

LES DIFFÉRENTS PROCÉDÉS DE VALORISATION :

L'HABILLAGE DU VERRE

SOMMAIRE

- 1- Présentation générique : Le packaging
- 2- Objectifs de la valorisation
- 3- Différentes technologies décoratives
- 4- Les autres axes de développement
- 5- L'environnement
- 6- Conclusion

1- PRÉSENTATION GÉNÉRIQUE : LE PACKAGING

Quand on sait que les consommateurs consacrent en moyenne **40 secondes** pour choisir un produit en linéaire, on comprend l'importance de l'impact visuel de celui-ci.

L'emballage n'est plus seulement fonctionnel. Il est aussi et surtout devenu un **vecteur d'attraction et de séduction** pour mieux promouvoir, identifier et vendre un produit.

L'objectif est donc de **valoriser** pour mieux séduire, surprendre, intriguer.

2-OBJECTIFS DE LA VALORISATION

Sur un marché alimentaire très concurrentiel et en constante évolution, l'emballage en verre, ce « vendeur » silencieux, communique efficacement en **stimulant les sens des clients**.

L'objectif étant de développer des emballages fonctionnels, attractifs et personnalisés pour séduire les consommateurs ; la priorité se fait donc sur l'**innovation** et la **différenciation**.

Tous les moyens participant à cette valorisation sont utilisés : la **couleur**, la **forme** et le **design**, la **gravure**, la **décoration**.

La **couleur** confère personnalité et caractère au produit, rehausse et accentue l'identité de la marque.





La **forme** et le **design** spécifiques d'un emballage sont des éléments distinctifs du produit, ils le positionnent et le différencient des autres, en affirmant son identité.





La **gravure** ou l'art de donner du relief à un graphisme à la surface du verre, amplifie la dimension qualitative et sensitive du contenant.

Parfaite pour intégrer des logos, des formes ou une marque, la gravure apporte une attractivité supplémentaire à l'emballage.





Les techniques de décoration, comme la **sérigraphie**, le manchonnage, le pré-étiquetage, la coloration des surfaces, le satinage, l'application de cachets, voire la combinaison de plusieurs de ces techniques ouvrent des voies infinies pour affirmer l'identité propre d'une marque.

3-DIFFÉRENTES TECHNOLOGIES DÉCORATIVES

On compte de nombreux procédés différents de décoration à l'objectif convergent : valoriser le produit.

Ils savent solliciter les sens du consommateur et répondre aux demandes d'innovation et de différenciation du produit par des techniques appropriées.

- La sérigraphie sur verre
 - *L'aplat*
 - *Le tramé*
 - *La quadrichromie*
 - *Le relief*
- Le satinage chimique
- Le sablage
- Le coating
- La coloration dans la masse
- La pose de cachets
- Les décalcomanies
- Le transfert thermique
- La tampographie
- Le manchonnage
- La métallisation
- L'étiquetage
- La dorure à chaud
- Marquage (laser, gravure...)

La sérigraphie sur verre

La sérigraphie sur verre est un procédé **d'impression directe**.

L'utilisation de l'émail, matière résistante à l'abrasion, à la corrosion, aux acides, aux variations de températures, permet un grand choix de coloris.

Matériaux utilisés en sérigraphie :

- Émaux
- Métaux précieux
- Encres organiques
- Emaux métallisés
- Encres UV

Différents procédés sont utilisés :

- **L'aplat :**

Formes pleines en tons directs en juxtaposition ou superposition.

Possibilité d'utilisation :

- d'émaux traditionnels (mats ou brillants)
- d'émaux spéciaux (nacrés, métallisés, satinés, pailletés)
- de métaux précieux (bronze, or, platine)

*Décor en tons directs
émail + platine*





*Décor 360° en
tons directs.*

- **Le tramé :**

Les couleurs sont utilisées en dégradés.



Détails d'illustrations en tons directs.

*Décor réalisé en
aplat et tramé,
(dégradé du
bleu au
transparent).*



*Sérigraphie sur
bouteille blanche
avec produit
coloré, aplat et
tramé.*



- **La quadrichromie :**

Les teintes primaires se superposent pour obtenir un spectre colorimétrique plus large.



Détail d'illustration, en quadrichromie.



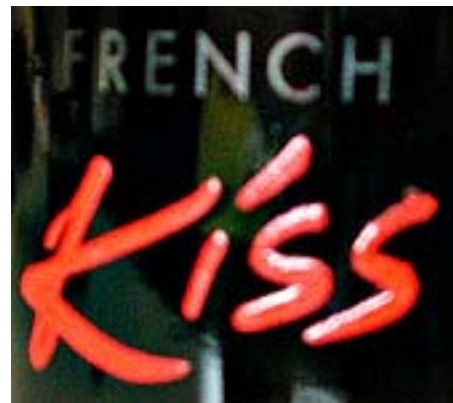
Détail d'illustration en quadrichromie.



Collection « boire et manger » - quadrichromie

- **Le relief :**

Ce type d'application donne une épaisseur à la couleur, et le décor s'enrichit d'une dimension tactile.





Blason en relief, et grip.

Le satinage chimique

C'est un traitement qui consiste à immerger les bouteilles dans un bain acide qui va attaquer la surface du verre et modifier sa transparence en provoquant une opacité.

Cette transformation agit également sur l'aspect de l'or, qui, appliqué sur du satinage, devient mat.

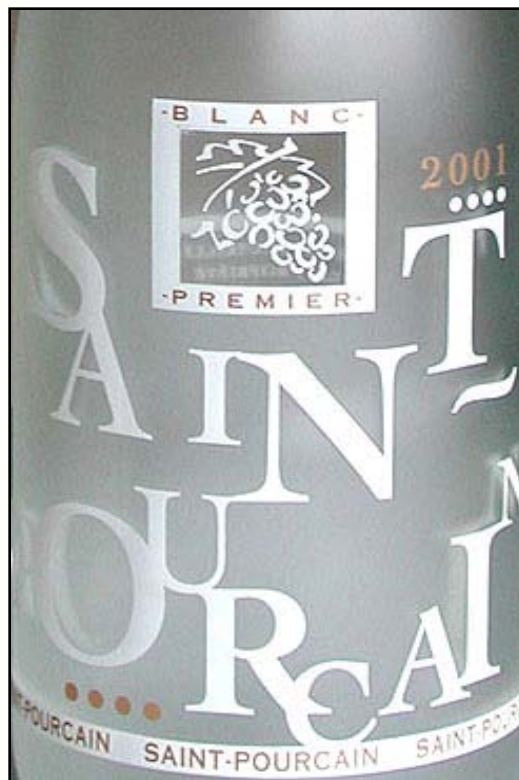
L'aspect obtenu confère à la bouteille une dimension tactile, ressentie par le consommateur comme **image de fraîcheur**, de givre...



*Or sur bouteille
satinée et or sur
bouteille lisse.*



Détail d'un décor utilisant un fondant qui restitue la transparence du verre.



Décors 360° en tons directs sur bouteille satinée.

- La réserve de satinage :

Il est possible d'obtenir un contraste entre le verre nu brillant et la matité du dépolissage par l'utilisation de cache.

L'effet obtenu s'apparente à une fenêtre dans laquelle on peut voir l'envers du décor.



Bouteille satinée avec fenêtre.

- **Effet relief sur la « peau » du verre :**

En modifiant l'aspect de la surface du moule et en satinant la bouteille, on obtient des effets de relief sur le verre, effets tactiles de type bois, cuir, pierre...



Le sablage

Il s'agit d'une projection de grains de sable ou de matières abrasives qui attaquent la surface du verre et modifie également sa transparence.

Ce procédé accentue la **granulosité** de la matière et communique sur l'aspect sensitif.



Le coating

Cela consiste à **colorer la surface** de la bouteille par pistoletage, poudrage, ou émaillage, à la différence de la **coloration dans la masse**.

L'application d'un revêtement coloré à l'extérieur de l'emballage permet un vaste choix de couleurs. Transparentes ou opaques, brillantes ou mates, pures ou dégradées, ou à effets spéciaux (effet métallisé, effet tissu, pierres, étain, grès, poussière...) elles illuminent les produits.

Différents types de produits utilisés :

- produit acqueux
- produit organique
- produit acqueux minéral
- produit minéral poudre



Différents coatings : transparent bleuté, opaque rose nacré, opaque rose brillant, opaque bleu brillant, opaque bronze, opaque argenté mat.



*Coating rouge transparent+
étiquette papier traditionnelle.*



*Coating dégradé du
turquoise au transparent
+ étiquette traditionnelle.*



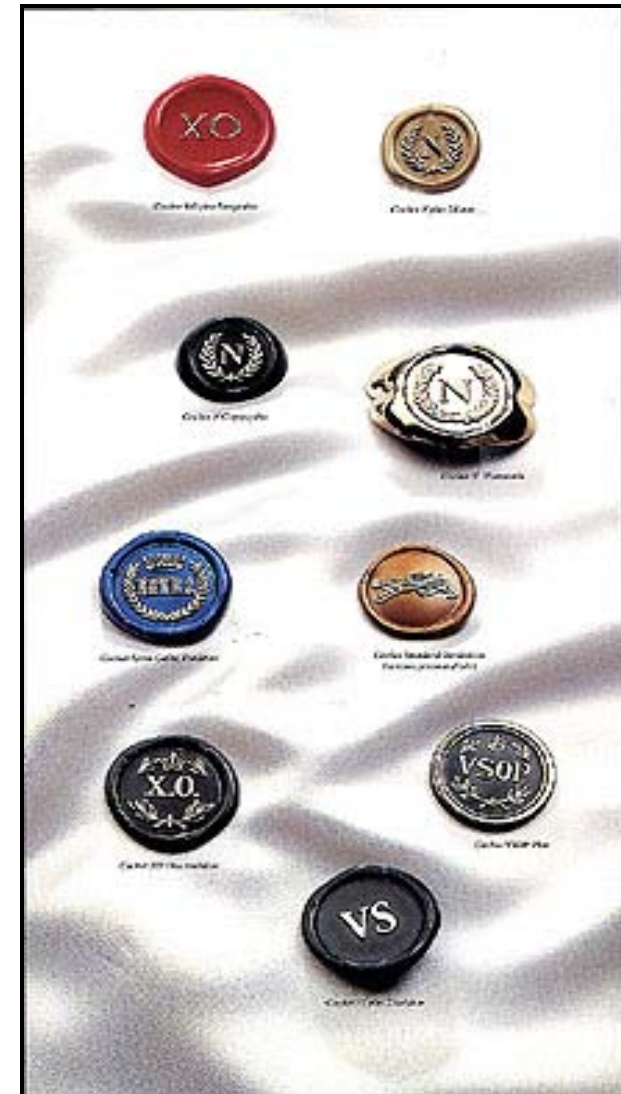
Noir mat et brillant, aspect poussière, aspect tissu.

La pose de cachets

Les cachets collés peuvent être en cire, en plastique ou métalliques.

D'autres types d'éléments peuvent être intégrés, comme des rubans ou des chaînettes.

C'est une possibilité pour mêler tradition, élégance et qualité : distinction de prestige.





Les décalcomanies

Il s'agit d'un décor sérigraphié sur un support souple appelé « chromo » transféré manuellement sur le verre.

C'est grâce à ce procédé que les grands contenants peuvent, eux aussi se singulariser.

Opération manuelle de transfert d'un chromo préalablement humidifié.



Cette dépose peut être effectuée soit manuellement, soit par transfert à chaud.

Transfert à chaud unitaire d'un chromo par machine semi-automatique.



Le transfert thermique

C'est une dépose à chaud en continu et à grande cadence d'une impression à l'encre sur les articles à valoriser.

Les contraintes :

- grande cadence
- grande série
- article de révolution
- résistance mécanique



La tampographie

Il s'agit d'appliquer sur des zones non-développables par rotation une image aplati par transfert à l'aide d'un tampon silicone.

Mêmes les bouteilles de formes peuvent recourir à cette technique pour communiquer par la couleur.



Le manchonnage

C'est un manchon cylindrique en PVC, PET... qui peut être sérigraphié, puis rétracté, sur toute ou une partie de la bouteille.

Le résultat est original et joue la carte de l'innovation et de l'impact visuel.



La métallisation

C'est un procédé qui consiste à appliquer sur la bouteille un revêtement d'alliage ou de composés spécifiques par bombardement électronique sous vide.

Dans un deuxième temps, un vernis lui donnera sa couleur définitive.

Au final, la bouteille s'habille d'une parure à l'impact fort.



L'étiquetage

Plus connue, la pose d'étiquettes traditionnelles, auto-adhésives, en aplats, gaufrées ou dorées participe au langage marketing et prend une large place sur le marché de l'emballage verrier.

4- AUTRES AXES DE DÉVELOPPEMENTS

À l'intérieur de ces différents procédés cités, d'autres compléments peuvent être utilisés, en marge de la décoration directe.

Ils participent à la mise en valeur du produit, soumettant aux consommateurs des emballages à évocations fortes, inventifs et attirants, jouant la carte de l'audace et de l'originalité.

Leurs innovations trouvent une résonance à la fois esthétique mais également, dans certains cas, ont une légitimité très appliquée.

- Capsules musicales
- Encres olfactives
- Encres UV
- Émaux lumière noire – fluorescents
- Encres thermo-sensibles
- Poses d'étiquette anti-vol
- Relief typographique (messages pour les non-voyants)
- Personnalisation pour les petites séries à partir de modèles standards (gravure-marquage laser-numérotation pour série limitée) etc...

5• EXEMPLES DE VALORISATIONS MULTIPLES



Bouteille satinée, avec émaux métallisés, or en relief mat et brillant.





Bouteille ovoïde satinée et sérigraphiée.



Bouteille ovoïde, satinée, avec sérigraphie émail + or mat, et pose d'étiquette auto-adhésive.



*Pistoletage dégradé avec sérigraphie
en émail et en or brillant sur bouteille
de forme.*



*Email satiné coloré recréant une
fenêtre de satinage + sérigraphie
en émail sur 360°.*

*Bouteille lisse avec dégradé
d'émail satiné et fenêtre,
dans laquelle on peut voir le
paysage en tons directs.*



Ces différentes techniques de décoration sont également applicables sur des verres.



6- L'ENVIRONNEMENT

Evolution de la teneur en métaux lourds dans les émaux :

- 1996 = 2 000 PPM et plus
- 1998 = 600 PPM maxi
- 1999 = 250 PPM maxi
- 2001 = 70 PPM
- 2002 = 30 PPM

Décret n°98-638 du 20 juillet 1998.

7- CONCLUSION

Apprécié, admiré, façonné, le verre reste la référence ancestrale en matière d'emballage des produits alimentaires.

À la fois indémodable et innovateur, renouvelable et recyclable, il est une source constante de créativité et d'inspiration.