

# L'USINE NOUVELLE

S'inscrire à la newsletter

ABONNEZ-VOUS

FRANCK STASSI X

L'ACTU

TROUVEZ DES  
FOURNISSEURSNOS ÉVÉNEMENTS ET  
FORMATIONSAPPELS  
D'OFFRESEMPLOI &  
CARRIÈRESINDUSTRIE  
EXPLOREZINDICES &  
COTATIONSMONDIAL DE  
L'AUTOL'USINE DE  
L'AÉROAVEC NOTRE SOLUTION  
**TCO<sub>2</sub> LIVE****IVECO**

Accueil L'Usine des Matières premières

## L'USINE DES MATIÈRES PREMIÈRES

ACCUEIL

MINES -  
MÉTAUX

PÉTROLE

PRODUITS  
AGRICOLÉS

BOIS

PAPIER -  
CARTONRECYCLAGE -  
DÉCHETS

### Comment Barbier s'adapte aux mutations de l'emballage imprimé

FRANCK STASSI PUBLIÉ LE 06/10/2016 À 17H59

REPORTAGE En Haute-Loire, le fabricant de films en polyéthylène Barbier a choisi de suivre la réduction des volumes et l'intensification du rythme de commandes dans l'univers de l'emballage imprimé sans recourir pour autant à l'impression numérique.



© Barbier

## SUR LE MÊME SUJET

## Les fabricants d'emballages plastiques optimistes pour l'avenir

TWITTER

FACEBOOK

LINKEDIN

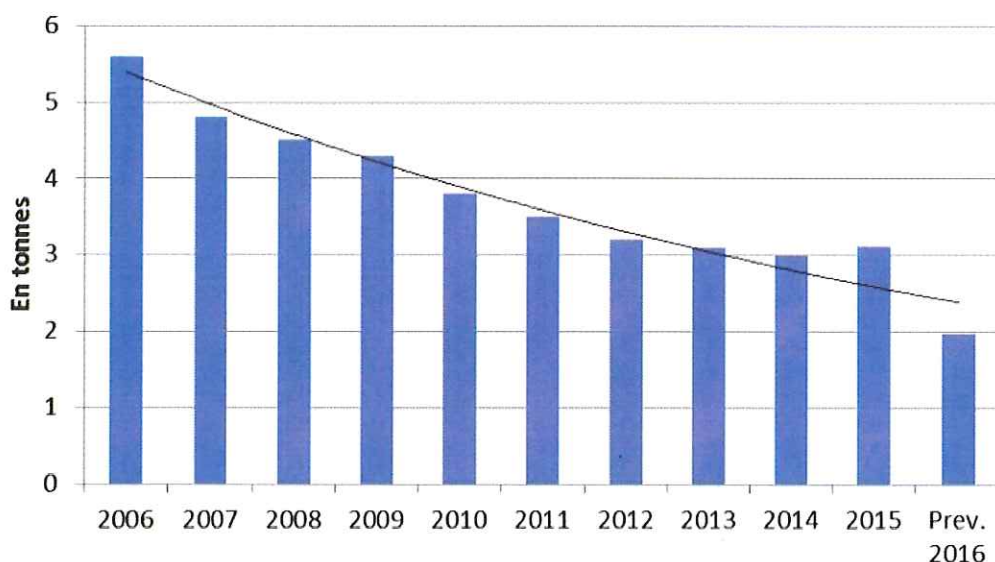
GOOGLE +

EMAIL

Même si les films plastiques qui servent à emballer vos packs d'eau ou vos canettes de bière ne semblent guère évoluer, leurs conditions de production sont en revanche en pleine mutation. Le groupe Barbier peut en témoigner. Implanté sur cinq sites en Haute-Loire, il produit 140 000 tonnes de films par an, dont 14 000 imprimées. Les opérations s'effectuent soit en ligne - une même ligne de production regroupe alors les opérations, du granulé de polyéthylène (PE) au film imprimé - soit en reprise, à partir de bobines produites par l'entreprise. *"Barbier est extrudeur, donc fabrique son film"*, précise le responsable de l'activité impression, Franck Leborgne.

*"Nous observons une évolution des besoins de nos clients et notamment une réduction drastique de la taille des commandes", explique Franck Leborgne dans l'atelier de Sainte-Sigolène, ville-berceau de l'entreprise. En dix ans, le volume moyen des commandes est passé de 5,5 tonnes à 2 tonnes. "Les contraintes de besoin en fonds de roulement et de réduction des stocks incitent les industriels à commander des bobines imprimées en quantités moindres, mais de manière plus régulière. La multiplication des décors, avec les séries limitées sur certains produits ou la déclinaison d'une même marque en plusieurs références, joue également", poursuit le manager.*

## Evolution de la taille moyenne des commandes



Ainsi, un industriel de l'eau en bouteille peut proposer un design particulier sur ses packs durant une période donnée. Un brasseur peut commander des emballages différents selon les promotions et les pays. Barbier se targue d'ailleurs d'avoir été récompensé d'un prix par Budweiser, dont les premières commandes concernaient des lots à destination de la Tchéquie. Cette collaboration s'est ensuite poursuivie sur un nombre plus large de références. *"Dans le secteur de la bière, les phases d'homologation durent entre deux et cinq ans",* précise Franck Leborgne. Les équipes dédiées à l'impression (65 personnes en 3x8) traitent aujourd'hui trois à quatre fois plus de créations graphiques différentes qu'il y a dix ans.

### DES MACHINES RENOUVELÉES

Dans ce contexte, le parc machines doit évoluer. Le plus récent des cinq matériels a dix ans, le plus récent un an. L'enjeu est de parvenir à rester compétitif en ayant exclusivement recours à la flexographie, un système d'encrage par pression. L'encrage s'effectue lorsqu'un relief est détecté sur les photogravures. Cette méthode, courante pour les grandes séries, ne se prête pas à la personnalisation à la volée (en inscrivant un marquage différent sur chacun des morceaux de films, par exemple), ce que permet l'impression numérique. *"Les packs changeant relativement peu, nous restons sur cette technologie, même si les machines pourraient devenir hybrides",* indique Franck Leborgne. Même si elle ne nécessite qu'un changement de fichier, l'impression numérique reste à l'heure actuelle plus chère que la flexographie, estime le responsable.

Pour rester compétitif, Barbier a actionné le levier de la qualité avec l'inauguration, mi-2015, d'une machine automatique de montage des clichés. Équipée d'une caméra, elle détecte des micro-points utiles au calage des visuels sur les films, évitant les réimpressions suite à des défauts. Une machine manuelle reste néanmoins en activité. Le temps de changement entre les commandes a été divisé par deux en huit ans, puis par 1,5 en un an. Une autre machine imprime en "Full HD", pour une meilleure qualité de rendu. L'entreprise recourt également à ses propres formulations d'encres, afin de disposer des quantités nécessaires à son activité.

### LE DÉSENCRAGE DES FILMS RESTE UN ÉCUEIL

La part des matières recyclées dans les films PE commercialisés par Barbier s'élève à 15%, avec un objectif de monter rapidement à 20%. Le groupe, qui a créé son premier site de recyclage en 1980, réutilise la totalité de ses déchets de production en interne, et rachète des déchets à ses clients. Cette évolution du process bute néanmoins sur des questions de désencrage des films, utile non seulement à des fins de réutilisation des chutes de production, mais aussi afin de recycler des films déjà consommés. Pour passer cet écueil, l'entreprise s'est associée au consortium Repali (Recyclage de polyoléfinés en contact alimentaire et non-alimentaire). Un travail est également mené sur l'utilisation future d'encres à l'eau.