercote and Incada, can look back on a century's unique performance record on sustainability. Iggesund Mill opened its first pulp mill in 1916, which was expanded to become an integrated pulp and paperboard mill in 1963.

"I'm proud to have the privilege of working for a company whose environmental efforts are characterised by both a long-term approach and a sense of responsibility," comments Anna Mårtensson, Environmental Manager at Iggesund Paperboard's Swedish production facility, Iggesund Mill. "Today our environmental impact is almost non-existent compared with the situation just over 50 years ago."

When Iggesund built its first pulp mill in 1916, environmental legislation did not exist and companies were basically free to release fibre waste and chemicals into the air and water. During the mill's first 50 years this caused a significant negative effect on the local environment. The first emissions limits were set in 1963, symbolically the same year that biologist Rachel Carson's famous book about the influence of pesticides on nature, *Silent Spring*, was published and became the alarm clock that laid the foundation of today's environmental movement.

"By the mid-1960s the combined emissions of process chemicals and cellulose fibres had turned the seabed around the mill into a desert," Mårtensson continues. "The water smelled bad and was a brownish colour. Sensitive species at the top of the marine ecosystem's nutrient chains had disappeared from the mill's vicinity."

Since the 1960s the mill's effect on the local environment has continually been improved, driven by both economic and environmental demands. Today's processes make more efficient use of the timber raw material, leading to a better use of resources and less release of organic material. Today having chemical emissions at the levels of the 1950s would be inconceivable; instead, more than 99 per cent of the process chemicals are recycled. Since the 1970s, Iggesund's water purification measures have been built up into a three-stage process: mechanical, biological and finally chemical purification almost identical to that used to produce drinking water.

"Experts say the solution we have at Iggesund Mill is the best available technology," Mårtensson adds. "Above all, it has radically reduced our emissions of sulphur and phosphorus, which are particularly important since our



"From the 1960s and onwards we have steadily reduced our local environmental impact even though our production has increased," comments Anna Mårtensson, Environmental Manager at Iggesund Paperboard's Swedish production facility, Iggesund Mill. "Iggesund has every reason to be proud of this development as well as the fact that the mill now runs almost exclusively on fossil-free energy."

water goes out into the Baltic Sea, which is threatened by eutrophication."

The mill's airborne emissions have developed in the same direction – the levels of acidifying sulphur or eutrophying nitrogen are down to levels where their local environmental impact is hard to document.

"People can catch edible food fish in the water surrounding the mill," Mårtensson says. "Using chemical analysis it is impossible to distinguish those fish from fish caught in reference areas far from industrial sites. We are very pleased to see how species like sea eagles and seals, which had disappeared from near the mill, have now returned."

Sulphur emissions are one example of how the systematic environmental work has developed over time. In 1988 Iggesund Mill emitted 1.98 kilos of sulphur per tonne of pulp produced. Today's emissions are just over six per cent of that, at 0.13 kilos per tonne. The corresponding value for the total amount of sulphur emitted per year has gone down from 540 annual tonnes to about 44 annual

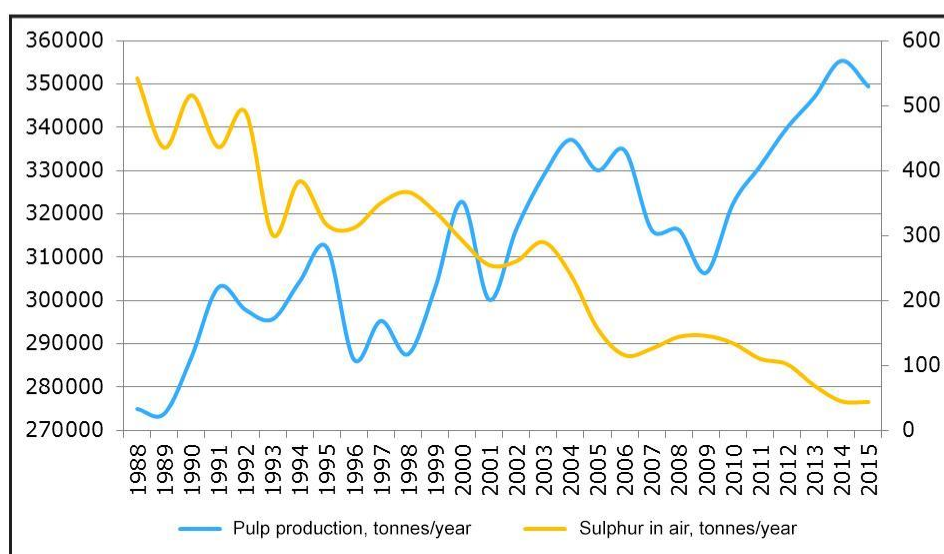
tonnes. This means that total sulphur emissions have fallen by 92 per cent despite a 25 per cent production increase over the same period.

In the past five years Iggesund Paperboard has also invested SEK 3.4 billion (EUR 360 million, GBP 225 million) to make its facilities in Sweden and the UK almost entirely fossil free by switching the energy source at the mills in Iggesund and Workington to bioenergy.

In the summer of 2016 Iggesund applied for a new permit for its operations. As a first step the company wants to

increase its pulp production by 40,000 annual tonnes. In a later step, Iggesund Mill wants to increase its pulp production by another 40,000 tonnes and its paperboard production from today's 400,000 tonnes to 450,000 tonnes per year.

"We're now starting discussions with the authorities and I believe we have a number of good arguments going into the negotiations," Mårtensson concludes. "Not least because we can point to half a century of continual improvements."



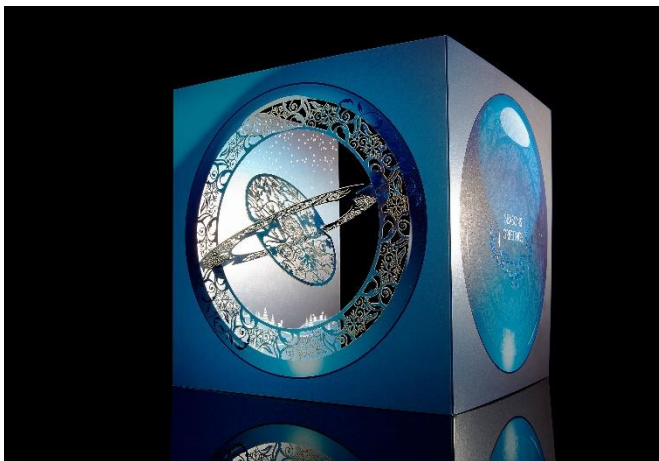
Igesund Paperboard
825 80 Iggesund, Sweden
Phone: +46 650 28 000
info@iggesund.com

IGGESUND
HOLMEN GROUP

Iggesund Paperboard at the top again

Paperboard manufacturer Iggesund Paperboard's market-leading brands Invercote and Incada are again among the three most valuable brands on the European paperboard market, concludes a newly released brand survey of European paperboard converters and brand owners done by Opticom International Research.

The converters chose Invercote as the clear leader, significantly ahead of number two, Performa from Stora Enso. Incada placed third among the 14 brands that qualified for the list of European leaders, according to the converters. Value for money and quality consistency are the most important factors for converters' choice of paperboard. Their highest service priorities are availability and delivery reliability.



"We rarely comment negatively about Incada's quality and we always receive excellent technical service," said a UK converter specialising in cosmetics and other beauty products.

"Invercote has been our main paperboard choice for many years and it functions well in our production," said another UK converter with a more general focus.

"We're incredibly pleased and proud of our wonderful and strong brands, which are so important to our customers, colleagues and businesses," comments Charlotte Lagerwald, Marketing Strategy Director, who is responsible for managing and caring for Iggesund's brands. "When our customers and other stakeholders also rank us so highly, it proves we are doing the right things and also helping our customers to be successful."

Both the company Iggesund Paperboard and its product brands Invercote and Incada have a high and growing recognition factor. Given that Iggesund's competitors, Stora Enso and Metsä Board, are both considerably bigger companies, this high recognition is even more notable.

Opticom also produces a corresponding ranking of paperboard brands based on interviews with owners of consumer brands in six market segments: dry foods, chilled & frozen foods, chocolate & confectionary, wines & spirits, fragrances, cosmetics & beauty care, and pharmaceuticals. Both Invercote and Incada are the leaders with a wide margin, coming first and second respectively in the segments of fragrances and cosmetics & beauty care.

“Of course the study is limited to Europe but it still reinforces our sales reasoning as we try to broaden and increase our sales in both Asia and the US,” comments Arvid Sundblad, VP Director Sales & Marketing and in charge of Iggesund Paperboard’s global sales. “Our new service solutions in Asia and on the US West Coast give us a new competitiveness in these markets that we previously lacked. In addition, European brand owners who manufacture in Asia can now be more secure in knowing that they can use Invercote there as well.”

Caption:

Invercote is the most valuable brand on the European paperboard market and Iggesund Paperboard’s other brand, Incada, is ranked third. The photo shows a card with extreme laser cutting designed by Van Heertum Design, Tilburg, the Netherlands.

Increased production and development for Incada

More stable quality, increased production and totally new conditions. Those were the aims when Iggesund Paperboard's mill in Workington, UK was given a major rebuild this spring. The oldest part of the board machine, the press section, was replaced with cutting-edge technology. The rebuild has increased the machine's capacity by 20,000 annual tonnes from 200,000 up to 220,000 and is a cornerstone for further quality improvement.



Igesund Paperboard's paperboard mill at Workington is up and running again after almost a month-long stoppage to install a new press section, which will give more consistent quality and an additional 20,000 annual tonnes of production.

"These are the immediate effects but in the longer term the new press section means we have a more advanced platform for our continued development work, which will be decisive for our future competitiveness," comments Bengt Löfroth, technical strategy officer at Workington Mill.

A rebuild of a huge paper machine is a race against time. The high capital costs mean that the loss of every hour's earnings is significant. The project must therefore be planned down to the smallest detail so that all the contractors know precisely what they must do and when. Planning for a stoppage like that at Workington starts more than a year in advance.

"Looking back, this was a superb job by both our own staff and the contractors involved," says Ulf Löfgren, Managing Director of Workington Mill. "They worked night and day to give us the best possible results."

Prior to this year's rebuild, Iggesund Paperboard had invested more than £200 million in Workington Mill since the turn of the millennium. Today Workington is the only remaining paperboard mill using virgin fibre in the British Isles. The mill has a high technological standard and is a good demonstration of paperboard's environmental advantages over other packaging materials. In 2013 the mill switched overnight from using fossil natural gas to using biomass as its energy source. The change meant an instant reduction of the mill's fossil carbon emissions by 190,000 tonnes per year, the equivalent of taking 65,000 cars off the road. The investment that made this possible cost £108 million.

The new press section, combined with other measures implemented during the rebuild period, also increases the mill's energy efficiency.

"We're constantly looking for ways to become more

efficient and save on the resources we use,” Bengt Löfroth says. “What we’ve just done now means that we will reduce our energy consumption by almost 10 per cent – which is an achievement in itself.”

Incada is the name of the folding box board produced at Workington. It is made of virgin fibre and is built to have



The new press section is a technological platform that will be decisive for our future competitiveness,” says Bengt Löfroth, technical strategy officer at Workington Mill.

a stiffness that makes it a preferred packaging material among companies wanting to give their products good protection with low weight while still getting the best possible print results on their packaging.



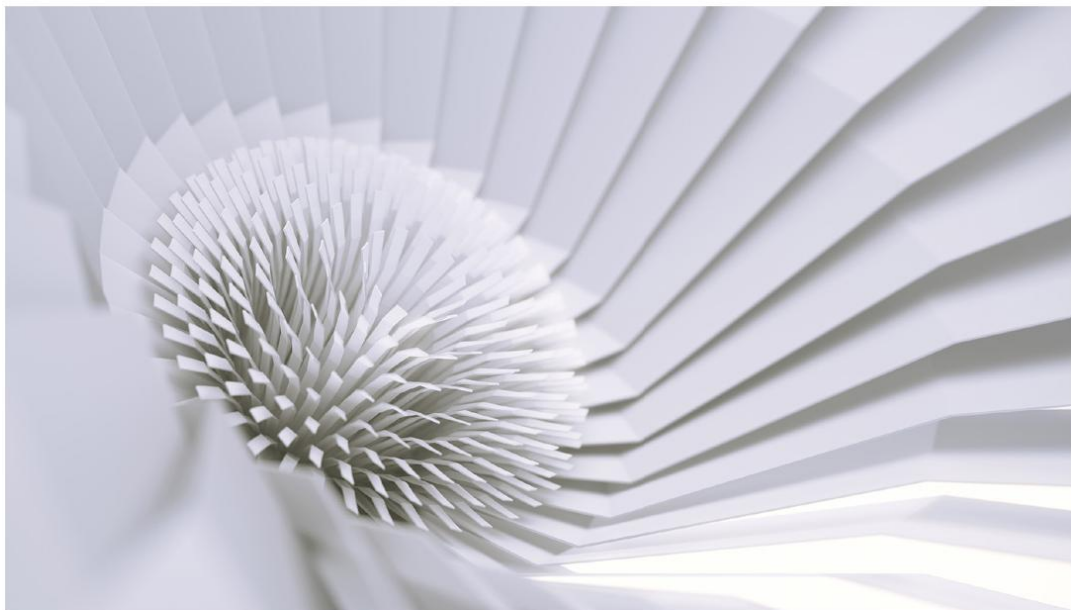
“Our rebuild went well – everything worked as planned and the restart was a success,” comments Ulf Löfgren, Managing Director of Iggesund Paperboard’s mill at Workington.

Iggesund Paperboard
825 80 Iggesund, Sweden
Phone: +46 650 28 000
info@iggesund.com

IGGESUND
HOLMEN GROUP

Iggesund focuses on Japan

Iggesund Paperboard is expanding in the Asia Pacific region and will open a sales office in Japan from 1 September. Over the past year Iggesund has established a service centre with sheeting and warehousing in Taiwan to cut lead times in the region.



“Traditionally Iggesund has focused very much on Europe but we are now prioritising work to increase our global sales,” explains Arvid Sundblad, Vice President Sales and Marketing for Iggesund. “For more than a decade we have seen the conversion of packaging for consumer goods move from western Europe to other parts of the world, mostly in the east,” he says. “Brand owners with headquarters in one part of the world can have the manufacturing of both their goods and packaging in another. This is globalisation in a nutshell and we must adapt to it.”

The Japanese paper and paperboard market is known for its high demands on quality. Iggesund’s flagship product, Invercote, will be the cornerstone of the new venture. The paperboard is well established in the highest quality segments in the more than 100 national markets where it is sold. It is made of virgin fibre and meets exacting standards of purity, so it should do well in Japan.

“When we decided to focus more on global sales, one of the first steps was to develop our delivery service outside Europe,” explains Ivan Chong, President of Iggesund’s Asia Pacific operations. “Since then we’ve built up new

inventory and sheeting facilities on the US West Coast and in Taiwan. The result is radical reductions in lead times to Asia.”

Iggesund has been represented in both Singapore and Hong Kong for almost two decades now and has been successful in building sales over that period. The improved availability means there are good prospects for the company to reach a wider market not only in Japan but also in the Asia Pacific region generally.

“The improved inventory and service are a game changer for us,” Chong says. “Now we can be competitive in contexts where before we weren’t even an option due to the lead times. We’ve already gained a number of new orders due to our new delivery capacity.”

“We have great respect for Japanese business culture and are therefore only recruiting Japanese staff,” Chong explains. “We believe that this factor, together with our long-term commitment, will be decisive to succeeding in Japan.”

“Quality is extremely important in Japan,” he continues.

“Hygiene, purity, and taste and odour neutrality are just some of the aspects that are emphasised more in this market than in many others. That’s why we believe Invercote has terrific opportunities to do well here.”

Invercote has long been represented by the esteemed Japanese paper merchants Takeo with a focus on the graphics market and this arrangement will continue. The new sales office will further develop new business opportunities in the premium packaging and graphical segments, where the qualities of Invercote are especially preferred.

“We believe it is a clear advantage to have two channels into this demanding market,” Arvid Sundblad concludes.

“We have great respect for Japanese business culture and are therefore only recruiting Japanese staff. We believe that this factor, together with our long-term commitment, will be decisive to succeeding in Japan,” says Ivan Chong, President of Iggesund’s Asia Pacific operations.



Igesund Paperboard
825 80 Iggesund, Sweden
Phone: +46 650 28 000
info@iggesund.com

IGGESUND
HOLMEN GROUP

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

IGGESUND – FR

Retour sur un siècle de développement durable

L'eau brunâtre a disparu et les fonds marins se sont repeuplés. Cette année, Iggesund Paperboard, producteur des cartons Invercote et Incada, fait le bilan et contemple un siècle de prouesses inégalées en matière de développement durable. Ouverte en 1916, la première usine de pâte à papier d'Igesund s'est agrandie en 1963 pour se transformer en une usine intégrée de pâte à papier et de carton.

« Je suis fière de travailler pour une entreprise dont les efforts environnementaux se caractérisent à la fois par une approche à long terme et un sens inné de ses responsabilités, explique Anna Mårtensson, responsable de l'environnement à l'usine suédoise d'Igesund Paperboard. Aujourd'hui, notre impact environnemental est presque non-existant comparé à ce qu'il était il y a plus de cinquante ans. »

Lorsqu'Igesund a construit sa première usine de pâte à papier en 1916, il n'existait aucune législation environnementale et les entreprises étaient libres de décharger les produits chimiques et déchets de fibres dans l'air et dans l'eau. Au cours des cinquante premières années d'existence de l'usine, cela a eu un impact de taille sur l'environnement de la région. Les premières limites d'émissions ont été fixées en 1963, année également marquée par la sortie du célèbre livre *Silent Spring* de la biologiste Rachel Carson qui traitait de l'impact des pesticides sur la nature. Le cri d'alarme lancé par ce livre incontournable a mené à la fondation du mouvement actuel pour la protection de l'environnement.

« Au milieu des années 1960, les émissions de produits chimiques issus des processus de production et les fibres de cellulose avaient transformé les fonds marins voisins de l'usine en un véritable désert, continue Anna Mårtensson. L'eau sentait mauvais et avait une teinte brunâtre. Les espèces fragiles au sommet des chaînes de nutriments de l'écosystème marin avaient disparu près de l'usine. »

Depuis les années 1960, l'impact de l'usine sur l'environnement local n'a fait que s'améliorer, motivé par les exigences économiques et environnementales. Les procédés actuels favorisent une exploitation plus efficace des matières premières à base de bois, ce qui entraîne une exploitation raisonnée des ressources et une réduction des rejets de matières organiques. Il serait aujourd'hui impensable d'avoir des niveaux d'émissions chimiques équivalents à ceux des années 1950 ; au contraire, plus de 99 % des produits chimiques employés dans les procédés de production sont recyclés. Depuis les années 1970, les mesures de traitement des eaux d'Igesund suivent un procédé en trois étapes : purification mécanique,



« Depuis les années 1960, nous n'avons eu de cesse de réduire notre impact sur l'environnement local tout en augmentant notre production, explique Anna Mårtensson, responsable de l'environnement à l'usine suédoise d'Igesund Paperboard. Iggesund a toutes les raisons d'être fier de cette évolution, ainsi que du fait que l'usine est désormais alimentée presque exclusivement à l'énergie d'origine non-fossile. »

biologique et enfin chimique quasiment identique à celle qui est employée dans la production d'eau potable.

« Selon les experts, la technologie employée à l'usine d'Igesund est la meilleure disponible actuellement, ajoute Anna Mårtensson. Elle a radicalement réduit nos émissions de soufre et de phosphore, élément essentiel puisque notre eau se jette dans la mer Baltique, menacée d'eutrophisation. »

Les émissions atmosphériques de l'usine ont évolué dans la même direction : les niveaux de soufre acidifiant ou d'azote eutrophisant ont chuté à des niveaux où leur impact sur l'environnement local est quasiment indétectable.

« On peut pêcher des poissons comestibles dans les eaux qui entourent l'usine, remarque Anna Mårtensson. Une analyse chimique ne permet pas de distinguer les poissons pêchés dans les eaux aux abords de l'usine des poissons pêchés dans des zones de référence éloignées des sites industriels. Nous sommes également enchantés de constater que des espèces comme les aigles de mer

et les phoques sont de retour aux abords de l'usine alors qu'ils en avaient disparu. »

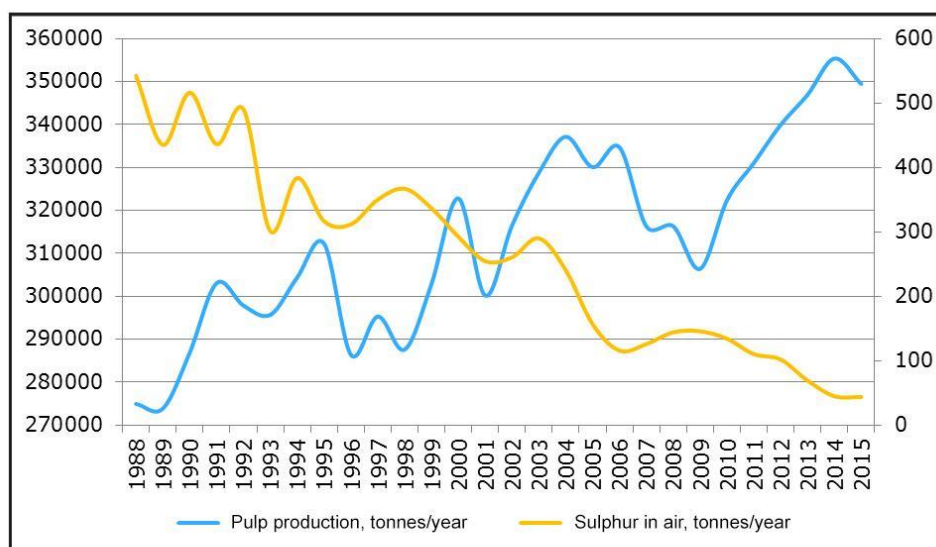
Les émissions de soufre constituent un bon exemple de la manière dont le travail environnemental systématique s'est développé au fil des années. En 1988, l'usine d'Iggesund a émis 1,98 kg de soufre par tonne de pâte produite. Les émissions actuelles sont tout juste à un peu plus de 6 % de cette valeur, à 0,13 kg par tonne. La valeur correspondante du volume total de soufre émis par an a chuté de 540 tonnes à environ 44 tonnes. Cela signifie que les émissions totales de soufre ont chuté de 92 % malgré une augmentation de 25 % de la production au cours de la même période.

Au cours des cinq dernières années, Iggesund Paperboard a également investi 3,4 milliards de couronnes suédoises (360 millions d'euros, 225 millions de livres sterling)

dans le passage de l'énergie d'origine fossile à la bioénergie dans ses usines suédoise et anglaise.

Au cours de l'été 2016, Iggesund a déposé une nouvelle demande de permis d'exploitation. Dans un premier temps, l'entreprise veut accroître de 40 000 tonnes sa production annuelle de pâte à papier. Plus tard, l'usine d'Iggesund veut accroître de 40 000 tonnes supplémentaires sa production de pâte à papier et faire évoluer sa production annuelle de carton de 400 000 à 450 000 tonnes.

« Dans les discussions que nous entamons actuellement avec les autorités, je pense que nous avons de bons arguments à avancer, conclut Anna Mårtensson. L'un d'eux, et non des moindres, est le fait que nous sommes en mesure de démontrer un demi-siècle d'améliorations continues. »



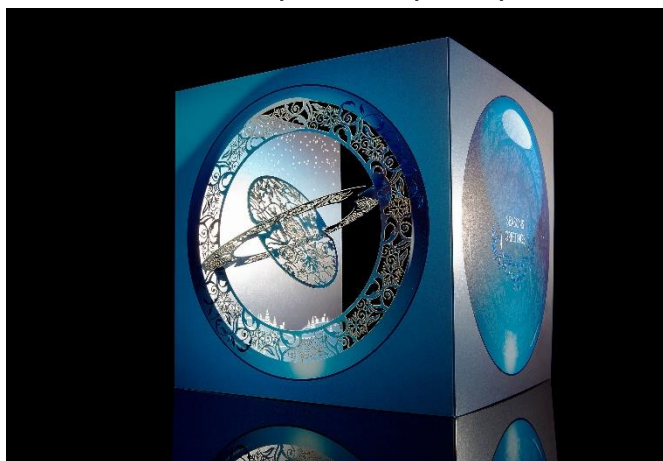
Iggesund Paperboard
825 80 Iggesund, Suède
Téléphone: +46 650 28 000
info@iggesund.com

IGGESUND
HOLMEN GROUP

Iggesund Paperboard toujours au sommet

Les marques leaders Invercote et Incada du cartonnier Iggesund Paperboard sont de nouveau classées parmi les trois marques les plus prisées sur le marché européen du carton, selon une enquête récemment réalisée par Opticom International Research auprès des propriétaires de marques et des transformateurs de carton européens.

Les transformateurs désignent spontanément l'Invercote comme leader, bien avant le numéro deux, le Performa de Stora Enso. L'Incada se place en troisième position parmi les 14 marques qui se sont qualifiées pour faire partie de la liste des leaders européens, toujours selon les transformateurs. Les transformateurs citent le rapport qualité-prix et la régularité de la qualité comme facteurs déterminants dans le choix de leur carton. Leurs priorités principales en matière de service sont la disponibilité et la fiabilité des livraisons.



« Nous émettons rarement des avis négatifs sur la qualité de l'Incada et nous recevons toujours un excellent service technique », estime un transformateur britannique spécialisé dans les cosmétiques et autres produits de beauté.

« En matière de carton, l'Invercote est notre premier choix depuis de nombreuses années et il fonctionne bien dans notre production », explique un autre transformateur britannique ayant une vision plus générale.

« Nous sommes particulièrement heureux et fiers de nos marques fortes et exceptionnelles, si importantes pour nos clients, nos confrères et nos partenaires, indique Charlotte Lagerwald, directrice de la stratégie marketing, responsable de la gestion et de la prise en charge des marques d'Iggesund. Lorsque nos clients et autres parties prenantes nous placent eux aussi à un si haut niveau, nous avons la preuve que nous faisons ce qu'il faut et que nous contribuons à la réussite de nos clients. »

L'entreprise Iggesund Paperboard et ses marques Invercote et Incada jouissent d'un facteur de reconnaissance élevé qui ne fait que s'accroître. Si l'on considère que les

concurrents d'Iggesund, Stora Enso et Metsä Board, sont des entreprises considérablement plus grandes, cette forte reconnaissance est encore plus notable.

Opticom produit également un classement des marques de carton fondé sur des entretiens avec les propriétaires de marques de consommation sur six segments de marché : aliments secs, aliments réfrigérés et surgelés, chocolat et confiserie, vins et spiritueux, parfums, cosmétiques et produits de beauté, produits pharmaceutiques. L'Invercote et l'Incada sont leaders avec une marge très confortable, respectivement premier et deuxième, dans les segments des parfums et des cosmétiques et produits de beauté.

« Évidemment, l'étude se limite à l'Europe, mais elle n'en renforce pas moins notre raisonnement de vente dans notre stratégie d'élargissement et d'accroissement des ventes en Asie et aux États-Unis, explique Arvid Sundblad, vice-président directeur des ventes et du marketing responsable des ventes internationales pour Iggesund Paperboard. Notre nouvelle solution de service en Asie et sur la côte ouest des États-Unis nous offre une nouvelle compétitivité qui nous faisait défaut sur ces marchés. En outre, les propriétaires de marques européens qui fabriquent en Asie sont désormais assurés de pouvoir aussi utiliser l'Invercote sur ce continent. »

Légende :

L'Invercote est la marque la plus prisée sur le marché européen du carton et l'autre marque d'Iggesund Paperboard, l'Incada, se classe au troisième rang. La photo présente une carte découpée au laser conçue par Van Heertum Design, Tilburg, Pays-Bas.

Production accrue et développement de l'Incada

Une qualité plus uniforme, une production accrue et des conditions totalement nouvelles : tels étaient les objectifs de la reconstruction majeure mise en œuvre à la cartonnerie britannique d'Iggesund Paperboard, à Workington, au printemps dernier. La section de presse, partie la plus ancienne de la machine à carton, a été remplacée par une technologie de pointe. La reconstruction a accru la capacité de la machine de 20 000 tonnes par an en passant de 200 000 à 220 000. Elle constitue également une étape majeure dans les améliorations futures de la qualité.



La cartonnerie d'Iggesund Paperboard à Workington refonctionne après près d'un mois d'arrêt passé à installer une nouvelle section de presse, qui offrira une qualité plus constante et 20 000 tonnes supplémentaires de production par an.

« Ce sont les effets immédiats de cette reconstruction, mais à plus long terme, la nouvelle section de presse représente une plateforme plus avancée pour notre développement continu, essentiel à notre compétitivité future », estime Bengt Löfroth, responsable de la stratégie technique à l'usine de Workington.

La reconstruction d'une aussi grande machine à papier constitue une course contre la montre. Les énormes frais d'investissement signifient que la perte de revenus due à chaque heure perdue est conséquente. La reconstruction doit donc être planifiée jusqu'au plus petit détail de sorte que toutes les entreprises impliquées sachent précisément ce qu'elles doivent faire et quand. La planification d'un arrêt comme celui de Workington commence plus d'un an à l'avance.

« Avec le recul, nous nous rendons compte que les

membres de notre personnel et les sous-traitants impliqués dans ce projet ont réalisé un travail exceptionnel, explique Ulf Löfgren, directeur général de l'usine de Workington. Ils ont travaillé jour et nuit pour nous offrir les meilleurs résultats possibles. »

Avant la reconstruction de cette année, Iggesund Paperboard avait investi plus de 200 millions de livres sterling à l'usine de Workington depuis le début des années 2000. Aujourd'hui, Workington est la seule cartonnerie qui reste à utiliser de la fibre vierge au Royaume-Uni. L'usine bénéficie d'un haut niveau technologique et démontre à merveille les avantages environnementaux du carton par rapport aux autres matériaux d'emballage. En 2013, l'usine est passée du jour au lendemain de l'utilisation du gaz naturel d'origine fossile à l'utilisation de la biomasse comme source d'énergie. Ce changement a engendré dans cette usine

une réduction instantanée de 190 000 tonnes par an des émissions de dioxyde de carbone d'origine fossile, ce qui correspond au retrait de 65 000 voitures de la circulation. Un investissement de 108 000 livres sterling a permis de réaliser ce projet.

La nouvelle section de presse, associée à d'autres mesures mises en place au cours de la période de reconstruction, améliore également l'efficacité énergétique de l'usine.

« Nous recherchons constamment de nouveaux moyens de devenir plus efficaces et d'économiser les ressources

que nous utilisons, explique Bengt Löfroth. Ce que nous venons de faire nous permettra de réduire notre consommation énergétique de près de 10 %, ce qui constitue en soi une réussite. »

L'Incada est le nom du carton intérieur bois produit à Workington. Constitué de fibres vierges, il est conçu pour avoir une rigidité idéale comme matériau d'emballage. Il séduit les entreprises qui recherchent une bonne protection de faible poids pour leurs produits, ainsi que les meilleurs résultats d'impression possibles sur leurs emballages.



« La nouvelle section de presse est une plateforme technologique qui sera essentielle pour notre compétitivité future », explique Bengt Löfroth, responsable de la stratégie technique à l'usine de Workington.



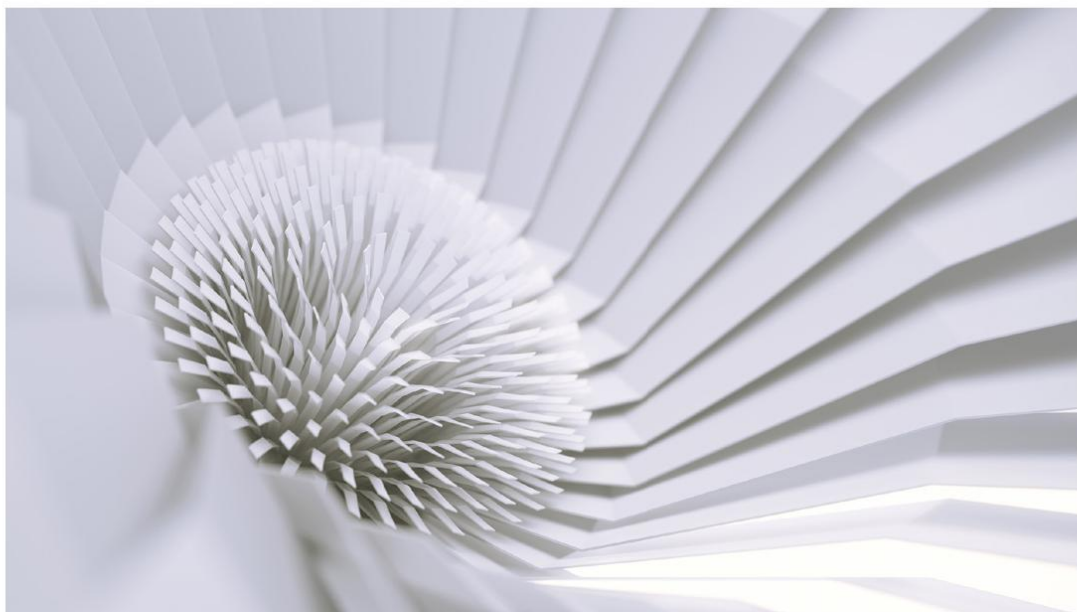
« Notre reconstruction s'est bien passée. Tout a fonctionné comme prévu et le redémarrage a été une réussite », estime Ulf Löfgren, directeur général de la cartonnerie d'Iggesund Paperboard à Workington.

Iggesund Paperboard
825 80 Iggesund, Suède
Téléphone: +46 650 28 000
info@iggesund.com

IGGESUND
HOLMEN GROUP

Gros plan sur le Japon pour Iggesund

Dans le cadre de sa politique de développement en Asie-Pacifique, Iggesund Paperboard ouvrira un bureau de vente au Japon à partir du 1er septembre. Au cours de l'année passée, Iggesund a établi un centre de services avec mise en feuilles et entreposage à Taïwan afin de réduire les délais dans la région.



« Traditionnellement, Iggesund s'est concentré sur l'Europe, mais nous donnons actuellement la priorité à l'accroissement de nos ventes internationales, explique Arvid Sundblad, vice-président des ventes et du marketing pour Iggesund. Depuis plus de dix ans, nous constatons le déplacement de la transformation des emballages destinés au marché de la consommation de l'Europe occidentale vers d'autres régions du monde, notamment vers l'est. Les propriétaires de marque dont le siège est dans une région peuvent avoir implanté la production des produits et des emballages dans une autre région. C'est la mondialisation à notre échelle et nous devons nous y adapter. »

Le marché du papier et du carton au Japon est réputé pour ses hautes exigences en matière de qualité. L'Invercote, produit phare d'Igesund, constituera la pierre angulaire de cette nouvelle aventure. Ce carton est bien établi dans les segments haut de gamme sur la centaine de marchés nationaux où il est vendu. Fabriqué en fibres vierges, il est conforme aux normes de pureté les plus exigeants, ce qui donne à penser qu'il devrait recevoir un excellent accueil au Japon.

« Lorsque nous avons décidé de nous concentrer davantage sur les ventes mondiales, l'une des premières étapes a été le développement de notre service de livraison à l'extérieur de l'Europe, explique Ivan Chong, président des opérations d'Igesund en Asie-Pacifique. Depuis, nous avons construit de nouvelles installations pour les stocks et la mise en feuilles sur la côte ouest des États-Unis et à Taïwan. Cela nous a permis d'obtenir des réductions radicales des délais vers l'Asie. »

Présent à Singapour et à Hong Kong depuis près de vingt ans, Iggesund a réussi à développer ses ventes au cours de cette période. Grâce à une plus grande disponibilité, l'entreprise peut s'attendre à de belles perspectives quant à l'élargissement du marché, non seulement au Japon mais aussi dans l'ensemble de la région Asie-Pacifique.

« L'amélioration des stocks et des services change tout pour nous, indique Ivan Chong. Nous pouvons désormais être compétitifs sur des marchés où nos produits n'étaient même pas envisagés auparavant en raison des délais. Notre nouvelle capacité de livraison nous a déjà permis d'obtenir de nouvelles commandes. »

« Nous éprouvons un grand respect pour la culture japonaise en matière d'échanges commerciaux, ce qui explique pourquoi nous ne recrutons que des membres du personnel japonais, explique Ivan Chong. Nous pensons que ce facteur, associé à notre engagement à long terme, jouera un rôle décisif dans notre réussite au Japon.

« La qualité est un facteur essentiel au Japon, continue-t-il. L'hygiène, la pureté, ainsi que la neutralité en goût et en odeur sont quelques-uns des aspects sur lesquels on insiste plus sur ce marché que sur d'autres. C'est pourquoi nous pensons que l'Invercote a toutes les chances de briller ici. »

L'Invercote est depuis longtemps représenté par Takeo, négociant en papier japonais très apprécié qui se concentre sur le marché du graphisme ; cette collaboration continuera. Le nouveau bureau de vente va continuer de développer de nouvelles opportunités commerciales dans les segments du graphisme et de l'emballage haut de gamme, secteurs où les qualités de l'Invercote sont tout particulièrement appréciées.

« Nous sommes convaincus que le fait d'avoir deux canaux constitue un avantage évident pour percer sur ce marché exigeant », conclut Arvid Sundblad.



« Nous éprouvons un grand respect pour la culture japonaise en matière d'échanges commerciaux, ce qui explique pourquoi nous ne recrutons que des membres du personnel japonais. Nous pensons que ce facteur, associé à notre engagement à long terme, jouera un rôle décisif dans notre réussite au Japon », explique Ivan Chong, président des opérations d'Iggesund en Asie-Pacifique.

Iggesund Paperboard
825 80 Iggesund, Suède
Téléphone: +46 650 28 000
info@iggesund.com

IGGESUND
HOLMEN GROUP

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

IGGESUND – ALL

Rückblick auf hundert Jahre Nachhaltigkeit

Bräunliches Wasser und tote Meeresböden sind verschwunden. In diesem Jahr kann Iggesund Paperboard, Hersteller der Kartonmarken Invercote und Incada, auf eine herausragende hundertjährige Leistungsbilanz in Sachen Nachhaltigkeit zurückblicken. 1916 wurde die erste Zellstofffabrik des Werks in Iggesund eröffnet, die 1963 zu einer integrierten Zellstoff- und Kartonfabrik erweitert wurde.

„Ich bin stolz darauf, für ein Unternehmen arbeiten zu dürfen, dessen Umweltbemühungen sich durch langfristiges Denken und Verantwortungsbewusstsein auszeichnen“, erklärt Anna Mårtensson, Environmental Manager im schwedischen Werk von Iggesund Paperboard in Iggesund. „Heute ist eine Umweltbelastung durch unser Werk im Vergleich zur Situation vor gut 50 Jahren quasi nicht existent.“

Als Iggesund 1916 die erste Zellstofffabrik aufbaute, gab es noch keine Umweltgesetzgebung, und Unternehmen konnten Faserabfälle und Chemikalien mehr oder minder nach Belieben in Luft und Wasser ablassen. In den ersten 50 Jahren der Fabrik hatte dies erhebliche negative Auswirkungen auf die Umwelt vor Ort. Die ersten Emissionsgrenzwerte wurden 1963 festgelegt, symbolischerweise im selben Jahr, als das berühmte Buch der Biologin Rachel Carson über den Einfluss von Pestiziden auf die Natur veröffentlicht wurde. Der stumme Frühling ließ die Alarmglocken schrillen und legte den Grundstein für die heutige Umweltbewegung.

„Mitte der 1960er Jahre hatte die Einleitung einer Kombination aus Prozesschemikalien und Zellulosefasern den Meeresboden im Umkreis der Fabrik in eine Unterwasserwüste verwandelt“, so Mårtensson weiter. „Das Wasser roch unangenehm und hatte eine bräunliche Farbe. Sensible Arten an der Spitze der Nahrungskette im marinen Ökosystem waren aus der Umgebung des Werks verschwunden.“

Seit den 1960ern haben sich die Auswirkungen der Fabrik auf die lokale Umwelt bedingt durch ökonomische und ökologische Anforderungen laufend verbessert. Die heutigen Produktionsverfahren nutzen den Holzrohstoff weitaus effizienter, so dass Ressourcen geschont werden und weniger organisches Material anfällt. Heute noch so hohe chemische Emissionen zu haben wie in den 1950er Jahren wäre unvorstellbar; stattdessen werden mehr als 99 Prozent der Prozesschemikalien recycelt. Seit den 1970ern wurden die Abwasserreinigungsmaßnahmen von Iggesund nach und nach zu einem dreistufigen Verfahren ausgebaut. Mit seiner mechanischen, biologischen und abschließenden chemischen Klärstufe ist es nahezu identisch mit dem Verfahren zur Trinkwasseraufbereitung.



„Seit den 1960er Jahren haben wir unsere lokale Umwelteinwirkung kontinuierlich reduziert, obwohl unsere Produktion gestiegen ist“, erklärt Anna Mårtensson, Environmental Manager im schwedischen Werk von Iggesund Paperboard in Iggesund. „Iggesund hat guten Grund, stolz auf diese Entwicklung zu sein sowie auf die Tatsache, dass die Kartonfabrik nun fast vollständig ohne fossile Energien betrieben wird.“

„Laut Aussage von Fachleuten entspricht die Lösung hier im Werk Iggesund dem besten derzeit verfügbaren Stand der Technik“, fügt Mårtensson hinzu. „Außerdem hat das Verfahren unsere Schwefel- und Phosphoremissionen radikal gesenkt, was besonders wichtig ist, weil unsere Abwässer in die Ostsee eingeleitet werden, die ohnehin stark von Eutrophierung bedroht ist.“

Die Luftemissionen der Fabrik haben sich in derselben Richtung entwickelt – die Werte für säuernd wirkenden Schwefel oder eutrophierend wirkenden Stickstoff sind so weit gesunken, dass ihre lokale Umwelteinwirkung kaum noch nachweisbar ist.

„Im Wasser rund um das Werk kann man wieder zum Verzehr geeignete Speisefische fangen“, erklärt Mårtensson. „Selbst mit Hilfe chemischer Analysen lassen sich diese Fische nicht mehr von solchen unterscheiden, die in Vergleichsgewässern abseits industrieller Anlagen gefangen werden. Wir freuen uns sehr darüber, dass Arten wie Seeadler und Robben, die aus der Umgebung der Fabrik verschwunden waren, inzwischen wieder zurückgekehrt sind.“

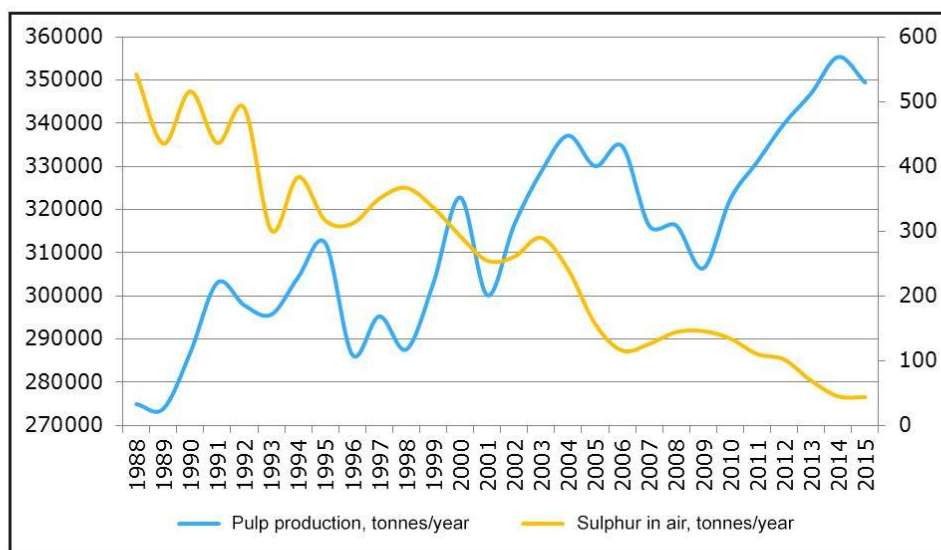
Schwefelemissionen sind ein Beispiel dafür, wie sich das systematische Umweltmanagement im Laufe der Zeit entwickelt hat. 1988 entließ das Werk Iggesund noch 1,98 Kilo Schwefel pro Tonne produzierten Zellstoffs in die Umwelt. Die heutigen Emissionen betragen mit 0,13 Kilo pro Tonne nur noch gut sechs Prozent davon. Der entsprechende Wert für die Gesamtmenge an Schwefel, die jährlich emittiert wird, ist von 540 Tonnen auf etwa 44 Tonnen pro Jahr gefallen. Damit sind die Schwefelemissionen insgesamt um 92 gesunken, obwohl die Produktion im selben Zeitraum um 25 Prozent gesteigert wurde.

In den letzten fünf Jahren hat Iggesund Paperboard zudem 360 Millionen Euro investiert, um die Produktionsanlagen in Schweden und Großbritannien auf Bioenergie umzustellen, so dass die Werke in Iggesund

und Workington nun fast vollständig ohne fossile Energieträger betrieben werden.

Im Sommer 2016 hat Iggesund eine neue Betriebsgenehmigung beantragt. Als ersten Schritt will das Unternehmen seine Zellstoffproduktion um 40.000 Tonnen pro Jahr erhöhen. Später möchte das Werk in Iggesund die Zellstoffproduktion um weitere 40.000 Tonnen und seine Kartonproduktion von heute 400.000 Tonnen auf 450.000 Tonnen jährlich steigern.

„Wir nehmen jetzt Gespräche mit den Behörden auf, und ich glaube, wir können eine Reihe guter Argumente in die Verhandlungen einbringen“, so Mårtensson abschließend. „Nicht zuletzt, weil wir auf ein halbes Jahrhundert ständiger Verbesserungen verweisen können.“



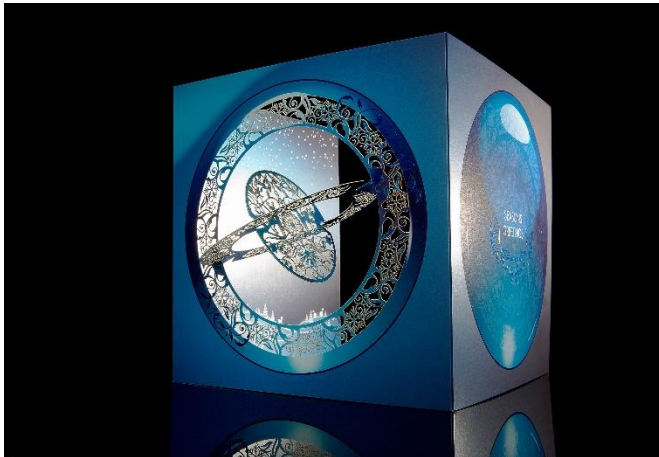
Iggesund Paperboard
825 80 Iggesund, Schweden
Telefon: +46 650 28 000
info@iggesund.com

IGGESUND
HOLMEN GROUP

Iggesund Paperboard wieder an der Spitze

Wie eine kürzlich erfolgte Markenumfrage des schwedischen Marktforschungsinstituts Opticom International Research unter europäischen Kartonverarbeitern und Markeninhabern ergab, gehören die marktführenden Marken Invercote und Incada des Kartonherstellers Iggesund Paperboard erneut zu den drei wertvollsten Marken auf dem europäischen Kartonmarkt.

Mit markantem Abstand zur Nummer 2, Performa von Stora Enso, erkoren die



Verarbeiter Invercote zu ihrem eindeutigen Favoriten. Incada belegte im Ranking der Verarbeiter unter den 14 Marken, die sich für die Liste der europäischen Marktführer qualifiziert hatten, den dritten Platz. Ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und Qualitätskonstanz sind die wichtigsten Faktoren für die Kartonwahl der

Verarbeiter. Beim Service kommt es ihnen vor allem auf Verfügbarkeit und Lieferzuverlässigkeit an.

„Wir haben kaum jemals etwas an der Qualität von Incada auszusetzen und erhalten immer hervorragende technische Unterstützung“, urteilte ein britischer Verarbeiter, der sich auf Kosmetika und andere Schönheitsprodukte spezialisiert hat.

„Invercote ist der Karton, den wir seit vielen Jahren hauptsächlich verwenden, und funktioniert in unserer Produktion einwandfrei“, lautet die Aussage eines anderen britischen Verarbeiters mit einer breiteren Produktpalette.

„Darüber freuen wir uns ungemein und sind stolz auf unsere wunderbaren und starken Marken, die für unsere Kunden, Kollegen und die Branche so wichtig sind“, kommentiert Marketing Strategy Director Charlotte Lagerwald als Verantwortliche für das Management und die Imagepflege der Iggesund-Marken. „Wenn unsere Kunden und andere Interessensgruppen uns so gut bewerten, ist das der Beweis, dass wir alles richtig machen und außerdem zum Erfolg unserer Kunden beitragen.“

Iggesund Paperboard hat als Unternehmen ebenso wie seine Produktmarken Invercote und Incada einen hohen und steigenden Wiedererkennungswert. Angesichts der Tatsache, dass die Mitbewerber von Iggesund, Stora Enso und Metsä Board, beide erheblich größere Unternehmen sind, ist dieser hohe Wert noch bemerkenswerter.

Ein entsprechendes Ranking von Kartonmarken hat Opticom auch auf der Grundlage von Umfragen unter Inhabern von Verbrauchermarken in den Marktsegmenten Trockenlebensmittel, Kühl- & Tiefkühlkost, Schokolade & Süßwaren, Weine & Spirituosen, Parfüms, Kosmetika & Schönheitspflege sowie Pharmazeutika erstellt. Invercote und Incada führen die Liste wiederum mit großem Abstand an und liegen in den Segmenten Parfüms sowie Kosmetika & Schönheitspflege auf dem ersten bzw. zweiten Platz.

„Natürlich beschränkt sich unsere Studie auf Europa, ist aber dennoch ein starkes Verkaufsargument im Rahmen unserer Bemühungen, den Umsatz in Asien und den USA zu steigern“, so Arvid Sundblad, der als VP Director Sales & Marketing für den globalen Umsatz von Iggesund Paperboard zuständig ist. „Unsere neuen Servicelösungen in Asien und an der amerikanischen Westküste gewährleisten die bislang fehlende Wettbewerbsfähigkeit auf diesen Märkten. Außerdem haben europäische Markeninhaber, die in Asien produzieren, nun eine größere Sicherheit, weil sie wissen, dass sie Invercote auch dort einsetzen können.“

Bildunterschrift:

Invercote ist die wertvollste Marke auf dem europäischen Kartonmarkt. Die andere Marke von Iggesund Paperboard, Incada, liegt auf dem dritten Platz. Das Foto zeigt eine Karte mit einem hochkomplexen Laserschnittmotiv nach einem Entwurf von Van Heertum Design im niederländischen Tilburg.

Produktionssteigerung und Weiterentwicklung bei Incada

Stabilere Qualität, Steigerung der Produktion und völlig neue Bedingungen: So lauteten die Ziele für die große Umbaumaßnahme, die in diesem Frühjahr in der Kartonfabrik von Iggesund Paperboard im englischen Workington stattfand. Der älteste Teil der Kartonmaschine, die Pressenpartie, wurde durch den neuesten Stand der Technik ersetzt. Der Umbau ermöglichte eine Erhöhung der Kapazität der Maschine um 20.000 Tonnen pro Jahr von 200.000 auf 220.000 Tonnen und legte den Grundstein für weitere Qualitätsverbesserungen.



Die Kartonfabrik von Iggesund Paperboard in Workington ist nach einer fast einmonatigen Betriebsunterbrechung zum Einbau einer neuen Pressenpartie wieder in Betrieb. Die neue Einheit ermöglicht eine größere Qualitätskonstanz und eine zusätzliche Produktionskapazität von 20.000 Tonnen jährlich.

„Das sind nur die unmittelbaren Auswirkungen, langfristig bedeutet die neue Pressenpartie jedoch, dass wir mit ihr eine modernere Plattform für unsere fortlaufende Entwicklungsarbeit erhalten haben, was für unsere künftige Wettbewerbsfähigkeit entscheidend sein wird“, so Bengt Löfroth, der in der Kartonfabrik Workington für die technische Strategie zuständig ist.

Der Umbau einer großen Papiermaschine ist ein Wettlauf gegen die Zeit. Durch die hohen Kapitalkosten ist jede Stunde Einnahmeverlust von großer Bedeutung. Das Projekt muss daher bis ins kleinste Detail geplant werden, damit alle Beteiligten genau wissen, was sie wann tun müssen. Die Planungen für eine Betriebsunterbrechung wie diese in Workington beginnen mehr als ein Jahr im Voraus.

„Im Rückblick haben unsere eigenen Mitarbeiter und auch die beteiligten Unternehmen hervorragende Arbeit geleistet“, lobt Ulf Löfgren, Geschäftsführer der Kartonfabrik Workington. „Sie haben Tag und Nacht gearbeitet, um für uns die optimalen Ergebnisse zu erzielen.“

Vor dem diesjährigen Umbau hatte Iggesund Paperboard seit der Jahrtausendwende bereits mehr als 200 Millionen Pfund in die Kartonfabrik Workington investiert. Heute ist Workington die einzige noch verbleibende Kartonfabrik auf den Britischen Inseln, die Primärfasern verarbeitet. Das Werk besitzt einen hohen technologischen Standard und ist eine ausgezeichnete Demonstration der ökologischen Vorteile von Karton im Vergleich zu anderen Verpackungsmaterialien. 2013 stellte die Kartonfabrik ihre Energieversorgung von

einem Tag auf den anderen von fossilem Erdgas auf Biomasse um. Durch diese Umstellung reduzierten sich die fossilen Kohlendioxidemissionen des Werks auf einen Schlag um 190.000 Tonnen pro Jahr, was den Abgasen von 65.000 Pkw entspricht. Die Investition, die dies ermöglichte, belief sich auf 108 Millionen Pfund.

Die neue Pressenpartie erhöht in Kombination mit anderen Maßnahmen, die zeitgleich mit dem Umbau umgesetzt wurden, zudem die Energieeffizienz der Kartonfabrik.

„Wir suchen ständig nach neuen Möglichkeiten, noch effizienter zu werden und die von uns genutzten

Ressourcen zu schonen“, erklärt Bengt Löfroth. „Was wir jetzt gerade getan haben, bedeutet eine weitere Reduzierung unseres Energieverbrauchs um fast 10 Prozent – was schon an sich eine Leistung ist.“

Der in Workington produzierte Chromokarton heißt Incada. Er wird aus Primärfasern hergestellt und ist so konstruiert, dass seine Steifigkeit ihn vor allem als Verpackungsmaterial für Unternehmen prädestiniert, die sich neben einem guten Schutz ihrer Produkte bei geringem Verpackungsgewicht auch die bestmöglichen Druckergebnisse auf ihrer Verpackung wünschen.



„Die neue Pressenpartie ist eine technologische Plattform, die für unsere künftige Wettbewerbsfähigkeit entscheidend sein wird“, erklärt Bengt Löfroth, der in der Kartonfabrik Workington für die technische Strategie zuständig ist.



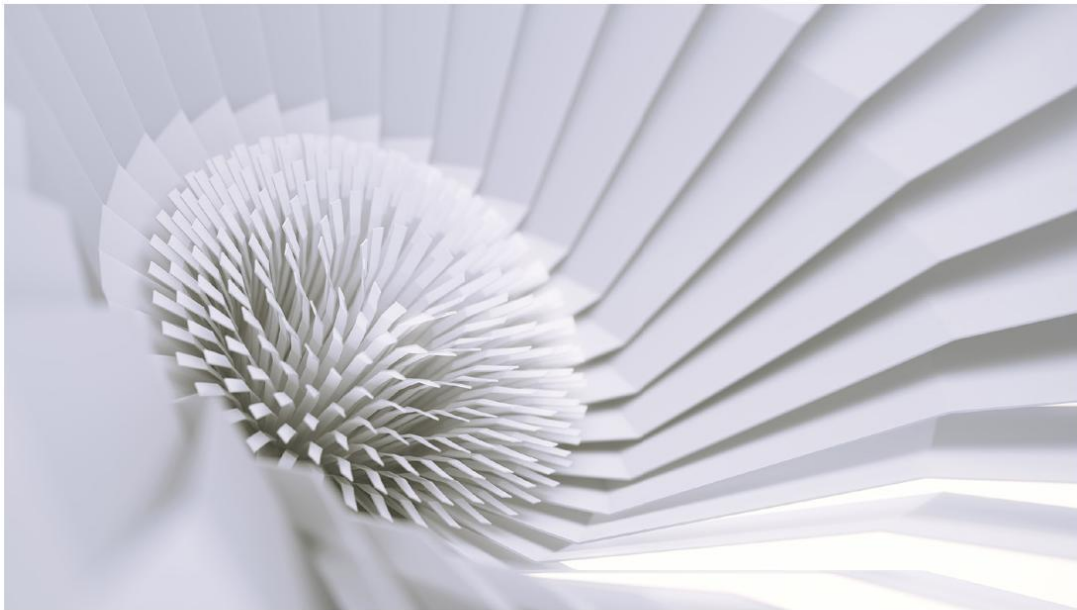
„Unser Umbau hat gut geklappt – alles lief wie geplant, und der Wiederanlauf war ein Erfolg“, kommentiert Ulf Löfgren, Geschäftsführer der Kartonfabrik von Iggesund Paperboard in Workington.

Iggesund Paperboard
825 80 Iggesund, Schweden
Telefon: +46 650 28 000
info@iggesund.com

IGGESUND
HOLMEN GROUP

Iggesund konzentriert sich auf Japan

Iggesund Paperboard expandiert im Bereich Asien-Pazifik und wird am 1. September nun auch ein Verkaufsbüro in Japan eröffnen. Im Laufe des letzten Jahres hat Iggesund bereits eine Servicestation mit Bogenschneide- und Lagerkapazitäten in Taiwan eingerichtet, um die Lieferzeiten in dieser Region zu verkürzen.



„Traditionell hat sich Iggesund hauptsächlich auf Europa konzentriert, doch jetzt setzen wir andere Schwerpunkte, um unseren globalen Umsatz zu erhöhen“, erläutert Arvid Sundblad, der Vice President Sales and Marketing von Iggesund. „Seit mehr als einem Jahrzehnt beobachten wir, wie sich die Weiterverarbeitung von Verpackungen für Verbrauchsgüter von Westeuropa in andere Regionen verlagert, vor allem in den Osten“, so Sundblad. „Markeninhaber mit Firmensitz in einem Teil der Welt können ihre Produkte ebenso wie ihre Verpackungen durchaus in einem anderen Erdteil herstellen lassen. Genau das bedeutet Globalisierung, und darauf müssen wir uns einstellen.“

Der japanische Papier- und Kartonmarkt ist für seinen hohen Qualitätsanspruch bekannt. Invercote, das Premiumprodukt von Iggesund, wird der Grundstein der neuen Unternehmung sein. Der Karton hat sich in den mehr als 100 nationalen Märkten, in denen er verkauft wird, in den hochwertigsten Segmenten etabliert. Da er aus Primärfasern hergestellt wird und hohe Reinheitsstandards erfüllt, dürfte er in Japan gut ankommen.

„Als wir beschlossen, uns stärker auf den globalen Umsatz zu konzentrieren, war einer unserer ersten Schritte die Weiterentwicklung unseres Lieferservices außerhalb Europas“, erklärt Ivan Chong, der Iggesund-Geschäftsführer für den Bereich Asien-Pazifik. „Seitdem haben wir neue Lager- und Bogenschneideeinrichtungen an der amerikanischen Westküste und in Taiwan eingerichtet, die zu radikalen Verkürzungen der Lieferzeiten nach Asien geführt haben.“

Iggesund ist jetzt seit beinahe zwei Jahrzehnten in Singapur und Hongkong vertreten und konnte in dieser Zeit große Erfolge beim Ausbau des Umsatzes verzeichnen. Die bessere Verfügbarkeit in dieser Region bietet nun gute Aussichten für das Unternehmen, nicht nur in Japan, sondern im gesamten asiatischen und pazifischen Raum eine breitere Marktabdeckung zu erreichen.

„Durch den optimierten Lagerbestand und Service haben wir die Karten neu gemischt“, so Chong. „Jetzt können wir dort im Wettbewerb mithalten, wo wie früher wegen der langen Lieferzeiten nicht einmal eine Option waren.“

Dank unserer neuen Lieferkapazitäten konnten wir bereits einige neue Aufträge gewinnen.“

„Wir haben großen Respekt vor der japanischen Geschäftskultur und stellen daher nur japanische Mitarbeiter ein“, erklärt Chong weiter. „Neben unserem langfristigen Engagement wird dieser Faktor unserer Meinung nach für den Erfolg in Japan entscheidend sein.“

„Qualität hat in Japan einen äußerst hohen Stellenwert“, fährt er fort. „Hygiene, Reinheit sowie Geruchs- und Geschmacksneutralität sind nur einige der Aspekte, die in diesem Markt stärker betont werden als in vielen anderen. Deshalb sind wir überzeugt, dass Invercote hervorragende Chancen hat, sich hier erfolgreich durchzusetzen.“

Invercote wird bereits seit langer Zeit durch den renommierten japanischen Papierhändler Takeo vertrieben, vor allem auf dem Markt für Grafikprodukte. Diese Geschäftsbeziehung bleibt bestehen. Das neue Verkaufsbüro wird neue Geschäftsmöglichkeiten im Bereich Premiumverpackungen und im Grafiksegment weiterentwickeln, wo die Qualitäten von Invercote besonders geschätzt werden.

„Wir halten es für einen eindeutigen Vorteil, zwei Vertriebskanäle für diesen anspruchsvollen Markt vorzuhalten“, fasst Arvid Sundblad abschließend zusammen.



„Wir haben großen Respekt vor der japanischen Geschäftskultur und stellen daher nur japanische Mitarbeiter ein. Neben unserem langfristigen Engagement wird dieser Faktor unserer Meinung nach für den Erfolg in Japan entscheidend sein“, erklärt Ivan Chong, Iggesund-Geschäftsführer für den Bereich Asien-Pazifik.

Iggesund Paperboard
825 80 Iggesund, Schweden
Telefon: +46 650 28 000
info@iggesund.com

IGGESUND
HOLMEN GROUP

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

GUERRESHEIMER – EN

Gerresheimer Tettau gets a new furnace for cosmetic glass

Düsseldorf/Munich/Tettau, June 8, 2016 – The Gerresheimer Group's Tettau plant manufactures hundreds of millions of glass containers for the cosmetics industry every year. Two furnaces operate around the clock to supply the production lines with their hot raw material; the molten glass that is used to make diverse bottles and jars for perfumes, cosmetic creams and other beauty products. In June, the older of the two flint glass furnaces was replaced with a new, more powerful furnace and the plant's production technology was upgraded.



“Gerresheimer is an experienced partner to its customers in the cosmetics industry. Customer satisfaction is our quality and performance benchmark. We’re investing in our cosmetic glass production operations so that we can more effectively meet our customers’ needs in future,” said Bernd Hörauf, General Manager in Tettau.

The new furnace satisfies all statutory requirements of exhaust gases and air purity, and it has a completely sealed melting basin to improve energy efficiency. This will considerably reduce energy consumption. Gerresheimer’s investment in the Tettau plant is also providing new jobs



and offering existing employees better job security. “All of the employees were involved in the project. They were very team spirited, and happy to accommodate all the inconveniences associated with the installation of a new furnace,” explained Bernd Hörauf. “Collaboration on projects like this is a very special experience and you can tell that they're all very proud to have been part of it.” The same applies to Bernd Hörauf, who has been with the company for 33 years, and knows his plant inside out. “A new furnace is always a big event.”

Gerresheimer manufactures syrup bottles, molded bottles, dropper bottles, tablet jars, wide-necked jars, cream jars, perfume bottles, nail varnish bottles, roll-on deodorant bottles, vials and infusion bottles for the cosmetic and pharmaceutical industries. The cataloged product range currently includes several hundred standard products, plus many customer-specific designs.



The Gerresheimer Group's Tettau plant manufactures hundreds of millions of glass containers for the cosmetics industry every year.

Further information

[Gerresheimer Primary Packaging Glass Cosmetics](#)

[Gerresheimer Tettau](#)

[About Gerresheimer](#)

Gerresheimer is a leading global partner to the pharma and healthcare industries. The company's special glass and plastic products contribute to health and well-being. Gerresheimer is a global organization with 11,000 employees and manufacturing operations in the local markets, close to customers. It has over 40 production facilities in Europe, North and South America and Asia generating revenue in excess of EUR 1.4 billion. The comprehensive product portfolio includes pharmaceutical packaging products as well as convenient and safe drug delivery systems such as insulin pens, inhalers, pre-fillable syringes, vials, ampoules, bottles and containers for liquid and solid pharmaceuticals with closure and safety systems, plus cosmetic packaging products.

Media contacts

Jens Kürten Marion Stolzenwald

Group Senior Director Communication & Marketing Senior Manager Corporate Communication

Tel. +49 211 6181-250 Tel. +49 211 6181-246

Fax +49 211 6181-241 Fax +49 211 6181-241

E-Mail j.kuerten@gerresheimer.com E-mail m.stolzenwald@gerresheimer.com

You can download photos on this topic from our homepage. If required, we can also send you high-resolution data. Reprint free of charge. © Gerresheimer AG

LuxePack 2016: Gerresheimer manufactures bottles for Star Wars perfumes

Düsseldorf/Monaco, June 30, 2016. One of the highlight products at the Gerresheimer stand are the bottles for the Star Wars perfumes Empire, Jedi and Amidala. Each of them has a design based on the famous lightsaber.

This Star Wars trilogy includes the three galactic fragrances Jedi, Empire and Amidala, which all have different symbolic color schemes. The silver and blue of the Jedi, and the gold and white of Amidala signify the light side of the Force, while the dark side of the Force is represented by the black and red of the Empire.

A metallized finish gives the bottles the appearance of a technical product. This effect is enhanced by a mechanical twist-off cap that sits on top of the bottle like a futuristic object straight out of a Star Wars movie.

The Star Wars fragrances come in 40 and 60 ml bottles instead of the standard 30 and 50 ml sizes.



The Star Wars bottles' design was inspired by the lightsaber.

Individually marbled surface finishes

Gerresheimer has introduced a new decorative finish for glass bottles called Marble Decoration. This new technique is used to apply individual marble-effect patterns in selected colors on both transparent and color-lacquered glass to create unique results on every single bottle.



Gerresheimer bottles with the "Marble Decoration" finish

LuxePack is a very important platform for a cosmetic glass bottle and jar manufacturer such as Gerresheimer to network with the experts in the cosmetics world. Customers, partners and fair visitors are welcome to visit Gerresheimer at Stand RC 9 in the Grimaldi Forum from September 21 to 23.

Further information

[Gerresheimer Primary Packaging Glass Cosmetics](#)

About Gerresheimer

Gerresheimer is a leading global partner to the pharma and healthcare industries. The company's special glass and plastic products contribute to health and well-being. Gerresheimer is a global organization with 11,000 employees and manufacturing operations in the local markets, close to customers. It has over 40 production facilities in Europe, North and South America and Asia generating revenue in excess of EUR 1.4 billion. The comprehensive product portfolio includes pharmaceutical

packaging products as well as convenient and safe drug delivery systems such as insulin pens, inhalers, pre-fillable syringes, vials, ampoules, bottles and containers for liquid and solid pharmaceuticals with closure and safety systems, plus cosmetic packaging products.

Media contacts

Jens Kürten
Group Senior Director Communication & Marketing
Tel. +49 211 6181-250
Fax +49 211 6181-241
E-Mail

Marion Stolzenwald
Senior Manager Corporate Communication
Tel. +49 211 6181-246
Fax +49 211 6181-241

You can download photos on this topic from our homepage. If required, we can also send you high-resolution data. Reprint free of charge. © Gerresheimer AG

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

GUERRESHEIMER – ALL

LuxePack 2016: Gerresheimer produziert die Flakons für Star Wars Perfumes

Düsseldorf/Monaco, 30. Juni 2016. Das Top-Highlight auf dem Gerresheimer Stand sind die Flakons für Star Wars Perfumes: „Empire“, „Jedi“ und „Amidala“. Sie sind vom Design des bekannten Lichtschwertes inspiriert.

Diese Star Wars Trilogie besteht aus den drei galaktischen Düften „Jedi“, „Empire“ und „Amidala“, welche sich durch symbolische Farbwelten unterscheiden: Das Silber und Blau von Jedi, sowie das Gold und Weiß von Amidala stehen für die helle Seite der Macht. Die dunkle Seite der Macht wird durch das Schwarz und Rot von Empire verkörpert.

Durch eine veredelte Metallisierung der Oberfläche wirkt der Flakon auf den ersten Blick wie ein technisches Produkt. Dieser Effekt wird durch eine mechanische Drehverschluss-Kappe ergänzt, welche auf dem Flakon thront wie auf einem futuristischen Objekt, das geradewegs aus einem der Star Wars Filme geschnitten wurde.

Statt des üblichen Flaschenvolumens von 30 und 50 ml werden die Düfte in 40 und 60 ml angeboten.



Die Flakons für Star Wars sind vom Design des Lichtschwertes inspiriert.

Individuelle Veredelung mit Marble Decoration

Eine neue Dekorationsidee ist Gerresheimer „Marble Decoration“ zur Veredelung von Glasflakons. Mit dieser neuen Dekorationstechnik entstehen, auf transparentem oder auch auf zuvor bunt lackiertem Glas, individuelle Muster in ausgewählten Farben. Auf diese Weise wird jeder Flakon ein Unikat.



Gerresheimer Flakons mit Marble Decoration

Die LuxePack ist für Gerresheimer als Hersteller von Glasflakons und -tiegeln eine sehr wichtige Plattform für den Austausch unter Fachleuten aus der Kosmetikwelt. Kunden, Geschäftspartner und Interessenten sind am Stand RC 9 von Gerresheimer im Grimaldi Forum vom 21. Bis zum 23. September herzlich willkommen.

Weitere Informationen

[Gerresheimer Primary Packaging Glass Cosmetics](#)

Über Gerresheimer

Gerresheimer ist ein weltweit führender Partner der Pharma- und Healthcare-Industrie. Mit Spezialprodukten aus Glas und Kunststoff trägt das Unternehmen zu Gesundheit und Wohlbefinden bei. Gerresheimer ist weltweit vertreten und produziert mit seinen 11.000 Mitarbeitern dort, wo seine Kunden und Märkte sind. Mit über 40 Werken in Europa, Nord-

und Süd-Amerika und Asien erwirtschaftet Gerresheimer einen Umsatz von rund 1,4 Milliarden Euro. Das breite Angebotsspektrum umfasst pharmazeutische Verpackungen sowie Produkte zur einfachen und sicheren Verabreichung von Medikamenten: Insulin-Pens, Inhalatoren, vorfüllbare Spritzen, Injektionsfläschchen, Ampullen, Flaschen und Behälter für flüssige und feste Medikamente mit Verschluss- und Sicherheitssystemen sowie Verpackungen für die Kosmetikindustrie.

Pressekontakt

Jens Kürten

Group Senior Director Communication & Marketing

Telefon +49 211 6181-250

Telefax +49 211 6181-241

E-Mail j.kuerten@gerresheimer.com

Marion Stolzenwald

Senior Manager Corporate Communication

Telefon +49 211 6181-246

Telefax +49 211 6181-241

E-Mail m.stolzenwald@gerresheimer.com

Bildmaterial können Sie direkt über unsere Homepage abrufen. Auf Wunsch schicken wir Ihnen auch gern Feindaten. Abdruck honorarfrei, Belegexemplar erbeten. © Gerresheimer AG

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

GRAFOBAL – EN

**We have been creating Grafobal packaging together
for already one hundred eleven years**

GRAFOBAL joint stock company Skalica (SK) has one hundred and eleven years of existence and ten WorldStar Awards for Packaging under its belt. It will be presenting at the fair of professional manufacturers of luxury packaging products in Monaco (21 to 23 September 2016) called Luxe Pack for the first time. You will find the Grafobal exhibition (Diaghilev hall, stand number 38) according to the corporate black, red and white colors.

Grafobal is one of the leaders in the production of flawless packaging on the Central and Eastern Europe market. Its goal in Monaco is to attract attention to its long tradition of quality production, the innovative potential of its specialists as well as the possibility of serving customers from almost all over Europe. The Packaging Division of Grafobal Group consists of five major production facilities: the leading company in the

Packaging Division Grafobal Skalica (SK), Grafobal Bohemia (CZ), Grafobal Don (RU)
Grafobal Bulgaria (BG) and Grafobal Vilnius (LT).

The Grafobal stand at the Luxe Pack fair is adorned with industry leading packaging solutions awarded at prestigious international events. This particularly includes the ingenious, ecological and luxury packaging designated with the prestigious WorldStar Award for Packaging, such as luxury gift "Champagne", the CHRISTMAS CHEESE SELECTION gift box, exclusive packaging for Pálava wine or Illu luxury chocolate packaging.



INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

INESSENS – FR

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

ASET BIDOIT EN CONSTANT DEVELOPPEMENT DEPUIS 20 ANS CHANGE DE NOM POUR DEVENIR INESSENS

PRÉSENT AU
LUXE PACK
MONACO

STAND E 29

En constante croissance depuis sa création, le spécialiste de l'impression des étiquettes de vins et spiritueux, ASET BIDOIT, fête en 2016 sa **20ème année d'existence**. Cette année charnière est aussi celle d'une accélération en matière d'investissements avec **13 millions d'euros** axés principalement sur de nouveaux outils de production et sites de fabrication. Ces investissements ont pour vocation de poursuivre notre croissance dans un secteur en pleine concentration et devenir un acteur incontournable au niveau national.

C'est dans ce contexte que le groupe a décidé de changer de nom dans un objectif de cohérence avec notre raison d'être : être plus qu'un imprimeur pour nos clients. Nous avons donc décidé que notre nouvelle identité porterait les initiales de nos valeurs et de nos principes d'action forts qui nous caractérisent et qui portent notre développement : **ASET BIDOIT** devient **INESSENS**.

DATE DE MISE À JOUR : SEPTEMBRE 2016



ASET-BIDOIT UNE CROISSANCE RÉGULIÈRE

Créée en 1996 en Languedoc avec 7 personnes seulement – ce qui donnera le nom d'ASET, "7" personnes – menée par l'actuel Président, M. Eric GROSHENS, l'entreprise s'est développée géographiquement en 2004 tout d'abord par le rachat de l'imprimerie BIDOIT Cognac, puis par celui de Roy Frères Bourgogne, ancienne filiale du groupe Bourguignon Picard, rachetée début 2008. Leurs complémentarités permettent de répondre l'ensemble des besoins des clients en étiquettes adhésives et traditionnelles (colle-froide).

Debut 2016, M. Georges Moreira est venu renforcer l'équipe de direction en tant que Directeur Général.

ASET-BIDOIT DEVIENT INESSENS

Depuis 20 ans, soutenu par un actionariat familial stable, notre groupe a su se renouveler et se diversifier avec un réel esprit de conquête pour accompagner nos clients et l'évolution des marchés des étiquettes. Le développement de notre groupe est lié à l'engagement quotidien de tous ses collaborateurs au service de ses clients, autour de principes d'action forts :

Investissements & Indépendance
 Novateur & Naturellement l'écoute
 Savoir-faire & Solutions d'impressions
 Simplicité & Sûreté
 Ethique & recherche de l'Excellence
 Nouveaux services innovants & Notamment différents
 Sens du partage, Satisfaction de nos clients & de nos collaborateurs

INESSENS marquera la fois la continuité de ce que nous avons construit depuis 20 ans et la naissance de nombreux projets innovants pour nos clients et nos collaborateurs.

INESSENS. L'INNOVATION DANS L'IMPRESSION

Depuis sa création, l'objectif ultime du groupe est de répondre aux besoins qualitatifs et quantitatifs de nos clients en gardant l'esprit la nécessité d'améliorer sans cesse les coûts et les délais. C'est grâce de lourds investissements en matériel et en recherche et développement qu'INESSENS peut répondre cette demande.

Toujours l'écoute des tendances, acteur plutôt que suiveur, le groupe développe un outil de production à la pointe de la technologie pour proposer des techniques d'impression innovantes et valorisantes pour les étiquettes de nos clients.

Dorure galbée, impression sur dorure galbée, micro-embossage, pelliculage chaud soft touch, vernis tactile et vernis soft-touch en impression traditionnelle... autant de techniques que peu de confrères sont même de proposer, et qui pourtant apportent une réelle valeur ajoutée aux étiquettes de nos clients.

Une partie des nouveaux investissements est orientée vers le renforcement du parc machine des 3 sites existants afin de répondre aux demandes de façon encore plus réactive avec l'arrivée d'une 2ème rotative offset Cognac, des investissements au niveau du conditionnement, une nouvelle Gallus Chassagne Montrachet, et le remplacement de la presse UV Montrachet de L'Aude.

INESSENS
Visiblement différent



INNOVATIONS PRÉSENTÉES AU LUXE PACK MONACO STAND E 29

EFFET 3D FANTASTIQUE AVEC LA REIMPRESSION SUR DORURE GALBÉE



La réimpression sur dorure galbée offre de multiples possibilités pour apporter du détail et de la profondeur aux habillages :

- Le relief est plus visible.
- Le galbe modelé est mis en valeur grâce à une réimpression sur les détails. L'illustration est affinée et mieux travaillée.
- Une teinte imprimée en dégradé sur l'une des faces de la dorure galbée pointe de diamant lui apporte luminosité et relief.
- Possibilité de vieillir un or
- Rendu "double dorure" galbée.

DATE DE MISE À JOUR : SEPTEMBRE 2016

ASPECT PEAU DE PÊCHE SOFT TOUCH

INESSENS propose une nouvelle technique de pelliculage à chaud SOFT TOUCH, qui se dépose comme la dorure mais en aplat complet. Il offre un joli rendu visuel (plus la couleur de fond est foncée, plus le rendu peau de pêche est visible) et un toucher très doux.

Ses avantages principaux sont :

- La protection contre l'abrasion et contre l'humidité.
- Son aspect doux et la possibilité de rajouter du contraste en le combinant avec une dorure standard ou galbée ou un vernis tactile brillant standard ou tactile.



LUTTER CONTRE LA CONTREFAÇON AVEC LA DORURE HOLOGRAPHIQUE OU MICRO-EMBOSSÉ

Pour lutter contre la contrefaçon, INESSENS propose plusieurs solutions dont la dorure holographique pour imprimer des logos en fonds avec une extrême finesse rendant l'habillage difficile à contrefaire. La dorure micro-embossée peut aussi être compliquée à copier. Cela reste une solution simple mais efficace pour éviter les abus et les copies frauduleuses.



CONTACT INESSENS : Christelle DUBOIS - 06 68 32 66 00 - c.dubois@inessens.fr

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

INOTECH PACKAGING – EN

Floating Crystals: making jars really sparkle with glittering crystals.

Nabburg. Eyes twinkle at the gleaming packaging design – the new INOTECH jars sparkle with Swarovski crystals which are completely encapsulated in plastic. The novel design for screw-top jar production gives rise to a completely new visual appearance, all manner of creative freedoms and the highest quality for products.

They are a real eye-catcher. They are one of a kind. And, last but not least, they have that sparkle which gives every valuable product an extra kick of glamour – the new INOTECH jars which incorporate high-quality crystals into their transparent walls. The extraordinary sparkling effect surprises, staggers and appears technically impressive to the beholder with its perfection.

This innovation – which goes by the name of “*Floating Crystals*” and which was developed by INOTECH in close cooperation with Swarovski – sets clear trends in four different points in particular: the Swarovski crystals are completely embedded in the walls. The splendor to which this gives rise is unique. What’s more, this special production method allows you all of the creative freedom you could wish for. Be it combinations of crystals and text elements or combined with image areas – there are no limits when it comes to creativity. There are also endless possibilities with regards to the size and cut of the Swarovski crystals as well as their colors. High-tech par excellence comes to the fore here. With many years of experience, certified production

quality, constant innovation and highly developed professional technology, INOTECH has managed to produce this unique product development. The new injection molding technology makes the result possible in the first place and allows sparkling, luminous selected Swarovski crystals to be integrated into a thick-walled plastic jar in a way never seen before.

With “*Floating Crystals*”, an internationally unique development, the company INOTECH Kunststofftechnik GmbH has managed to take a technical quantum leap in the field of cosmetics packaging in cooperation with Swarovski: a product jar, which communicates the value of its contents to the outside world at first glance and the fascinating and clear crystal glamour of which impresses the beholder. It both underlines and reflects its premium contents – without the need for any words at all. When the outer visual appearance is so sophisticated, so spectacular, so unusual and so particularly unique, you only have to have a quick look to realize how valuable the product in the jar actually is.

INOTECH Group

With over 25 years of experience, the INOTECH Group is a specialist and full-service partner for the development and manufacture of top-quality injection molded parts and blow molded plastic components. At three locations in Germany, the Czech Republic and Bulgaria, around 500 employees produce both standard products – which may be individualized with application and decoration technologies – and customer-specific packaging systems. INOTECH supports the customer from the first idea to the market launch of sophisticated and exclusive packaging designs. With top-class technologies, impressive innovations and targeted investments, the company from Nabburg secures its customers a clear competitive edge.

www.inotech.de

Swarovski

Swarovski delivers a diverse portfolio of unmatched quality, craftsmanship, and creativity.

Founded in 1895 in Austria, Swarovski designs, manufactures and markets high-quality crystals, genuine gemstones and created stones as well as finished products such as jewelry, accessories and lighting. Now celebrating its 121st anniversary and run by the fifth generation of family members, Swarovski Crystal Business has a global reach with approximately 2,680 stores in around 170 countries, more than 26,000 employees, and revenue of about 2.6 billion euros in 2015.

Together with its sister companies Swarovski Optik (optical devices) and Tyrolit (abrasives),

Swarovski Crystal Business forms the Swarovski Group. In 2015, the Group generated revenue of about 3.37 billion euros and employed more than 30,000 people. The Swarovski Foundation was set up in 2012 to honor the philanthropic spirit of founder Daniel Swarovski. Its mission is to support creativity and culture, promote wellbeing, and conserve natural resources.

www.swarovskigroup.com



INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

JAMES CROPPER – FR

JAMES CROPPER TO SPARK APPETITE FOR PREMIUM FOOD PACKAGING AT LUXE PACK

British master papermaker James Cropper is set to take a bite of the food packaging industry by unveiling its first ever food contact-approved range of papers at this year's Luxe Pack exhibition in Monaco.

The luxurious range, named Dolcelicious, is designed to elevate the packaging experience for premium food brands and is suitable for contact with dry, moist and fatty foodstuffs. The range is available in 11 eye-catching colours, including Lemon Drizzle, Liquorice, Silver Spoon and Kiwi Fizz.

Richard Burnett, market development manager at James Cropper, said: "We've been working with a variety of brands within the food industry for some time and realised there is a growing demand for high-quality coloured papers in this sector. Whether it's a high-end chocolatier or a speciality tea and coffee brand, there's a huge amount of competition to stand out in the market with a unique packaging solution. That's why we developed Dolcelicious.

"We're hugely excited to launch such a groundbreaking range and couldn't think of a more fitting place to do so than Luxe Pack."

The range has been designed to suit a variety of styles, from organic, subtle and natural to glamorous, rich and bold. Attendees of the show will be able to browse

the many options presented by Dolcelicious, while experts will be on hand to provide individual consultations.

James Cropper will also be showcasing its new 'Tailor Made' service at the exhibition. The service allows brands to work with the company's paper experts to develop innovative, custom-made packaging products that complement their style and strengthen the customer experience.

Susan Wilson, global packaging director at James Cropper, said: "Creating personalised solutions to brands' paper requirements has always been at our core but now, with Tailor Made, we're taking our bespoke service to a new level. Being fully immersed in the world of premium and luxury, we know how important it is for brands operating in that sector to express their individuality through their packaging, and we're here to work closely with them to facilitate that.

"From the way the paper's engineered, through to how it's coloured, converted and embossed, we draw on our 170 years of paper-making expertise to create truly bespoke packaging that allows brands to tell their story through paper."

James Cropper will be at Stand DB9.

For more information about Dolcelicious or to request a sample, visit

www.dolcelicious.com.

For more information about James Cropper, visit www.jamescropper.com.



-ENDS-

Media contacts:

Lexi Gerry and Andrew Shaw at Peppermint Soda

jamescropper@peppermintsoda.co.uk

NOTES TO EDITOR

About James Cropper

James Cropper are prestige paper innovators based in the English Lake District, supplying distinct, custom-made paper products to many of the world's leading luxury brands, art galleries and designers. Celebrating 170 years of high quality paper production in 2015, the business has been carefully stewarded and nurtured by six generations of the Cropper family and is renowned globally for individual expertise in colour, dedicated responses to the most challenging custom projects and award-winning commitment to the highest standards of sustainability. A network of global sales and production facilities from Europe to the Far East provides local customer service to international clients, while its historic base in the village of Burneside retains nearly two centuries worth of papermaking expertise.

About Technical Fibre Products (TFP)

As well as paper products, James Cropper plc also incorporates Technical Fibre Products (TFP), manufacturers of non-woven materials from carbon, glass and polymer fibres, which play a key part in production of composites in the automotive, energy and aerospace sectors.

About James Cropper 3D Products

With James Cropper 3D Products, James Cropper plc has created the next generation of sustainable moulded paper packaging. Available in a wide variety of colours and with a naturally tactile finish, the product has a clear focus on quality and is design-engineered to suit all packaging needs. Features to improve product value and packaging integrity, such as personal embossing, natural hinges and cut-outs, enhance brand impact. All packaging products are recyclable and made from 100 per cent renewable natural fibres.

For further information visit: www.jamescropper.com , www.jc3dp.com and www.tfpglobal.com

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

JAMES CROPPER – EN



Introducing

Company: James Cropper
 Year founded: 1845
 Location: Burneside, Cumbria, UK
 CEO: Phil Wild

James Cropper is based in the Lake District, England with a paper-making heritage that started in 1845. The business is renowned globally for producing distinct, custom-made paper products used in luxury packaging, digital inkjet, galleries and museums. Celebrating 170 years of high quality paper production in 2015, the business has been carefully stewarded and nurtured by six generations of the Cropper family and is renowned globally for individual expertise in colour, dedicated responses to the most challenging custom projects and award-winning commitment to the highest standards of sustainability.

A network of global sales and production facilities from Europe to the Far East provides local customer service to international clients, while an historic base in the village of Burneside retains nearly two centuries worth of papermaking expertise.

James Cropper PLC also incorporates James Cropper 3D Products, creating the next generation of sustainable moulded paper packaging and Technical Fibre Products (TFP), manufacturers of non-wovens which play a key part in the production of composites in energy and aerospace sectors. For further information visit: www.jamescropper.com, www.jc3dp.com and www.tfpglobal.com

Fast Facts

- James Cropper is the UK's only independently owned paper manufacturer with 170 years of experience in the industry
- As a specialist mill James Cropper is well positioned with a wide range of capabilities to offer a suite of innovative solutions in the following areas:
 - Luxury packaging
 - Food contact packaging
 - Print and publishing
 - Galleries, museums and framing
 - High finish inkjet paper
- James Cropper produces 45,000 tonnes of paper each year
- James Cropper provides paper for luxury brands' packaging
- As an innovator in reclaimed paper-based products James Cropper has pioneered an award winning paper recycling process which enables the separation of plastic from paper
- James Cropper currently produces food contact papers for luxury confectionery, premium drinks and artisan baked goods brands, items for direct contact with food are certified with the European standard BFR36
- James Cropper supplies 80 per cent of paper for the British hardback publishing industry

Case Studies & Photography

Available on request

Contact

Lexi Gerry and Andrew Shaw
 +44 (0)161 941 4252
jamescropper@peppermintsoda.co.uk
 or PR@cropper.com

James Cropper goes Tailor Made for Packaging Innovations

British master papermaker James Cropper is inviting brands to celebrate their uniqueness by unveiling its new 'Tailor Made' service at this year's Luxury Packaging Innovation and Luxepack exhibitions.

With over 170 years of experience providing innovative, custom-made paper products, James Cropper understands the need for brands to stand out and, this year, the Lake District-based business is placing particular emphasis on these credentials with the launch of Tailor Made. The service will be showcased at the exhibitions, which take place on 14 and 15 September at Olympia in London and 21, 22 and 23 September at the Grimaldi Forum in Monaco.

Susan Wilson, Global Packaging Director at James Cropper, said: *"Creating personalised solutions to brands' paper requirements has always been at our core but now, with Tailor Made, we're taking our bespoke service to a new level. Being fully immersed in the world of premium and luxury, we know how important it is for brands operating in that sector to stand out and express their individuality through their packaging, and we're here to work closely with them to facilitate that."*

The extensive variables available through the Tailor Made service range from the individual fibres used to the ways they're engineered, coloured, converted and embossed. For retailers wishing to advocate sustainability, for example, ingredients such as coffee cups or post-consumer waste can be used, while unique shades of soft-touch papers can be developed for a sophisticated impression.

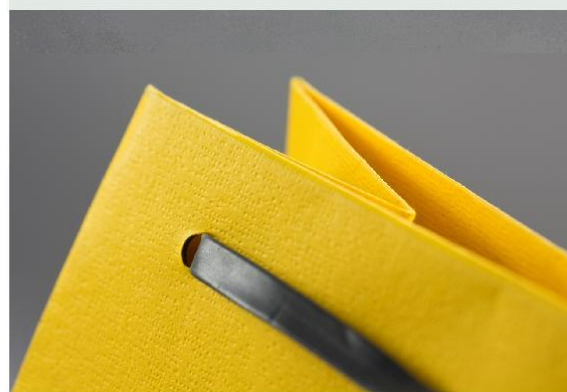


Susan continued: *"The Tailor Made service allows brands to tell their story through paper and explore the endless creative possibilities presented by such a versatile product. We allow clients to focus purely on their vision and let their imaginations run wild – then we bring their ideas to life, utilising the experience, tools and expertise we've developed over almost two centuries. The result is a truly custom product that perfectly complements and elevates a brand's offering."*

Packaging Innovations and Luxury Packaging bring together over 170 leading suppliers and over 4,000 packaging buyers to share ideas and forge working relationships. The two-day event will also feature a range of seminars and networking events.

Attendees will be able to browse a selection of James Cropper's premium paper ranges and packaging solutions, while experts will be on hand to provide individual consultations.

James Cropper will be at **Stand H14** at the **Luxury Packaging London** and **Stand DB9** at **Luxepack Monaco**



James Cropper to Spark Appetite for Premium Food Packaging

British master papermaker James Cropper is set to take a bite of the food packaging industry with the unveiling of its first ever food contact-approved range of papers.

The luxurious range, named DOLCELICIOUS, is designed to elevate the packaging experience for premium food brands and is suitable for contact with dry, moist and fatty foodstuffs. The range is available in 11 eye-catching colours, including Lemon Drizzle, Liquorice, Silver Spoon and Kiwi Fizz.

Food contact paper has never been so versatile – with a choice of organic, subtle and natural or glamorous, rich and bold colours in a variety of finishes ranging from soft and tactile, to glass-like gloss or metallic sheen. Customers can combine colour and texture to create an exceptional food contact paper to complement their brand.

Richard Burnett, market development manager at James Cropper, said: *"We've been working with a variety of brands within the food industry for some time and realised there is a growing demand for high-quality coloured papers in this sector. Whether it's a high-end chocolatier or a speciality tea and coffee brand, there's a huge amount of competition and with it the need to stand out with a unique packaging solution. That's why we developed DOLCELICIOUS."*

Richard adds *"We're hugely excited to launch such a groundbreaking range."*



CERTIFICATIONS

This tactile and beautifully coloured range of high-quality papers is certified for food contact and all papers in the DOLCELICIOUS range are FSC® certified – the mark of responsible forestry.

Manufactured in the UK to Regulation (EC) 1935/2004 – materials and articles intended to come in contact with food and ISO 9001, ISO 14001, ISO 50001, OHSAS 18001 standards.



See the range at Luxury Packaging London **Stand H14** and at Luxepack Monaco **Stand DB9**.



James Cropper launches Wall Ready Media collection at Photokina

With 170 years of British master papermaking experience, James Cropper is set to launch its innovative solutions to photographic display at this year's Photokina – the leading international trade fair for imaging.

The bespoke paper manufacturer will introduce its **Wall Ready Media** range at the event, which takes place in Cologne from 20 to 25 September 2016.

The collection aims to provide high-quality, ready-to-hang photographic prints through the use of its photoboards and is targeted at the photo retail market, as well as the sign and display industry. The boards are available in a wide range of sizes and finishes, including matt, gloss and satin, allowing businesses to make significant time and cost savings, while still achieving razor-sharp quality.

Geoff Leech, Art, Framing & Inkjet Director at James Cropper, said: "We're incredibly proud of our innovative approach at James Cropper, but also recognise that with innovation must come quality and it's vital that we don't lose sight of this as we continue to advance."

"Wall Ready Media is the perfect example of a product that's derived from this methodology and we expect it will be a real game changer for the industry."

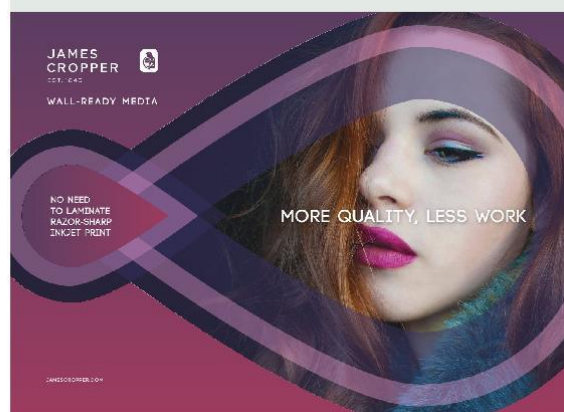


In addition, James Cropper will showcase **Khora**, the papermaker's range of photo quality print-ready inkjet boards which enable photographers, labs and retailers to create box canvases within minutes of printing without the need for glue, tape or staples.

Geoff continued: "From the camera to the wall in 10 minutes, Khora brings a new level of efficiency to professionals by providing the quick assembly that customers demand. As the market continues to grow, it's a product with the capability to make a significant difference to users' operations."

The multi-award-winning paper manufacturer, which celebrated its landmark 170 year anniversary last year, prides itself on its premium and uncoated papermaking, which is unrivalled in quality, versatility, sustainability and service.

James Cropper will be at stand **D16 in Hall 3.1**



BRITISH MASTER PAPERMAKERS

"Nothing seems to open out for itself to so many uses and such constant development as paper", wrote James Cropper, founder of the mill, in 1845, and six generations later we echo this sentiment.

DISTINCT

At James Cropper we've been using a combination of 'art and science' to make some of the world's finest papers since 1845. We practically invented colour papermaking, our speciality since the 1850s, and it has always been widely used for presentation and packaging.

INDIVIDUAL

At our boutique mill tailor-made paper is not new to us. Tailoring products to meet exacting and often unique specifications is something we do every day and is enabled by decades of investment in flexible equipment and wide ranging material know-how.

We have a formidable reputation for supplying bespoke solutions using our diverse range of capabilities that include laminating, embossing, coating and colour-matching.

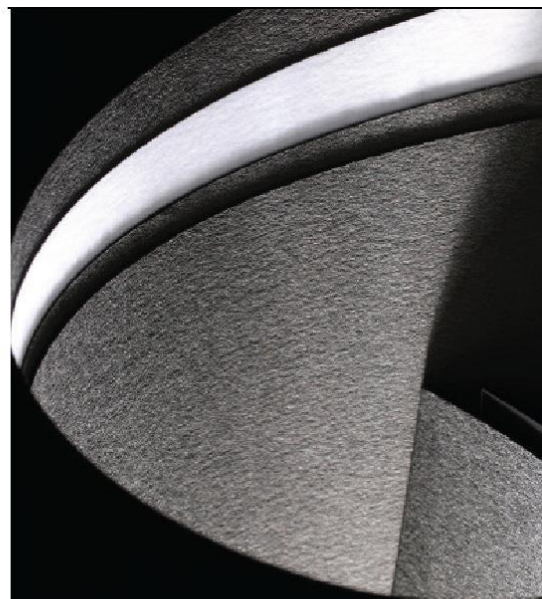
INNOVATIVE

In the last generation, we've transformed our mill into a state of the art facility - one of the most flexible and advanced specialist paper mills in the world. Our customers are global too, choosing to work with us for our products and our very personal and astute level of service.

SUSTAINABLE

Design and packaging today has been challenged and rejuvenated by the trend for authenticity and sustainability.

Paper has an important part to play. Our unique reclaimed fibre facility that up-cycles coffee cup waste, opened by HM The Queen, really sets us apart.



Did you know...

- We are the UK's only truly bespoke paper manufacturer of any scale and one of the first paper mills in the world to make coloured paper
- We can make virtually any colour of paper you like, from the purest whites to the deepest of blacks
- We can make paper in all manner of thicknesses, finishes and patterns
- Our paper is available in order sizes to fit all types of customers, from new names with one or two outlets to international brands with global reach
- We believe that we offer the widest range of 'tailor-made' papers in the world
- Our paper mill in the Lake District produces 45,000 tonnes of paper every year
- We have spent £50 million rebuilding our paper mill over the last three decades as part of our commitment to our international clients
- We have installed hydro power back into our mill and invested £5M in an innovative reclaimed fibre facility that converts coffee cup waste

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

KAPAG – FR

KAPAG Karton + Papier SA lance deux nouveaux produits réussissant le parfait équilibre entre l'éco-conception et l'attraction au point de vente

Avec un carton graphique recyclé ainsi qu'un carton 3D le fabricant et prestataire en contrecollage répond aux exigences du consommateur

Muhen, le 5 juillet 2016 – Cette année au salon Luxe Pack (Stand I12) les visiteurs pourront s'informer davantage sur deux nouveaux produits de KAPAG destinés au marché de l'emballage de luxe. Ainsi le fabricant répond aux exigences du consommateur qui souhaite un emballage séduisant mais durable.

Le papier composite FibreForm®, dont le papier de base vient de BillerudKorsnäs, est un carton de cellulose certifié FSC et apte au contact alimentaire, qui présente une grande extensibilité ainsi qu'une résistance accrue à la déchirure. Ces propriétés permettent un gaufrage particulièrement profond (plus de 3 fois l'épaisseur du carton), inédit parmi les variantes de carton classiques et qui simule un effet 3D. La qualité a décroché le titre de matériel le plus innovant au concours PACK FICTION lors du salon Pack & Gift cette année.

«Avec FibreForm®, nous sommes heureux de proposer dans notre assortiment un produit ouvrant des perspectives nouvelles dans le domaine du graphisme et de l'emballage», a expliqué Alexander Meyer, directeur et propriétaire de KAPAG. «Le papier composite FibreForm® correspond à la stratégie des entreprises de transformation qui

cherchent en amont de fraîches idées pour leurs clients, dans le but de souligner la valeur des articles de marque. »

L'autre nouveauté chez KAPAG est le carton recyclé EcoLine (grammages de 90 g/m² à 440 g/m²) utilisé dans le secteur graphique et de l'emballage. Le papier se décline en brun ou en gris. Ecoline, et sa version contrecollée, EcoLine Duo font déjà partie intégrante de l'assortiment des grands distributeurs de papier en Europe de l'Ouest, en Russie et en Amérique du Nord. « Cette réalité reflète la tendance internationale aux produits durables, qui a même su s'établir dans le secteur des emballages de luxe. », dit M. Meyer.

Au sujet de KAPAG

La société Karton + Papier SA est fondée en 1852 à Muhen, en Suisse. L'entreprise familiale est aujourd'hui fabricant et prestataire spécialisé dans les secteurs du contrecollage, du couchage, de l'ennoblissement et du façonnage. Grâce à la capacité de contrecollage 2 à 6 couches réalisées en interne de 20'000 tonnes et de 12 machines de façonnage, KAPAG est aujourd'hui un fabricant leader de contrecollage papier et carton d'Europe. KAPAG peut façonner ou fabriquer des matériaux à partir de 45 g/m² seulement, jusqu'à 5 mm d'épaisseur et dans des largeurs traitées allant de 25 millimètres à près de 2,5 mètres. Les applications s'avèrent des plus variées et s'adressent aux secteurs industriel, logistique, graphique ou de l'emballage de qualité. KAPAG est certifiée FSC. Plus de 90 % de sa consommation énergétique est produite sans émissions de CO₂. Découvrez-en davantage sur KAPAG à l'adresse www.kapag.com

Contact de presse

Britta Meltzer

Directrice du marketing

b.meltzer@kapag.com

Tél.: +41 (0)62 737 17 47

www.kapag.com

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

KAPAG – EN

KAPAG Karton + Papier AG launch two new products in response to consumers' expectations

With a recycled graphical board and a 3D paperboard the family-owned Swiss company successfully marry point of sale attraction with sustainability

Muhen, 5 July 2016 – At this year's Luxe Pack in Monaco (Stand I12) you can find out more about two new products aimed at the premium packaging market. KAPAG presents FibreForm® and EcoLine, both of which respond to consumers' expectations for sustainable yet attractive packaging.

Laminated FibreForm® is a food approved solid bleached board with high tensile stretch and tearing resistance. These properties allow for unusually deep embossing (greater than three times the board thickness) that simulate a 3D effect and were, until recently, unheard of in the field of cartonboard. The quality took the top award for most innovative material during the PACK FICTION competition at the Pack & Gift trade show in June. The base paper for this FSC certified product originates from BillerudKorsnäs.

„We are pleased that we can offer laminated FibreForm® as part of our product range since it will open up completely new perspectives in the graphical and packaging sector”, says Alexander Meyer, Managing Owner of KAPAG. “The product complies with the strategy of those convertors who proactively seek new ideas to back up the value of their customers' branded goods.”

The other novelty from KAPAG is EcoLine (ranging from 90gsm to 440gsm) that is used in graphical and packaging applications and is available in brown or grey. EcoLine and its laminated version EcoLine Duo are already an integral part of the product range of many paper merchants throughout Western Europe, Russia and North America. “This reflects the trend towards sustainable products, which are now increasingly used in premium packaging for luxury goods,” points out Mr. Meyer.

About KAPAG

KAPAG Karton + Papier AG was founded in Muhen, Switzerland in 1852. Today the family-owned company specialises in producing, coating and finishing multiply paper and paperboard. Thanks to its two- to six-ply lamination capacity of around 20 000 tonnes annually and a dozen finishing machines, KAPAG is a leading multiply paper and paperboard manufacturer in Europe. We can produce or convert materials from very low weights (starting at 45g/m²) through to 5 millimetres thick and processed widths range from 25 millimetres up to almost 2.5 metres. Applications are diverse, from premium packaging for luxury goods and high-end graphics to uses in logistics and industry. KAPAG is FSC-certified. More than 90% of the total energy consumption is generated without CO₂ emissions. Find out more about KAPAG on www.kapag

Media contact

Britta Meltzer

Marketing Director

b.meltzer@kapag.com

Tél.: +41 (0)62 737 17 47

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

KNOLL PACKAGING – FR



CONTACT :

Florence Dancoisne
Directrice Commerciale & Marketing
Knoll Prestige Packaging
9 rue Ybry, 92200 Neuilly sur Seine
Tel (33) 1 76 21 49 10
fdancoisne@knollpack.com

Neuilly sur Seine, le 21 Septembre 2016.

LUXEPACK MONACO 2016

Estée Lauder –Coffret Video

Knoll Packaging a réalisé pour la marque Estée Lauder, dans le cadre de la mise en avant de la nouvelle ligne exclusive de maquillage chez Sephora, « Estée Edit » un coffret de présentation unique qui intègre articles de maquillage et vidéo.

Réalisé en carton, habillé d'un papier imprimé bleu cobalt, le coffret possède un boîtier vidéo placé dans le couvercle, doté d'un bouton marche/arrêt et d'un réglage volume. Les produits de maquillage eux sont logés dans une mousse noire.

La vidéo met en scène les deux IT Girls du moment Kendall Jenner et Irene Kim et présente la gamme de maquillage.

Outil de formation idéal, ce coffret permet une découverte interactive et ludique de la nouvelle gamme de maquillage « Estée Edit ».

Depuis 1984, la société Knoll Packaging fournit des solutions packaging innovantes et créatives auprès des marques internationales les plus exigeantes. L'attention portée au moindre détail et la maîtrise parfaite de l'ensemble des étapes de la fabrication, du développement à la livraison - ont permis à Knoll Packaging de se positionner comme un acteur majeur dans l'industrie du luxe. Grâce à ses bureaux à New York, en Asie et à Paris et des sites de production en Chine, Knoll Packaging peut répondre aux demandes internationales les plus complexes.

###

To introduce the new Estée Lauder makeup collection « Estée Edit » exclusively launched at Sephora, Knoll Packaging designed a unique presentation kit, which includes both beauty products and video.

Made of board and wrapped with cobalt blue printed paper, the coffret has an LCD mounted in the lid that plays video, and comes with a play/stop switch and volume control.

The products are nestled in black foam.

The video features the two It Girls, Kendall Jenner and Irene Kim and highlights the makeup range.

An ideal training tool, this coffret allows a fun and interactive discovery of the new makeup collection “Estée Edit”.

Knoll Packaging, a leader in the deluxe packaging industry, has delivered innovative and creative packaging solutions to luxury global brands since 1984. Knoll provides premium packaging to the world's most prestigious brands, ensuring high quality, creativity, and precise reliability.

With sales offices worldwide including New York, Los Angeles, Paris and Hong Kong, and manufacturing operations in China, Knoll can globally source specific materials, and can globally supply and satisfy all manufacturing and delivery demands.

###



CONTACT :

Florence Dancoisne
Directrice Commerciale & Marketing
Knoll Prestige Packaging
9 rue Ybry, 92200 Neuilly sur Seine
Tel (33) 1 76 21 49 10
fdancoisne@knollpack.com

Neuilly sur Seine, le 21 Septembre 2016.

LUXEPACK MONACO 2016

Pour son lancement à l'Hôtel de Paris à Las Vegas, **Hexx** la marque de créateur de chocolat a collaboré avec Knoll Packaging pour la réalisation de coffrets en forme de livre, très créatifs.

Entièrement réalisé en carton, ce coffret est accessoirisé d'un ruban pour faciliter le retrait des quatre tablettes **Alexxa** disposées dans la plateforme intérieure.

Le coffret est habillé d'un papier blanc au fini matte et imprimé en quatre couleurs.

L'habillage représente une femme au maquillage vif et utilise une photographie de l'artiste français à l'influence New Pop Patrice Murciano qui s'est inspiré de la mystérieuse créatrice **Alexxa**.

A l'ouverture du coffret, un calque imprimé explique les différentes saveurs et le procédé de fabrication des chocolats **Alexxa** et recouvre la plateforme.

Un coffret aux couleurs pop qui casse les codes de la chocolaterie de part son format livre et son graphisme emprunté au monde des cosmétiques

Depuis 1984, la société Knoll Packaging fournit des solutions packaging innovantes et créatives auprès des marques internationales les plus exigeantes. L'attention portée au moindre détail et la maîtrise parfaite de l'ensemble des étapes de la fabrication, du développement à la livraison - ont permis à Knoll Packaging de se positionner comme un acteur majeur dans l'industrie du luxe. Grâce à ses bureaux à New York, en Asie et à Paris et des sites de production en Chine, Knoll Packaging peut répondre aux demandes internationales les plus complexes.

#

For the launch, at Paris Las Vegas Hotel, Hexx Chocolate collaborated with Knoll Packaging to design and manufacture a very creative bookstyle coffret.

This coffret is entirely made of board and an integrated ribbon is used to lift each of the 4 Alexxa chocolate bars that are nestled in the internal platform.

The coffret is wrapped in 4 colors, printed on white paper, with matte lamination finishing.

The printed visual features a woman wearing vivid color makeup, a picture from Patrice Murciano, a French Pop artist, who was inspired by the mysterious muse Alexxa.

When opening the coffret, a printed vellum explaining the different flavors and the chocolate manufacturing processes, covers the platform.

With its pop colors, its bookstyle shape, and graphics inspired by the cosmetics world, this coffret breaks the rules of packaging in the chocolate universe.

Knoll Packaging, a leader in the deluxe packaging industry, has delivered innovative and creative packaging solutions to luxury global brands since 1984. Knoll provides premium packaging to the world's most prestigious brands, ensuring high quality, creativity, and precise reliability.

With sales offices worldwide including New York, Los Angeles, Paris and Hong Kong, and manufacturing operations in China, Knoll can globally source specific materials, and can globally supply and satisfy all manufacturing and delivery demands.

###



CONTACT :

Florence Dancoisne
Directrice Commerciale & Marketing
Knoll Prestige Packaging
9 rue Ybry, 92200 Neuilly sur Seine
Tel (33) 1 76 21 49 10
fdancoisne@knollpack.com

Neuilly sur Seine, le 21 Septembre 2016.

LUXEPACK MONACO 2016

Jo Malone – Coffret Noël Calendrier de l’Avent

Exceptionnel Coffret Calendrier réalisé pour la célèbre maison de Parfums anglaise Jo Malone.

Réalisé 100% carton et habillé du papier emblématique de la marque, ce coffret deux portes est décoré en sérigraphie de la façade Londonienne du studio Jo Malone. Une élégante couronne de Noël marquée à chaud complète le décor.

Mais le plus spectaculaire sont les 24 tiroirs intérieurs numérotés dans lesquels la consommatrice peut composer en magasin une collection de cadeaux parfumés de la marque Jo Malone, créant ainsi surprise et plaisir d’offrir à l’approche de Noël.

Un coffret cadeau Evènement XXL pour les fêtes de fin d’année !

Depuis 1984, la société Knoll Packaging fournit des solutions packaging innovantes et créatives auprès des marques internationales les plus exigeantes. L’attention portée au moindre détail et la maîtrise parfaite de l’ensemble des étapes de la fabrication, du développement à la livraison - ont permis à Knoll Packaging de se positionner comme un acteur majeur dans l’industrie du luxe. Grâce à ses bureaux à New York, en Asie et à Paris et des sites de production en Chine, Knoll Packaging peut répondre aux demandes internationales les plus complexes.

#

An exceptional Advent Calendar Coffret developed for Jo Malone, the famous British fragrance House.

Made of 100% board and wrapped with the iconic brand paper, this two door coffret features Jo Malone London studio facade silkscreened on the front face as well as an elegant gold hot stamped Christmas wreath to complete the decor.

But the inside is even more spectacular: 24 numbered drawers, in which the consumer can compose and hide a collection of fragranced Jo Malone gifts carefully chosen in store and, by doing so, create surprise and indulge in the pleasure of gift giving when Christmas time is approaching. .

An XXL event gift box for the Holiday Season!

Knoll Packaging, a leader in the deluxe packaging industry, has delivered innovative and creative packaging solutions to luxury global brands since 1984. Knoll provides premium packaging to the world's most prestigious brands, ensuring high quality, creativity, and precise reliability.

With sales offices worldwide including New York, Los Angeles, Paris and Hong Kong, and manufacturing operations in China, Knoll can globally source specific materials, and can globally supply and satisfy all manufacturing and delivery demands.

###



CONTACT :

Florence Dancoisne
Directrice Commerciale & Marketing
Knoll Prestige Packaging
9 rue Ybry, 92200 Neuilly sur Seine
Tel (33) 1 76 21 49 10
fdancoisne@knollpack.com

Neuilly sur Seine, le 21 Septembre 2016.

LUXEPACK MONACO 2016

Coffret Lancôme Absolu L'Extrait

Luxeux coffret en bois laqué qui met en avant, à l'occasion des fêtes de fin d'année, la gamme d'exception « Lancôme Absolu L'Extrait ».

Une finition extérieure (laquage noir et or) délicate en particulier dans la mise à la teinte de l'or et la pose des logos.

Intérieur habillé de satin noir, qui révèle un plateau laqué, aux angles biseautés et siglé de la rose Lancôme.

Ce plateau, utilisé par la cliente lors de son rituel de soin quotidien, glorifie l'ensemble des soins Absolu L'Extrait., logés dans le coffret au sein de mousses noires haute densité.

Un coffret Prestige d'une grande complexité, fruit d'une collaboration intensive entre les équipes Lancôme et Knoll Packaging du fait de nombreux ajustements et d'une attention aux détails permanente.

Depuis 1984, la société Knoll Packaging fournit des solutions packaging innovantes et créatives auprès des marques internationales les plus exigeantes. L'attention portée au moindre détail et la maîtrise parfaite de l'ensemble des étapes de la fabrication, du développement à la livraison - ont permis à Knoll Packaging de se positionner comme un acteur majeur dans l'industrie du luxe. Grâce à ses bureaux à New York, en Asie et à Paris et des sites de production en Chine, Knoll Packaging peut répondre aux demandes internationales les plus complexes.

###

A luxurious lacquered wood coffret to highlight the Lancôme Brand's high end range "Lancôme Absolue l'Extrait" during the Holiday Season.

With a difficult to achieve external finish (black & gold lacquer), especially when it comes to matching the gold color and applying the logos on the box .

Lined with black satin inside, the coffret reveals a beveled lacquered tray signed with the Lancôme's iconic rose.

The tray, which the consumer can use for her daily care ritual, glorifies Absolue L'Extrait skincare range products, that are nestled in black high density foam.

A very challenging Prestige coffret, that required close cooperation between Lancôme and Knoll Packaging teams due to numerous adjustments and constant attention to details.

Knoll Packaging, a leader in the deluxe packaging industry, has delivered innovative and creative packaging solutions to luxury global brands since 1984. Knoll provides premium packaging to the world's most prestigious brands, ensuring high quality, creativity, and precise reliability. With sales offices worldwide including New York, Los Angeles, Paris and Hong Kong, and manufacturing operations in China, Knoll can globally source specific materials, and can globally supply and satisfy all manufacturing and delivery demands.

###

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

KURZ – EN

Leonhard Kurz at Luxe Pack Monaco:

Packaging trends and product finishing innovations

Fürth/Germany, 2 September 2016: Leonhard Kurz, a specialist in sophisticated decoration solutions, will be presenting a whole host of ideas for current and future packaging refinement at Luxe Pack Monaco from 21 – 23 September 2016. With the aid of its “Brand” packaging series, the company will demonstrate a range of innovative and novelly implemented decoration processes for a variety of materials.

On display will be its new finishing technology called “Metallized Heat Transfer”, that allows Kurz to produce metallized and individualized multi-color designs for its customers. This process provides a cost-effective way of adding decorative serial numbers, barcodes, QR codes or personalization to packaging. The latest examples of high speed decoration using Inline Foiling, a process that can conjure brilliant metallic effects onto glass and plastic containers, will also be demonstrated. Inspiring overprinted metallic designs for paper and card stock can be produced using the cold foil transfer technology, which will also be displayed. A special highlight will be the “Foil on Fabric” series, comprising flacons and bottles that have been covered with foil-finished and overprinted materials. Visitors will be guided through the exciting future of hot stamping, with novel holographic designs that exhibit fascinating optical illusions with their spectacular depth effect or surprising tactile effects.

The Digital Metal process, which was developed by Kurz, will be demonstrated by means of a refined perfume packaging and a serialized pharmaceutical packaging. Trade fair visitors will be given the opportunity at 9:30 am on 22 September to attend a “round table” on the topic of “Personalizing your Packaging” and be comprehensively informed about Digital Metal finishing technology. Stefanie Schmid, a product manager at Kurz, will give a presentation on the possibilities for uniquely decorating products and tailoring them to individual consumers using Digital Metal.

Packaging design that reflects social trends

The packaging series “Box in Box” that will be presented at Luxe Pack aims to highlight current trends. In their trend report for this year, the Kurz design department has identified four current developments that serve as the design basis for the individual boxes. The four boxes stacked inside one another represent four societal trends. Novel diffractive designs with a refined, softly flowing velvet look and a tactile appearance, or fluidly overlapping holographic lens effects with no fixed contours, serve as tools for expressing these trends. Opulent, extensive golden-colored ornaments and striking stamped structures have also been employed to depict general, overarching industry trends.

At the Kurz booth DB 11 in the Diaghilev Hall of the Grimaldi Forum, visitors to Luxe Pack will be able to familiarize themselves with the latest design trends and technical innovations.

Kurz at Connect2Luxury:

Kurz will also be represented at the special event Connect2Luxury, which focuses on digital transformation in the luxury segment. At its booth AC 33 in the atrium of the Grimaldi Forum, Kurz will be demonstrating the connection of the real and virtual worlds. Kurz will present a VR headset that allows visitors to immerse themselves in the fascinating virtual world, and interactively explore an imaginary environment. They will be able to retrieve

information from a virtual smart phone – similar to how they can access product data via a Kurz app in the real world.



Photo: Kurz

Glass flacons from the Kurz Brand series, decorated by means of the Inline Foiling process

About KURZ: The KURZ Group is a global leader in hot stamping and coating technology. KURZ develops and manufactures decorative and functional layers applied to carrier foils for a large variety of applications. The range includes metallized, pigmented and holographic stamping foils for packaging or print products, surface finishes for electronic devices or automotive parts, protective and decorative lacquers for furniture or household appliances, authenticity features for brand name items, metallic applications for textiles, and different types of coatings for many other applications. With 4,700 employees in twelve production plants in Europe, Asia and the USA, 24 international subsidiaries and a global network of agencies and sales offices, the KURZ Group manufactures and sells a comprehensive range of products for surface

finishing, decoration, marking and counterfeit protection, rounded off by an extensive range of stamping machines and stamping tools. KURZ also continuously invests in new technologies, and is developing innovative solutions for integrating functionality into surfaces.

Press Contact:

Lucie Mengel

LEONHARD KURZ Stiftung & Co. KG

Schwabacher Straße 482, 90763 Fürth/Germany

Phone: +49 911 71 41-96 38, Fax: +49 911 71 41-96 40

E-Mail: lucie.mengel@kurz.de

www.kurz.de

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

KURZ – FR

Leonhard Kurz au salon Luxe Pack Monaco:

KURZ : le monde fascinant du marquage de demain et des packaging connectés

Fürth/Allemagne, 2/9/2016 : Leonhard Kurz, spécialiste de la décoration recherchée et raffinée présentera de nombreuses possibilités pour la décoration des emballages actuels et de demain, au salon Luxe Pack Monaco du 21 au 23 septembre 2016.

Sur le stand Kurz DB 11, dans le hall Diaghilev du forum Grimaldi, les visiteurs du salon Luxe Pack découvriront les tendances design et les innovations techniques :

Avec la gamme d'emballages « Brand » de Kurz, est mise en scène une série de process de décoration innovants et inédits pour différents supports.

La nouvelle technique de décoration « Metallized Heat Transfer » y sera proposée, permettant la réalisation de décors personnalisés, en plusieurs couleurs et métallisés. Les emballages pourront être ainsi agrémentés de numéros de série décoratifs, de codes-barres, QR codes ou d'éléments personnalisés et cela à des coûts compétitifs. De nouveaux exemples de décoration high speed avec le procédé Inline-Foiling seront également montrés. Ce procédé crée des effets métalliques brillants sur des contenants en verre et matière plastique.

Parallèlement, la technique de transfert à froid permet aussi des designs métallisés sur-imprimés pour papier et carton. Enfin, les visiteurs pourront découvrir la

surprenante série « Foil-on-Fabric », composée de flacons et de bouteilles revêtus de tissus artistiquement décorés avec des films et sur-imprimés. Kurz nous transporte dans le monde fascinant de demain du marquage à chaud, en présentant des designs holographiques inédits avec des effets de profondeur spectaculaires et des effets tactiles étonnants, donnant une illusion d'optique surprenante.

La personnalisation offerte par le procédé « Digital Metal », développé par Kurz, sera représentée sur un emballage de parfum élégant et une boîte pharmaceutique numérotée. Parallèlement, les visiteurs pourront s'informer plus amplement lors de la Table Ronde du 22 septembre à 9h30 concernant le thème «Personalizing your Packaging » sur cette technique d'ennoblissement. Stefanie Schmidt, Chef de Produit Kurz, exposera les possibilités de décorer des produits de façon exceptionnelle grâce au procédé Digital Metal et de les individualiser pour chaque client.

Des designs pour les emballages qui reflètent les tendances sociétales

Avec sa gamme d'emballage « Box in Box », Kurz se penche sur les tendances actuelles. Le département design de chez Kurz a repéré quatre courants actuels dans son cahier de tendance annuel qui ont servi de base pour le concept de chaque boîte. Les quatre coffrets emboîtés les uns dans les autres représentent quatre tendances sociétales. Des designs diffractifs inédits servent de vecteur pour exprimer ces tendances avec une optique de velours doux et souple et une impression haptique ou bien des effets lenticulaires holographiques aux formes diffuses, qui se confondent. Des ornements dorés opulents sont également utilisés ainsi que des structures de marquage surprenantes, illustrant les tendances générales.

Kurz sur Connect2Luxury

Kurz sera également présent sur l'espace Connect2Luxury qui a attiré à la transformation numérique dans le segment du luxe. Sur son stand AC 33 du forum Grimaldi, la liaison entre le monde réel et le monde virtuel sera ainsi illustrée. Kurz présentera des lunettes VR grâce auxquelles le visiteur pourra se plonger dans un

monde virtuel fascinant et explorer un environnement imaginaire sur un mode interactif. Le visiteur pourra notamment accéder à des informations grâce à un Smart Phone virtuel – comme récupérer des données sur des produits dans le monde réel via des applications créées par Kurz.



Photo: Kurz

Flacons en verre de la gamme « Brand » de Kurz, décorés via le procédé Inline Foiling

L'entreprise: Le groupe KURZ est un leader mondial dans le domaine de la technologie du marquage à chaud et du transfert à froid. KURZ développe et fabrique des décors et des couches fonctionnelles appliquées sur des supports polyester pour les utilisations les plus diverses : films de marquage métallisés, pigmentés et holographiques pour les emballages ou les produits d'impression, les finitions de surface pour les appareils électroniques et l'industrie automobile, les vernis de protection et de décor pour les meubles et les appareils électroménagers, la protection des marques, les applications métalliques pour textiles et pour beaucoup d'autres applications.

Avec un effectif de 4700 salariés dans ses 12 usines de production en Europe, en Asie et aux Etats-Unis, ainsi que ses 24 filiales internationales et un réseau mondial de représentations et bureaux de vente, le groupe KURZ fabrique et distribue une vaste gamme de produits pour l'ennoblissement des surfaces, l'identification et la sécurisation des marques, complétée d'un large programme de machines et d'outillages de marquage.

En outre, KURZ investit en permanence dans les nouvelles technologies pour développer des solutions novatrices et intégrer encore plus de fonctionnalités dans les surfaces à décorer.

Contact presse :

Lucie Mengel

LEONHARD KURZ Stiftung & Co. KG

Schwabacher Straße 482, 90763 Fürth

Tél.: +49 911 71 41-96 38, Fax: +49 911 71 41-96 40

E-Mail: lucie.mengel@kurz.de

www.kurz.de

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

KURZ – ALL

Leonhard Kurz auf der Luxe Pack Monaco:

Verpackungstrends und Veredelungsinnovationen

Fürth, 2.9.2016: Der Spezialist für anspruchsvolle Dekorationslösungen Leonhard Kurz präsentiert auf der Luxe Pack Monaco vom 21. bis 23. September 2016 eine Fülle von Anregungen für die Verpackungsveredelung von heute und morgen. Anhand der Verpackungsserie „Brand“ zeigt das Unternehmen eine Reihe innovativer und neuartig eingesetzter Dekorationsverfahren für verschiedene Materialien.

Vorge stellt wird die neue Veredelungstechnik „Metallized Heat Transfer“, mit der Kurz für seine Kunden metallisierte und individualisierte Mehrfarbdekore realisieren kann. Mit diesem Verfahren können Verpackungen kosteneffizient mit dekorativen Seriennummern, Barcodes, QR-Codes oder Personalisierungen ausgestattet werden. Daneben werden neueste Beispiele für die High-Speed-Dekoration per Inline-Foiling gezeigt, einem Verfahren, das brillante Metalleffekte auf Glas- und Kunststoffbehälter zaubert. Inspirierende überdruckte Metalldesigns für Papier und Karton liefert die ebenfalls gezeigte Kaltfolientransfertechnik. Ein besonderes Highlight wird die „Foil-on-Fabric“-Reihe sein. Sie besteht aus Flacons und Flaschen, die mit kunstvoll folienveredelten und überdruckten Stoffen ummantelt sind. In die spannende Zukunft des Heißprägens führt Kurz mit neuartigen holografischen Designs, die mit

spektakulärer Tiefenwirkung oder überraschenden taktilen Effekten eine faszinierende optische Illusion schaffen.

Das von Kurz entwickelte Digital-Metal-Verfahren wird anhand einer edlen Parfümverpackung und einer nummerierten Pharmaverpackung demonstriert. Außerdem können sich Messebesucher am 22.9. um 9:30 Uhr beim „Table Ronde“ zum Thema „Personalizing your Packaging“ eingehend über die Veredelungstechnik informieren. Kurz-Produktmanagerin Stefanie Schmidt wird über die Möglichkeiten referieren, Produkte mit Digital Metal einzigartig zu dekorieren und für den Käufer individuell zu gestalten.

Verpackungsdesign, das Gesellschaftstrends reflektiert

Mit aktuellen Trends befasst sich die auf der Luxe Pack präsentierte Verpackungsserie „Box in Box“. Die Kurz-Design-Abteilung hat in ihrem diesjährigen Trendreport vier gegenwärtige Strömungen ausgemacht, die als Gestaltungsgrundlage der Einzelschachteln dienen. Vier ineinander gestapelte Schachteln repräsentieren vier gesellschaftliche Trends. Als Instrumente zum Ausdruck dieser Tendenzen dienen neuartige diffraktive Designs mit edler, weich fließender Samtoptik und haptischer Anmutung oder mit ineinander übergehenden holografischen Linseneffekten ohne feste Konturen. Auch opulente flächige Goldornamente oder markante Prägestrukturen werden eingesetzt, um allgemeine, branchenunabhängige Trends wiederzugeben.

Am Kurz-Stand DB 11 in Halle Diaghilev des Grimaldi-Forums können Luxe-Pack-Besucher die Designtrends und technischen Innovationen kennenlernen.

Kurz auf der Connect2Luxury

Daneben wird Kurz auf der Sonderveranstaltung Connect2Luxury, die sich mit der digitalen Transformation im Luxussegment befasst, vertreten sein. Am Stand AC 33 im Atrium des Grimaldi-Forums wird die Verknüpfung von realer und virtueller Welt

demonstriert. Kurz präsentiert eine VR-Brille, mit der Besucher in die faszinierende virtuelle Welt eintauchen und die imaginäre Umgebung interaktiv erkunden können. Dabei können sie mit einem virtuellen Smart Phone Informationen abrufen – so, wie sie in der realen Welt per Kurz-App auf Produktdaten zugreifen können.



Foto: Kurz

Im Inline-Foiling-Verfahren dekorierte Glasflakons aus der Brand-Serie von Kurz

Zum Unternehmen: Die KURZ-Gruppe ist ein weltweit führendes Unternehmen der Heißpräge- und Beschichtungstechnologie. KURZ entwickelt und produziert auf Trägerfolien applizierte Dekorations- und Funktionsschichten für verschiedenste Einsatzgebiete: metallisierte, pigmentierte und holografische Prägefolien für Verpackungen oder Printprodukte, Oberflächenfinishes für Elektronikgeräte oder Automobilteile, Schutz- und Dekorlacke für Möbel oder Haushaltsgeräte, Echtheits-Kennzeichen für Markenartikel, Metallic-Applikationen für Textilien und differenzierte Beschichtungen für viele weitere Anwendungen. Mit 4.700 Mitarbeitern in zwölf Werken in Europa, Asien und den USA, 24 internationalen Niederlassungen und einem weltweiten Netz an Vertretungen und Verkaufsbüros fertigt und vertreibt die KURZ-

Gruppe eine umfassende Produktpalette zur Oberflächenveredelung, Dekoration, Kennzeichnung und Fälschungssicherheit, abgerundet durch ein umfangreiches Programm an Prägemaschinen und Prägewerkzeugen. Darüber hinaus investiert KURZ kontinuierlich in neue Technologien und entwickelt innovative Lösungen für die Integration von Funktionen in Oberflächen.

Pressekontakt:

Lucie Mengel

LEONHARD KURZ Stiftung & Co. KG

Schwabacher Straße 482, 90763 Fürth

Tel.: +49 911 71 41-96 38, Fax: +49 911 71 41-96 40

E-Mail: lucie.mengel@kurz.de

www.kurz.de

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

KURZ – IT

Leonhard Kurz a Luxe Pack Monaco:

I trend del packaging e le innovazioni della nobilitazione

Packaging innovativi, impreziositi da effetti e processi decorativi nuovi

Fürth, Germania, 02/09/2016: In occasione di Luxe Pack Monaco, dal 21 al 23 settembre 2016, lo specialista di soluzioni per la nobilitazione, Leonhard Kurz, presenterà una serie di novità per la decorazione dei packaging di oggi e di domani. Attraverso la serie "Brand", Kurz presenterà nuovi processi di nobilitazione utilizzabili su materiali differenti:

Heat Transfer Metallizzato, la nuova tecnologia di finitura per la produzione di effetti metallizzati personalizzati e multi-colore. Questo processo permette di aggiungere ai packaging, numeri di serie, codici a barre, codici QR e altre personalizzazioni.

nuovi esempi di decorazione ad alta velocità grazie a Inline-Foiling, un processo che permette di ottenere brillanti effetti metallizzati su vetro e plastica.

effetti metallizzati sovrastampati per carta e cartoncino prodotti utilizzando la tecnologia del cold foiling, che potranno essere fonte di ispirazione per i vostri progetti.

"Foil-on-Fabric" (foil-su-tessuto), una grande novità composta da flaconi e bottiglie, rivestiti con stoffe nobilitate e sovrastampate.

i nuovi disegni olografici, con i loro straordinari effetti ottici, vi guideranno verso il brillante futuro della stampa a caldo, grazie alla loro spettacolare profondità e a sorprendenti effetti tattili.

Potrete ammirare Digital Metal by Kurz sul raffinato packaging di un profumo e su un packaging farmaceutico con numerazione sequenziale. Il 22 settembre, alle ore 9.30, i visitatori della fiera avranno inoltre la possibilità di partecipare ad una tavola rotonda sul tema "Personalizzazione del Packaging" e di ricevere dettagliate informazioni relative al processo decorativo Digital Metal. Stefanie Schmid, product manager di Kurz, terrà una presentazione sulle possibilità di decorare i prodotti in maniera univoca con Digital Metal, personalizzandoli per i consumatori finali.

Il Packaging design che riflette i trend della società

L'inspirational packaging "Box in Box" sarà presentato al Luxe Pack con l'intento di evidenziare 4 trend attuali di mercato, individuati come ogni anno dal reparto design di Kurz. Le quattro scatole impilate una dentro l'altra, rappresentano questi trend attraverso l'impiego di nuovi disegni olografici che, riproducendo il morbido e raffinato effetto del velluto, danno l'illusione di un effetto tattile o di effetti lente che fluidamente si sovrappongono gli uni con gli altri, senza contorni fissi. Opulenti e ampi ornamenti dorati e suggestivi effetti strutturati sono stati impiegati per rappresentare tendenze generali di mercato.

Presso lo stand DB 11 nel padiglione Diaghilev del Grimaldi Forum potrete scoprire le ultime tendenze del design e le più recenti innovazioni tecniche.

Kurz a Connect2Luxury:

Kurz sarà presente anche alla manifestazione Connect2Luxury, che si concentra sulla nobilitazione digitale nel segmento del lusso. Presso il suo stand AC 33 nell'atrio del Grimaldi Forum, Kurz presenterà il collegamento tra mondo reale e mondo virtuale, grazie a un visore VR che consente di immergersi nell'affascinante mondo virtuale e di esplorare interattivamente un ambiente immaginario. I visitatori potranno così acquisire informazioni da uno smartphone virtuale – simulando l'accesso ai dati di un

prodotto nel mondo reale, tramite una app sviluppata appositamente da Kurz.



Foto: Kurz

Flaconi di vetro della serie “Brand” di Kurz, decorati mediante il processo Inline Foiling

Il Gruppo Kurz

Il gruppo KURZ è leader mondiale nella tecnologia della stampa a caldo e a freddo. KURZ sviluppa e produce strati decorativi e funzionali applicati su film in poliestere per numerose applicazioni. La gamma di prodotti KURZ comprende foglie per stampa metallizzate, pigmentate e olografiche per l'industria grafica, prodotti di finitura per superfici di apparecchiature elettroniche e particolari per il settore automobilistico, lacche decorative e di protezione per l'industria del mobile e degli elettrodomestici, elementi di sicurezza per articoli di marca, applicazioni metallizzate per l'industria della moda e svariate tipologie di lamine per molte altre applicazioni. Con 4.700 dipendenti in 12 stabilimenti dislocati tra Europa, Asia e Stati Uniti, nonché 24 filiali e varie agenzie strategicamente distribuite in tutto il mondo, il gruppo KURZ produce e

distribuisce un'ampia gamma di prodotti per la finitura di superfici, la decorazione e l'anticontraffazione. A completamento della propria offerta, KURZ è in grado di fornire macchinari e attrezzature per la stampa a caldo. L'investimento in nuove tecnologie è costante, così come lo sviluppo di soluzioni innovative per integrare funzioni nelle superfici.

Contatto stampa:

Lucie Mengel

LEONHARD KURZ Stiftung & Co. KG

Schwabacher Straße 482, 90763 Fürth

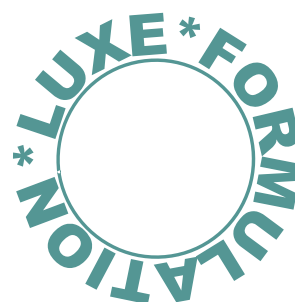
Tel.: +49 911 71 41-96 38, Fax: +49 911 71 40 41-96

E-mail: lucie.mengel@kurz.de

www.kurz.de

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016



LABORATOIRE SCIENCE & NATURE – FR



Fabricant français
de cosmétiques et de produits d'entretien
écologiques depuis 1972

DOSSIER DE PRESSE 2016



www.scienceetnature.fr



SOMMAIRE

- ▶ 1. LE LABORATOIRE SCIENCE ET NATURE
- ▶ 2. NOTRE DÉMARCHE ENVIRONNEMENTALE
- ▶ 3. NOS DOMAINES D'ACTIVITÉ STRATÉGIQUE
- ▶ 4. CONCEPTION & FABRICATION À FAÇON





1. LE LABORATOIRE SCIENCE ET NATURE

1.1. Un savoir-faire français

Créé en 1972 par Gilles Guilbaud et son épouse Marie-Thérèse Body, le Laboratoire Science et Nature est une entreprise familiale connue et reconnue pour son savoir-faire sur le marché des **produits cosmétiques et d'entretien écologiques**. Une véritable expertise qui conforte le Laboratoire dans sa position de pionnier dans la fabrication à façon et le conditionnement de produits sur ce marché.

La deuxième génération, Olivier et Antoine Guilbaud, poursuit le développement du Laboratoire sur le marché français et international dans une **logique de RSE** : développer l'activité en intégrant les **préoccupations sociales, environnementales et économiques**.

Le Laboratoire Science et Nature est avant tout une entreprise familiale française faite de **proximité, d'écoute** et d'une volonté tenace de **laisser une planète en bonne santé** aux générations futures.

1.2. Les chiffres clés au 01/01/2016

- ▶ 160 collaborateurs (R&D, fabrication et services administratifs)
- ▶ 23,8 millions d'euros de CA
- ▶ 4,8 millions d'unités produites

1.3. Un outil industriel performant

Inauguré en décembre 2010, **Cypres** est un bâtiment bioclimatique de 5000 m² construit selon la norme HQE (Haute Qualité Environnementale). Un lieu unique où se concentrent **technologies de pointe, savoir-faire R&D et production**.

▶ Laboratoire R&D

Une équipe composée entre autres de pharmaciens et biologistes qui développent des formules spécifiques, réalisent une veille sur les nouveaux actifs et maîtrisent les référentiels du marché écologique (Ecocert, Cosmebio, Cosmos).

▶ Atelier de fabrication

Précision, respect des procédures et contrôle qualité sont les objectifs des agents de fabrication pour un produit conforme aux exigences du client.

▶ Atelier de conditionnement

13 lignes de conditionnement qui permettent de réaliser des grandes et petites séries (tube, flacon, bidon 5L, Bag in box, aérosol propulsé à l'air ambiant...).

Conformément à la **réglementation en vigueur (Bonnes Pratiques de Fabrication)** et dans un souci permanent de qualité optimale, **nous contrôlons toutes les étapes** depuis la réception des matières premières jusqu'au produit fini.



2. NOTRE DÉMARCHE ENVIRONNEMENTALE

2.1. Bilan carbone

Changement climatique oblige, la réduction des émissions de gaz à effets de serre devient incontournable pour tous. Le bilan carbone de nos activités a été réalisé en 2008 et 2012 par l'agence ECIC (cabinet d'audit agréé par l'ADEME) sur l'ensemble des activités de l'entreprise. Un bilan plutôt flatteur au regard des économies de CO₂ obtenues grâce à de nombreuses actions.

2.2. Éco-conception des lieux de travail

En tant que pionnier sur le marché des produits cosmétiques et d'entretien bio, notre démarche passe aussi par l'éco-conception de l'environnement et le cadre de travail :

- ▶ Utilisation de la **lumière naturelle** (puits de lumière, baies vitrées)
- ▶ **Isolation** au chanvre, charpente en Pin Douglas (certifié PEFC – Massif Central)
- ▶ **Toiture végétalisée** : le toit de la zone consacrée au Laboratoire de Recherche et Développement accueille une surface végétalisée de 400 m² permettant une excellente isolation thermique et phonique. En collaboration avec le CRIT (Centre Régional d'Innovation et de Transfert de Technologie) horticole de Rochefort, le Laboratoire a sélectionné des plantes spécifiques, retenues pour leur vivacité et leur facilité d'entretien.
- ▶ Traitement des **fondations** sans apport de matériaux de carrière.
- ▶ Orientation **bioclimatique** des locaux.

2.3. Production énergétique sur site

Qu'il s'agisse de l'énergie photovoltaïque, éolienne ou biomasse, nous faisons exclusivement appel à des sources d'énergies renouvelables pour chauffer et alimenter nos bâtiments :

- ▶ 2 chaudières biomasse
- ▶ 3 centrales solaires (1 photovoltaïque au sol, 1 photovoltaïque en toiture, 1 photovoltaïque amorphe)
- ▶ 1 éolienne
- ▶ Culture du miscanthus (bio combustible pour alimenter notre chaudière biomasse)
- ▶ Récupération des eaux de pluie pour l'entretien extérieur et les sanitaires

Deux chiffres clés à retenir :

- ▶ **75 % d'énergies renouvelables** (consommations électriques, chauffage des locaux et de l'eau)
- ▶ **Autonomie énergétique à 25 %** (production d'énergie à travers la biomasse cultivée sur place, l'électricité, photovoltaïque, l'électricité éolienne, le chauffage solaire de l'eau).



4. CONCEPTION & FABRICATION À FAÇON

4.1. Nos expertises au service de nos clients

Notre savoir-faire reconnu couplé à notre outil industriel de pointe nous permettent d'accompagner et de conseiller avec fiabilité nos clients lors des étapes de conception, fabrication et conditionnement des produits. En parallèle, notre Laboratoire R&D possède une véritable **expertise produit** et mène une **veille active** pour pouvoir **créer des formules spécifiques** répondant à la demande du client.

Au quotidien, nous visons la satisfaction de nos clients à travers 5 compétences clés :



CONSEIL :

- Interlocuteur unique et privilégié
- Accompagnement marketing & réglementaire adapté à votre projet



INNOVATION :

- Veille sur les nouveaux actifs
- Stratégie prospective R&D



QUALITÉ :

- Contrôle à chaque étape du processus de production : réception des matières premières, Bonnes Pratiques de Fabrication, conditionnement
- Développement de formules de pointe (certifications Ecocert, Cosmebio, Cosmos)



RÉACTIVITÉ :

- Maîtrise des délais
- Disponibilité des équipes



CAPACITÉ :

- 13 lignes de conditionnement
- Type et contenance de conditionnements variés : tube, flacon, airless, Bag In Box, aérosol propulsé à l'air ambiant...

4.2. Nos solutions packagées

Conscients que chaque projet est unique, nous nous adaptons à la demande de nos clients :



PACK CHRONO :

Utilisation d'une **formule** et d'un article de **conditionnement existants** pour une conception rapide.



PACK ADAPTÉ :

Combinaison d'une **formule standard** et d'un **packaging différenciant** pour une approche originale.



PACK PERSONNALISÉ :

Développement d'une **formule sur-mesure** et choix d'un **conditionnement adapté** pour un produit unique correspondant à l'image de la marque du client.



3. NOS DOMAINES D'ACTIVITÉ STRATÉGIQUE

3.1. Nos marques propres



Laboratoire Body Nature® : conception, fabrication et vente à domicile de produits d'entretien, cosmétiques et bien-être écologiques et biologiques.



PROsens : fabrication et commercialisation de produits d'entretien écologiques pour les professionnels (industries, collectivités, sociétés de nettoyage).



Centifolia : conception, fabrication et commercialisation de cosmétiques écologiques et biologiques en vente en ligne et en distribution spécialisée bio.

3.2. Conception & fabrication à façon

Gammes Personnalisées : conception et fabrication à façon de produits cosmétiques et d'entretien pour le compte de marques propres.

3.3. Export

Nous disposons d'un service entièrement dédié au développement de nos DAS en Union Européenne et Grand Export. Nous mettons également à disposition nos compétences pour accompagner nos clients dans le développement de leurs produits sur les marchés internationaux.

3.4. Odyssée Nature® : au coeur d'une industrie verte

Né dans une logique de Responsabilité Sociale et Environnementale, le concept de visite Odyssée Nature® propose au public de découvrir le laboratoire Science et Nature, son domaine ainsi que les différentes étapes de conception d'un produit.

Plus d'infos sur : <http://www.odyssee-nature.fr/>



4.3. Notre processus de gestion de projet

Quelle que soit l'offre retenue par nos clients, nous mettons un point d'honneur à traiter tous les projets qui nous sont confiés avec le même niveau d'exigence et de professionnalisme :



Réception de votre brief marketing

Connaître et cerner vos attentes, réaliser une étude sur les tendances structurelles et conjoncturelles du marché.



Choix du pack

Choisir le pack produit le plus adapté à vos attentes.



Envoi des premières soumissions, formules et conditionnement

Tester votre produit, améliorer la formule.



Conseil sur les revendications marketing

S'adresser avec les bons mots à votre cible client.



Accompagnement réglementaire

Connaître, comprendre et mettre en pratique les différentes réglementations actuelles.



Déploiement industriel

Démarrer la phase de fabrication et de conditionnement tout en contrôlant la qualité à chaque étape.



Commercialisation du produit

Assurer la réussite du lancement de vos gammes de produits.





 **Cécile Souchet**
Responsable commerciale
Gammes Personnalisées

 05 49 65 86 31

 cecile.souchet@scienceetnature.fr

 **Laboratoire Science et Nature SAS**
Route de Saint Clémentin
BP 15 - 79250 NUEIL LES AUBIERS

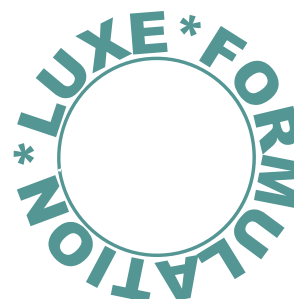
www.scienceetnature.fr

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

LESSONIA – FR

EASYMASK



EasyMask masques imprégnés 100% français

Contacts : Sébastien Guillotin
s.guillotin@lessonia.com

Christophe Winckler
c.winckler@lessonia.com

03/05/2016



Véritable indispensable de beauté dans les pays asiatiques, le masque imprégné est en passe de **devenir incontournable** pour toutes les marques de cosmétiques en Europe.

Pour faire face à cette demande grandissante qui nécessite des investissements conséquents ainsi qu'une technologie très spécifique, Lessonia a investi dans la fabrication et le conditionnement de masques imbibés (visage et yeux).

Ainsi, sur son site de Saint Thonan (région bretonne) Lessonia est la seule entreprise européenne à disposer de l'expertise pour :

- Concevoir les produits
- Maîtriser le dossier réglementaire
- Fabriquer les sérums ou les lotions
- Personnaliser les emballages
- Conditionner les masques localement

Une offre personnalisable

Lessonia propose 4 types de supports pour permettre de répondre aux différentes attentes du marché :

- Lyocell : support idéal pour imprégner une grande quantité d'actifs.
- Coton non tissé : support très doux qui offre une gamme de prix très compétitifs.
- Black Oak Detox : support poreux et antipollution permettant l'absorption d'impuretés. Idéal pour les soins purifiants
- Bio-Cellulose : matériau très populaire en Asie qui se comporte comme une seconde peau.

Zéro conservateur ajouté

Lessonia a tiré profit des dernières innovations technologiques en matière de cosmétologie et réalise les sérums ou les lotions destinés à l'imprégnation, sans ajout de conservateur. Il s'agit d'un réel atout pour ce type de produit. En effet, du fait de la quantité importante de produit appliqué sur le visage, des rougeurs ou des démangeaisons peuvent être notées en lien avec les conservateurs.

Egalité du clé en main

Pour aller vite, lessonia propose une gamme de 4 sérums : anti-âge, hydratant, éclaircissant et contour des yeux. Les clients n'ont plus qu'à personnaliser leur packaging et finaliser le dossier réglementaire avec l'aide de Lessonia.

LESSONIA Croas ar Neizic 29800 Saint Thonan – France

Tél : 33 (0)2 98 07 23 65 • info@lessonia.com

SIRET 442 612 487 000 37 – APE 2042Z – SAS au capital de 1 500 000 euros – N°Intracommunautaire : FR 11 42 612 487



LESSONIA a investi 1 500 000 euros sur les deux dernières années

Crée en 2002, Lessonia occupe une place importante dans le domaine de la sous-traitance cosmétique, en particulier dans le domaine des masques pour visage et corps.

2015/2016 un exercice record :

- 10 millions de chiffre d'affaires dont 65% à l'export
- 85 salariés
- 1 800 formules différentes de produits cosmétiques fabriquées en 1 an.

1 500 000 euros investi en production sur deux ans :

- 2 Mélangeurs sous vide 600 litres et 1000 litres
- Ligne conditionnement pour les sachets imprégnés
- Ligne conditionnement pour les échantillons de produits cosmétiques
- Ligne de conditionnement pour flacons
- Renouvellement de ligne pour le conditionnement des tubes
- Poste conditionnement pour EXFOLIATOR



LESSONIA Croas ar Neizic 29800 Saint Thonan – France

Tél : 33 (0)2 98 07 23 65 • info@lessonia.com

SIRET 442 612 487 000 37 – APE 2042Z – SAS au capital de 1 500 000 euros – N°Intracommunautaire : FR 11 42 612 487

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

LOIRE PLASTIC INDUSTRIE – FR

CAPSULE VITAE



Notre capsule VITAE est la petite dernière de la famille des capsules vissées et n'est pas moins prometteuse que sa grande sœur la capsule ALIA. Elle se démarque par son design unique et sa praticité, grâce à sa casquette qui vient se loger à hauteur du corps et une ouverture simplifiée. Bi couleur, elle offre des possibilités de personnalisation très nombreuses et s'adapte à merveille sur tous les flacons avec un col 24 410. Venez la découvrir sur notre stand I4, hall Indigo !

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

MARVON SRL – EN

Marvon, the green soul of electroplating

When we think of an electroplating process, inevitably thoughts fall on materials and chemical compounds necessary to the electrodeposition process and, of course, to the polluting potential of the production process itself.

At Marvon, sustainable production is part of the company's DNA, and now the company feels the need to communicate it both internally to all its employees, and outside the company, in a more structured way through its first Sustainability Report for the years 2014–2015.

This publication is part of a broader process, that of the Corporate Social Responsibility embracing the daily commitment of the company along three main areas: environmental sustainability, economic growth and social responsibility.

The main intention is to establish a more open dialogue with the stakeholders, first of all communicating the activities that have been carried out so far and laying the foundations for a long term sustainable development, through the definition of objectives that have to be pursued in the nearest future. Alongside a long-term business strategy, we chose short-term goals with actions having immediate consequences.

As far as environment is concerned, the primary goal is to build up a deep awareness of issues relating to the environment and to natural resources within the company.

Marvon daily acts in the awareness that the final goal is to eliminate or reduce negative effects on the environment to a minimum, wisely using resources and energy. For this reason the company has carried out many interventions in these last 10 years: from the introduction of an environment management system certified according to the UNI EN ISO 14001 standard, to the numerous requalification operations on the chemical-physical water treatment plant; from the various energy efficiency interventions, to emission reduction; from a conscious water management system, to an accurate management of waste; and all this combined with a process of continuous improvement and a reorganization of the working lines.



Search for continuous improvement, accuracy in gathering and analysing figures, promotion of a culture of saving and energy efficiency, the use of efficient plants and the adoption of the best technologies available, allow us to create high-quality products, in full respect of the surrounding environment and paying great attention to the well-being of those who work within the company. The goal is communicating and further extending these guide principles outside the company, with a deepest involvement of our clients, of the supply chain and of local institutions.

Together with the environmental issues, the company policies have integrated the social aspects linked to the well-being of people and to the dialogue with the territory. An internal analysis which involved all the collaborators pointed out some critical aspects, which the company has immediately dealt with by means of actions already launched and brought to a conclusion and with the evaluation of a series of company Welfare services to be introduced during the first half of 2016.

In 2015, the company satisfied ordinary necessities pointed out by the collaborators, renovating the company changing rooms, reorganizing parking areas and completely modernizing the canteen.

Moreover scholarships have been awarded for the employees 'children that stood out for school merits. In these first months of 2016, support measures for working mothers are under study that entail a contribution for the frequency to nursery or play schools. Furthermore, the company will adhere to the WHP project that is companies promoting health on working environment, with the startup of actions about food education and fight against smokes and drug abuse.

As far as economic sustainability is concerned, Marvon works to attain the goal of involving the clients to an higher degree within the company's processes and investing energy in research and in developing solutions working side by side with customers, thus ensuring a better management of the production chain and allowing working processes with the lowest possible impact level on the environment.



About Marvon:

MARVON is a technical specialist in galvanic chromium plating.

50 years of experience, with focus on quality and the continuous renewal of the plants to be, today, one of the market leaders in Europe providing excellent tailor-made treatments, entirely made in Italy.

The high quality standards of its processes and products are also certified by the quality certificate ISO 9001:2008 and the environmental certificate: ISO 14001:2004.

All the activities of the company focused on economic, environmental and social sustainability have been recently summarized and inside the company 1st Sustainability Report, published in March 2016.



INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

MAX TIME GMBH/SEN7 – EN

sen7 twist refillable fragrance atomizer

A fragrance experience without limits. sen7 twist is a high quality refillable fragrance atomizer.

Regardless of whether a customer is playing sports, on a night out, on business or travelling, with sen7 twist a fragrance can be refreshed at any time during the day and anywhere with style.

It is the smart escort for both him and her.



INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

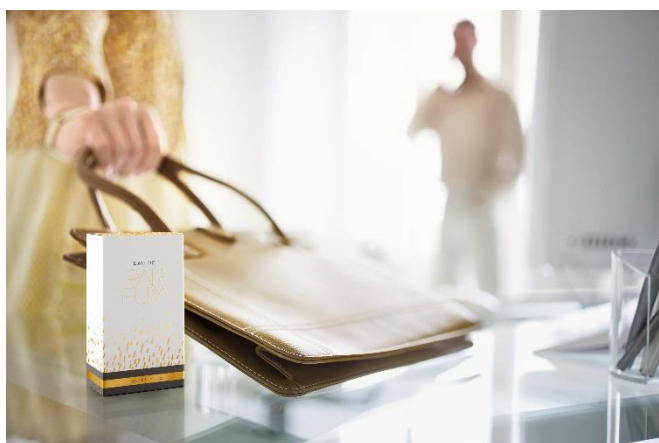
METSÄ BOARD – EN

METSÄ BOARD TO SHOWCASE SUSTAINABLE FOLDING

BOXBOARDS AND LINERBOARDS AT LUXE PACK 2016

Luxe Pack Monaco September 21–23, 2016, Stand RC03

At Luxe Pack 2016 Metsä Board, part of Metsä Group, will showcase a selection of sustainable folding boxboards and linerboards designed to meet the demands of the most sophisticated packaging designs.



Metsä Board has increasingly focused its attention upon helping customers to differentiate their brands through high quality presentation and environmental credentials. All Metsä Board's paperboards are made from a renewable and recyclable resource – fresh fibres – grown in

sustainably managed northern European forests. The fibres are of known origin and all the raw materials used in the manufacturing processes can be traced to source. In addition these fibres help ensure purity and brightness of appearance and add to the ultimate strength of the packaging design.

Christophe Baudry, Commercial Director for Beautycare at Metsä Board states: “It is becoming increasingly clear that today’s consumers pay far more attention to the ethicality, ecology and safety of the products they choose to buy. By using a paperboard made of pure fresh fibres retailers and consumer goods producers can demonstrate their intention to meet these key consumer needs.”

Visitors to the Metsä Board stand will also be able to discuss specific packaging requirements and to see how structural design and converting, print and finishing techniques can add considerable value and impact to the final packaging design.

For further information, please contact Metsä Board:

Christophe Baudry, Commercial Director Beautycare & Healthcare

Mobile: + 33674951598

E-mail: christophe.baudry@metsagroup.com

Metsä Board is a leading European producer of folding boxboards and white linerboards made from fresh fibres. Its lightweight paperboards are developed as the perfect fit for consumer goods, retail-ready and food service packaging. The pure fresh fibres Metsä Board uses are a renewable resource, traceable to origin in northern forests.

The global sales network of Metsä Board supports customers worldwide, including brand owners, converters and merchants. In 2015, the company’s sales totalled EUR 2.0 billion, and it has approximately 2,600 employees. Metsä Board, part of Metsä Group, is listed on the Nasdaq Helsinki.

www.metsagroup.com

Metsä Group is a forerunner in bioeconomy utilising renewable wood from sustainably managed northern forests. Metsä Group focuses on tissue and cooking papers, fresh forest fibre paperboards, pulp, wood products, and wood supply and forest services.

Metsä Group's sales totalled EUR 5 billion in 2015, and it employs approximately 9,600 people. The Group operates in some 30 countries. Metsäliitto Cooperative is the parent company of Metsä Group and is owned by approximately 116,000 Finnish forest owners.



INFO PRESSE

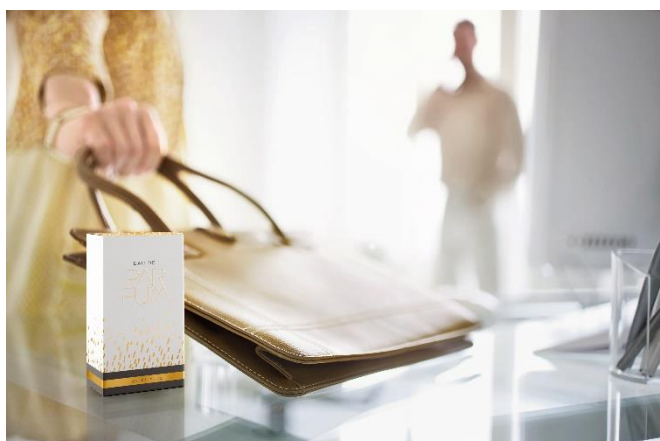
LUXE PACK MONACO 2016

METSÄ BOARD – FR

METSÄ BOARD EXPOSE SES CARTONS POUR BOITES PLIANTES ET SES LINERS AU LUXE PACK 2016

Luxe Pack Monaco 21–23 Septembre 2016, Stand RC03

Au Luxe Pack 2016 Metsä Board, filiale du Groupe Metsä, exposera une sélection de cartons pour boîtes pliantes et liners durables créés pour mettre en valeur les emballages les plus sophistiqués.



Metsä Board porte une attention particulière à ses clients en les aidant à différencier leurs gammes avec des présentations détaillées et des rapports environnementaux. Tous les cartons de Metsä Board sont fabriqués à partir d'une ressource renouvelable et recyclable – les

fibres vierges – des forêts européennes nordiques gérées durablement. Les fibres sont d'origine connue et toutes les matières premières utilisées dans les procédés de fabrication peuvent être traçables depuis la source. En outre ces fibres aident à assurer la pureté et l'éclat de l'aspect ainsi qu'une force finale de l'emballage.

Christophe Baudry, Directeur Commercial Beautycare chez Metsä Board déclare: “Il apparaît de plus en plus clairement que les consommateurs d'aujourd'hui prêtent bien plus d'attention à l'éthique, à l'écologie et à la sécurité des produits qu'ils achètent. En utilisant un carton fabriqué à partir de fibres vierges, les détaillants et les producteurs de biens de consommation peuvent démontrer leur volonté de répondre aux besoins des consommateurs.”

Les visiteurs sur le stand Metsä Board pourront également échanger sur leurs besoins spécifiques en packaging et voir comment le design, la transformation, l'impression et les techniques de finition peuvent apporter de la valeur ajoutée et impacter la création finale du packaging.

Pour plus d'informations, merci de contacter Metsä Board:

Christophe Baudry, Commercial Director Beautycare & Healthcare

Mobile: + 33674951598

E-mail: christophe.baudry@metsagroup.com

Sophie Fily, Marketing Communications

Mobile : +33688064868

E-mail : sophie.fily@metsagroup.com

Le principal fabricant européen de carton pour boîtes pliantes et de liners blancs à base de fibres vierges

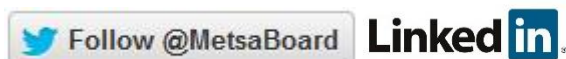
Metsä Board est le principal fabricant européen de carton pour boîtes pliantes et de liners blancs à base de fibres vierges. Ses cartons légers sont développés pour répondre parfaitement aux besoins en matière d'emballage des produits de consommation, de vente au détail et de restauration rapide. Les fibres fraîches pures utilisées par Metsä Board sont renouvelables, traçables jusqu'à leur origine dans les

forêts nordiques.

Le réseau de vente international de Metsä Board offre un support à ses clients, dont des propriétaires de marque, des transformateurs et des distributeurs, dans le monde entier. En 2015, le chiffre d'affaires de l'entreprise s'est élevé à 2,0 milliards d'euros, pour un effectif d'environ 2 600 personnes. Metsä Board fait partie de Metsä Group et est cotée à la bourse Nasdaq d'Helsinki.

www.metsagroup.com

Metsä Group est un groupe forestier responsable. La matière première principale de ses produits est le bois nordique renouvelable issu de forêts nordiques gérées de façon durable. Metsä Group se concentre sur les papiers sanitaires et de cuisson, les cartons destinés au secteur de l'emballage, la pâte à papier, les produits à base de bois et l'approvisionnement en bois. Ses produits de haute qualité reposent sur des matières premières renouvelables, le souci du client, le développement durable et l'innovation. Le chiffre d'affaires de Metsä Group a atteint un total de 5 milliards d'euros en 2015, pour un effectif de 9 600 personnes. Le Groupe est présent dans près de 30 pays. Metsäliitto Cooperative, la société mère de Metsä Group, est elle-même détenue par environ 116 000 propriétaires forestiers finlandais.



INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

MILL – FR



COMMUNIQUE DE PRESSE

Septembre 2016

Luxe Pack Monaco : 21, 22, 23 septembre 2016

Mill lance des étiquettes métalliques lumineuses inédites

Spécialiste des étiquettes métalliques décoratives sur mesure dédiées aux produits et packagings prestigieux, Mill dévoilera sur le salon Luxe Pack de Monaco (stand VA33) des étiquettes innovantes en aluminium ou inox ornées de leds. Fonctionnant pour la première fois sans alimentation électrique externe, elles sont d'une grande finesse (moins de 1 mm d'épaisseur) et totalement étanches (IP67). Conçues pour illuminer les bouteilles de champagne et d'alcool, ces étiquettes s'adressent plus largement - par leurs qualités esthétiques - à l'ensemble des produits et emballages d'exception.

Un support de communication original et simple d'utilisation

C'est à partir d'une languette détachable que l'utilisateur active, au moment voulu, l'alimentation des leds. A usage unique, la durée de l'éclairage peu varier de quelques minutes à près d'une heure, selon le nombre et le type de leds choisis.

L'apparence et l'épaisseur d'une étiquette métallique traditionnelle

Taille, forme, couleur, effets... les nouvelles étiquettes lumineuses Mill sont conçues comme des étiquettes métalliques traditionnelles dont elles prennent l'apparence et l'épaisseur. L'éclairage éphémère est permis par la présence d'un discret circuit réalisé en électronique imprimée et intégré au dos du support.

Comme toutes les réalisations Mill, ces décors ornementaux apportent ainsi aux produits et packagings de luxe la touche finale distinctive attendue.



Éléments techniques des étiquettes métalliques lumineuses Mill

Matériaux : aluminium ou acier inoxydable

Dimensions, marquages et finitions au choix (poli, brossé, vernis, sérigraphié,...)

Adhésivage possible ou non.

Épaisseur totale : 900 microns.

Étanchéité complète : étiquettes IP67.

Couleurs des leds : blanc, jaune, bleu, rouge, vert.

Conditionnement : fournies planes ou galbées

Alliance des savoir-faire : du travail du métal à l'électronique imprimée

Mill est la marque dédiée aux acteurs du luxe de l'industriel angevin Martin Technologies, créé en 1929 et leader national du marquage industriel sur plastique et métal. Egalement membre actif de l'AFELIM (association française de l'électronique imprimée), parmi les domaines d'activités de la PME familiale se trouve l'étude et la fabrication de claviers et faces avant.

www.martintechnologies.fr et www.mill-luxe.fr

Contact presse - agence B17 - Audrey Ruel - LD : 02 40 89 49 24 - audrey.ruel@b17.fr

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

NEOPAC THE TUBE – EN

Polywood tube by Tu-Plast

As the natural, bio-based product market is growing, so does the demand for natural packaging solutions that also stand out. To fulfill such increasing demand, Tu-Plast

has created the Polywood tube. Using natural wooden content in flexible polyethylene tubes is an innovative concept developed by Tu-Plast.



If you touch the Polywood tube, you can really feel and smell the wood. With more than 25% of natural wood content, the Polywood material is a unique bio-based tube. The sleeve and head of the tube can be matched to any colour. Whilst, due to its structure, hot foil stamping, silk screen printing and lacquering are not recommended, decoration in offset printing brings great results.

The tube has been awarded as “Tube of the Year” by European Tube Manufacturing Association (ETMA) in polyethylene category.

Spin'n'dose™: for correct dosing of viscous contents

Airless and pump tubes form a fixed component of our tube range and are established in trade as well as among consumers. However, it is difficult to dose a larger amount in one go of any cream or gel that is highly viscous or on prescription. This is where our new Spin'n'dose™ can be used: the innovative dispensing wheel doses 0.5 or 1 g from the tube when turned 180°. And there is no pump.

The Spin'n'dose™ applicator has been awarded by European Tube Manufacturing Association (ETMA) as “Tube of the Year” in the category Prototype.



NEOPAC
THE TUBE

The family owned Hoffmann Neopac AG operates at three production sites: Hoffmann in Thun/Switzerland, Neopac in Oberdiessbach/Switzerland and Tu-Plast in Debrecen/Hungary.

Neopac specialises in the manufacture of the uniquely developed Polyfoil® tube for the prestige beauty market. Neopac produces highly decorated tubes with excellent barrier properties to protect valuable fillings from 1 ml–300 ml. With an attractive appearance the tubes offer the best possible brand presence plus a wide variety of applicators and airless systems for ease of use.

Hoffmann's core business is the manufacture of premium pocket packs and tins in metal or metal/plastic for the tobacco, confectionery, food and non-food industries. A metal pack from Hoffmann communicates quality and exclusivity, puts your product centre-stage at the point of sale (POS) and makes it unique. Discover the luxurious tins for your precious product.

The Hoffmann Neopac team is looking forward to meeting you at stand DF4. Let us inspire you!

About Hoffmann Neopac:

Hoffmann Neopac AG is an independent family owned company domiciled in Thun, Switzerland. The company produces premium packaging out of metal and plastics at three premises: Tins at HOFFMANN in Thun; Polyfoil®, CoEx and plastic tubes at NEOPAC in Oberdiessbach and at TU-PLAST in Debrecen (Hungary). To our customers we count well-known producers in the Pharmaceuticals, Cosmetics and FMCG sector. Hoffmann Neopac employs over 600 people. About 85% of the production is exported, in particular to European countries but also the USA, Japan and China. Responsible for media relations:

Ms. Cornelia Schmid | cornelia.schmid@neopac.com | T: +41 31 770 12 40

www.hoffmannneopac.com

Hoffmann Neopac AG

HOFFMANN THE TIN

Eisenbahnstrasse 71

3602 Thun

Switzerland

Hoffmann Neopac AG

NEOPAC THE TUBE

Burgdorfstrasse 22

3672 Oberdiessbach

Switzerland

www.neopac.com

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

MW LUXURY PACKAGING – EN

MW Luxury Packaging is a company specializing in bespoke luxury packaging for high-class brands including Grey Goose, Veuve Clicquot and Crème de la Mer. Based in the UK but with offices around the world, MW is a company with global reach, devoted to the crafting of unique, tailored designs that use the highest-quality materials available.

Most recently, MW worked alongside Diageo to produce luxury packaging for seven of their nine 2015 Special Release Single Malt Whiskies. This family of limited edition packs was created using luxury materials and specialized techniques to ensure not only the safety of the bottle, but the refined appearance of the box.



Amongst the seven are The Cally, a 40 year old single grain Scotch whisky, packaged in an exquisite black and grey box. With a plush cream interior and delicate, laminated illustration on the front, this is a box that evokes cold, dark nights in a Scottish castle, perfectly complementing the complex, bittersweet taste of this rare whisky.

Other highlights include the delicately aged Pittyvaich, a last vestige of the shortlived Speyside Distillery that comes packaged in an elegantly minimalist sage green box, and the 37 year old Brora, a soft, cocoa-infused whisky paired with an appropriately mature and refined brown pinstriped box.

Alongside these excellent single malts are the black-clad 32 year old Port Ellen, conjuring the smoky salt air of Islay in a single sniff; the tough and peppery aged Dailuine, secured in a rigid granite-inspired box; the Clynelish 2015 select reserve, rich, warming and housed in a simple and elegant cream box; and lastly, the 25 year old Dalwhinnie, a golden whisky born in the highest distillery in the country and packaged in complementary shades of cream and copper.

You can find out more about MW's limited edition family of luxury whisky packs by visiting the team at Stand J56.

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

OVERKAPT – EN





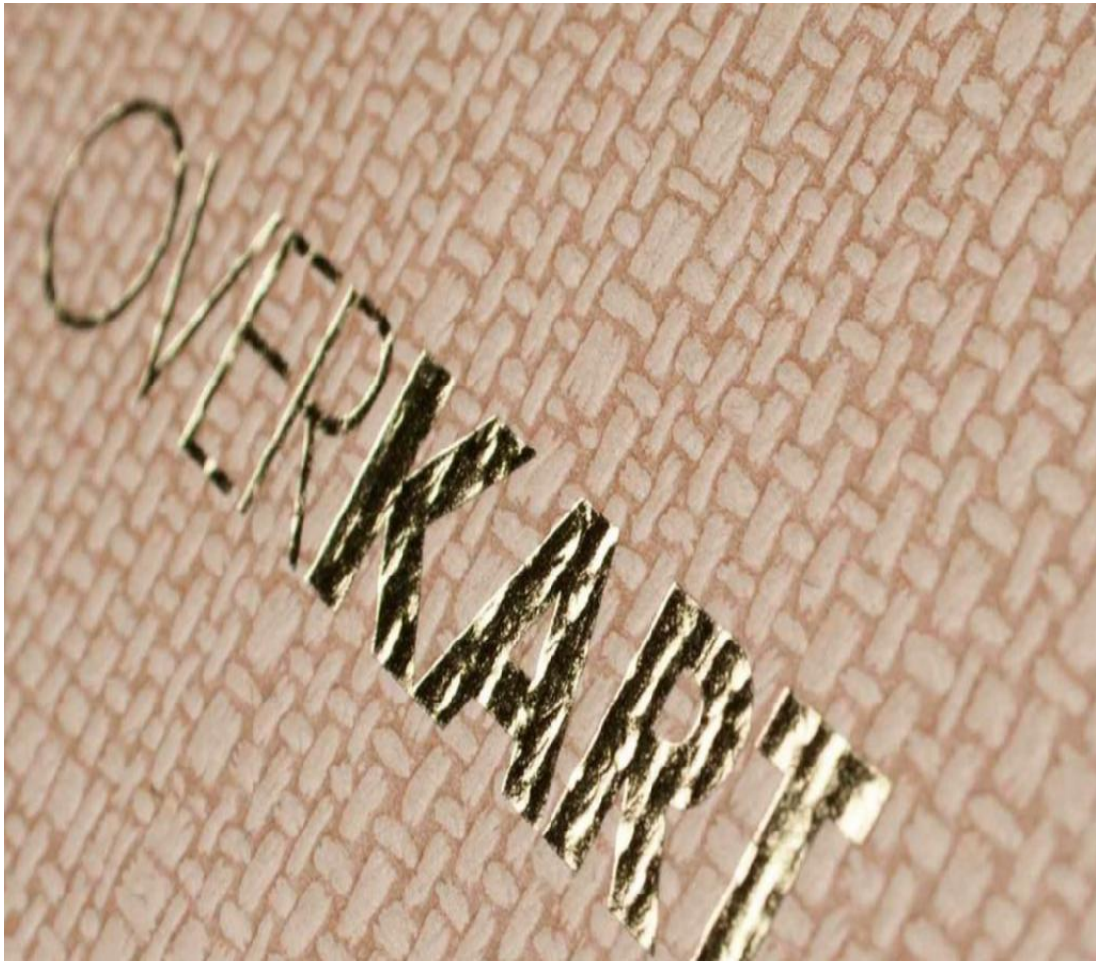
A visual test? A pois pattern?

A buttons network? Maybe a new fashion style?

Or simply a boxes row? What can you see?

Whatever you want... Anyhow you stopped yourself to have a look!!

That's an Overkart's idea for a catching packaging.

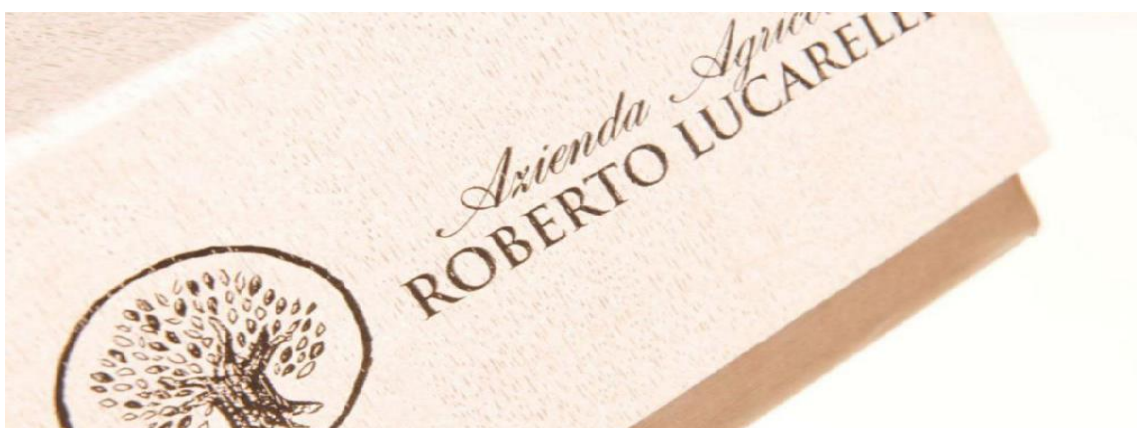


How can you adorn a printing or a packaging?

We offer several solutions focused on graphics, style, details or fit-out works!!

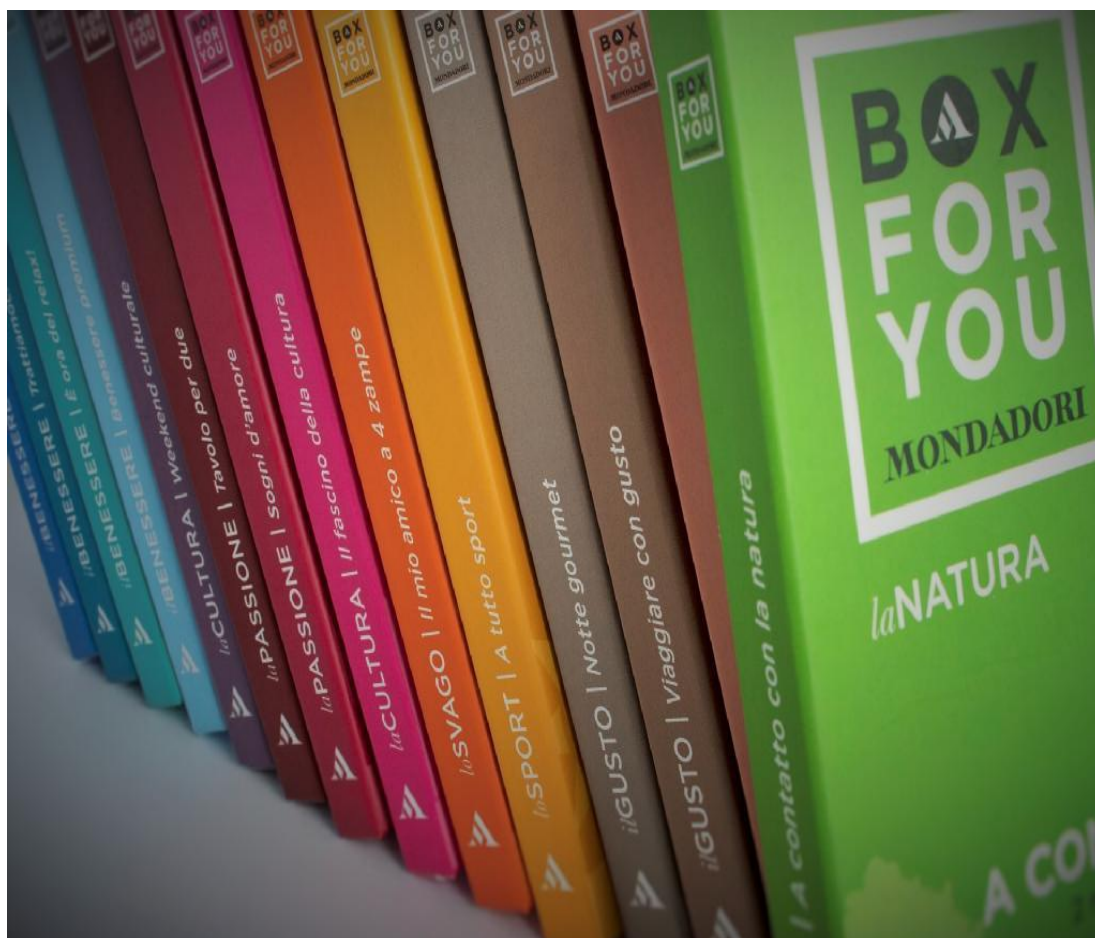
Some examples:

**Offset printing, hot Stamping, glossy, matt or soft touch lamination,
silk-screen printing, high thickness or glittered spot UV varnish.**



A good wine needs a good packaging,
as our solution in ICMA paper and the logo hot foil stamping.





A multitude of colours,

A multitude of solutions.

No matters the one you prefer,
the Overkart's professional expertise is always
at your disposal.



Do you want to add value to your precious product?

Here a possible solution,

silver hot foil stamping for logo on high quality uncoated paper

with excellent printing performance.



OVERKART SRL

Via Pirelli 8, zona Ind.le Girola

63900 Fermo (FM)

Italy

Tel. +39 0734 628711

Fax +39 0734 605004

info@overkart.it

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

PACKAGING DESIGN SA – FR

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Holding Packaging & Design SA : Un groupe de spécialistes au service des acteurs du luxe

La Holding Packaging & Design SA, fondée au début des années 2000 et basée en Suisse, production dédiées aux domaines des spiritueux, de l'horlogerie, de la joaillerie et des instruments d'écriture.

Les quatre entreprises du groupe réalisent, seules ou interagissant les unes avec les autres, du design, des écrins, des displays, des accessoires de présentation mais également de l'agencement intérieur, des éléments métalliques et de la signalétique.

Tout comme Gainerie Moderne, les sociétés Pozzo di Borgo Styling, Huguenin-Sandoz et RS Agencement Steiner sont actives pour l'industrie du luxe depuis de nombreuses années et apportent à leur clientèle une expertise ciblée ainsi que des réponses personnalisées.

Packaging & Design est donc à même d'accompagner les marques de la conception de leurs outils de merchandising à la production jusqu'à leur livraison à l'international. Une collaboration plus ponctuelle pour une étape bien déterminée peut également être envisagée.

CREATION :

Pozzo di Borgo Styling – Studio de design

Les designers, graphistes et dessinateurs techniques travaillant à Montreux (CH), forment une équipe d'une dizaine de personnes.

PRODUCTION :

Gainerie Moderne – Ecrins, présentoirs et accessoires

Fondée en 1960 à Fribourg, Gainerie Moderne est aujourd'hui un des fournisseurs clé du packaging luxe. Cette PME a son propre site de production d'une cinquantaine de personnes et est l'agent exclusif du Cosmo Group à Bangkok. La société thaïlandaise, tout comme Gainerie Moderne en mains familiales, regroupe au total 4.800 personnes sur 3 sites : Cosmo et Prime Box à Bangkok et Midas sur l'île d'Hainan en Chine.

Le développement de nouveaux produits, le processus d'analyse de la valeur sur des gammes existantes et le pilotage de la distribution des productions à l'international, directement depuis la Suisse, la Thaïlande ou la Chine sont gérés quotidiennement.



Huguenin-Sandoz – Articles métalliques et signalétique

Ce spécialiste, sis à Colombier (CH) existe depuis 1923 et propose toute une gamme de produits sur-mesure et standards. Des spécialistes en découpage, mécanique, galvanoplastie, polissage et sérigraphie travaillent des métaux tels que le laiton et l'aluminium afin de produire: des plaquettes, des lettres découpées, des symboles et des produits publicitaires haut-de-gamme (porte-catalogues, miroirs). Ces divers éléments peuvent être intégrés à des produits réalisés par Gainerie Moderne/Cosmo Group Bangkok, ou être livrés séparément.

RS Agencement Steiner – Intérieurs et meubles sur-mesure

L'ébénisterie, basée près de Lausanne, à Bussigny (CH) est en activité depuis les années 60 pour les segments retail/luxe, food, administration et culture. Des boutiques, de petites séries et des pièces uniques sont produites dans cette entité et implémentées à l'international.

Très souvent au service des mêmes clients, des synergies très efficaces peuvent être mises en place par les sociétés de la Holding Packaging & Design.

PACKAGING & DESIGN SA

www.packaging.ch

GAINERIE MODERNE

Route des Fluides 2

Case postale

1762 Givisiez

Suisse

☎ +41 (0) 26 347 35 75

contact : Directeur Marketing et Ventes
Monsieur Pascal CORPATAUX

e-mail : pascal.corpataux@packaging.ch

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

PACKAGING DESIGN SA – EN

PRESS RELEASE



Holding Packaging & Design SA: A group of specialists serving luxury operators

Holding Packaging & Design SA, founded at the start of the 2000s and based in Switzerland, groups together creative and manufacturing companies, fully-focused on the spirits, horology, jewellery and writing instruments sectors, around the historic entity, Gainerie Moderne.

The four companies in the group carry out, by themselves or by working with each other, design, cases, displays, presentation accessories, and also from the internal organisation, metallic items and signage.

Just like Gainerie Moderne, the companies Pozzo di Borgo Styling, Huguenin-Sandoz and RS Agencement Steiner have been active in the luxury sector for many years, and bring a targeted expertise as well as personalised solutions to their client base.

Packaging & Design is capable of providing design to the brands, to manufacture their merchandising tools and to deliver them internationally. A more limited collaboration for a well-determined stage can also be considered.

CREATION:

Pozzo di Borgo Styling – Design studio

Designers, graphic designers and technical designers working in Montreux (CH), form a team of ten people.

MANUFACTURING:

Gainerie Moderne – Boxes, display stands and accessories

Founded in 1960 in Fribourg, Gainerie Moderne today is one of the key luxury packaging suppliers. This SME has its own manufacturing site with fifty staff and is Cosmo Group's exclusive agent in Bangkok. The Thai company, just like Gainerie Moderne being family-run, groups together 4,800 staff over 3 sites in total: Cosmo and Prime Box in Bangkok and Midas on Hainan Island in China.

The development of new products, the process of analysing value in current ranges and directing distribution of manufacturing internationally, directly from Switzerland, Thailand or China are managed daily.



Huguenin-Sandoz – Metallic items and signage

This specialist, located in Colombier (CH) was established in 1923, and offers a whole range of bespoke and standard products. Specialists in cutting, mechanics, electrotyping, polishing and silkscreen printing, they work with metals such as brass and aluminium in order to produce: packets, cut letters, high-end advertising symbols and products (catalogue holders, mirrors). These various items can be integrated with products made by Gainerie Moderne/Cosmo Group Bangkok, or be delivered separately.

RS Agencement Steiner – Bespoke interiors and furniture

The cabinet-makers, based near Lausanne, in Bussigny (CH) has been in business since the 60s for the retail/luxury, food, administration and culture sectors. Boutiques, small sets and unique pieces are produced in this company and sent out internationally.

Very often serving the same clients, highly effective collaborations can be put into place by the Holding Packaging & Design companies.

PACKAGING & DESIGN SA

www.packaging.ch

GAINERIE MODERNE

Route des Fluides 2
Case postale
1762 Givisiez
Switzerland

☎ +41 (0) 26 347 35 75

contact : Marketing & Sales Manager
Mister Pascal CORPATAUX

e-mail : pascal.corpataux@packaging.ch

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

PARCOME – EN

As every customer is unique, Parcome has developed a wide range of creative, technical, and logistics services to meet the highest quality requirements. Parcome creates sophisticated packaging while respecting costs and quality desires by the world's leading luxury groups. We have sales offices in Paris, New York and Hong Kong which guarantee us to a presence worldwide. Since 2012, Parcome launches its own factory: Wisepack. We can supply the highest luxurious brands with exclusive products representing their valuable image thanks to our high quality, our control and our qualified workers. The factory has a unique method of production: a white room with regulated humidity, dust filter, special equipment for the worker which allow us to propose this range of products, paper bag, set up boxes. Our expertise and our presence worldwide make us the ideal partner for all your packaging needs.



INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

PIEL – EN

The perfect dress for your imagination



Welcome to the world of piël. A world of delightful visual and tactile sensations, brought to you through an innovative, patented technology.

Appealing, versatile and sustainable, every piël product turns to be the perfect choice for your packaging coating.

Spread the wings of your imagination and lose yourself into a completely new paper experience.





INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

PIRAMAL GLASS LTD – EN



Piramal Glass, with a steady annual growth of over 15 percent, is becoming the preferred glass packaging vendor for top Cosmetics, Perfumery, and Skin-care brands in the world.

Piramal Glass Limited, is a global leader in design, production, and decoration of premium glass packaging for Cosmetics-Perfumery, Skin-care, Food, Beverages, and Pharmaceutical industry.

We offer the complete end-to-end glass packaging solutions in over 50 countries under the globally recognized brand name of "Piramal Glass." Our manufacturing facilities are spread across India, Sri Lanka, and USA with an overall capacity of 1375 tons per day (TPD).

In the Cosmetics-Perfumery and Skin-care segments we have the world's second largest dedicated production capacity of 560 TPD. Every year we produce over two billion pieces of Nail-enamel bottles, over 400 million pieces of Perfumery bottles, and over 60 million pieces of Skin-care containers/ jars, - with sizes ranging from 5 ml to 250 ml.

Our global customers demand utmost quality with premium finishing and decoration to ensure that their aesthetically appealing glass packaging can emphasize the product's uniqueness, quality, and exclusiveness.

In LuxePack 2016, we have got a whole list of new products and developments to showcase. The below Piramal Glass products are just a small glimpse of it.



PI GIVENCHY EAU DE TOILETTE | LVMH



DOLCE VITA | CHRISTIAN DIOR



CARVEN LE PARFUM | JACQUES BOGART
"Global Launch"

Revamped and upgraded premium perfume bottle facility

To satisfy the stringent customer requirements, all stages of our manufacturing process have to reflect the state-of-the-art capabilities. Hence we are today strongly focusing on maximizing the process stability and consistent quality assurance. During the last twelve months we have invested around USD 85 million to modernize our facilities with the state-of-the-art infrastructure. This includes expansion and upgradation of one of our "premium perfume bottle" furnace from 35 TPD to 60 TPD. This revamped facility with four lines provides the best in class configuration in terms of technology, design, and layout to serve our global Cosmetics-Perfumery and Skin-care customer requirements.

Some of the key features of this 60 TPD facility are:

- Straight conveyors to handle complex bottle shapes
- Air-conditioned dust-free cold-end area
- Energy efficient furnace built using European refractory for all glass contact areas
- Entire batch-path is lined with stainless steel, thus preserving glass clarity and avoiding contamination
- The IS machines are from Bottero SpA, Italy with latest offerings including Servo mechanisms.
- Four side fire-polishing for finer surface finish
- Stainless Steel mould for superior skin finish
- Upgraded online automatic inspection systems

We are also upgrading and doubling the capacity of our Decoration Facility at Kosamba, India with an investment of around USD 4 million, so that we can continue to satisfy our customers' requirements and deliver complex decoration requests in perfect quality. Today we have dedicated facilities for premium glass decoration solutions such as printing, hot-foil stamping, coating, frosting, decal, fitment/ gluing, and metallization.

Piramal Glass is going digital

At Piramal Glass, we have always believed in making investments in future-ready initiatives. With the evolution of technology and the advent of digital, the global business dynamics is fast changing. We are also quickly adapting to this new medium and focusing on developing our digital strategy. In this regards, we are investing in new technologies like Internet of Things, Cloud, Analytics, and various collaborative tools like HRMS, Workflows, and Crowd sourcing across our facilities and functions.

Piramal Glass Europe

26-28 Rue Paul Bignon – 76280 Europe
Tel: 0033 235 82 10 15

Piramal Glass Limited

6th Floor Piramal Tower Annexe Peninsula Corporate Park,
Off Worli Naka, Lower Parel, Mumbai – 400013 INDIA
Tel: +91 22 3046 6969 – Fax: +91 22 2490 8824
www.piramalglass.com

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

POZZOLI – FR

Pozzoli Spa leve le verre avec Berlucchi '61

La maison Guido Berlucchi & C. SpA confie à Pozzoli SpA, la réalisation de son packaging le nouveau Millesimato, Berlucchi '61 Nature, qui célèbre l'anniversaire de la naissance du Franciacorta chez Berlucchi, en 1961. Une occasion spéciale qui exige un effort créatif particulier pour les deux formats standard (0.75 litre) et Magnum (1,5 litre). Le cahier des charges demandait que le coffret soit innovant, à l'image de la marque et représentatif.

Le défi a été relevé et remporté par l'agence de communication de Bergame SGA Corporate & Packaging Design, qui avec le support de Pozzoli Spa a étudié et réalisé ce coffret innovant.

Stimulée par la recherche de solutions techniques innovantes de Pozzoli SpA, SGA a proposé à Berlucchi ce packaging élégant et exclusif. Une solution qui est d'apparence simple, mais techniquement complexe et très orienté sur les détails techniques ainsi que les finishing, tout en répondant à la double exigence à la fois esthétique et fonctionnelle.

Le concept graphique est construit autour de la figure géométrique du cercle, symbole de perfection, et c'est exactement la recherche de la perfection qui a été le fil du projet. Le coffret est un parallélépipède parfait, avec les angles bien carrés, pour lesquelles le brevet Beverage Box™ de Pozzoli Spa est parfaitement adapté.

Pour sa réalisation, des supports et matériaux spéciaux ont été sélectionnés soigneusement, l'utilisation de techniques d'impression spéciales ont été nécessaire, le



conditionnement est quant à lui en partie manuel, en prenant rigoureusement soin de chaque pièce. En même temps, grâce à la construction particulière du projet, nous avons réussi à assurer la robustesse nécessaire pour garantir le transport en toute sécurité même pour la version Magnum. Le brevet Beverage Box™ de Pozzolia a été conçu pour des contenances allant jusqu'aux 3 litres (Jéroboam).

Le produit est constitué de deux coffrets, qui s'imbriquent l'un dans l'autre. La partie interne, apte à contenir la bouteille, a été réalisée sur un carton noir tinté dans la masse et habillé d'un papier crea Fedrigoni Imitlin. Au-dessus s'imbrique parfaitement l'étui extérieur, réalisé avec un carton multicouche, recouvert par un pelliculage au film métallisé or, imprimé avec un sélectif brillant sur la base mate, puis ensuite pelliculé pour donner un effet smooth. Le coffret-display intérieur est rendu précieux par un marquage à chaud au film or qui reproduit le logo de la marque "Berlucchi", alors qu'un mécanisme spécial assure la stabilité de la bouteille dans le coffret. Pour compléter le coffret, il existe une poignée élégante en cordon tissé, pour en faciliter le transport.

Forte de ses 47 années d'expérience, la société Pozzoli continue d'exporter son savoir-faire et la qualité de son service au travers de nombreux marchés, et notamment celui des Vins & Spiritueux, grâce à une technologie et un personnel toujours à la pointe.

Pozzoli SpA

"Valoriser et véhiculer l'image des produits de nos clients grâce à des emballages toujours plus innovants et époustouflants": voici la Mission de notre société Pozzoli SpA.

Fondée en 1968 à Inzago par Aldo Pozzoli, la société s'impose comme incontournable sur le marché pour sa capacité à toujours être tournée vers l'innovation et la créativité. Dans un premier temps nous nous sommes spécialisés dans la production de packagings standards et spéciaux pour les marchés de l'Entertainment ainsi que de leur conditionnement cela dans le secteur de la musique, de la vidéo puis des jeux, en collaborant avec les principaux acteurs de ces marchés. Nous avons apporté des solutions techniques originales et de nombreux brevets qui sont toujours utilisés de nos jours.

A partir du début des années 2000 Pozzoli SpA commence la diversification avec l'ouverture vers les marchés de la parfumerie et de la cosmétique et plus récemment au marché des Vins et Spiritueux.

Avec l'aide d'importants Investissements que ce soit au niveau des compétences et des technologies, avec l'aide également d'un service recherche et développement toujours à la pointe, des solutions de packaging innovants et de nouveaux brevets continuent à voir le jour sur une large gamme de produits techniques, de finitions et de matériaux qui répondent également aux normes environnementales.

Aujourd'hui notre société produit des étuis en carton souple, des coffrets habillés et projets spéciaux en petites et grandes quantités, tout en continuant à développer des

packaging brevetés, pour les marques nationales et internationales les plus prestigieuses.

Pour plus d'informations:

Pozzoli SpA, via Giuseppe Di Vittorio, 11 – 20065 Inzago (Milano)

Tel. +39 02954341 fax+39029547439

Email: marketing@pozzolispa.com

www.pozzolispa.com

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

POZZOLI – IT

Pozzoli Spa brinda con Berlucchi '61

La Guido Berlucchi & C. SpA affida a Pozzoli SpA, la realizzazione del packaging il nuovo Millesimato, Berlucchi '61 Nature, che celebra la storica nascita del Franciacorta in casa Berlucchi, nel 1961. Un'occasione straordinaria richiede uno sforzo creativo particolare e così, per i due formati standard (0.75 litri) e Magnum (1,5 litri), è stato voluto un packaging innovativo, fortemente caratterizzante ed evocativo.

La sfida è stata raccolta e vinta dall'agenzia bergamasca SGA Corporate & Packaging Design, che con il supporto di Pozzoli Spa ha realizzato l'innovativo cofanetto.

Stimolati dalla ricerca di soluzioni tecniche innovative di Pozzoli SpA, SGA ha proposto a Berlucchi questo packaging elegante ed esclusivo. Una soluzione apparentemente semplice ma tecnicamente complessa e curatissima nei dettagli, sia tecnici che di nobilitazione, che risponde alla duplice esigenza estetica e funzionale. Il concept grafico ruota attorno alla figura geometrica del cerchio, simbolo della perfezione, e proprio la ricerca della perfezione è stato il *mood* dell'intero progetto, mentre la confezione è un parallelepipedo perfetto, con angoli squadratissimi, per i quali è risultato vincente il brevetto Beverage Box™ di Pozzoli Spa.

Per la realizzazione sono stati accuratamente scelti supporti e materiali speciali, mentre sono state necessarie tecniche di stampa speciali e confezionamento cartotecnico manuale, curando al massimo ogni singolo pezzo. Allo stesso tempo, grazie alla costruzione cartotecnica del progetto, è stata assicurata la robustezza sufficiente a garantire il



trasporto in sicurezza del prodotto anche per la versione magnum. Del resto il brevetto Beverage Box™ di Pozzoli è stato concepito per contenere fino ai tre litri delle bottiglie Jéroboam.

Il packaging si compone di due cofanetti, inseriti uno nell'altro. Il cofanetto interno, deputato a contenere la bottiglia, è stato realizzato in cartoncino nero colorato in pasta, rivestito in Fedrigoni Imitlin goffrata. Su di esso scorre perfettamente l'astuccio esterno, realizzato con un cartoncino multistrato, realizzato per accoppiamento di un supporto base metallizzato oro, sovrastampato a fondo pieno con i grafismi in negativo per ottenere l'effetto lucido su base opaca, successivamente plastificato per un effetto smooth. Il cofanetto display interno è impreziosito da una stampa a caldo in lamina oro sulla base che riproduce l'articolato marchio "Berlucchi" mentre uno speciale meccanismo cartotecnico a scatto assicura la tenuta della bottiglia in posizione. Il cofanetto è completato da una elegante maniglia in cordino intrecciato nero, per un agevole trasporto.

Con oltre 48 anni di esperienza, Pozzoli SpA continua a esportare il suo know-how e la qualità dei suoi servizi in vari settori, incluso il Wine & Spirits, e grazie a una tecnologia costantemente aggiornata e un team di persone altamente qualificate riesce ad essere sempre all'avanguardia nelle proposte alla propria clientela.

Pozzoli SpA

"Contribuire alla costruzione di un'immagine di valore della clientela attraverso lo studio e la realizzazione packaging innovativi ed entusiasmanti": questa è la Mission di Pozzoli SpA.

Fondata nel 1968 a Inzago da Aldo Pozzoli, si impone fin da subito all'attenzione del mercato per la propensione all'innovazione e la creatività. L'iniziale specializzazione nella produzione di packaging speciali e confezionamento per il mondo dell'intrattenimento nel settore della musica, si estende rapidamente al mondo del homevideo e quindi del game, collaborando con i principali player mondiali con soluzioni cartotecniche originali e brevetti propri tutt'oggi in uso. A partire dai primi anni del 2000 Pozzoli SpA diversifica con l'apertura ai mercati dell'alta profumeria e della cosmesi e più di recente del wine & spirits.

Grazie a importanti investimenti in competenza e tecnologia, e grazie soprattutto all'attività di ricerca e sviluppo, anche in questi esigenti ambiti, vengono sviluppate soluzioni di packaging innovative e brevetti, in una vasta gamma di produzioni cartotecniche, nobilitazioni e materiali, fortemente caratterizzate dall'attenzione alla sostenibilità.

Oggi l'azienda produce astucci in cartoncino teso, scatole rivestite e progetti speciali per edizioni limitate, nonché packaging brevettati, per conto di alcuni tra i più importanti brand nazionali e internazionali.

Per maggiori informazioni:

Pozzoli SpA, via Giuseppe Di Vittorio, 11 – 20065 Inzago (Milano)

Tel. +39 02954341 fax+39029547439

Email: marketing@pozzolispa.com

www.pozzolispa.com

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

POZZOLI – EN

Pozzoli at Luxepack Monaco 2016

launches

Pozzoli Flat Boxes: the new rigid LoL flat boxes for luxury retail

Pozzoli SpA is proud to launch at Luxepack its ***Pozzoli Flat Box concept***: the new patent pending space-sparing rigid lift-off lid boxes that are totally bespoke and flat.

The Pozzoli Flat Box concept demonstrates the company's dedication in developing high-quality innovative and creative packaging solutions for the luxury world, characterised by research, creativity, innovation aimed at surprising the market with unique products and contents.

With the Pozzoli Flat Boxes the family of the flat rigid boxes grows, based on the experience Pozzoli gained developing and patenting packaging for the Beverage and Eyewear markets.

The Pozzoli Flat Boxes are available in different sizes with many varied applications in all luxury sectors: from the smallest one (130 x 130 x 60mm) suitable for Leather Goods, Accessories, Jewels, Legwear, to the intermediate size ideal for Cosmetics & Perfumery, Childrenswear, Gifts, Confectionary, Underwear, Fashion Boutiques, up to the large size (350x 500 x 120 mm) very recommended for Apparel, Design, Furniture, Homewares, etc..

Pozzoli Flat Boxes allow simple assembly done in a few simple steps (LIFT-FOLD-STICK-USE), give the box the strength and rigidity of a rigid box, but all of the benefit of flat

boxes. Thanks to their design and the high quality of the materials used, the Pozzoli Flat Boxes are very strong, resistant and hold their shape well.

The Pozzoli Flat Boxes are always provided with the bottom totally folded within its lid, that means with important space-savings, in terms of storage, transport, and a significant reduction of the carbon footprint.

Environmentally friendly, the Pozzoli Flat Boxes, made from paper and board (without magnets), FSC or PEFC certified (on request), are totally recyclable.

Creative friendly the Pozzoli Flat Box gives the opportunity for bespoke luxury customization: a wide range of finishes such as hot-foil, embossing, silkscreen varnishes, micro-engraving can all be used to set your product apart from the competition.

This is a new and innovative answer to the increasing demand on luxury packaging for the retail world, to be green inside, sustainable, and with a low environmental impact, yet practical and able to offer significant space and cost-savings on POS stock.

At the booth **DG 26 in Hall Diaghilev**, Pozzoli will be pleased to present to you the endless applications and considerable advantages of the Pozzoli Flat Boxes, as well as other exciting products and ranges.



About Pozzoli S.p.A.

“Enhance the market image and presence of our Customers’ brand through innovative and attractive packaging” that is the Pozzoli Mission.

Pozzoli Spa, founded in 1968 by Aldo Pozzoli in Inzago, Milan, established itself as an Italian pioneer in the production of special packaging for the entertainment world.

Pozzoli's initially specialised in production of special packaging and fulfillment for the music market, quickly extending its presence in the homevideo and game markets, working with the main world players with original packaging solutions and Pozzoli own developed and created patents still used worldwide.

Since beginning 2000s Pozzoli diversified, opening to the markets of high-perfumery and cosmetics, and more recently to wine&spirits, fashion & accessories.

Thanks to important investment in skilled people and technologies, and especially thanks to activity of an outstanding R&D department, the company has continued to develop its presence also in these high-demanding sectors, with innovative packaging, new patents, from a wide range of paper-based packaging, finishing, materials, strongly characterized by the attention to sustainability.

Nowadays the company produces tuck-end boxes, rigid boxes, and limited edition packaging, for some of the most important Italian and International brands, and becoming one of the most important players in these markets.

From entertainment to the cosmetics, from beverage to fashion & accessories, Pozzoli is today a hallmark in European and international markets for high-end brand packaging. Creativity, research and innovation, are the pillars characterizing the activity of the company which continuously creates unique and always novel packaging products.

For further info, please contact us:

Pozzoli SpA, via Giuseppe Di Vittorio, 11 – 20065 Inzago (Milano)

Tel. +39 02954341 fax+39029547439

Email: marketing@pozzolispa.com

www.pozzolispa.com

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

PRINTPARK- EN

PrintPark is finalist again at Pro Carton ECMA Award 2016

The annual Pro Carton ECMA Awards for outstanding carton packaging on the market is one of Europe's most prestigious packaging awards.

The finalists are now officially announced – PrintPark once again selected as a finalist at Beauty & Cosmetics with its “Flormar All Eyes on Me collection” cartons.

Sexy carton

This carton design presents newly developed products in a highly attractive manner. To attract customers' attention, the design focuses on two highly current trends: the houndstooth pattern which is very popular in the textiles and cosmetics industry, and the equally as popular velvety texture. This resulted in the cosmetics industry's first carton with a velvety decoration on a matt metalised surface.



INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

PUJOLASOS- EN



press release

Clarins trusts Pujolasos with the packaging of its new fragrance Azzaro Solarissimo Levanzo

- This is one of the most successful fragrances in the market and one of the best-selling perfumes in Europe.
- Pujolasos has developed an exclusive ash tree wooden cap that includes an elegant laser engraving.



Barcelona, May 18th, 2016.- The Clarins group, a world leader in cosmetics and beauty products, has selected [Pujolasos Wood & Pack](#) to develop the packaging of its new fragrance Azzaro Solarissimo recently launched. This is one of the most successful ranges in the market, as guaranteed by its extraordinary longevity: Azzaro's first perfumes were launched in 1978 and have since then become a world reference, in addition to being among the best-selling perfumes in Europe.

Azzaro's new fragrance, suggestively called Levanzo -a small island near Sicily-, is presented as "the union between the sun and the Mediterranean sea". Its aromatic essence is composed of citrus, passion fruit,

basil, lavender, cedar and patchouli.

Pujolasos has designed an exclusive ash wood cap that includes a laser engraving of the range's logo. The color, which has been chosen specifically for this product, maintains the brand's distinctive elegance, combining Mediterranean essences with Azzaro's fresh and cosmopolitan flair.

To achieve the ideal fitting into the bottle and an excellent usability, the inside of the cap has been manufactured with Pujolasos' *PP standard fea15*. The whole ensemble, including the laser engraving, the interior and the finishes, has been entirely developed in Pujolasos' facility in Sant Pere de Torelló (Barcelona).

About Pujolasos

Since 1967, [Pujolasos](#) is specialized in the industrial manufacture of small-format wood packaging for different markets, such as perfumery and cosmetics, beverage packaging, and many others.

Av. Madrid, 95 - 08028 Barcelona - Tel. 932 376 434 - bcnpress@bcnpress.com - www.bcnpress.com



press release

Development, manufacturing, decoration, lacquering and assemblage are the main parts composing Pujolasos' two plants, which span over 12,000 sqm.

Today, Pujolasos Wood&Pack is an internationally recognized provider of organic packaging within the premium segment, and works for several of the biggest brands in the world.

For further information, arranging interviews or requesting any graphic material:

Bcnpress Comunicación - 932 376 434

Aureli Vázquez

avazquez@bcnpress.com

Pujolasos wood & pack adds quality touch to Loewe fragrance, Solo Loewe Cedro

- The world leader of packaging Tesem Pujolasos has participated with the creation of sophisticated packaging Solo Loewe .

Barcelona, 9/11/2015.- The prestigious perfume firm Loewe has chosen [Pujolasos wood&pack](#), located in Sant Pere de Torelló (Barcelona), to develop the packaging of its renewed fragrance *SOLO Loewe Cedro*. Pujolasos strengthens thereby its position as an international leader in luxury packaging.

This time, Tesem, an international reference in aluminium packaging, is the leading company for this project, reinforcing its reputation for quality and service in the sector.

In this packaging, Pujolasos shows its exclusive line of hardwood caps, contributing to enhance the presence and the sense of touch in each of the bottles. This also manages to provide a connotation of elegance to the product that is appreciated at first sight.

The bottle caps and supports have been manufactured and laser-engraved with ash tree, characterised precisely by its strong personality, with large species and aromatic power. The design is cube shaped, simple but elegant, and contrasts with the other colour of the perfume.



About Pujolasos

From 1967, Pujolasos is specialized in the industrial manufacture of small-format wood packaging for different markets such as perfumery and cosmetics or beverage packaging.

The development, fabrication, decoration, lacquering and assemblage are the main parts composing Pujolasos' plant, which has over 12,000 sqm.

For further information, to arrange interviews or request graphic material:

Bcnpress Comunicación - 932 376 434

Andrea Fernández (andrea@bcnpress.com)

Svalbarði: Iceberg water from the North Pole with a unique touch by Pujolasos wood & pack

- Pujolasos' wooden cap crowning this sophisticated bottle incorporates a universal ice crystal symbol in the form of a high-definition thermo-engraving.



Barcelona, March 16th, 2016. - The faraway Svalbard archipelago is a remote and lonely arctic wilderness in the northernmost end of the Kingdom of Norway. Practically deserted and just 700 miles from the North Pole. This is where icebergs containing the world's purest water are collected. This water is almost mineral free and has an exceptionally light mouthfeel perfect for pairing with fine food.

The result is Svalbarði, a glass bottled water for refined palates whose elegant cap has been developed by [Pujolasos Wood & Pack](#).

Svalbarði's water is gathered only a few times a year utilizing local resources to preserve the natural environment. Because of nature's limitations on when icebergs can be gathered, they are all used

for limited editions aimed at the international luxury market. This cap, inspired by arctic nature, has been manufactured by Pujolasos in its new factory plant in Sant Pere de Torelló (Barcelona), very close to the Pyrenees.

Pujolasos' exclusive cap incorporates the universal ice crystal symbol in the form of a high-definition thermo-engraving. The gracious neck of the bottle, rather unusual in the bottled water market, makes Svalbarði a unique acquisition.

The sum of the best quality wood and glass results in a dazzling bottle, whose distinguished appearance brings to mind the massive glaciers of the North Pole, evoking their purity and freshness.

Production of these exclusive caps reinforces Pujolasos' positioning in wood packaging inside the premium segment, thus providing the natural and gentle finish of wood in a professional and painstaking way.



nota de prensa

About Pujolasos

Since 1967, Pujolasos is specialized in the industrial manufacture of small-format wood packaging for different markets, such as perfumery and cosmetics, beverage packaging, and many others.

The development, fabrication, decoration, lacquering and assemblage are the main parts composing Pujolasos' plant, which has over 12,000 sqm.

Today Pujolasos Wood&Pack is an internationally recognized provider of organic packaging within the premium segment, and works for several of the biggest brands in the world.

For further information, arranging interviews or requesting any graphic material:

Bcnpress Comunicació - 932 376 434

Albert Costa albert.costa@bcnpress.com

TOUS Perfumes selects Pujolasos to give a touch of exclusivity to its new perfume

- The exclusive ash wooden cap, created at the new Pujolasos' factory, provides an exclusivity and luxury touch keeping with the quality of Tous Perfumes.
- Pujolasos has used a technique developed exclusively for TOUS Perfumes with the purpose of transmit visually the exclusive details of the new packaging.



Barcelona, June 21, 2016. - The prestigious brand Tous Perfumes, international referent in jewelry and perfumery, has selected [PUJOLASOS wood & pack](#) for the production of its new and exclusive fragrance, specifically the **luxurious ash wooden caps** that shows the new concentrated cologne.

The whole ensemble has been entirely developed in the **new Pujolasos' facility** in Sant Pere de Torelló (Barcelona), **recently extended it to make huge projects**. The TOUS assignment is especially significant for the

Pujolasos production because it has not been limited to accomplish with the exigencies of a conventional project, but it has used a **technique developed exclusively for the client**.

Following on the brand values, the result is an **attractive design, with a suggestive staging and linked to luxury**, with the value added that used **PEFC certified wood, from sustainable forests**.

The new fragrances of TOUS Perfumes **enhance the brand identity attributing an unusual importance to the emblematic bear**. At the feminine fragrance (30, 50, 90 ml), the emblem is presented in an original carved figure with low relief decorations, with the maximum precision at both sides. At the masculine fragrance (50 and 100 ml), appears the logo compressed in an elegant curved cap.



nota de prensa

In both cases, the material selected is the **ash wood, characterized by elegance and exclusive presence associated to luxury.**

Pujolasos emphasize the high quality of the Tous Perfumes choice; which requires a **high technical level production** (principally in compressed details). At the feminine fragrance, the emblem is made with tools designed specifically by Pujolasos; guarantee the double-sided uniformity of decor. In the male version, the compressed logo is curve and constantly at all logo.

With the strictly quality policies and respect to the environment of TOUS Perfumes, Pujolasos behave with protocols of maximum responsibility and take care of the environment. All chemical products used at its process accomplish strictly with the European normative REACH (Registration, Evaluation and Authorization of Chemicals), guaranteeing a high level of protection of health and environment. Pujolasos have also the International Certificate PEFC that promotes the sustainable management of the forests.

About Pujolasos

Since 1967, [Pujolasos](http://www.pujolasos.com) is specialized in the industrial manufacture of small-format wood packaging for different markets, such as perfumery and cosmetics, beverage packaging, and many others.

Development, manufacturing, decoration, lacquering and assemblage are the main parts composing Pujolasos' two plants, which span over 12,000 sqm.

Today, PUJOLASOS Wood & Pack is an internationally recognized provider of organic packaging within the premium segment, and works for several of the biggest brands in the world.

More information at:

www.tous.com
www.pujolasos.com
www.pyd.es

For further information, arranging interviews or requesting any graphic material:

Bcnpress Comunicación - 932 376 434

Aureli Vázquez

avazquez@bcnpress.com

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

RATHGEBER – EN

RATHGEBER at the 2016 Luxe Pack in Monaco:

Mass customisation: Mylabel.one, new comprehensive digital solution, refines packaging with customised 3D labels in a metallic look

Munich–Oberhaching/Monaco, 15 August 2016 – Rathgeber, the specialist for tailor-made labelling solutions, will be presenting itself from its glamorous side at the Luxe Pack in Monaco from 21 to 23 September 2016. At booth 42 in the Diaghilev hall, visitors of the international leading trade fair for creative packaging will learn how premium brands can strengthen their presence and customer retention with little work thanks to mass customisation of 3D labels. The trade fair appearance will focus on mylabel.one the new digital customisation solution, and the trend towards glitter and glamour for metal surfaces.



3D labels and lettering made from metal or plastic top off every packaging, because they stage the trademark in an artistic manner. In connection with customisation, they make the product unique with emotional value added. Be it a love note on the perfume or the name of the person receiving the gift on a jewellery bag: with the new mylabel.one overall solution from Rathgeber, every product can be refined within minutes and converted into a very personal gift or favourite item.

The digital centrepiece of mylabel.one is an online solution with a web editor, which is integrated in web shops and websites. With a few clicks of the mouse, the end consumer can use it to design

the text, font and colour of his label and even upload a pic. To check his creation, the user is given a photo-realistic preview of the product and receives a unique product with emotional value added a couple of days later.

Comprehensive peace-of-mind package

In order to make entering mass customisation as simple as possible, Rathgeber assumes the complete fulfilment for its customers on request: from implementing the mylabel.one configuration to order processing and picking through to delivery. The material, shape and design of the labels are, of course, aligned precisely to the wishes of the customer in advance.

“With mylabel.one, we are proving that mass customisation does not need to be cumbersome or expensive,” says Andreas Schrägle, Managing Director of Rathgeber. “Our labels made from metal, acrylic and various combinations of materials can be easily applied to existing packaging. They give consumers the nice feeling of having in their hands a unique product made specially for them.” And the customer also gains valuable end customer details as an added bonus.

Rathgeber Digital, a 100% subsidiary of Rathgeber, invested 18 months in the development of the innovative mylabel.one system. The entire range of the labelling specialist is now also available to customers as an overall solution for mass customisation.

The trend: glitter, bling and glamour

With its variety of material combinations and surface refining technologies, Rathgeber offers packaging and glass vessel makers a virtually unlimited playing field for creative individual solutions. Rathgeber can also service the trend towards noble, metal surfaces. Be it matt, brushed, sparkling, polished or structured: three-dimensional labels made from metal or plastic convey these effects in a particularly effective manner.

At the Luxe Pack, Rathgeber will be presenting, among other things, an expanded range of brush and grind structures for aluminium 3D. Differing brushing directions, full-surface or partial designs, special colours, embossing, diamond cut, micro print or a

combination with other Rathgeber products turn trademarks into attention-grabbing eye-catchers, which also convince with their haptic effects.

A broad network of Rathgeber advisers helps companies to choose the suitable solution from the many options available. From the correct glue to the material and its processing through to surface finishing, state-of-the-art technologies help to create unique products of the highest precision and appeal.

About RATHGEBER

The Rathgeber Group, based in Oberhaching near Munich, is a medium-sized, family-owned enterprise and has been making advertising and technical labelling solutions for already three generations as a “hidden champion”. From volumes of just 1 and with the highest level of precision, the company develops with its approximately 23,000 customers from industry, commerce and services tailor-made solutions for the most varied areas of use – from customised champagne bottles to the 3D logo on a ski through to labels with RFID/NFC technology. The breadth of the range and the high level of innovation are what make the company unique. With plants in Germany and the Czech Republic, some 9,000 square metres of production facility and over 280 employees, Rathgeber is one of Europe's leading companies. Rathgeber is the first company in its industry to produce in a climate-neutral manner and to promote the employment of women.

Additional information: www.rathgeber.eu, www.mylabel.one

Images at <https://www.rathgeber.eu/de/presseinfo.html>

Press contact:

RATHGEBER GmbH & Co. KG

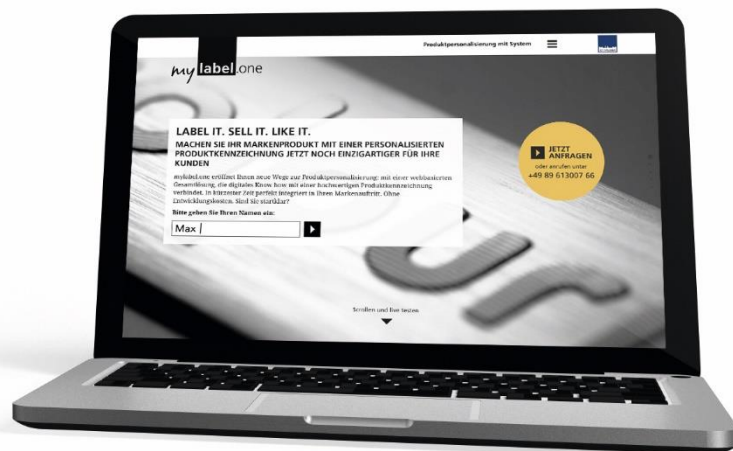
Ingo Held

Kolpingring 3

82041 Oberhaching

Tel.: +49-(0)89-61 30 07-29

E-mail: info@rathgeber.eu



INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

REBHAN- EN

Colonna Kyra Georgia – exclusive packaging collection

New and exclusive packaging collection **Colonna Kyra Georgia** creates an outstanding proposition for series of cosmetic products. It consists of 3 harmonized packaging lines: luxury flacons Colonna and Georgia manufactured from different types of materials, available in sizes from 10ml up to 400ml and elegant thick-walled cream jars in sizes from 10ml up to 200ml.

Harmonized shapes of flacons and jars allow for easily series recognition and for building a strong brand identity. The combination of modern designs with classic look provides a connotation of style and elegance for luxury personal care applications. Products are manufactured by 3 companies belonging to Certina Packaging Group: Rebhan, HK Cosmetic Packaging and Qualiform.

Visit our booth **DD2 in hall Diaghilev** during **LuxePack Monaco** and find out more about variety of luxury packaging solutions that we offer.



INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

REXOR- FR

Toujours plus d'Innovation pour toujours plus de Brillance. Le Blue Lake Galaxy

Les emballages se doivent d'être brillants pour capter le regard et l'attention.

Le défi de REXOR a été de prendre en compte les nouvelles habitudes des consommateurs. Ils sont désormais conscients des impacts écologiques du plastique sur notre planète et sur l'avenir de leurs enfants.



Rexor s'est investi dans la RSE depuis quelques années et s'inscrit dans cette démarche éco-responsable.



A l'écoute des besoins de ses clients actuels et futurs, nous nous sommes orientés vers l'éco innovation. REXOR a créé pour eux un carton métallisé sans film plastique, le Blue Lake Galaxy.

Le Blue Lake Galaxy est sans film plastique et surtout d'une brillance exceptionnelle. Il répond aux critères d'exigence des plus grands.

Rexor sera présent au salon Luxe Pack du 21 au 23 septembre 2016, **venez découvrir notre dernière brillante innovation : le Blue Lake Galaxy.**

Nos commerciaux seront heureux de vous accueillir.

France : Yvan Borak (yvan.borak@rexor.com)

International : Renaud Vuillet (renaud.vuillet@rexor.com)

Rexor est une entreprise de plasturgie créée en 1954, qui fait partie du groupe indien Jindal, et basée à Paladru en Isère. Elle évolue sur 4 marchés distincts : l'emballage souple, l'emballage de luxe, le bâtiment et la sécurité. La particularité de Rexor est une combinaison de savoir-faire unique en Europe : Métallisation, Enduction, Complexage, Formulation, découpe et dé-métallisation.

100 personnes travaillent à Rexor. Parmi ses clients, nous pouvons citer le groupe Bel, Tarkett, le CERN à Genève, le groupe Autajon.

BlueLake Galaxy®

Entrez dans l'univers de la haute
brillance éco-responsable

La nouvelle innovation de REXOR permet d'offrir aux professionnels de l'emballages de Luxe, un très haut niveau de brillance, plus respectueux de l'environnement.

Le BlueLake Galaxy est une avancée technique et environnementale qui offre de nouvelles perspectives pour des emballages éco-responsables.

Bénéfices techniques

Brillance exceptionnelle supérieure à 750

Sublimation des couleurs

Excellente imprimabilité

Effet antistatique

Bénéfices environnementaux

Haute brillance sans plastique

Réduction du poids et des épaisseurs
des emballages



INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

SCHEUFELN- EN

Visit us at Luxe Pack Monaco 2016

at Stand DG24 in the DIAGHILEV Hall

Your contact at the show:

Arnaud Jouvance

Contact details for arranging a meeting:

Tel.: +33 6 30 72 68 46

E-mail: arnaud.jouvance.scheufelen@gmail.com

“A PERFECT DAY” with phoenolux by Scheufelen:

Unveiling the high-quality packaging board at Luxe Pack in Monaco

This year sees Papierfabrik Scheufelen exhibiting at the international trade fair for creative packaging for the first time. At the centre of its presentation is the company's latest product development, the single or double-sided coated premium board phoenolux.

Lenningen, September 2016 – Papierfabrik Scheufelen, which is based in Baden-Württemberg, Germany, is building on its long tradition and taking an innovative new direction with the development of its phoenolux premium board. By exhibiting at the exclusive Luxe Pack trade show, the Lenningen-based paper manufacturer is continuing to focus its activities on high-quality luxury packaging.

The “A PERFECT DAY” sample box showcases the high-quality finish of the board in the best possible light and recently won the Red Dot Design Award 2016.

“We are extremely proud that we have been able to establish the phoenolux brand so successfully in such a short space of time,” says Horst Lamparter, Director Sales and Marketing. “Thanks to large storage facilities and a state-of-the-art logistics system, we have also been able to meet very short-notice needs very quickly.”

New sales partnership for phoenolux

Papierfabrik Scheufelen has initiated a collaboration with its long-term partner, the Igepa group, for the sale of its premium packaging board phoenolux.

Lenningen, September 2016 – The packaging industry is always on the look-out for new, contemporary packaging materials. In phoenolux, Scheufelen has brought out a versatile packaging board that also impressed its long-term partner, the Igepa group. The market leader in the German paper wholesale trade is adopting the single and double-coated premium board from Scheufelen into its range and will be marketing it across Germany.

“The Igepa group was the sales partner of choice for phenolux. We already have a successful partnership with the Igepa group for our premium papers phoenixmotion and heaven 42. Now that phenolux has been added to the mix, we are taking this rewarding partnership one step further,” explains Christian Klamt, Sales Manager Central Europe at Papierfabrik Scheufelen. This move gives Scheufelen another valuable sales opportunity for the premium board, which the Igepa group is supplying quickly and reliably from its regional warehouses.

Igepa group – partner to paper manufacturer Scheufelen, print shops and companies

The Igepa group is one of the leading specialist wholesale groups in Europe and serves more than 50,000 customers in industry, trade and commerce. Its portfolio includes products such as graphic paper and cardboard, packaging and media for advertising technology, including technical equipment and services. At more than 81 locations in 29 countries and with around 3,500 employees, the group and all its strategic partners across Europe generated a turnover of 2.0 billion euros in 2014.

Further information about the company is available online at:

www.igepa.de

Experience Scheufelen know-how live – phenolux on a brand new press

Papierfabrik Scheufelen demonstrates the use of its premium packaging board on a new press at the opening of a new offset printing centre run by the STI Group in Lauterbach, Hesse.

Lenningen, September 2016 – Visitors to the “Open Day” at the STI Group site in Lauterbach got the opportunity to see for themselves how phenolux premium

packaging board from Scheufelen can be used. Guided tours included a stop at a new press, which was busy producing a board game dubbed the “Lauterbacher Strumpf-Spiel” after a famous German folk song about a lost stocking. What’s more, visitors were given their very own copy of the game – printed on 380 gsm phenolux c1s from Scheufelen – to take home with them. A few days beforehand, Christian Hartmann (Key Account Manager Germany SBS // Papierfabrik Scheufelen) had been a guest speaker along with Günter Seim (Senior Consultant Packaging // STI Group) at a series of workshops entitled “Printing know-how live – meet the experts”, where he presented valuable tips on choosing the correct materials for solid and corrugated board applications to 80 participants. The event was part of a series aimed at marketing directors and buyers in the branded goods, retail, wholesale and agency sectors. The workshops are designed to present expertise in a professional and practical format while also encouraging participants to share their experience.

About the STI Group

The STI Group provides creative and innovative packaging and POS solutions that protect its customers’ brands and products and showcase them at the point of sale – all in an effective and cost-efficient manner. As a partner to brands, the STI Group creates sustainable added value for its customers and makes them successful at the POS. The STI Group’s customers include 15 of the top 20 international brands as well as leading retail groups and agencies. The Group boasts impressive innovation and quality and generated sales of over €290 million in 2015 with a workforce of approximately 2,000 employees.

Further information about the company is available online at: www.sti-group.com

Meet “A PERFECT DAY”

The Lenningen-based paper manufacturer is showcasing the versatile range of applications and outstanding technical properties of the latest Scheufelen brand in the premium “A PERFECT DAY” sample box.

Whether a hollow-wall tray, slipcase, slip lid packaging or conical tube carton, the sample packaging, which has been designed with a keen eye for detail, is sure to impress, even with complex finishes such as hot-foil, blind and relief embossing, and Braille.

Premium quality: Phoenolux boasts a pure white combined with outstanding folding properties and is suitable for both graphical applications and high-end packaging. Its high proportion of long fibres and special coating composition offer excellent rigidity and optimum folding properties. The wood-free pulp board is available in single and double-sided coated variants in grammages from 160 to 700 gsm.

Extensive phoenolux range: Scheufelen offers phoenolux c1s in grammages of 160, 180, 220, 250, 275, 300, 330, 350, 380 and 410 gsm. phoenolux c2s with two-sided coating is available in grammages of 250, 280, 300, 330, 350 and 400 gsm. The phoenolux portfolio has also been extended to include laminated grammages of 480, 540, 580 and 700 gsm.

Printing and processing: The phoenolux brand ensures fast final processing thanks to exceptional runability and stacking properties, excellent rub resistance, high

dimensional stability and rapid drying. All of this is combined with superb aesthetic appeal and excellent ink gloss.

Further information on phoenolux is available at:

<http://www.scheufelen.com/produkte/phoenolux.html>

Image files can be downloaded from the following link:

<http://www.scheufelen.com/en/home/media-services/images-and-logos.html>

Photographs: © Papierfabrik Scheufelen

About Papierfabrik Scheufelen GmbH + Co. KG

Papierfabrik Scheufelen specialises in developing high-quality coated premium papers and boards that are now exported to more than 40 countries. Each year, the roughly 330-strong workforce at the Scheufelen site in the German town of Lenningen produces up to 140,000 tonnes of high-quality coated, wood-free premium paper and premium board from FSC/PEFC-certified pulp..

The paper brands phoenixmotion, heaven 42 and bvs/bro and the premium packaging board phoenolux launched in March 2015 are available in various grammages and finishes. Typical applications for these papers include high-end annual reports, image brochures, advertising brochures, high-quality books, art prints and calendars. A wide range of substance grammages from 160 to 410 gsm and laminated grammages from

480 to 700 gsm make phoenolux ideal both for graphic applications and for packaging in highly discerning segments such as cosmetics, beauty, pharmaceuticals, food and beverages. What's more, it can also be used for folding cartons and displays of all kinds.

Both quality and environmental protection were key to Scheufelen's paper production operations – the tradition-steeped company is the only paper manufacturer in Germany with its production site in a biosphere reserve.

RED DOT DESIGN AWARD 2016: The Scheufelen phoenolux “A PERFECT DAY” sample box won an award in the “Brand Design & Identity” category while the Scheufelen “PERFECT” 2016 wall calendar secured an award in the “Publishing & Print Media Calendar” category. The winning design clearly lived up to its “PERFECT” motto as it beat off stiff competition from numerous international submissions.

Press Contact

WortFreunde Kommunikation GmbH

Dr. Linda Mayer, Hermannstrasse 5, 70178 Stuttgart, Germany

Tel.: +49 (0)711 505306-38 // mayer@wortfreun.de

www.wortfreun.de

Company Contact

Papierfabrik Scheufelen GmbH + Co. KG

Adolf-Scheufelen-Strasse 26, 73252 Lenningen, Germany

www.scheufelen.com

Horst Lamparter, Director Sales and Marketing

Tel.: +49 (0)7026 66-2436 // horst.lamparter@scheufelen.de

Christian Klamt, Sales Manager Central Europe

Tel.: +49 (0)7026 66-2536 // christian.klamt@scheufelen.de

Please send information relating to publications, links, reproduced copies to the press contact.

Further information available at: <http://www.scheufelen.com>

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

SCHEUFELLEN- FR

« A PERFECT DAY » avec phoenolux by Scheufelen :

lancement du carton d'emballage haut de gamme au Luxe Pack de Monaco

Cette année, l'entreprise papetière Scheufelen est représentée pour la première fois au salon international du Packaging créatif. En vedette : sa dernière nouveauté : le carton couché haut de gamme une ou deux face(s) phoenolux.

Lenningen, septembre 2016 – L'entreprise papetière Scheufelen de Bade-Wurtemberg (Allemagne) s'appuie sur une longue tradition et emprunte le chemin de l'innovation avec la mise au point du carton haut de gamme phoenolux. Par sa présence au salon exclusif Luxe Pack, l'entreprise papetière de Lenningen continue de développer ses activités dans le domaine des emballages de luxe et de haute qualité.

La boîte d'échantillons « A PERFECT DAY » présente le carton couché haute de gamme sous son meilleur jour. Le nouveau coffret de présentation s'est vu décerner le Red Dot Design Award 2016 il y a peu.

« Nous sommes très fiers d'avoir pu, en très peu de temps, établir solidement la marque phoenolux », révèle Horst Lamparter, Directeur du marketing et des ventes. « Grâce à un vaste entrepôt et une logistique moderne, nous pouvons même honorer les commandes les plus urgentes.

Rencontrez Scheufelen au Luxe Pack Monaco 2016

Venez nous rendre visite dans le hall DIAGHILEV, stand DG24 – nous serons ravis de vous y accueillir ! Informations détaillées sur Luxe Pack Monaco 2016 :

www.luxepack.com/fr/

Meet »A PERFECT DAY«

L'entreprise papetière de Lenningen présente les multiples domaines d'application et les remarquables propriétés techniques de la nouvelle marque Scheufelen dans la boîte d'échantillon premium « A PERFECT DAY ».

Qu'il s'agisse de plateaux pour parois creuses, d'emboîtages, d'emballages à couvercle amovible ou de tubes coniques, les échantillons d'emballage conçus avec un grand soin du détail surprennent également par leurs finitions complexes, telles que l'estampage à froid et à chaud, le gaufrage ou le braille.

Qualité premium : phenolux séduit par sa valeur de blancheur élevée, ses excellentes propriétés de pliage et il se prête aussi bien à des applications graphiques qu'à des emballages de qualité supérieure. Sa forte proportion de fibres longues et la composition particulière de sa surface lui confèrent une bonne rigidité et des propriétés de pliage optimales. Ce carton cellulose sans bois est disponible en variante couché deux fois et couché deux faces avec des grammages compris entre 160 et 700 g/m².

Gamme phenolux complète : phenolux c1s est disponible dans les grammages 160, 180, 220, 250, 275, 300, 330, 350, 380 et 410 g/m². Scheufelen propose le carton d'emballage couché deux faces phenolux c2s dans les grammages 250, 280, 300, 330, 350 et 400 g/m². Nouveau : la gamme phenolux s'est élargie et comprend désormais les poids collés 480, 540, 580 et 700 g/m².

Impression et traitement : phoenolux permet une machinabilité rapide grâce à un défilement et un empilage remarquables, une grande résistance à l'abrasion, une excellente stabilité dimensionnelle et un séchage rapide des encres. S'ajoute à cela un magnifique aspect visuel ainsi qu'une excellente brillance des encres d'impression.

Pour en savoir plus sur phoenolux, rendez-vous sur

<http://www.scheufelen.com/produkte/phoenolux.html>

Vous pouvez télécharger les fichiers images en utilisant le lien suivant :

<http://www.scheufelen.com/en/home/media-services/images-and-logos.html>

Crédits photographiques : © Papierfabrik Scheufelen

À propos de la Papierfabrik Scheufelen GmbH + Co. KG

La Papierfabrik Scheufelen s'est spécialisée dans le développement des papiers couchés et cartons haut de gamme qui sont exportés à l'heure actuelle dans plus de 40 pays à travers le monde. Sur le site production situé à Lenningen en Allemagne, Scheufelen produit chaque année, avec quelques 330 collaborateurs, 140 000 tonnes de papier couché sans-bois et de carton à partir de pâtes certifiées FSC® et PEFC.

Les marques de papier phoenixmotion, heaven 42, bvs / bro et le nouveau carton phoenolux, introduit en mars 2015, sont disponibles en différents grammages et finitions. Les domaines d'application typiques pour les papiers sont les suivants : rapports d'activité de haute qualité, brochures illustrées, brochures publicitaires, livres de grande qualité, gravures et calendriers. En raison de son large éventail

de grammages, entre 160 et 410 g/m², et de poids collés, entre 480 et 700 g/m², phoenolux se prête aux applications graphiques ainsi qu'aux emballages dans les secteurs devant répondre aux exigences les plus sévères, tels que l'industrie cosmétique et des produits de beauté, l'industrie pharmaceutique et l'industrie alimentaire. Et pour les étuis pliants et écrans en tout genre.

.

Chez Scheufelen, les critères de qualité et de protection de l'environnement sont essentiels pour la production. Cette entreprise de tradition est la seule usine papetière allemande à fabriquer ses produits dans une réserve de biosphère.

RED DOT DESIGN AWARD 2016 : La boîte d'échantillons phoenolux « A PERFECT DAY » de Scheufelen a été récompensée dans la catégorie « Brand Design & Identity » et le calendrier mural 2016 « PERFECT » de Scheufelen dans la catégorie « Publishing & Print Media Calendar ». Ainsi, cette conception réussie s'impose clairement par rapport aux nombreux projets internationaux, et ce sous le signe de son slogan, « PERFECT ».

Contact presse

WortFreunde Kommunikation GmbH

Dr. Linda Mayer, Hermannstraße 5, 70178 Stuttgart, Allemagne

Téléphone : +49 (0)711 505306-38 // mayer@wortfreun.de

www.wortfreun.de

Coordonnés de l'entreprise

Papierfabrik Scheufelen GmbH + Co. KG

Adolf-Scheufelen-Straße 26, 73252 Lenningen, Allemagne

www.scheufelen.com

Horst Lamparter, Directeur du marketing et des ventes

Téléphone : +49 (0)7026 66-2436 // horst.lamparter@scheufelen.de

Christian Klamt, Directeur des ventes pour l'Europe centrale

Téléphone : +49 (0)7026 66-2536 // christian.klamt@scheufelen.de

Merci de faire parvenir des références à des publications, liens et justificatifs d'impression aux coordonnées du contact presse.

Pour de plus amples renseignements, cliquer sur : <http://www.scheufelen.com>

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

SCHEUFELN- ALL

»A PERFECT DAY« mit phoenolux by Scheufelen:

Premiere des hochwertigen Verpackungskartons auf der Luxe Pack in Monaco

Die Papierfabrik Scheufelen ist in diesem Jahr zum ersten Mal als Aussteller auf der internationalen Messe für kreatives Packaging vertreten. Im Fokus: die neueste Produktentwicklung – der ein- oder zweiseitig gestrichene Premiumkarton phoenolux.

Lenningen, im September 2016 – Die Papierfabrik Scheufelen aus Baden-Württemberg (Deutschland) baut auf ihrer langjährigen Tradition auf und geht mit der Entwicklung des Premiumkartons phoenolux innovative Wege. Mit ihrem Auftritt auf der exklusiven Messe Luxe Pack fokussiert die Lenninger Papierfabrik ihre Aktivitäten weiter im Bereich qualitativ hochwertiger Luxusverpackungen.

Mit der Musterbox »A PERFECT DAY«, zeigt sich der hochwertig veredelte Karton von seiner besten Seite. Die neue Präsentationsbox wurde erst kürzlich mit dem Red Dot Design Award 2016 ausgezeichnet.

„Wir sind sehr stolz darauf, dass wir innerhalb kürzester Zeit die Marke phoenolux erfolgreich etablieren konnten“, sagt Horst Lamparter, Leiter Marketing und Vertrieb. „Mit einem umfassenden Lager und dank einer modernen Logistik können wir auch sehr kurzfristige Bedarfsfälle sehr schnell bedienen.“

Neue Vertriebspartnerschaft für phoenolux

Die Papierfabrik Scheufelen hat mit ihrem bewährten Partner Igepa group eine Kooperation beim Vertrieb des Premium-Verpackungskartons phoenolux auf den Weg gebracht.

Lenningen, im September 2016 – Die Verpackungsindustrie ist immer auf der Suche nach neuen, zeitgemäßen Verpackungsmaterialien. Mit phoenolux hat Scheufelen einen vielseitig einsetzbaren Verpackungskarton herausgebracht, der auch den langjährigen Partner Igepa group überzeugte. Der Marktführer im deutschen Papiergroßhandel nimmt den ein- und zweiseitig gestrichenen Premiumkarton von Scheufelen ins Sortiment auf und wird ihn deutschlandweit vertreiben.

„Igepa group war der Wunsch-Vertriebspartner für phoenolux. Wir arbeiten bereits mit unseren Premium-Papieren phoenixmotion und heaven 42 erfolgreich mit Igepa group zusammen. Mit der Lageraufnahme von phoenolux setzen wir die Erfolgsgeschichte unserer Partnerschaft fort“, erklärt Christian Klamt, Verkaufsleiter Zentraleuropa der Papierfabrik Scheufelen. Für Scheufelen ergibt sich dadurch eine zusätzliche wertvolle Vertriebsmöglichkeit für den Premiumkarton, den die Igepa group aus ihren Regionallägern schnell und zuverlässig an Kunden ausliefert.

Igepa group – Partner für Papierhersteller Scheufelen, Druckereien und Unternehmen

Die Igepa group ist eine der führenden Fachgroßhandelsgruppen in Europa und betreut mehr als 50.000 Kunden aus Industrie, Handel und Gewerbe. Die Sortimente beinhalten Produkte wie grafische Papiere und Karton, Verpackungen und Medien für die Werbetechnik einschließlich technischer Ausrüstungen und Dienstleistungen. An mehr als 81 Standorten in 29 Ländern und mit rund 3.500 Mitarbeitern erwirtschaftete die Gruppe inklusive aller strategischen Partner europaweit in 2014 einen Umsatz von 2,0 Milliarden Euro.

Weitere Informationen zum Unternehmen finden Sie im Internet unter:

www.igepa.de

Scheufelen-Kompetenz live erleben: phoenolux auf neuer Druckmaschine

Die Papierfabrik Scheufelen führt den Premium-Verpackungskarton anlässlich der Einweihung des Offset-Druckzentrums der STI Group im hessischen Lauterbach auf einer neuen Druckmaschine vor Publikum vor.

Lenningen, September 2016 – Im Rahmen des »Tages der offenen Tür« am STI Group Standort Lauterbach konnten die Gäste den Premium-Verpackungskarton phoenolux aus dem Hause Scheufelen in Aktion erleben. Bei laufender Produktion war es möglich, den Druck des »Lauterbacher Strumpf-Spiels« auf der neuen Druckmaschine live im Rahmen geführter Rundgänge zu verfolgen. Die fertigen Druckbögen des Spiels standen für die Besucher zur Mitnahme bereit. Produziert wurde auf phoenolux c1s in 380 g/qm von Scheufelen. Wenige Tage zuvor konnte Christian Hartmann (Key Account

Manager Deutschland SBS // Papierfabrik Scheufelen) als Gastdozent, gemeinsam mit Günter Seim (Senior Consultant Packaging // STI Group) rund 80 Teilnehmern der Workshop-Reihe »Druckkompetenz live – Meet the Experts« wertvolle Tipps zur korrekten Materialauswahl bei Vollkarton- und Wellpapp-Anwendungen mit auf den Weg geben. Die Veranstaltung ist Teil einer Workshopreihe, die sich an Marketingverantwortliche und Einkäufer der Markenartikelindustrie, des Handels sowie Agenturen richtet. Ziel ist es, Wissen kompetent und praxisnah zu vermitteln und gleichzeitig einen Erfahrungsaustausch unter den Teilnehmern zu initiieren.

Über die STI Group

Die STI Group bietet kreative und innovative Verpackungs- und POS-Lösungen, die die Marken und Produkte ihrer Kunden schützen und diese am POS in Szene setzen – effektiv und kosteneffizient. Als Partner der Marken schafft die STI Group einen nachhaltigen Mehrwert für ihre Kunden und macht diese am POS erfolgreich. 15 der 20 international beliebtesten Marken sowie führende Handelskonzerne und Agenturen zählen zu den Kunden der STI Group. Die Unternehmensgruppe erwirtschaftete 2015 mit rund 2.000 Mitarbeitern einen Umsatz von über 290 Mio. € und überzeugt durch Innovationskraft und Qualität. **Weitere Informationen zum Unternehmen finden Sie im Internet unter:** www.sti-group.com

Meet »A PERFECT DAY«

Die vielseitigen Einsatzbereiche und herausragenden technischen Eigenschaften der neuen Scheufelen-Marke präsentiert die Lenninger Papierfabrik in der Premium-Musterbox »A PERFECT DAY«.

Ob Hohlwand-Tray, Schubler, Stülpedeckelverpackung oder eine konische Tubenschachtel – die mit viel Liebe zum Detail konzipierten Musterverpackungen

überraschen auch bei aufwendigen Veredelungen wie Blind- und Heißfolienprägung, Hochprägung oder Braille.

Premiumqualität: phoenolux besticht durch seine hohe Weiße, hervorragende Falzeigenschaften und ist sowohl für grafische Anwendungen als auch für hochwertige Verpackungen geeignet. Sein hoher Langfaser-Anteil und die spezielle Strichkomposition bieten eine gute Steifigkeit und optimale Falzeigenschaften. Der holzfreie Zellstoff-Karton ist in den Varianten einseitig doppelt gestrichen und beidseitig doppelt gestrichen in den Flächengewichten von 160 bis 700 g/m² erhältlich.

Umfassendes phoenolux-Sortiment: phoenolux c1s ist in den Grammaturen 160, 180, 220, 250, 275, 300, 330, 350, 380 und 410 g/m² lieferbar. Den zweiseitig gestrichenen Verpackungskarton phoenolux c2s bietet Scheufelen in den Grammaturen 250, 280, 300, 330, 350 und 400 g/m² an. Ganz neu: Das Angebot von phoenolux wurde um geklebte Gewichte – 480, 540, 580 und 700 g/m² – erweitert.

Druck und Verarbeitung: phoenolux ermöglicht eine schnelle Weiterverarbeitung durch hervorragendes Lauf- und Stapelverhalten, hohe Scheuerfestigkeit, hohe Dimensionsstabilität und schnelles Wegschlagverhalten. Hinzu kommt eine Optik mit einem exzellenten Druckfarbglanz.

Mehr zu phoenolux finden Sie unter:

<http://www.scheufelen.com/produkte/phoenolux.html>

Bilddateien stehen Ihnen zum Download unter dem folgenden Link zur Verfügung:

<http://www.scheufelen.com/presse/bilder-und-logos.html>

Fotonachweis: © Papierfabrik Scheufelen

Papierfabrik Scheufelen GmbH + Co. KG

Die Papierfabrik Scheufelen hat sich auf die Entwicklung hochwertiger gestrichener Premiumpapiere und Premiumkarton spezialisiert, die heute in über 40 Länder weltweit exportiert werden. Am Standort in Lenningen, Deutschland, erreicht Scheufelen mit rund 330 Mitarbeitern pro Jahr eine Kapazität von 140.000 Tonnen an hochwertigem gestrichenem, holzfreiem Premiumpapier sowie an Premiumkartons aus FSC- und PEFC-zertifiziertem Zellstoff.

Die Papiermarken phoenixmotion, heaven 42, bvs / bro und der seit März 2015 neu eingeführte Premiumkarton phoenolux sind in verschiedenen Flächengewichten sowie Oberflächen lieferbar. Typische Anwendungsbereiche für die Papiere sind hochwertige Geschäftsberichte, Imagebroschüren, Werbebroschüren, hochwertige Bücher, Kunstdrucke und Kalender. phoenolux eignet sich aufgrund seiner großen Bandbreite an Flächengewichten von 160 bis 410 g/m² und geklebten Gewichten von 480 bis 700 g/m² neben den grafischen Anwendungen für Verpackungen in Segmenten, die höchsten Ansprüchen genügen müssen – wie Kosmetik, Beauty, Pharmazeutika, Lebensmittel. Und darüber hinaus für Faltschachteln und Displays jeder Art.

Für die Papierherstellung bei Scheufelen sind die Kriterien Qualität und Umweltschutz wesentlich – das Traditionsunternehmen produziert als einzige deutsche Papierfabrik in einem Biosphärenreservat.

RED DOT DESIGN AWARD 2016: Ausgezeichnet wurde die Scheufelen phoenolux »A PERFECT DAY« Musterbox in der Kategorie „Brand Design & Identity“ sowie der Scheufelen »PERFECT« Wandkalender 2016 in der Kategorie „Publishing & Print Media Calendar“. Damit setzt sich neben vielen internationalen Einreichungen das gelungene Design ganz klar nach seinem Motto »PERFECT« durch.

Pressekontakt

WortFreunde Kommunikation GmbH

Dr. Linda Mayer, Hermannstraße 5, 70178 Stuttgart

Telefon: +49 (0)711 505306-38 // mayer@wortfreun.de

www.wortfreun.de

Unternehmenskontakt

Papierfabrik Scheufelen GmbH + Co. KG

Adolf-Scheufelen-Straße 26, 73252 Lenningen, Deutschland

www.scheufelen.com

Horst Lamparter, Leiter Vertrieb und Marketing

Telefon: +49 (0)7026 66-2436 // horst.lamparter@scheufelen.de

Christian Klamt, Verkaufsleiter Zentraleuropa

Telefon: +49 (0)7026 66-2536 // christian.klamt@scheufelen.de

Bitte Hinweise auf Veröffentlichungen, Links und Abdruckbelege an Pressekontakt.

Weiterführende Informationen unter <http://www.scheufelen.com>

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

SELINKO – FR

Le domaine Geantet-Pansiot en Bourgogne étend sa collaboration avec Selinko, spécialisée dans l'authentification digitale des produits, en intégrant une puce NFC sur tout son millésime 2015.

Bruxelles, Belgique, le 20 juin 2016,

Un peu moins d'un an après l'annonce de l'adoption de la technologie Selinko pour ses grands crus, Fabien Geantet, propriétaire du très respecté domaine

Geantet-Pansiot à Gevrey-Chambertin, annonce vouloir étendre sa collaboration et protéger l'ensemble de sa production en équipant chaque bouteille d'une puce unique et sécurisée NFC, authentifiable via l'application mobile Selinko.

Fabien Geantet, propriétaire « Nous sommes fiers d'ouvrir la voie en Bourgogne en équipant toute notre production d'une technologie qui a su nous convaincre de par sa robustesse et l'accès aisé à sa plateforme multi-services nous permettant de répondre à plusieurs besoins dont la sécurisation de nos bouteilles, mais également la reconnexion avec nos consommateurs finaux ».



Une seule technologie, trois bénéfices

La plateforme Selinko combinée à la puce NXP MIFARE Ultralight® C, permettront au domaine de sécuriser son réseau de distribution afin de lutter contre les marchés gris, de protéger ses vins de la contrefaçon, mais également de communiquer de façon

directe et ciblée avec ses consommateurs. En effet, ces derniers pourront authentifier leur bouteille et obtenir des informations sur le vin (millésime, production, température de dégustation, conservation, etc.) et sur le domaine, par simple scan de la contre-étiquette avec leur smartphone NFC.

En taguant ses bouteilles, Geantet – Pansiot accède également à un système de détection de marché gris unique impliquant le réseau de distribution et les consommateurs.

La vente de bouteilles en dehors de leurs marchés établis peut à présent être contrée grâce à la solution de Selinko. Cette solution, engageant à la fois le réseau de distribution et le consommateur final sur une seule et même technologie, ne nécessite aucun investissement particulier (seul un smartphone NFC est nécessaire), ni de

connaissances techniques spécifiques. Elle permet de tracer de manière unitaire chaque bouteille jusqu'au consommateur final. Chaque bouteille est initialement assignée à un grossiste, importateur ou client final et à la zone géographique qui en dépend. Les déviations peuvent être détectées et remontées, via une plateforme web

(Brand Manager), auprès du vigneron. Muni d'une simple application experte disponible sur un smartphone NFC, les intervenants dans la chaîne de distribution de Geantet-Pansiot seront invités à s'identifier et à scanner les bouteilles pour assurer le bon acheminement vers leur destination finale et garantir l'authenticité de ces dernières à leurs clients. Ils pourront, par ailleurs, bénéficier d'informations utiles sur les vins et le domaine. Le consommateur final en scannant sa bouteille est le

dernier maillon de cette chaîne de traçabilité.

Contrairement aux technologies fréquemment utilisées dans ce domaine, l'utilisation d'une puce unique par bouteille avec système de cryptage offre une alternative qui élimine le risque de duplication et ne nécessite aucune aptitude particulière de la part du consommateur ou du distributeur dans le fait de discerner un marquage visuel comme étant original ou falsifié.



Selinko et NXP combinent leurs forces pour offrir une solution adaptée aux besoins des vignerons

Selinko, annonce une collaboration avec NXP Semiconductors (NASDAQ : NXPI) et élargit ainsi son offre en matière de tags NFC sécurisés pour offrir une solution adaptée, non seulement aux grands crus, mais également à toutes les autres catégories de vins. Patrick Eischen, CEO Selinko : *“Nous nous réjouissons de cette collaboration qui représente une véritable opportunité pour les vignerons de pouvoir entrer dans une nouvelle ère digitale et plus facilement accéder à une technologie d’authentification NFC avec cryptage, là où auparavant ce type de solution était plutôt réservée aux grands crus.”*

Les bouteilles connectées Geantet–Pansiot seront disponibles à la vente début 2017.

A propos de Selinko

Nous donnons une identité digitale à chaque objet.

Société anonyme belge, créée en Septembre 2012. Selinko est l’unique plateforme multi-services adressée aux marques souhaitant connecter leurs produits à l’Internet des Objets. Nous plaçons sur chaque produit une puce NFC contenant un identifiant digital unique lisible à partir d’un téléphone mobile NFC. Cette identité nous permet d’offrir aux marques une solution d’authentification, de détection de marchés gris, de vente en ligne sécurisée et brevetée ainsi que des services permettant d’accroître l’engagement des consommateurs. Nous nous adressons à différents secteurs tels que les vins et spiritueux, la maroquinerie, les parfums et cosmétiques, les chaussures et vêtements, etc. www.selinko.com

A propos de Geantet–Pansiot

Le Domaine Geantet Pansiot figure parmi l’élite de la Bourgogne. Fondé en 1954 par Edmond Geantet lorsque ce dernier épouse Bernadette Pansiot. Les jeunes mariés s’installent tous les deux à Gevrey et commencent alors l’exploitation de leur domaine de 3 hectares de vignes répartis sur les appellations Gevrey–Chambertin et Bourgogne. Aujourd’hui le domaine compte 13 hectares.

Elégants et raffinés, nos vins sont extrêmement parfumés, intenses et dotes de profonds arômes fruités. Comme tous les grands de Bourgogne, notre domaine est conduit dans le respect de la vigne et de ses terroirs.

<http://www.geantetpansiot.com/>

MIFARE est une marque déposée d’NXP B.V.

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

SELINKO – EN

Selinko and NXP join forces to provide an Internet of Things (IoT) solution for vintners.

The Geantet–Pansiot estate will be the first vineyard in Burgundy to connect its entire production and benefit from IoT authentication, traceability and consumer engagement

Brussels, Belgium and Graz, Austria, June 20th 2016

Selinko, the Belgian company specializing in digital authentication of products, has announced a collaboration with NXP Semiconductors (NASDAQ: NXPI), thereby extending its range of secure NFC tags to provide a solution adapted not only for great vintages, but also for all other wine categories.

Patrick Eischen, CEO Selinko: “We're delighted with this collaboration, which represents a real opportunity for vintners to be able to enter a new digital era and gain easier access to an NFC authentication technology with encryption – a type of solution that was previously only used for great vintages.”

The Geantet–Pansiot estate in Burgundy is paving the way by connecting its entire production, starting with its 2015 vintage.



Just under a year after announcing the adoption of Selinko technology for its great vintages, Fabien Geantet, owner of the highly respected Geantet-Pansiot estate in Gevrey-Chambertin, has announced his intention to extend his collaboration and protect his entire production by equipping each bottle with a unique, secure NFC tag from NXP, which can be authenticated using the Selinko mobile app. Fabien Geantet « As a passionate winemaker, I feel it is essential to be able to continuously guarantee to my consumers and my customers a level of expertise and quality worthy of a genuine Geantet-Pansiot wine,” said Fabien Geantet. “I was very quickly convinced by the strength of the Selinko platform’s multi-service approach, which meets all of my needs with a single technology ».

A single technology, three benefits

Selinko platform combined with NXP’s MIFARE Ultralight® C chip will enable the estate to safeguard its distribution network in order to protect its wines from counterfeiting, combat gray markets and also to communicate with its customers directly and in a targeted manner. The customers, for their part, will be able to authenticate their bottle and obtain information about the wine (vintage, production, serving temperature, storage, etc.) and the estate, simply by tapping the back label with their NFC smartphone. According to Sylvia Kaiser-Kershaw, NXP Global Segment Marketing RFID-NFC Smart Consumer Products: “Selinko offers an innovative and comprehensive solution, well-known in the wines and spirits market. By combining the expertise and innovation of our two companies, we can work together to raise awareness and increase take-up of digital authentication technologies in the wine industry, in order to improve the level of protection compared to existing technologies and to reconnect winegrowers to their customers, in a world that is increasingly becoming connected, mobile and shared”.

By tagging its bottles, Geantet – Pansiot is also accessing a unique graymarket detection system involving the distribution network and the customers.

The sale of bottles outside their established markets can now be countered thanks to Selinko’s solution. This solution, which engages the distribution network and the end consumer at the same time using one and the same technology, does not require any particular investment (apart from an NFC-enabled smartphone), or any specific technical expertise.

It enables each bottle to be uniformly traced as far as the end customer. Each bottle is initially assigned to a distributor, importer or final customer and to a geographic area dependent thereon. Deviations can be detected and flagged up to the vintner via an



online platform (Brand Manager). Armed with a simple expert app available on an NFC smartphone, those involved in the Geantet–

Pansiot distribution chain will be invited to identify themselves and scan the bottles to ensure proper delivery to their final destination. They will also benefit from useful information about the wines and the estate. The end consumer, by scanning the bottle, will be the final link in this chain of traceability. Unlike the technologies often used in this area, using a unique tag for each bottle with an encryption system offers a far more reliable alternative in which the risk of duplication is greatly reduced, and does not require any particular expertise on the part of the consumer or the distributor when it comes to identifying a visual

marking as being original or fake.

The connected Geantet–Pansiot bottles will be on sale at the beginning of 2017.

About SELINKO

We give every object a digital identity.

Selinko is the first all-in-one solutions provider for brands that want to connect their products to the Internet of Things. We mark each product with an NFC tag that holds a unique digital identifier, which can be read using an NFC smartphone. This identity enables us to provide high value-added services to brands such as product authentication (up to bank-level security), gray market detection, consumer engagement and a patented certified e-commerce solution to eradicate the sale of fake products online. Our solution is adapted to different sectors such as wines and spirits, leather goods, perfumes and cosmetics, footwear and apparel, etc. For more information, visit <http://www.selinko.com>

For more information, please contact

Press Contact Selinko

Gwennaëlle Festraets

VP Marketing & Communications

+32 496 28 25 26

gwen.festraets@selinko.com

MIFARE is a registered trademark of NXP B.V.

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

SERAM – EN



Luxe Pack 2016 : meet us stand RB6 and on thursday, sept. 22 at 09:30am at conference
«Personalizing your packaging or how to make the consumer feel unique»







*Decoration and
Branding Accessories*







Are you looking to set yourself apart from the rest?

As the worldwide leader in ornamentation, personalization and product enhancement, Seram assists you in finding technical and creative solutions to decorate and identify your products, your packaging and your overall brand identity.

Dedicated to the perfume, skin care and make up, this collection offers unlimited solutions for primary and secondary packaging along with the product marketing. Accessories and ornaments for bottles, caps, compacts, lipsticks, boxes, gifts, testers...

www.seram.com
 Our on-line catalog : www.seramonline.com



Creation & Innovation

Each member of our design team possesses expertise in a particular area along with a dedicated R&D division to back them up. If you have a concept in mind, we have the tools needed to make it happen.

Logistics & Production

Thanks to our global logistical setup, SERAM guarantees consistent quality, reactivity and unique flexibility in both production and delivery.

Producing in the ideal location allows us to offer you the best pricing possible for which ever type of project you might be considering.

Ethics

The integration of production operations within our own sites reflects our commitment to master the ethical practices. Our production subsidiaries are audited on a regular basis by specialized institutes that are independent and recognized because of their expertise (WCA).



SERAM WORLDWIDE



Show Room Paris

Show-Room

20 rue des Grands Augustins
75 006 Paris
+33 (0)1 84 17 74 22
contact@seram.com

SERAM EUROPE

Show-Room

ZI Champs de Berre
43240 St Just Malmont
France
Tel : +33 (0)4 77 35 00 35
sales@seram.com

SERAM AMERICA

Show-Room

171, Madison Avenue
Suite 301
New York, NY 10016
USA
Tel: +1 646 590 0296
contact@seramamerica.com

SERAM ASIA

Show-Room

15/F – Unit 4-5 – Laford Centre
838 Lai Chi Kok Road
Cheung Sha Wan
Kowloon, Hong Kong
+852 2571 4186
contact@seramasia.com

SERAM LATIN AMERICA

Show-Room

Av Graça Aranha Nº19
Sala 804
Centro
Rio de Janeiro – RJ20030-002
Tel: +55 (21) 3197 6781
contact@seramlatina.com

www.seram.com

Our on-line catalog : www.seramonline.com

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

STÄGER STAR – FR

Stäger Sar ella de Victorinox

Vue parfaitement dégagée sur l'intérieur



Victorinox ella souhaitait que son flacon novateur doté d'un miroir offre une vue dégagée sur son intérieur. Pour cette raison, on a opté pour une boîte pliante transparente en RPET très raffiné avec barquette thermoformée en RPET. Du développement au produit fini, Stäger est en mesure d'offrir un service complet à partir d'une source unique.

La réalisation de cette idée a représenté un défi majeur, que Stäger a su concrétiser avec succès grâce son expertise de longue date. L'emballage du produit doit offrir une vue dégagée sur le flacon étant doté d'un miroir. L'effet miroir a été obtenu par estampage à chaud en argent de l'intérieur. Les côtés de la boîte sont revêtues d'une

impression translucide et le verso est imprimé opaque. L'inscription est sur le devant s'accorde exactement à l'inscription respective sur le flacon. Stäger a à nouveau convaincu en réalisant cet emballage, dont l'image d'impression s'adapte de manière parfaitement précise à la position du produit fixé par la barquette thermoformée en RPET.

Le flacon a été décerné du Swiss Packaging Award 2015. En interne, la réalisation du flacon a été récompensée par le Stäger Star.

Nous souhaitons que l'histoire de succès des produits de nos clients continue à s'écrire et de pouvoir participer activement avec notre savoir-faire, afin de rester au plus près des événements.

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

STÄGER STAR – EN

Stäger Star ella Victorinox



Victorinox' aim was not to hide the special ella women's perfume flacon by showing off the contents of the box. That is precisely the reason why a highly decorated transparent folding box with a thermoformed inlay, all made of recycled PET (RPET), was chosen. Stäger delivered the demanding packaging solution from development through to production – all from one source.

The product's implementation created a significant challenge which Stäger met utilizing its proven know-how and innovative skills. The packaging is suggestive of integrating a mirror in the perfume flacon. The mirror effect was achieved by applying a silver hot foil stamping on the inner side. The sides of the packaging box have a translucent printing and the back is finished with saturated color tones. The lettering ella on the front cover corresponds exactly with the one on the purple bottle. A

perfectly custom fitting inlay out of thermoformed RPET holds the perfume flacon accurately in position.

Victorinox ella's perfume flacon was awarded with the Swiss Packaging Prize 2015. Internally at Stäger we have also awarded the Victorinox flacon our highest ranking the Stäger Star because we are so convinced of this product's value and high quality of design.

Stäger aims to continue using its know-how in creating success stories of innovative packaging solutions for its customers. We are committed to remaining at the forefront of packaging trends.

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

TECH DESIGN – FR



Médaille de Bronze 2016

**Le Double Bec Verseur IZY
en exclusivité Mondiale**

TD techdesign
Stand RE3 - Hall Ravel



TD techdesign
Stand RE3 - Hall Ravel

Une idée Originale & Innovante !

Le Double Bec Verseur IZY
Comment servir 2 verres de **CHAMPAGNE** à la fois ?



Personnalisable à votre marque

CONCOURS Léproux
Médaille de Bronze 2016

TD techdesign
Stand RE3 - Hall Ravel

Une idée Originale & Innovante !

Le Double Bec Verseur IZY
Comment servir 2 verres de **VIN** à la fois ?



Personnalisable à votre marque

CONCOURS Léproux
Médaille de Bronze 2016



Une idée Originale & Innovante !



Le double bec verseur IZI pourrait accompagner vos futures campagnes :

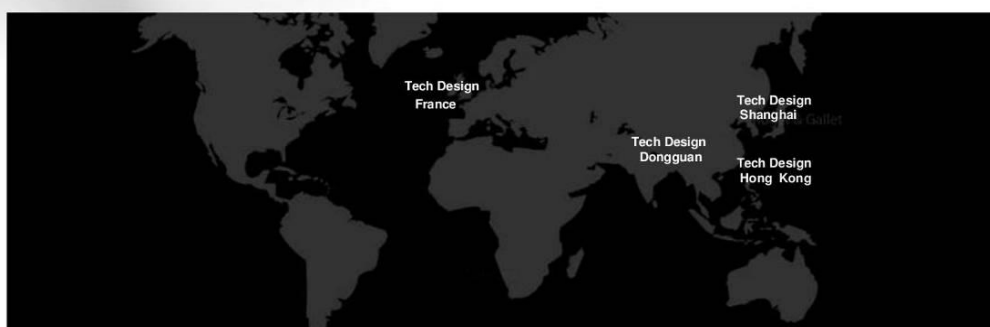
- Saint Valentin 2017
- Fêtes des mères 2017
- Fêtes des pères 2017
- Noël 2017



Tech Design le partenaire de IZY pour :

- la production exclusive
- la commercialisation du double bec verseur dans le monde

DES ENTREPRISES IMPLANTEES EN FRANCE ET EN ASIE





Tech Design le partenaire de IZY

Depuis plus de 18 ans, Tech Design imagine, crée et produit des articles à l'image de ses clients.

Tech Design s'est spécialisée dans le luxe en 2008

Son équipe en France accompagne les clients européens dans leurs développements de projets et accessoires de communication.

Tech Design apporte son savoir-faire, son expertise, la rigueur dans ses productions, le suivi des audits d'usines, avec des clients toujours plus exigeants.



Tech Design Ltd
53 rue de Paris
92 100 Boulogne Billancourt
France

Tel : + 33 01 46 05 08 08

Email : smonnier@techdesigncn.com

Website : www.techdesignchina.com

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

WESTROCK – EN

Aria® Luxe

Aria® Luxe is a new premium skincare and cosmetics dispenser that delights consumers with timeless elegance to enhance their skin care rituals and experiences. Its subtle luxurious details, such as a gracefully designed finger groove and a luscious metal finish, allow brands to demonstrate their commitment to enhancing the skincare rituals and experiences of their consumers. Various decoration techniques can be applied to further enhance brand cues and prestige positioning. The formula is dispensed through a small discreet nozzle available in 2 different sizes, providing users with additional accuracy when dispensing as well as avoiding any possibility of getting formula on the rest of the pack. For secure portability, there is no need to use an overcap thanks to WestRock's locking feature incorporated into this dispenser. Above all, Aria® Luxe embodies a timeless elegance, designed and engineered for consumers' luxury expectations.



Melodie Touch™

With global consumer lifestyles becoming increasingly busy, WestRock is introducing Melodie Touch™ – a new solution to delivering the right amount of spray in an out-of-



home environment or touch-up situation. The first sprayer in the market with a small, precise and discreet spray. Melodie Touch™ allows a consumer to spray the mist without commanding too much attention while in public, thus preserving that luxurious sense of intimacy. This mini spray is also well suited for concentrated perfume formulas, increasingly a trend among prestige brands. Because Melodie Touch™ allows for the most precise application possible, consumers can effortlessly continue to enjoy their usual

rituals and traditional spray gestures without over-applying thereby adding value to the product and promoting brand loyalty.

Melodie Mystery™

Following the success of WestRock's Emotions of Spray Collection, which received almost immediate recognition from most mayor brand owners and created a new era in spray tendency, WestRock presents Melodie Mystery™ to offer an even wider range of nuances in spray with an aim to reach perfection. Building on the feedback and emotional reactions to Melodie Forever™, launched in 2012, and which consumers referred to as "magical," "dreamlike," "sensitive, enveloping and refined," Melodie Mystery™ Melodie Mystery™ maintains the magical aura via a prolonged, sensual and fine spray, yet maintains a focused and targeted application which provides an even more intimate and luxurious fragrance experience worthy of a high quality fragrance brand. Research shows that consumers noted a significant preference



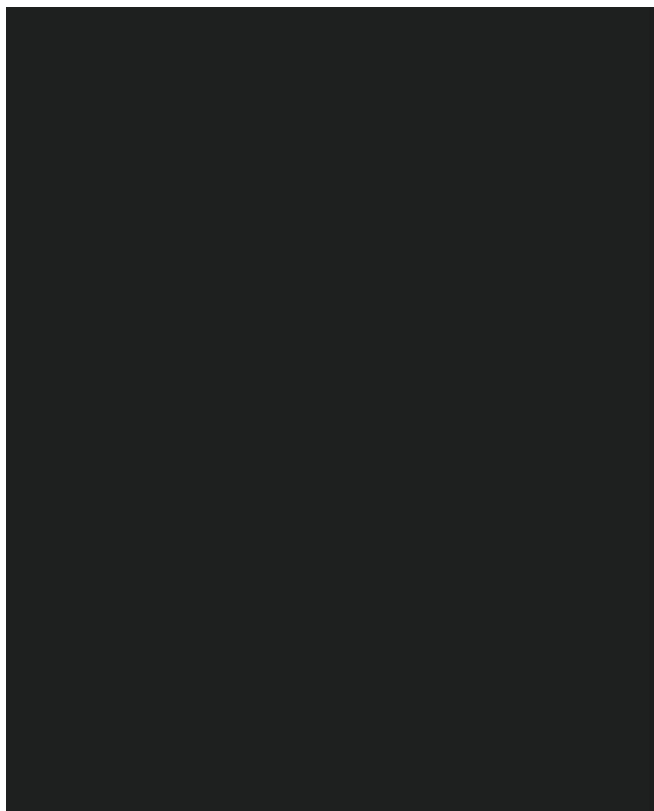
for Melodie Forever, with almost 75% of prestige fragrance users preferring Melodie Forever over the leading competitor.

INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

ZINI FIRENZE – EN





ZINI
Firenze

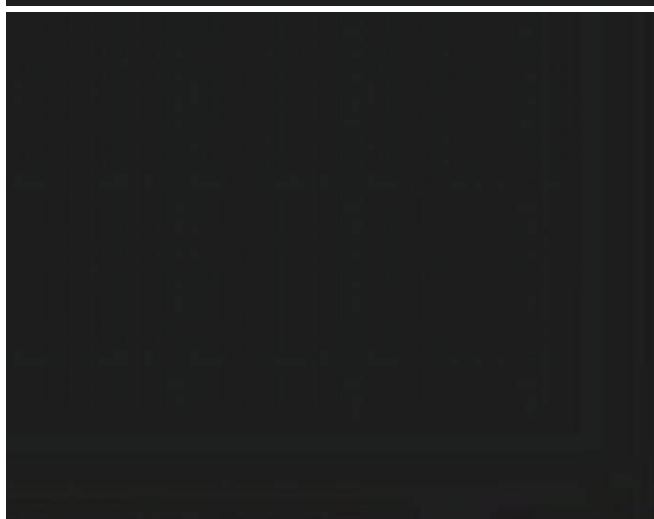
MADE IN ITALY

WHERE AND WHY

"Our love for beautiful things was born in the land of the Renaissance: the art of papermaking, of cabinet making and all those skills that make it possible to create an exclusive packaging for the presentation of unique products. We create for and adapt to, with calligraphic attention, the needs of different companies that produce different product categories".

Corrado Zini and Alessia Romani welcome, just outside Florence, all those who want to see their ideas realized.

Always in the world of packaging, they turn into reality what businesses want in order to give added value to their products. Boxes, shoppers and displays for perfumery, jewelry, wines and accessories.



FROM PROJECT TO CREATION

Research and development make us face new challenges and allow us to find the best solutions according to the needs of our clients. Our technical department studies and tests innovative solutions every day in the world of packaging. Each model, pictured together with the client, is designed and tested by creating samples and by taking advantage of the best machines on the market, in addition to expert craftsmen.



CRAFTSMEN FOR PASSION

Although specialized in industrial production, Zini Firenze has been long equipped with a department entirely dedicated to manual production in which an attention to detail dominates. With highly specialized personnel, we are able to follow a brand not only in those products which are placed in a niche of excellence, but also in the preparation of an event, or in the presentation of a product to a limited or special event.



OUR PATH

1988

From small workshop to company. Founded in the sixties in the heart of Florence to the progressive transformation in company with means and machinery capable of great productivity.

1993

Our first automatic wrapping machine for small format, produced by one of the best engineering companies of Italy. The prototype is still present in the company, bearing the number 1.

2010

Arrival of the wrapping machine for large format, for years present in the world of footwear, with plans to expand the range of measures that can be automatically produced. With the new acquisition the company is now able to adjust from a size ranging from 30 x 20 x 10 mm to 600 x 400 x 200 mm.

2011

Patent approval for international invention for the realization of the entirely paper made hinged box. The only one currently available on the market and adjustable in all sizes.

2012

FSC certification. Another step of the company that has always supported any initiative in favor of the environment. A necessary step after that: moving from plastics processing to paper processing, and complying with the most stringent ecological and environmental regulations.

2013

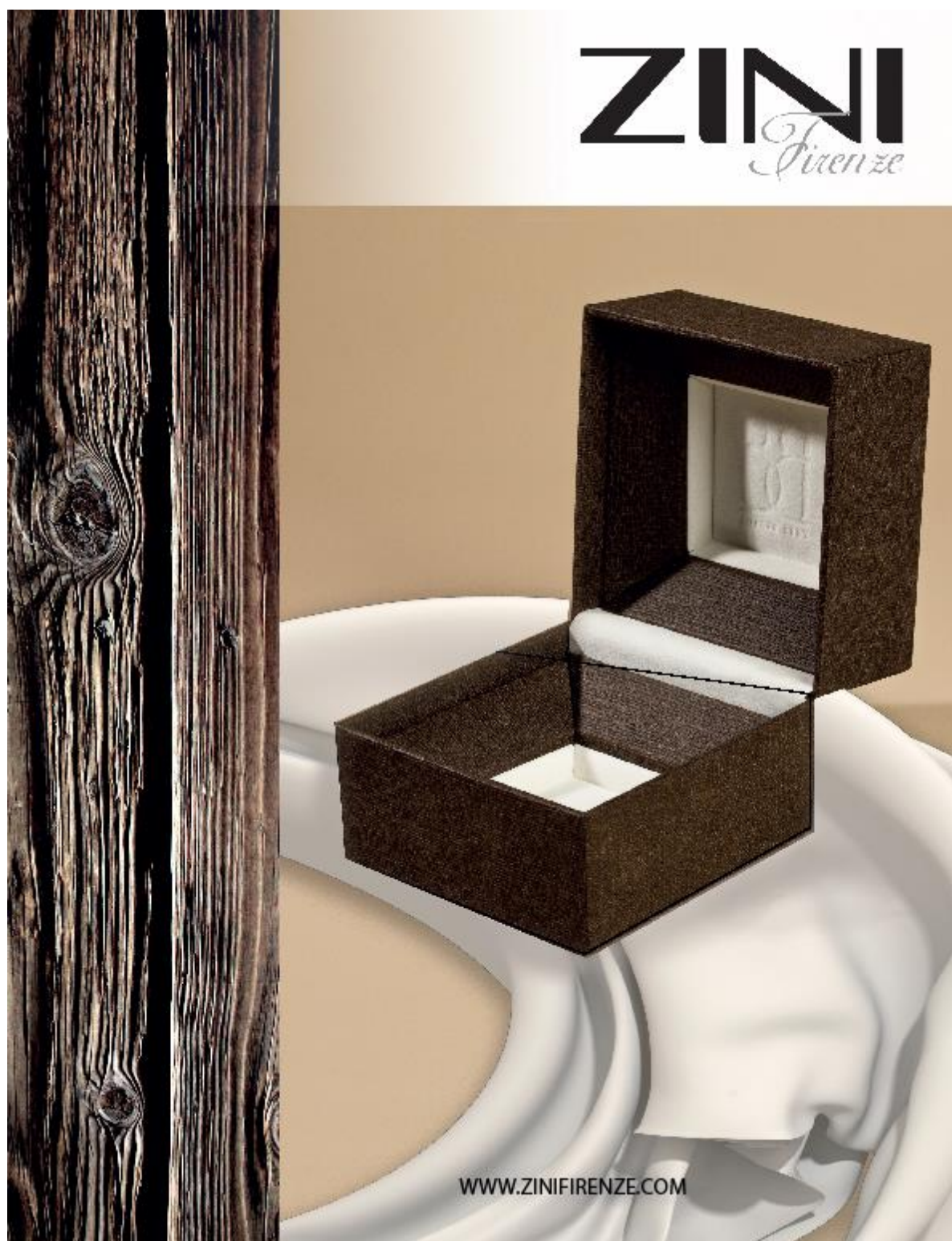
Purchase of the machine that allows the realization of any sharp angled boxes. The paper-cardboard box acquires new forms and becomes similar in appearance to the wooden box, but with the advantage of higher image versatility.









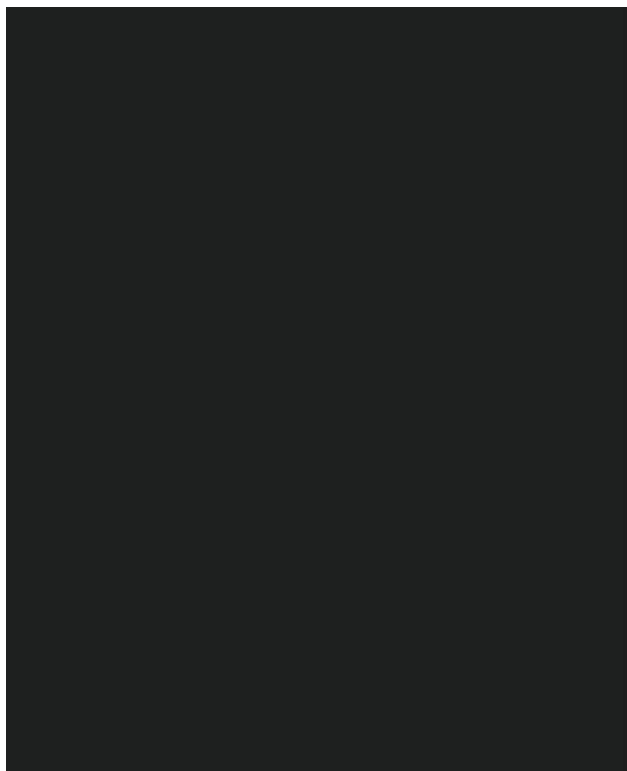


INFO PRESSE

LUXE PACK MONACO 2016

ZINI FIRENZE – IT





ZINI
Firenze

MADE IN ITALY



DOVE E PERCHÉ

"Dalle terre del Rinascimento nasce il nostro amore per le cose belle. L'arte della cartotecnica, dell'elasticità e tutte quelle abilità che rendono possibile la creazione di un packaging esclusivo per la presentazione di prodotti unici. Con attenzione calligrafica creiamo e ci adattiamo alle esigenze di differenti aziende che producono diverse categorie merceologiche".
Corrado Zini e Alessia Romani accolgono, alle porte di Firenze, tutti coloro che vogliono vedere realizzate le loro idee.
Da sempre nel mondo del packaging, trasformano in realtà quello che le aziende desiderano al fine di dare valore aggiunto ai propri prodotti. Scatole, shopper ed espositori per profumeria, gioielli, vini e accessori.



DAL PROGETTO ALLA REALIZZAZIONE

Ricerca e sviluppo ci fanno affrontare nuove sfide e ci permettono di trovare le migliori soluzioni, secondo le esigenze dei nostri clienti. Il nostro ufficio tecnico interno studia e testa tutti i giorni soluzioni all'avanguardia nel mondo del packaging. Ogni modello, immaginato insieme al cliente, viene progettato e testato, realizzando campioni e usufruendo dei migliori macchinari sul mercato nonché di mani artigiane esperte.



ARTIGIANI PER PASSIONE

Anche se specializzata nella produzione industriale, da tempo Zini Firenze si è dotata di un reparto interamente dedicato alla produzione manuale, nel quale domina la legge della cura per il particolare. Con personale altamente qualificato siamo in grado di seguire un brand non solo in quei prodotti che si collocano in una nicchia di eccellenza, ma anche nella preparazione di un evento o nella presentazione di un prodotto in misura limitata o speciale.



IL NOSTRO PERCORSO

1988

Da piccolo laboratorio artigianale a società. Nini negli anni sessanta nel cuore di Firenze alla progressiva trasformazione in industria con mezzi e macchinari capaci di grandi produttività.

1995

La nostra prima macchina fasciatrice automatica per il piccolo formato, prodotta da una delle migliori aziende meccaniche del territorio italiano. Il prototipo è tuttora presente in azienda e contrassegnato dal numero 1.

2010

Arrivo della macchina fasciatrice per il grande formato, da anni presente nel mondo della calzatura, con l'intenzione di ampliare il range delle misure producibili automaticamente. Con i nuovi acquisti l'azienda è ora in grado di spaziarci da un formato che va da 29 x 39 x 10 mm al 600 x 450 x 200 mm.

2011

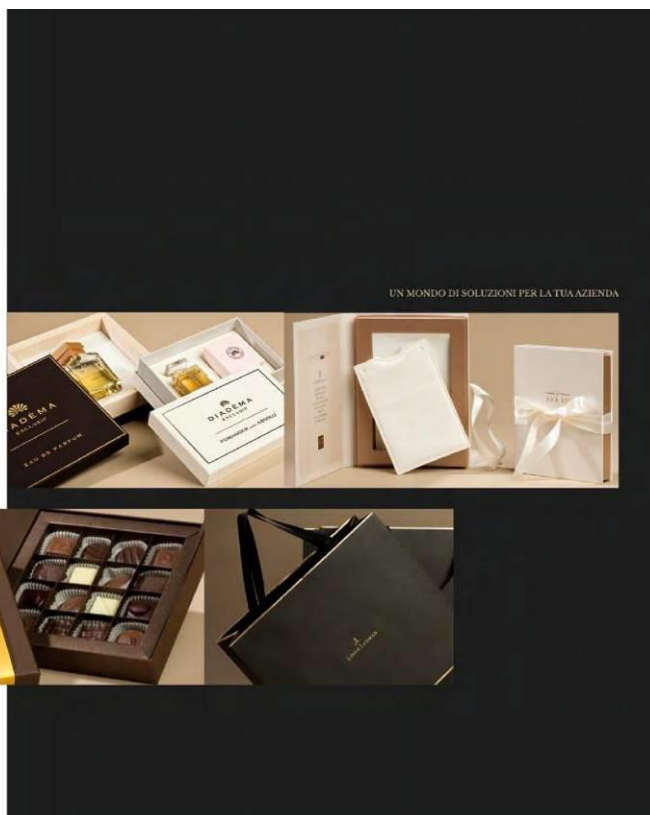
Deposito e approvazione di brevetto per invenzione internazionale per la realizzazione della scatola cernierata interamente cartotecnica. L'unica attualmente presente sul mercato e declinabile in tutte le misure.

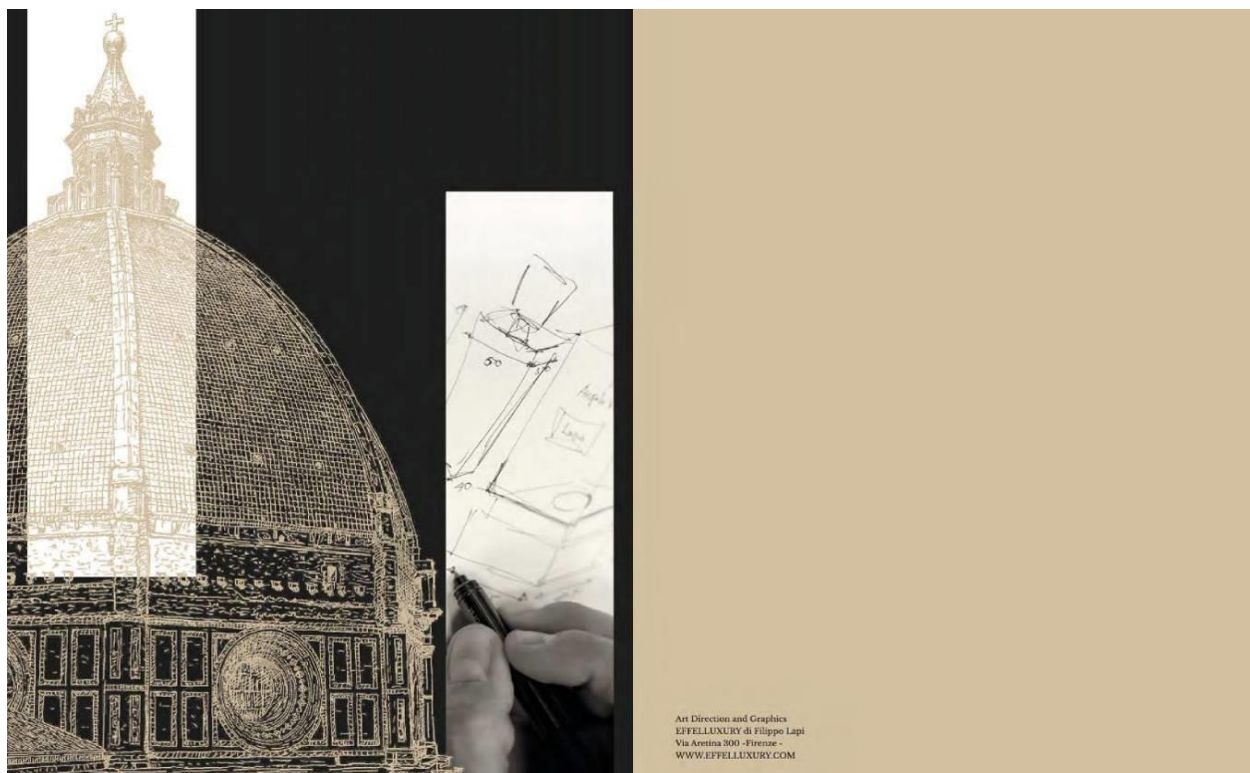
2012

Certificazione del marchio FSC. Un altro passo dell'azienda che ha da sempre appoggiato ogni iniziativa a favore dell'ambiente. Un passaggio obbligato dopo quello dalla lavorazione delle materie plastiche, a quelle cartacee, e in particolare quelle che rispettano le normative più stringenti in tema di ecologia.

2013

Acquisto della macchina che permette la realizzazione delle scatole ad angolo vivo. La scatola cartotecnica acquista nuove forme e diventa assimilabile per aspetto alla scatola in legno, ma con il vantaggio di una maggiore versatilità d'immagine.





ZINI
Firenze



WWW.ZINIFIRENZE.COM



CONTACT



Maryvonne LANTERI

Presse & Communication IDICE MC

Tél. : 06 73 67 17 91

Fix. : 00377 97 77 85 60

mlanteri@idice.mc

