

21 DS Smith dévoile deux innovations e-commerce

22 Personnaliser l'emballage pour un marketing ciblé

24 Papiers récupérés

26 Le packaging conventionnel revisité au PIDA

31 Indices des directeurs d'achat

PAP'ARGUS

LES MARCHES DES PAPIERS ET CARTONS - 336 juin 2017



LE CHIFFRE

58 %

**PERSONNALISER L'EMBALLAGE
POUR DU MARKETING CIBLÉ**

C'est en 2016, globalement le taux des emballages à base de papier-carton destinés au secteur de l'agro-alimentaire (source Cofepac)

6^E COLLOQUE

PAP'ARGUS

PANORAMA DES MARCHÉS DE PAPIERS & CARTONS

12 OCTOBRE 2017 MAISON DE L'INDUSTRIE (PARIS)

Faites le point sur les tendances et les perspectives des marchés du papier et du carton, avec les meilleurs spécialistes : cours, prix, sortes.

Cette année, Pap'Argus vous propose aussi un gros plan sur l'utilisation du papier et du carton dans l'univers des Spiritueux. De la brochure à l'étiquette, du livret à l'étui ou au tube, le secteur des spiritueux est un utilisateur du papier et du carton. **Pourquoi, comment, vous aurez les réponses le 12 octobre.**

*Réservez vite la date
et votre participation.*

Early bird

-25 %

réglé avant
le 28 juillet

Pour plus d'informations ou vous inscrire :
Philippe Mingori - p.mingori@mpmedias.com - 02 31 98 82 65

JEAN PONCET



Inscrivez-vous dès maintenant

au 6e colloque Pap'Argus

Le 12 octobre prochain se tiendra à la Maison de l'Industrie à Paris le 6e colloque Pap'Argus. Porté sur les fonts baptismaux par Ghislaine Bléry, la fondatrice de Pap'Argus, il se renouvelle tous les ans selon les thèmes qui sont choisis.

Cette année, bien sûr l'ensemble des marchés du papier et du carton sera abordé comme à l'accoutumée. Tendances des prix et des cours des matières premières vierges ou recyclées, des sortes graphiques, des cartons ou souples, bref tout ce qui vous rend Pap'Argus si indispensable, mais aussi innovations et recherches dans tous les secteurs de la cellulose... Les meilleurs spécialistes donneront leurs points de vue et échangeront avec les participants. Le colloque Pap'Argus est le lieu mixte et... neutre où tous les acteurs de l'industrie papetière au sens large se rencontrent. Et s'ils ont de la mémoire, il n'y a en pas tant que cela, des lieux propices à ce type de débats, de discussions, de considérations économiques.

Cette année, Pap'Argus vous proposera en plus de suivre l'ensemble des utilisations du papier-carton tout au long de la chaîne graphique jusqu'à l'emballage et ce à travers des expériences du secteur des Vins et Spiritueux. De la plaquette promotionnelle, à l'étiquette, au livret, au tube ou à l'étui, au présentoir, display et autre stop rayon, c'est à la fois une vitrine exceptionnelle du papier-carton et un casse-tête pour les metteurs en scène : des matières distinctes, des procédés d'impression différents, des encres spécifiques... et pourtant au total une volonté d'homogénéité incontournable.

Si vous voulez ne rien rater et bénéficier d'un tarif early bird très avantageux (soit une réduction de 25 %), contactez immédiatement Florie Bourdel (que les abonnés connaissent bien) au 02 31 98 82 65 ou par email f.bordel@mpmedias.com. A la fin juillet il sera trop tard pour bénéficier de ce tarif particulièrement avantageux.

Vous avez un repère simple : quand vous recevrez le Pap'Argus de juillet à la toute fin juillet, il sera vraiment trop tard. N'attendez pas de rentrer de vacances. Si vous n'êtes pas encore sûr de votre agenda pour le 12 octobre, sachez que vous pourrez transmettre votre inscription à un collègue de votre choix sans le moindre supplément !

A vous voir en octobre et bonnes vacances à ceux qui ont la chance de partir dès maintenant.

Jean Poncet

INDICATEURS

> Copacel 14 > Elipso 15 > Euro Graph 17 > Europulp 12 > Federec (prix plastiques récupérés) 15
> Indices des directeurs d'achats 31
> PPPC 12 > Utipulp 12

LISTE DES ANONCEURS

> Ecofolio 25
> Gramméo SPPP-CFPP 12
> Inapa 16 / ISO Dumont 22
> MP Médias 2
> Paprec 13 - 27 - 4e de couverture / Print in Progress 4
> Solarz 14
> TER 18
> Veolia 9

INDEX

> Aesop 6 / Antalis 27 / Arctic Paper 30 / Autajon 23
> BillerudKorsnäs 26 / BIR 24 / Burgo 9-10
> Carrefour 6 / Cartiere Ferrara 10 / CEPI 11 / Clairefontaine 9 / Cofepac 7-30 / CTP 7
> DS Smith 10-21-28
> Eco-Emballages 24 / Ecofolio 6-24 / Eldorado 8
> Fefco 6 / FFCP 7 / Fibria 8
> Hagen-Kabel Pulp&Paper 10 / Heintel Laakirchen 9-10 / Holmen 10
HP 23
> Idempapers 10 / Inapa 28-29-30
> Kabel 10 / Koehler Paper Group 10
> Lecta 29 / LGR Packaging 28
> Metsä Board 29 / MIP 7
> Mitsubishi HiTec Paper Europe 10 / Mondi 30 / My Thinks 23
> Navigator Company 9 / Norske Skog 28
> Paprec 24 / Propos 23
Saica 10
Smurfit Kappa 10
Södra 8
Stora Enso 9-28
Suzano 8
Torraspapel Malmenayde 10
Two sides 7
UPM 8-9-10-28-29
Zanders 10-27

*« Le colloque
Pap'Argus est le lieu
mixte et... neutre
où tous les acteurs
de l'industrie
papetière
au sens large
se rencontrent ».*

EXHIBITION | CONFERENCES | WORKSHOPS

ÉDITION #1



PRINT
IN PROGRESS

**ACCÉDEZ AUX NOUVELLES
OPPORTUNITÉS DE L'IMPRESSION**

**4 DOMAINES
D'APPLICATION**

DECO MAKER



Design et création
d'espaces uniques

INDUSTRIAL
PRINTER



Packaging et
personnalisation de masse

PERSONAL
PRINTER



La communication
sur-mesure

TEXTILE
TRANSFORMER



Le fil de l'innovation

PARIS | 11 > 12 OCT. 2017

PARIS EVENT CENTER

PORTE DE LA VILLETTE

**Information et invitation sur
WWW.PRINTINPROGRESS.FR**

Un événement

www.pap-argus.com

PAP'ARGUS
4 rue de la Chaussée
14600 Honfleur
Tél. : 02 31 98 82 65
Fax : 02 31 98 69 34

Fondatrice : Ghislaine G. Bléry

Directeur de la publication :
Philippe Mingori
Commission paritaire :
n° 0219T89908 - NAF : 5813Z
Dépôt légal : 2^{ème} trimestre 2017
ISSN 1286 - 2827
11 numéros par an
Impression :
ACAT LE HAVRE
2 rue de Valmy - CS 70781
76086 LE HAVRE CEDEX

Pap'Argus est édité par MP Médias
sarl de presse au capital de 165 000 €
66 avenue des Champs Elysées
75008 PARIS
RCS Paris 490 945 789
Rédacteur en chef :
Jean Poncet
jean.poncet@mpmedias.com
Rédaction :
Patricia Fortin
p.fortin@mpmedias.com
Christelle Magaud
c.magaud@mpmedias.com

Editeur :
Philippe Mingori
Publicité : 02 31 98 82 65
Philippe Mingori : 06 70 56 09 04
p.mingori@mpmedias.com
Maquette :
Sylvie Hubert - Mathieu Bouyer

Abonnements : Sylvie Hubert
s.hubert@mpmedias.com
France : 449 euros TTC (1 an)
(lettres électroniques + magazines)
Étranger (avion) : 477 euros
Prix au n° 48 euros TTC



TENDANCES DES MARCHÉS

8 *Commentaires des prix*

10 **A RETENIR :** *accroissement de la production papetière européenne*

L'OBSERVATOIRE DES PRIX :

- 12 *Pâtes : encore des hausses, mais plutôt moins de problèmes d'approvisionnement*
- 13 *Papiers et cartons récupérés : une pause qui risque de ne pas continuer*
- 15 *Plastiques récupérés : poursuite de la chute des prix*
- 15 *Plastiques neufs : chute générale des prix en mai, sauf pour le PEHD film en Europe*
- 16 *Sortes graphiques : les marchés du sans bois toujours sous pression*
- 17 *Ramettes : toujours pas de mouvement*
- 18 *PPO /Packaging : de nouvelles hausses attendues en juillet ou août*
- 18 *Carton plat : carnets de commandes chargés avant l'été dans le recyclé*
- 19 *Étiquettes : fortes pressions à la hausse*
- 19 *Sanitaire et domestique : toujours des tensions sur l'approvisionnement*
- 20 *Allemagne : négociations en cours sur le sans bois*

SUR LE TERRAIN

21 *DS Smith dévoile deux innovations e-commerce*

DOSSIER

22 *Personnaliser l'emballage pour du marketing ciblé*

PAPIERS RÉCUPÉRÉS

24 *Fusion d'Eco-Emballages et d'Ecofolio
Paprec lande Métamorphose, son premier film de marque
Le double casse-tête des exportateurs, le coût du fret et le «National Sword»*

CONCOURS

Le packaging conventionnel revisité au PIDA

A L'ASSAUT DES MARCHÉS

PAPIÉTHÈQUE

MACRO-ÉCONOMIE

31 *Indices des directeurs d'achat : consolidation de la reprise économique en zone euro*

336

JUIN 2017

PAP'ARGUS



up

FEFCO

Réduire de 30 % d'ici à 2025 et de 50 % d'ici à 2030 les 88 millions de tonnes de nourriture gaspillées chaque année dans l'Union européenne. Voilà l'objectif des nouvelles mesures proposées par le Parlement européen pour lutter contre le gaspillage alimentaire dans l'Union européenne. Une ambition soutenue par la FEFCO (Fédération européenne des fabricants de carton ondulé) qui se félicite que le texte européen souligne la contribution positive des matériaux d'emballage et les solutions pour réduire les déchets alimentaires le long de la chaîne d'approvisionnement. La résolution européenne reconnaît aussi que les emballages recyclables obtenus à partir de ressources renouvelables contribuent à l'efficacité des ressources et à l'ambition de l'économie circulaire.



down

Dématérialisation

Exit le papier ! Pleinement engagé dans une stratégie digitale notamment avec l'appli « Carrefour & moi » utilisée quotidiennement par plusieurs millions de consommateurs, le distributeur a souhaité optimiser sa solution de gestion des coupons de réductions, qui ne disposait pas de la capacité d'ouverture et de passage à l'échelle nécessaire à la prise en charge des affluences. Pour ce faire, le distributeur a fait appel à l'éditeur de logiciels Couchbase. Concrètement, cette technologie permet de disposer d'un hub de stockage et de distribution des coupons alimentant les applications mobiles et le portail carrefour.fr.

La mise en œuvre de la solution Couchbase s'est déroulée sur quatre mois. Les 5300 magasins français du groupe bénéficient désormais de ce nouveau dispositif digital.

le chiffre

1 consommateur sur 2 achèterait des ramettes en papier recyclé

Il ressort de l'étude "shopper 2017 Ecoconception des papiers ramettes et façonnés" initiée par Ecofolio, que le critère environnemental, s'il ne constitue pas le principal moteur d'achat, s'avère néanmoins susceptible d'impacter la décision finale : 7 consommateurs sur 10 estiment ainsi que le respect de l'environnement est un critère influençant.

Coté frein, c'est principalement le manque de blancheur qui est identifié, pour 17% des consommateurs. Autre enseignement notable : la majorité des acheteurs ne souhaite pas de différence de prix entre recyclé et vierge, et 1 sur 2 pourrait franchir le pas dans l'hypothèse de prix identiques.

l'agenda

• 11-15 septembre 2017 - Munich - Allemagne

Drinktec

www.drinktec.com

• 21-22 septembre 2017 - Salzbourg - Autriche - The Pitter Hotel

ECMA Congress

www.ecma.org/events-and-promotion/annual-congress/

• 25-28 septembre 2017 - Bruxelles Exhibition Centre

Labelexpo Europe

www.labelexpo-europe.com/fr

• 26 -28 septembre 2017 - Paris - Porte de Versailles

Viscom

www.viscom-paris.com

• 27- 28 septembre 2017 - Nantes Assises des déchets

www.assises-dechets.org/fr/assises-2017

• 2 -5 octobre 2017 - Poznan - Congress Center - Pologne

Pakfood

<http://www.eventseye.com/fairs/f-pak-food-12582-1.html>

l'image



Aesop, une boutique en carton recyclé

C'est à Los Angeles qu'il faut se rendre pour découvrir la boutique en carton de la marque de cosmétique haut de gamme Aesop. Celle-ci propose un décor résolument éco-friendly. Ici, tout est ici conçu en carton recyclé, des murs au plafond en passant par les étagères, les rangements et même les luminaires. Ce magasin au design intelligent et durable a été réalisé par le studio de design Brooks + Scarpa.

La femme



AGNÈS ROGER

À l'occasion de son Conseil d'administration du 6 juin 2017, le Mouvement de l'Intersecteur Papier Carton (MIP) a élu à sa Présidence Agnès Roger, Directrice générale d'Arjowiggins

Graphic et Présidente de Copacel. Elle succède à Marc Sanchez, Président de SCA en France. À l'occasion de son discours portant sur son nouveau mandat, Agnès Roger a souligné sa volonté de « poursuivre le travail engagé sous l'impulsion de Marc Sanchez qui a su créer une relation de coopération forte et efficace entre les différents acteurs du MIP au service des enjeux communs de la filière ».

Pour mémoire, le MIP représente 70 000 salariés répartis dans 1 200 établissements, qui réalisent un chiffre d'affaires cumulé de 19 milliards d'euros annuels.

Technologie

Le CTP présente le nouveau pilote de coucheuse

L'innovation est encore de mise au Centre Technique du papier (CTP) qui présente les dernières avancées de son pilote pour le couchage, afin de répondre aux besoins industriels : installation d'un cylindre refroidisseur permettant de travailler avec des formulations barrières pour s'affranchir des phénomènes de collage de spires à l'enroulage; reconstruction complète de la sécherie afin d'offrir une plus grande capacité de séchage; installation de jauges de grammage et d'humidité afin de mesurer en continu le poids de couche et l'humidité du papier couché.

Le CTP insiste aussi sur les avantages de sa nouvelle formule à taille humaine. Plus de rapidité d'exécution, avec la possibilité désormais de tester successivement plusieurs formulations et papiers, les passages d'une formulation, d'un papier ou d'un poste de couchage à l'autre étant accélérés.

Plus économies aussi : en effet, la faible quantité de produit nécessaire à la réalisation d'un essai (30 litres) permet de travailler sur des produits rares ou des formulations en phase de test ou de développement. Ce qui permet de réduire significativement les coûts en consommables lors des essais.

A suivre

Campagne "mythes et réalités" sur le papier et l'imprimé

Le papier a une histoire durable à raconter pour Two Sides France qui s'engage sur le sujet, en lançant la Campagne Mythes et Réalités sur le Papier. Au programme, une communication menée auprès de grandes entreprises (banques, assurances...), encore trop nombreuses à habiller un message visant la numérisation par des allégations peu solides en matière d'environnement.

Two Sides, qu'on pourrait traduire par « Tournons la page des idées reçues », réédite aussi par le biais de Stora Enso le livret « Le Papier et l'Imprimé - Mythes et Réalités ». L'ouvrage décortique, sur 26 pages, 9 mythes sur la gestion des forêts, le recyclage, le numérique, les gaz à effet de serre... Histoire de faire reculer les idées reçues et de démontrer une relation durable du papier avec l'environnement. Grâce à l'intervention de Two Sides et dans un souci de dialogue constructif, plus de 15 grandes entreprises françaises ont déjà adapté leur message en l'espace de quelques mois.

3 questions à...



XAVIER ENGEL,
Président de la
Fédération française
du cartonnage et
articles de papeterie.
Il vient d'être élu Nouveau
Président de Cofepac et
s'exprime à cette occasion

sur l'évolution de son secteur.

Vous succédez à Bertrand Arnault à la tête de Cofepac. Quel est votre sentiment ?

Conformément au principe d'une présidence tournante de deux ans, j'ai effectivement pris la succession de Bertrand Arnault à la tête de Cofepac. C'est avec un grand plaisir et aussi avec le sens du devoir que je prends en charge cette fonction. Je veux réaffirmer les avantages du papier et du carton et participer à la mise en avant du secteur.

Quelles sont les prévisions de 2017 ?

Nous sommes plutôt optimistes, du fait de l'amélioration de la conjoncture en ce début d'année. Malgré l'infléchissement attendu de la progression de la consommation (prévision de +1,3% contre +1,8% en 2016) et du pouvoir d'achat des ménages (prévision de +1,1% contre +1,9% en 2016), le secteur devrait toutefois bénéficier de la reprise de l'investissement et de la bonne tenue de ses principaux secteurs clients (parfumerie, cosmétique, e-commerce, agroalimentaire...) Ainsi, les prévisions 2017 pour l'industrie du cartonnage devraient se situer légèrement au-delà de celles estimées pour le PIB à savoir un taux de croissance compris entre +1,3% et +1,5%.

Qu'en est-il de la demande des sacs papiers ?

L'interdiction en France depuis le 1er juillet 2016 des sacs plastiques de moins de 50 microns d'épaisseur, amplifiée par des décisions analogues dans d'autres pays européens et d'Afrique du Nord, a induit une augmentation de la demande en sacs papier. Un phénomène qui bénéficie de l'évolution comportementale des consommateurs. La croissance de la vente de produits bio, qui privilégie l'emploi de sacs en papiers kraft participe pleinement à cette tendance. De même que l'engouement pour le drive : pour les courses alimentaires, on remplit plus facilement un sac en papier qu'un sac plastique. Plusieurs enseignes de la grande distribution ont fait ainsi le choix de se tourner vers des sacs papier. Dans ce contexte, on note une augmentation de la production de 10% sur l'année. Il apparaît évident que 2017 suit cette évolution, avec une montée des volumes mais ce sera difficile du point de vue des marges, compte tenu des augmentations du prix du papier.

Propos recueillis par
Christelle Magaud

Tendances des marchés

- **Pâtes : encore des hausses, mais plutôt moins de problèmes d'approvisionnement**
- **Papiers récupérés : une pause qui risque de ne pas continuer**
- **Plastiques récupérés : poursuite de la chute des prix**
- **Plastiques neufs : chute générale des prix en mai, sauf pour le PEHD film en Europe**
- **Sortes graphiques : les marchés du sans bois toujours sous pression**
- **PPO/Packaging : de nouvelles hausses attendues en juillet ou août**
- **Carton plat : carnets de commandes chargés avant l'été dans le recyclé**
- **Etiquettes : fortes pressions à la hausse**
- **Sanitaire et domestique : toujours des tensions sur l'approvisionnement**
- **Allemagne : négociations en cours sur le sans bois**

PÂTES (p. 12)

890 dollars/tonne

+ 30 dollars/t
pour la fibre longue

860 dollars/tonne

+ 40 dollars/t
pour la fibre courte

Avec cette nouvelle hausse en juin, les prix de la pâte auront augmenté pendant tout le premier semestre.

Comme annoncé par Fibria, Suzano et Eldorado, les prix de la pâte d'eucalyptus se sont accrus de 40 dollars/t, à 860 dollars/t. Ence, dont le prix de la pâte à base de fibres courtes était annoncé à 850 dollars/t, prévoit d'augmenter en trois étapes, de +15 dollars/t au 1er juillet, +20 dollars au 1er août et au 1er septembre.

Les producteurs ont maintenant suivi le mouvement insufflé par Södra, portant la NBSK à 890 dollars/t.

En juin, il semble que l'approvisionnement a posé moins de problèmes aux clients, certains n'ayant subi qu'une hausse limitée à 20 euros/t, sur la NBSK et la pâte d'eucalyptus. Pour juillet, une augmentation de 20 dollars/t, sur les deux sortes de pâtes est attendue.

De janvier à mai 2017, selon le

Pulp and Paper Products Council (PPPC) les livraisons mondiales de pâtes ont enregistré une hausse de 3,6 % à 20,462 millions de tonnes. Sur cette même période, c'est toujours la Chine qui a réalisé la plus forte progression, malgré le recul des livraisons dans ce pays, en avril et mai. Les volumes de livraisons de pâte de résineux et de feuillus en mai ont été presque équivalents, respectivement à 1,986 million de tonnes et 1,989 million de tonnes. Les stocks mondiaux, corrigés des variations saisonnières, sont passés de 28 jours en mars, à 30 jours en avril, et 31 jours en mai pour la pâte de résineux, tandis qu'ils sont restés stables à 38 jours pour la pâte de feuillus.

Dans les ports européens, en mai, les stocks de pâte ont augmenté de 30 823 tonnes, par rapport au mois précédent (source **Europulp**).

Afin de répondre à la demande croissante de pâtes, UPM Kaukas à Lappeenranta en Finlande continue à développer cette activité. L'usine ayant bénéficié d'un investissement de 50 millions d'euros l'année dernière pour la partie séchage de la pâte, a reçu une nouvelle enveloppe de 30 millions d'euros, pour moderniser et améliorer le rendement des lignes de production. L'objectif est d'augmenter la capacité de production de 30 000 tonnes, à 770 000 tonnes de pâtes de résineux et de bouleau, en 2019.

PAPIERS-CARTONS RÉCUPÉRÉS (p. 13-14)

Une quasi reconduction des prix (ils ont peu ou pas bougé), très probablement temporaire, avant un rattrapage en juillet.

En fait, les marchés auraient dû réagir au très fort retour de la Chine aux achats, équivalent à ceux de février et mars. Mais contrairement à ce qui s'est passé sur cette période, il n'y a pas eu de phénomène de panique et de « bulle inflationniste ». C'est qu'en Espagne, le marché a été confronté à ce même mouvement vers l'Asie, mais aussi à la grève des dockers, laquelle a bloqué l'activité des ports. Comme la collecte et la demande y était bonnes (comme en France), les usines ont été livrées, et les prix sont restés stables, en attendant un retour à la normale.

« Dès que la situation s'est débloquée dans les ports, l'export a repris sur un rythme soutenu » assure un contact espagnol. Les stocks dans les papeteries ont commencé à baisser doucement. « Nous sommes convaincus qu'une hausse des prix du carton, en Europe du Sud, est plus que probable pour le 1er juillet » conclut-il. En France, un récupérateur souligne que si la Chine continue à acheter à des prix beaucoup

plus élevés qu'en France, l'écart de prix entre le local et l'export déjà d'environ 30 euros/t, va devenir trop grand, provoquer un déséquilibre et pousser à réagir. Un acteur assure « une hausse ne serait pas indue ».

Et au niveau européen, cela fait trois semaines que les stocks de PCR chez les papetiers diminuent doucement. Au 13 juin, ils ont reculé de 10,4 jours à 9,7 jours, dont 3 jours en France, 8 jours en Allemagne, 5,8 jours au Royaume-Uni et 12,8 jours en Espagne (en raison de la grève des dockers), souligne un interlocuteur.

Heureusement, le fret est devenu moins cher, et les conteurs sont de nouveau disponibles. Toutefois, les transports par camion sont toujours compliqués, même pour de courtes distances. Le problème vient soit des nouvelles réglementations concernant les transporteurs étrangers, soit d'une recherche de rentabilité, ou bien du manque de personnel si le métier n'attire pas les jeunes.

En Allemagne, les prix des sortes « carton » ont augmenté de l'ordre de 10 euros/t, et ce en raison du retard par rapport à la France, explique un acteur.

Au Royaume-Uni, les prix ont été très élevés, la première semaine de juin, car avec la flambée à l'export, les prix en local se sont alignés sur la fourchette basse de l'export, souligne un contact.

PERSPECTIVES

Tous les acteurs s'attendent à une augmentation des prix en juillet. Avec une collecte moins bonne en été, et de bons carnets de commande, la variable sera sans nul doute, l'export.

SORTES GRAPHIQUES (p. 16)

CSB et NCSB

+ 30 à + 40 euros/t

Les augmentations voulues par les producteurs sont passées, sur les papiers couchés et non couchés sans bois, même si ce n'est pas autant qu'attendu.

De l'ordre de +2 % à +4 % ou de +30 euros/t à +40 euros/t, elles ont été appliquées selon les niveaux de prix de départ des clients, sur une période allant d'avril à juin (clients non contractualisés). Une forte demande et des délais longs ont contribué à faire appliquer les hausses.

A noter, que les prix du non couché sans bois (NCSB) en feuilles et en bobines, publiés dans Pap'Argus, étant déjà d'un niveau élevé, seule une hausse de 20 euros/t a été passée en mai sur la fourchette basse, mais l'augmentation a bien été de l'ordre de 20 euros/t à 40 euros/t et même parfois jusqu'à +50 euros/t, et en moyenne de 30 euros/t.

Si beaucoup d'augmentations sont déjà passées, les négociations sont encore en cours, et même une nouvelle vague pourrait arriver.

Ainsi **Clairefontaine**, dont les prix n'ont pas varié depuis le début de l'année, a annoncé une hausse de 30 euros/t à 35 euros/t au 1er juillet. A cette même date, **Stora Enso** prévoit une seconde hausse ferme, de 20 euros/t, et chez **Navigator Company** elle est prévue de +3 % à +5 % en Europe. De même que pour le NCSB, l'augmentation des coûts et la demande font que les prix de la ramette vont augmenter.

Des velléités de hausses aussi, pour le couché sans bois (CSB), dont le prix est attendu en hausse de 30 euros/t au 1er juillet. **Burgo** a annoncé une augmentation de cette sorte, de 7 % pour mi-juin en raison des coûts de production (augmentations du latex et de la pâte chimique), entraînant un manque de rentabilité. L'activité plutôt bonne en juin pourrait aider les producteurs. « *La négociation est une lutte de tous les instants, et les discussions sont ardues* » lance un interlocuteur. Même si les hausses ne sont pas des +5 % à +7% annoncés, elles passent.

PAPIERS DE PRESSE

Un acteur estime que le marché est « sans surprise », mais « sans mauvaise surprise ».

« *Le SC va augmenter, sur l'offset et l'hélio, c'est maintenant une certitude !* » lance un contact. La hausse qui était annoncée de 30 euros/t pour s'échelonner de 15 euros/t à 25 euros/t (+20 euros/t en moyenne) selon les clients. Pour rappel, **UPM** a annoncé une hausse de 6 % à partir du 1er juillet. Et **Heinzel Laakirchen**, a informé ses clients d'une augmentation de 8 % au 3 juillet sur le satiné, en raison de l'accroissement des coûts des matières premières et autres produits, précise **Thomas Krawinkler**, directeur des ventes et Marketing.

Le marché du satiné est tendu, mais il bouge, avec les réductions de capacité d'**UPM Steyermühl** et **Augsburg** (305 000 tonnes), et l'arrêt permanent de la machine à papier (MAP)8 de **Stora Enso Kvarnsveden** (100 000 tonnes) le 21 juin. Et **Heinzel Laakirchen** a annoncé l'arrêt de la super calandre sur la MAP10 au 1er juin, pour la démonter et l'installer sur la MAP11. Il est prévu deux semaines d'essais, avant de commencer à accroître la production de SC à partir du 1er août sur la MAP11. La capacité de production de cette dernière machine est prévue d'atteindre 350 000 tonnes. A noter par ailleurs, que les fermetures de capacités entraînent généralement la dis-

Créateur de nouvelles matières premières



Une Nouvelle Vie pour nos Matières Premières

Elément essentiel du développement durable, le recyclage se construit à l'échelle mondiale et dans le temps. VPFR est la structure de commercialisation des matières premières issues du recyclage de Veolia, activité Recyclage et Valorisation des déchets. Héritière du Groupe Soulier créé en 1870, elle dispose d'une longue expérience et d'une expertise reconnue. Elle approvisionne en priorité les industries de proximité et utilise en complément son accès au marché mondial des matières premières, facilité par l'implantation internationale de Veolia. Sa position d'acteur majeur exige une vision à long terme qui permet à VPFR de garantir une gestion durable des flux de matières premières recyclées.

VPFR

5, rue Pleyel-93200 Saint-Denis
Tél: +33 1 71 29 11 00
Fax: +33 1 71 29 10 89
Certifié ISO9001
www.veolia.fr

Ressourcer le monde



parition de certains produits. C'est tendu aussi dans le LWC hélium, les deux gros producteurs **UPM** et **Burgo**, ainsi que **Hagen-Kabel Pulp&Paper**, qui a racheté l'usine de **Kabel à Stora Enso**, défendent leurs parts de marché. Mais les négociations sont encore plus ardues dans le LWC offset, du fait du grand nombre d'acteurs. En juin, on ne parle plus vraiment d'augmentations du LWC, ni du journal, contrairement à ce qui était espéré par les producteurs. A noter, que l'usine de **Holmen Madrid**, vendue à **IP**, n'est pas encore convertie au PPO recyclé, et continuera à produire du journal, en août. Par ailleurs, **Zanders**, fabricant allemand de papiers et cartons spéciaux haut de gamme pour étiquettes, emballages et utilisations graphiques, a annoncé une hausse de ses prix de 4 % à 6 % selon les produits, à partir du 1er août 2017. Le communiqué explique que cette décision est motivée par la nécessité de compenser la hausse substantielle du prix des matières premières, notamment des composants chimiques.

PPO/PACKAGING

(p. 18)

En juin, les prix des papiers pour ondulé (PPO) ont été reconduits, tandis que le carton ondulé a commencé à augmenter légèrement.

Un peu de calme donc, sur ce marché très tendu, dont l'activité est toujours soutenue en PPO et en plaques. Les prix des PCR qui risquent de subir une nouvelle hausse, et la demande en PPO restée bien orientée, ouvrent la voie à de nouvelles annonces. **DS Smith** a informé ses clients d'une nouvelle augmentation du testliner et de la cannelure en juillet.

Dans le kraftliner, **Smurfit Kappa** a l'intention d'effectuer une hausse de 50 euros/t au 17 juillet, sur tous les marchés européens. A noter que le site de la **Cellulose du Pin** à Fac-ture a arrêté la production de WTT. Ce qui renforce encore

plus l'activité, des fabricants de cette sorte. Un contact déclare avoir augmenté ses prix en juin, de 20 euros/t vers l'Espagne et le Portugal. **Saica** a, de son côté, annoncé une hausse de prix de 55 euros/t pour les PPO recyclés en Espagne, à partir du 29 juin. Une augmentation de 50 euros/t est aussi prévue, sur le reste de l'Europe, pour juillet.

Les transformateurs continuent un long travail pour répercuter les augmentations. L'un d'eux estime que les plaques à base de kraft ont augmenté de 4 à 5 %, mais n'avoir subi qu'une hausse de 2 à 3 % pour celles en carton recyclé. Un autre acteur souligne qu'il faudrait une hausse au minimum de 8 à 10% pour reconstituer les marges, avec

pas plus de 3% elles sont mangées ou, proches de zéro, voire négatives. Mais il y a aussi les producteurs qui préfèrent prendre des volumes, les clients n'hésitant pas à changer de fournisseurs. « *Dans le carton, c'est la loi du marché, la compétition est féroce* » commente un acteur.

A noter que la période de congés en Allemagne est surtout en juillet. Ce qui peut avoir un impact sur ce mois.

NOUVELLES CAPACITÉS À VENIR

La conversion de la MAP10 de **Heinzel Laakirchen**, du SC vers du PPO recyclé va commencer en août. Le redémarrage est prévu en octobre. La machine à papier sera alors l'une des

plus modernes de ce type en Europe. Elle bénéficiera de nouvelles installations, dont la préparation de la pâte, la caisse de tête, section après-séchage, bobinage. D'une laize de 7 500 mm, la capacité de production de la MAP10 sera de 450 000 tonnes, à une vitesse maximum de 1600 m/mn, pour un grammage de PPO recyclé de 70 g/m² à 140 g/m². Par ailleurs, **Burgo** qui avait arrêté la production de LWC hélium sur la MAP2 de son site de Duino, serait en discussion pour la vendre à l'italien **Cartiere Ferrara**, pour fabriquer du testliner. Le repreneur potentiel produit actuellement du carton spécial pour bobine, des tubes et du carton pour mandrins.

Patricia Fortin

Quelques points sur certaines sortes graphiques

BOBINE LISTING 80G LASER LFC

Ce Light Free Coated, destiné à la fabrication de liasses en continu, bobine-bobine, est de moins en moins utilisé. Le nombre d'acteurs étant en chute, tant chez les producteurs que chez les imprimeurs, son prix a augmenté de 50 euros/t sur juin (+6%). Cette sorte de papier est de plus en plus remplacée par le jet d'encre pour bobine-bobine et le pré-print pour l'A4. **Pap'Argus** va donc supprimer de sa mercuriale les prix de la « Bobine listing 80g laser LFC », et suivre ceux des papiers « Préprint laser bobine 80g », et « Jet d'encre bobine ».

AUTOCOPIANT

Fortes tensions, en raison de la faillite d'**Idempapers** prononcée le 1er juin, le papetier leader européen des papiers autocopiants et producteur de papiers de spécialité à forte valeur ajoutée, pour étiquettes, bases papiers à silicône et affiches digitales. Dans un contexte général difficile pour le secteur papetier soumis à une forte pression concurrentielle sur les prix, à une explosion des coûts de matières premières et au déclin structurel de la demande pour les produits papier, **Idempapers** avait pourtant annoncé en juillet 2015, le lancement d'un vaste programme d'investissement. Il portait sur le renforcement de sa R&D afin d'accélérer le lancement de nouveaux produits, l'accroissement de sa capacité de production via une augmentation de la vitesse de la machine 4, l'adaptation de ses capacités de transformation bobines et feuilles.

Il ne reste que très peu de fournisseurs d'autocopiant, **Koehler Paper Group**, **Mitsubishi HiTec Paper Europe**, **Torraspapel Malmenayde**. Les annonces d'augmentation de prix ne se sont pas fait attendre, avec +7% chez **Koehler Paper Group** au 1er juillet et +12% au 15 septembre, ainsi que +6% à 7% chez **Mitsubishi HiTec Paper Europe** au 1er septembre. **Lecta** a évoqué une augmentation de prix aux alentours de 10%, en fonction du format et du pays, expliquant que cette hausse était rendue inévitable pour compenser l'augmentation des coûts de production et plus particulièrement ceux de la pâte et des matières chimiques. L'autocopiant a déjà commencé à augmenter de +3% à +5% en juin, et des acteurs parlent même de plus de 8% avec des délais qui passent à octobre, et même de hausse dramatique de 15% !

PAPERS POUR ENVELOPPES

Une première hausse a été subie par les producteurs d'enveloppes au 1er avril, et ils s'attendent à une nouvelle au 1er juillet. Le **NCSB** blanc a augmenté de 30 euros/t, tandis que les qualités en kraft écru, vergé et recyclé, très difficilement disponibles ont subi une hausse de 20 euros/t. Un fabricant d'enveloppes dit ne pas pouvoir s'approvisionner dans les quantités voulues, voire subir des quotas. Les producteurs expliquent cette situation par les fermetures de machines, les arrêts de maintenance. Par conséquent les prix augmentent, et lors de l'application de la hausse sur le papier pour enveloppes en février, déjà les clients redoutaient une nouvelle hausse avant l'été.



A RETENIR

Accroissement de la production papetière européenne

Les chiffres CEPI du 1er trimestre 2017 montrent une hausse de 0,5 % de la production papetière européenne par rapport au même trimestre 2016.

CEPI - Production de pâte, papier et carton			
1,000t	1T 2017	1T 2016	var 17/16
Journal	1 607	1 630	-1,4%
Non couché avec bois	1 420	1 400	1,4%
Couché avec bois	1 557	1 644	-5,3%
Non couché sans bois	2 167	2 264	-4,3%
Couché sans bois	1 715	1 743	-1,6%
Sanitaire et domestique	1 859	1 845	0,8%
Papier pour ondulé	7 139	6 918	3,2%
Carton plat / autre emb pap-cart	3 452	3 351	3,0%
Emballage jusqu'à 150g/m2	1 079	1 081	-0,2%
Autre papier et carton	1 070	1 073	-0,3%
Total papier carton	23 065	22 949	0,5%
Pâte mécanique	2 428	2 428	0,0%
Pâte chimique	6 747	6 613	2,0%
Total pâte	9 175	9 041	1,5%

millions de tonnes. Et la production a augmenté de 2,1%, soit de 485 000 tonnes, par rapport au quatrième trimestre 2016.

COMPARAISON PAR RAPPORT AU 4E TRIMESTRE 2016

Papiers graphiques

Le secteur des papiers graphiques avec 8,5 millions de tonnes, a enregistré une augmentation de 0,8%, soit de 65 000 tonnes.

Production par sortes

Papier journal : + 1% (+16 000 tonnes),

Non couché avec bois :- 0,1% (- 1 000 tonnes)

Non couché sans bois, la production a été relativement inchangée (+ 1 000 tonnes).

Couché sans bois : + 1,2% (+ 21 000 tonnes)

Les sortes avec bois ont ainsi enregistré une hausse de 0,9 % (+ 27 000 tonnes), et les sortes sans bois ont indiqué une hausse

de 0,6 % (+ 22 000 tonnes).

La production totale de papiers couché, a augmenté de 1,5 % (+49 000 tonnes) à 3,3 millions de tonnes, à 3,3 millions de tonnes. La production totale de papiers non couché, est restée inchangée à 3,9 millions de tonnes.

Emballage

L'emballage a produit 11,7 millions de tonnes, représentant une hausse de 2,7 %, soit +305 000 tonnes.

Production par sortes

Papiers pour ondulé : + 2,1 % (+ 150 000 tonnes)

Carton et autre papier carton pour emballage : + 4% (+ 133 000 tonnes)

Les emballages ont augmenté : + 2,1% (+ 22 000 tonnes)

Le sanitaire et domestique avec 1,9 million de tonnes, a enregistré une hausse de 2,6 %, soit + 47 000 tonnes.

La production totale de pâte a atteint 9,2 millions de tonnes, soit une hausse de 1,9 % (+ 169 000 tonnes). La production de pâte chimique a augmenté de 4 % (+ 259 000 tonnes), tandis que celle de pâte mécanique a reculé de 3,6 % (- 90 000 tonnes).

Au 1er trimestre 2017, la production de papier carton a atteint 23,1 millions de tonnes, soit une hausse de 0,5% par rapport au même trimestre en 2016. Le volume est aussi supérieur à la moyenne trimestrielle en 2016, qui était de 22,7

La production européenne au 1er trimestre 2017

000 t	Pâte	16/15 %	Journal	16/15 %	NCSB	16/15 %	CAB	16/15 %	CSB	16/15 %	S & D	16/15 %	PPO	16/15 %
Allemagne	610	-6,2	424	-2,1	418	-0,5	457	-10,2	332	5,7	378	0,8	2 003	1,8
Autriche	395	-5,5			110	-1,8			246	-5,7			245	1,7
Belgique														
Espagne	413	1,2									184	-4,2	722	-0,1
Finlande														
France	433	1,6									211	-2,3	883	-1,3
Hongrie														
Italie	97	-3,0			134	0,8	244	-2,4	269	-4,3	381	0,3	604	-0,3
Norvège	260	2,0												
Pays Bas					114	-14,9					27	-3,6	320	48,8
Pologne	249	2,5									160	1,9	570	1,6
Portugal	640	2,4			397	3,9								
Rep. Slovaque											34	0,0		
Roumanie											44	22,2	75	5,6
Royaume Uni											194	5,4	382	4,1
Slovénie														
Suède	3 087	3,9	258	7,9							91	1,1	570	4,6
Suisse														
Tchéquie					18	28,6								
Autres pays	2 991	1,5	925	-3,4	976	-8,7	856	-3,3	868	-2,1	155	1,3	765	5,4
Total Cepi	9 175	1,5	1 607	-1,4	2 167	-4,3	1 557	-5,3	1 715	-1,6	1 859	0,8	7 139	3,2

Source Cepi

Encore des hausses, mais plutôt moins de problèmes d'approvisionnement

Prix de la pâte marchande en Europe (au -03-07-2017)

SORTES	juin 2017		mai 2017		juin 2016		Variation sur 1 mois	Variation sur 1 an	Indices 100=2005
NBSK (1)	880 \$	890 \$	850 \$	860 \$	800 \$	810 \$	3,5%	9,9%	146
Pin Radiata	838 \$	855 \$	808 \$	825 \$	758 \$	775 \$	3,7%	10,4%	151
Pin du sud	820 \$	830 \$	790 \$	800 \$	740 \$	750 \$	3,8%	10,7%	143
Mixed Hardwood (Nord)	805 \$	835 \$	765 \$	795 \$	635 \$	655 \$	5,1%	27,1%	143
Mixed Hardwood (Sud)	790 \$	815 \$	750 \$	775 \$	625 \$	645 \$	5,2%	26,4%	144
Eucalyptus - Euros	748 €	756 €	727 €	736 €	619 €	619 €	2,9%	21,4%	163
Birch/Bouleau - Euros	756 €	774 €	736 €	753 €	628 €	637 €	2,8%	20,9%	166
Eucalyptus (dollars)	850 \$	860 \$	810 \$	820 \$	680 \$	680 \$	4,9%	25,7%	
Birch/Bouleau (dollars)	860 \$	880 \$	820 \$	840 \$	690 \$	700 \$	4,8%	25,2%	
CTMP	710 \$	750 \$	710 \$	750 \$	710 \$	750 \$	0,0%	0,0%	136
Pâte désencrée (DIP)**	680 \$	700 \$	680 \$	700 \$	680 \$	700 \$	0,0%	0,0%	125

Les prix ci-dessus sont donnés à la tonne métrique et CIF port européen hors remises - * NBSK : northern bleached softwood kraft "pâte de référence"

**DIP : De inked pulp - pour cette sorte les prix sont départ usine. - Les prix de l'eucalyptus en dollars ont été convertis sur le cours du 3 juillet 2017 - 1\$ vaut 0,8795 €
1) augmentations de l'ordre de 15 à 20 euros/t chez certains acheteurs

Livraisons mondiales de pâte marchande - Source PPPC

000 tonnes	mai 2017	Total 2017	2017/2016 % Var.
Monde			
Livraisons totales	4 107	20 462	3,6%
Taux d'activité	89%	91%	
Stocks en jours	35		
Stocks résineux	31		
Stocks feuillus	38		
Livraisons par sortes			
Pâte bl. résineux	1 986	9 854	2,5%
Pâte bl. feuillus	1 989	9 938	5,2%
Livraisons par pays			
Amérique du Nord	642	3 081	0,5%
Europe de l'Ouest	1 193	5 759	-2,6%
Europe de l'Est	118	566	3,0%
Amérique Latine	285	1 360	-0,2%
Japon	176	837	3,6%
Chine	1 097	6 005	11,4%
Asie / Afrique / Océanie	597	2 854	7,5%

Compilation basée sur un échantillon de 20 pays, représentant ensemble 82% de la capacité mondiale de pâte chimique marchande.

La pâte chez les papetiers européens - Source Utipulp

tonnes	Pâte écrue		Pâte blanchie ou mi-blanchie				TOTAL
	SULPHITE	SULPHITE		KRAFT			
	KRAFT	Résineux	Feuillus	Résineux	Feuillus		
STOCKS							
mai-16	5 587	13 896	na	193 532	na	na	
avr-17	5 130	14 579	na	202 656	na	na	
mai-17	5 418	12 996	na	205 308	na	na	
CONSOMMATION							
mai-16	9 065	38 465	na	364 359	na	na	
avr-17	8 437	26 000	na	336 886	na	na	
mai-17	10 198	27 417	na	348 668	na	na	
NOMBRE DE JOURS DE STOCK							
mai-16	17	19	na	16	na	na	
avr-17	16	13	na	17	na	na	
mai-17	17	12	na	17	na	na	

Stocks de pâte dans les ports européens - Source Europulp

	mai-17	avr-17	mai-16	% 1 mois	% 1 an	Var. 1 an Tonnes
PB / Belgique	438 131	424 907	346 247	3,1%	26,5%	91 884
France*	139 203	122 591	143 572	13,6%	-3,0%	- 4 369
Royaume-Uni	45 147	54 047	53 724	-16,5%	-16,0%	- 8 577
Allemagne	116 280	133 529	156 010	-12,9%	-25,5%	- 39 730
Suisse*	3 043	2 954	4 210	3,0%	-27,7%	- 1 167
Italie	309 203	284 575	451 601	8,7%	-31,5%	- 142 398
Espagne	89 218	86 799	106 537	2,8%	-16,3%	- 17 319
Total	1 140 225	1 109 402	1 261 901	2,8%	-9,6%	- 121 676

Pays inclus : Allemagne - Autriche - Belgique - Danemark - Espagne - France - Italie - Pays-Bas - Portugal - Royaume-Uni - Suisse / na : non disponible / NB : le total ne prend pas en compte les pâtes DIP et CTMP. Des mises à jour seront effectuées sur toute l'année 2016

* estimations

GRAMMEO

Plus de 3 000 références de papiers



OFFRE PAPIERS DE SPÉCIALITÉS Qualilabel



OFFRE FORMATS Innovation

- Innovation Opaque
- Innovation Green
- Innovation Préprint



CHARISMA 100% RECYCLÉ
Produit européen exclusif
Bobines / formats

Contact :
01 56 88 87 87 ou
service.commercial@grammeo.com

Grammeo SPPP - CFPP
39 rue de Courcelles
75008 - PARIS - FRANCE
www.grammeo.com

Une pause qui risque de ne pas continuer

Papiers récupérés - Prix départ fournisseurs - Vente en papeterie européenne * (au 23-06-2017)

euros/t pour balles d'une tonne minimum

* Pour le prix départ fournisseurs, déduire environ 15€/t de transport, 15€/t de tri et 20€/t d'emballage.

	juin 2017		mai 2017		juin 2016		Variation % sur 1 mois	Var 1 mois ** valeur absolue
* Pour le prix départ fournisseurs, déduire environ 15€/t de transport, 15€/t de tri et 20€/t d'emballage.								
QUALITES ORDINAIRES								
1.02 Papiers et cartons mêlés- triés	95	101	95	101	-	-	0%	0
1.03 Cartons gris - imprimés ou non	90	98	90	98	-	-	0%	0
1.04 Emballages commerciaux	112	113	112	113	-	-	0%	0
1.05 Ondulés récupérés	119	123	119	123	-	-	0%	0
1.06 Magazines invendus	129	134	129	134	-	-	0%	0
1.06.01 Mag invendus sans dos collés	134	144	134	144	-	-	0%	0
1.09 (1.10) journaux et mag. mélangés	124	134	124	134	-	-	0%	0
1.11 Pap. graphiques triés (désencrage) - Marché	102	110	102	110	-	-	0%	0
QUALITES MOYENNES								
2.01 Journaux (maxi 5% teintés)	130	150	130	150	-	-	0%	0
2.02 Journaux invendus - sans encarts	145	165	145	165	-	-	0%	0
2.03 Rognures blanches peu imprimées (papier à base de pâte mécanique)	147	152	147	152	-	-	0%	0
2.03.01 Rogn. blanches peu imprimées (pâte mécanique, sans colle)	152	162	152	162	-	-	0%	0
2.06 Archives couleurs (sans carbone)	153	163	153	163	-	-	0%	0
2.08 Brochures sans bois colorées (moins de 10% avec pâte mécanique)	163	178	163	178	-	-	0%	0
QUALITES SUPERIEURES								
3.01 Rogn. imprimerie mêlées, couleurs claires. Plus de 50% de sans bois	150	170	150	170	-	-	0%	0
3.03 Rognures blanches peu imprimées (90% de sans bois)	170	185	170	185	-	-	0%	0
3.05 Archives blanches sans bois	240	250	240	250	-	-	0%	0
3.06 - Imprimés professionnels blancs sans bois	255	280	255	280	-	-	0%	0
3.07 Formulaires blancs (sans bois, sans autocopiants et sans colle)	255	280	255	280	-	-	0%	0
3.10 - imprimés sans bois couchés sans REH - ex Afnor VII	165	185	165	185	-	-	0%	0
3.12 - carton blanc peu imprimé	165	185	165	185	-	-	0%	0
3.14 Papier journal blanc	255	275	255	275	-	-	0%	0
3.15.01 Papier blanc (pâte mécanique) contenant du papier couché	237	247	237	247	-	-	0%	0
3.17 Rognures blanches - sans colle	335	350	335	350	-	-	0%	0
3.18 Rognures blanches sans bois	335	350	335	350	-	-	0%	0
3.18.01 Rognures blanches, sans bois, non couchés	410	420	410	420	-	-	0%	0
SORTES KRAFT								
4.06 Chutes de kraft usagé	142	152	142	152	-	-	0%	0
4.07 chutes de papier kraft neuf	179	189	179	189	-	-	0%	0

** Suite à la mise à jour des prix en novembre 2016, la variation ne reprendra qu'en novembre 2017

Papiers récupérés

EASY RECYCLAGE

Vous aussi, soyez en conformité avec le décret 5 flux.

Triez vos déchets de bureau.

PAPIER

BORDON

Gobelets

DESTRUCTION CONFIDENTIELLE

OIE

CAPSULE DE CAFÉ

TONER

PAPREC GROUP

Appelez-nous au
01 41 69 70 00
Réalisez votre devis sur
easyrecyclage.com

Prix des papiers récupérés en Espagne - prix d'achat pour les papetiers (au 23-06-2017)

Euros/tonne Prix départ centre de traitement	juin 2017		mai 2017		juin 2016		Variation sur un mois	Variation sur un an	Indices 100=2005
1.04 Emballages commerciaux	130	/ 130	130	/ 130	120	/ 120	0%	8%	286
1.06.01 Mag. et illustrés invendus	145	/ 145	145	/ 145	150	/ 150	0%	-3%	242
2.02 / B2 journaux invendus	173	/ 173	173	/ 173	158	/ 158	0%	9%	231
3.18 Rogn. blanches sans bois	385	/ 385	385	/ 385	380	/ 380	0%	1%	141

Variation des prix des papiers et des cartons récupérés pour les papetiers - Source Copacel (1)

Euros / tonne	juin-17	mai-17	avr-17
1.02.00 Papiers et cartons mélangés	+1,3	-0,1	-17
1.04.00 / 1.04.01 / 1.04.02 Papiers et cartons ondulés pour emballages/Papiers et cartons ondulés ordinaires/ Papiers et cartons ondulés	-0,7	+0,6	-21,3
1.05.00 / 1.05.01 Carton ondulé ordinaire et carton ondulé	+0,4	-0,4	-19,6
1.09.00 Journaux et magazines *	ND	ND	ND
1.11.00 ** Papiers graphiques triés, pour désencrage*	-0,6	+0,6	-2,2
2.03.00 / 2.03.01 Rognures blanches légèrement imprimées/Rognures blanches légèrement imprimées sans colle	+5,6	+1,6	+0,6
2.05.00 / 2.05.01 / 2.06.00 / 2.06.01 Papiers de bureau triés et triés ordinaires/Archives couleur triées et triées ordinaires	+5,3	+0,2	+1,6
3.03.00 / 3.03.01 / 3.04.00 Rognures sans bois/Rognures sans bois spéciales/Rognures blanches	ND	ND	ND
3.10.00 / 3.10.01 Imprimés sans bois/Imprimés sans bois moyennement imprimés	-1,4	+2	+1,5
3.17.00 Rognures blanches	+1,2	+3	-2,3

* conditionnement en balles ou en vrac ** sorte en provenance des ménages (prix et volumes hors contrats de collecte sélective)

Prix "départ" (hors frais de transport) des papiers et cartons à recycler, conformes à la norme NF EN 643 (2013), conditionnées en balles quel que soit leur poids, pratiqués à l'achat par les usines de recyclage et ne concernant pas les tonnages réceptionnés dans le cadre de contrats pluriannuels ou les achats dont la formule de calcul intègre une indexation. na : non appréciable - nd : moins de trois réponses obtenues. (1) Nouvelle forme du tableau publié par Copacel, avec des variations au lieu des prix.

Variation des prix des papiers récupérés pour les achats des opérateurs (au 23-06-2017)

Variation en euros / t	juin -17	mai -17	avril -17		juin -17	mai -17	avril -17
QUALITES ORDINAIRES				QUALITES SUPERIEURES			
1.02 Papiers et cartons mêlés- triés	0	0	-22	3.01 Rogn. imprimerie mêlées, couleurs claires. Plus de 50% de sans bois	0	0	0
1.03 cartons gris - imprimés ou non	0	0	-15	3.03 Rognures blanches peu imprimées	0	0	0
1.04 Emballages commerciaux	0	0	-23	3.05 Archives blanches sans bois	0	0	0
1.05 Ondulés récupérés	0	0	-25	3.06 - Imprimés professionnels blancs sans bois	0	0	0
1.06 - 1.06.01 Magazines invendus	0	0	-8	3.07 Formulaires blancs (sans bois, sans autocopiants et sans colle)	0	0	-5
1.10 journaux et mag. Mélangés	0	0	-8	3.10 - imprimés SB couchés sans REH	0	0	-10
1.11 Pap. graphiques triés - marché	0	-5	-10	3.12 - carton blanc peu imprimé	0	0	0
QUALITES MOYENNES				3.14 Papier journal blanc	0	0	0
2.01 - 2.02 Journaux	0	0	-5	3.15.01 Papier blanc (pâte mécanique)	0	0	0
2.03 - 2.03.01 Rognures blanches	0	0	-8	3.17 Rognures blanches - sans colle	0	0	0
2.06 Archives couleurs (sans carbone)	0	0	-5	3.18 Rognures blanches sans bois	0	0	0
2.08 Brochures sans bois colorées (moins de 10% avec pâte mécanique)	0	0	-5	3.18.01 Rognures blanches, sans bois, NC non couchées	0	0	0
SORTES KRAFT							
4.06 Chutes de kraft usagé	0	0	-15				
4.07 chutes de papier kraft neuf	0	0	-15				

1) Niveau maximum de l'augmentation



SOLARZ

- Agir pour l'environnement

Recyclage des Papiers et cartons récupérés

Collecte - Tri - Valorisation

Import / Export



QUALIFICATION PROFESSIONNELLE

Tél. : + 33 (0)1 48 37 83 76

Fax : + 33 (0)1 48 37 00 37

www.solarz-recyclage.com

8, rue de Verdun - 93350 Le Bourget

Poursuite de la chute des prix

Déchets de matières plastiques - Source Federec - Cours suivant qualité. Les prestations d'enlèvement sont facturées à part.

Codes	Variations prix en euros/tonne	mai 17	juin 17
Polyéthylène			
04-1-40	Films neufs couleurs BD	-1	-14
04-1-41	Films neufs naturels BD	-1	-1
04-1-42 **	Chutes neuves HD injection	-1	-2
04-1-43 **	Chutes neuves HD extrusion	-1	-7
04-2-40	Films rétractables & étirables mêlés à laver	-30	-21
04-2-41*	Housses couleurs épaisses et naturelles à laver	-11	-3
04-2-42*			
04-2-43	Films étirables naturels à laver	-38	-30
04-2-44	Films agricoles à laver	-36	-14
04-2-49	Housses et films issus du tri DIB	-44	-17
Polypropylène			
05-1-50	Films naturels	-1	0
05-1-51	Films couleurs et imprimés	0	0
05-1-52	Chutes PP rigides naturels	-2	0
05-1-53	Chutes PP rigides couleurs	-8	-3
05-1-54*	PP/PE blanc et couleur	-12	-12
05-1-55*			
05-2-50	PP tissé et non tissé	0	0
05-2-51	PP tissé big bag	-39	-10
05-2-51	PP rigides en fin de vie	0	0
Polystyrène			
06-1-60	PS extrusion naturel et blanc	-28	-4
06-1-61	PS extrusion couleur	-29	-21
06-1-62	PS injection naturel et blanc	0	-5
06-1-63	PS injection couleur	-11	-10
06-2-60	PSE	0	-9
06-2-62	PS Alu	-22	-20
ABS			
08-1-80	ABS blanc	0	-14
08-1-81	ABS couleur	-15	-12
08-1-82	ABS / PC chutes neuves	0	-11
08-2-80	ABS / PC (DEEE)	-22	-32
PVC			
03-1-30	PVC souple (naturel et couleur)	-2	0
03-1-31	Chutes PVC issues de BTP	0	0
03-1-32	PVC de thermoformage et calandrage (couleur et cristal)	0	0
03-1-33	PVC - PE	0	0

Codes	Variations prix en euros/tonne	mai 17	juin 17
03-1-34	PVC profilés couleur (avec et sans joint)	2	1
03-1-35	PVC profilés blanc (avec joint et sans joint)	0	0
03-2-30	PVC issu de démantèlement de BTP	0	0
PET			
01-1-10	A PET thermo cristal (ancien 01-1-100)	1	0
01-1-16	A PET thermo couleur	0	0
01-1-17-1	A PET préformé cristal	6	0
01-1-17-2	A PET préformé azuré	4	0
01-1-17-3	A PET préformé couleur transparente	0	0
01-1-17-4	A PET préformé couleur opaque	0	0
01-1-17-5	A PET préformé multicouches	0	-27
01-1-18*	PETG naturel, bleuté	-7	0
Plastiques techniques			
01-9-90	PC	-16	0
01-9-91	PMMA	-14	-4
01-9-92	PA	-1	-1
01-9-93	POM	0	0
Valorisation garantie des orérateurs qualité			
01-2-12*	PET Bouteilles collecte naturel Q0	13	3
01-2-13*	PET Bouteilles collecte azurées Q4		
01-2-15*	PET Bouteilles collectes ttes coul. mêlées Q5	2	0
01-2-11*	PET Bouteilles collecte couleur Q6		
02-2-21	PEHD Flaconnage PEHD à laver	15	5
Extension des consignes de tri (expérimentation plastique)			
02-2-22	PEHD extensions	5	1
04-2-50	Films mixtes	-10	-4
05-2-52	PP extensions	0	0
07-2-10	PE/PP/PS	4	-4
07-02-30 **	PET Bouteilles collecte naturel et azurées + Barquettes Q7	14	2
07-02-40 **	PET Bouteilles collecte toutes couleurs mêlées et couleur + Barquettes Q8	0	0
07-2-50	PE/PP	4	1
Plastiques mélangés rigides issus des déchetteries			
07-2-20		0	-1
Plastiques DEEE Source KPMG mandaté par FEDEREC			
	GEM FROID	-1	-4
	PAM	-36	-9
	ECRAN CRT	-34	-24

Chute générale des prix en mai, sauf pour le PEHD film en Europe

Prix des matières plastiques en euros / kg - Source Elipso

	mai-17	avr.-17	mai-16	var 1 an		mai-17	avr.-17	mai-16	var 1 an
Europe de l'ouest					Grande Bretagne				
PS Cristal	1,631	1,948	1,666	-2,1%	PS Cristal	1,361	1,607	1,445	-5,8%
PSE	1,491	1,801	1,456	2,4%	PP Homo Injection	1,322	1,382	1,166	13,4%
PP Homo Injection	1,368	1,383	1,233	10,9%	PP Copolymère	1,372	1,432	1,216	12,8%
PP Copolymère	1,438	1,451	1,293	11,2%	PVC	0,938	0,988	0,876	7,1%
PVC	1,078	1,091	0,983	9,7%	PET	1,038	1,098	0,960	8,1%
PET	1,168	1,197	1,116	4,7%	PEBD	1,455	1,558	1,523	-4,5%
PEBD	1,471	1,528	1,533	-4,0%	PEHD Soufflage	1,397	1,482	1,424	-1,9%
PEHD Soufflage	1,496	1,533	1,513	-1,1%	PEHD Injection	1,397	1,482	1,424	-1,9%
PEHD Injection	1,503	1,533	1,508	-0,3%	PEBD Linéaire (Butène)	1,421	1,508	1,500	-5,3%
PEBD Linéaire (Butène)	1,438	1,491	1,538	-6,5%	PEHD Film	1,397	1,493	1,424	-1,9%
PEHD Film	1,501	1,486	1,513	-0,8%	<i>L'Europe de l'Ouest regroupe : France, Allemagne et Italie</i>				

Les marchés du sans bois toujours sous pression

Prix des sortes graphiques (au 23-06-2017)

Prix nets à la tonne en euros Livraisons par 20 tonnes	juin 2017	mai 2017	juin 2016	Var. % mois	Var. % an	Indices 100=2005
Non couché sans bois						
Offset bobine 80 g (1)	760 / 810	760 / 810	755 / 810	0,0%	0,3%	111
Feuilles offset 80 g (format) (1)	810 / 860	810 / 860	825 / 865	0,0%	-1,2%	107
Bobine listing 80g laser LFC	895 / 909	845 / 859	845 / 859	5,9%	5,9%	135
Copie A4 (B)*	895 / 935	895 / 935	885 / 925	0,0%	1,1%	118
Copie A4 qualité C*	830 / 905	830 / 905	815 / 885	0,0%	2,1%	nd
Edition						
Bouffant, 70g, sans bois main 1,8	1075 / 1085	1075 / 1085	1075 / 1085	0,0%	0,0%	106
Bouffant avec bois, main 1,8 bl. 90 -70g	790 / 820	790 / 820	790 / 820	0,0%	0,0%	101
Couché sans bois						
Bobines 100 g (2)	645 / 650	645 / 650	660 / 685	0,0%	-3,7%	92
Feuilles 100 g (format - FAB) (2)	760 / 760	760 / 760	765 / 805	0,0%	-3,2%	88
La palette cube (stock)	945 / 975	945 / 975	925 / 965	0,0%	1,6%	103
La palette cube (fabrication)	845 / 895	845 / 895	835 / 885	0,0%	1,2%	101
Papiers pour enveloppes						
Kraft écru vergé 90 g (frictionné haut de gamme)	920 / 940	900 / 920	900 / 920	2,2%	2,2%	154
Kraft recyclé vergé 90 g	830 / 860	810 / 840	810 / 840	2,4%	2,4%	151
NCSB, blanc 80 g - bob. - Qual.B	1333 / 1367	1303 / 1337	1303 / 1337	2,3%	2,3%	180
Journal						
48,8g	440 / 455	440 / 455	440 / 455	0,0%	0,0%	99
45 g	470 / 500	470 / 500	470 / 500	0,0%	0,0%	101
40 g	525 / 545	525 / 545	525 / 545	0,0%	0,0%	97
Annuaire 34 g	670	670	670	0,0%	0,0%	99
Annuaire 36 g	630	630	630	0,0%	0,0%	99
Magazine						
LWC Bob. hélios 60 g	660 / 690	660 / 690	665 / 695	0,0%	-0,7%	96
LWC Bob. offset 60 g	630 / 640	630 / 640	655 / 665	0,0%	-3,8%	92
MWC/MSW 80g	650 / 680	650 / 680	665 / 695	0,0%	-2,2%	96
SC-B 56g Hélios	545 / 575	545 / 575	555 / 585	0,0%	-1,8%	91
SC-B 56g Offset	545 / 575	545 / 575	555 / 585	0,0%	-1,8%	91
SC-B 52g Hélios	575 / 615	575 / 615	585 / 625	0,0%	-1,7%	93
Papiers 100% recyclés**						
Bobine offset 80 g	670 / 680	670 / 680	670 / 680	0,0%	0,0%	106
Bobine offset 65 g	680 / 690	680 / 690	680 / 690	0,0%	0,0%	104
Bobine offset 56 g	690 / 710	690 / 710	690 / 710	0,0%	0,0%	103
Feuilles offset 80 g	870 / 880	870 / 880	870 / 880	0,0%	0,0%	nd
Papiers impression / écriture 100% recyclés						
Couché recyclé 80g Bl. 80% mini (B)	680 / 700	680 / 700	680 / 700	0,0%	0,0%	nd
Couché recyclé 80g Bl. 80% mini (F)	830 / 860	830 / 860	830 / 860	0,0%	0,0%	nd
Copie A4 80% blanché	920 / 950	920 / 950	920 / 950	0,0%	0,0%	113
Copie A4 standard	860 / 900	860 / 900	860 / 900	0,0%	0,0%	117

*Copie A4 (B et C) ce prix correspond à celui d'une tonne de ramettes - Le papier n'est plus en bobine dans ce cas.

**Papiers à base de papiers recyclés : les LWC, MWC et SC qui contiennent moins de 100% de fibres recyclées sont dans le tableau général des papiers de presse.

1) Les prix ont augmenté entre 30 et 40 €/t entre avril et juin, mais cet indice est déjà assez élevé.

2) Les hausses passent, et 30 €/t en moyenne sont attendus en juillet.

vos papiers en ligne
www.alafeuille.com

à la
feuille.com

inapa

Europe : papiers graphiques en avril 2017 - Source Euro-Graph

1,000 t	avril-17	mars-17	avril-16	% 16/17	Total 2017	Total 2016	% 16/17
Journal							
Livraisons totales	593	663	643	-7,8%	2 400	2 537	-5,4%
Europe	473	528	520	-9,1%	1 900	2 031	-6,4%
Hors Europe	120	134	124	-2,7%	500	506	-1,2%
Demande Europe *	491	550	539	-8,8%	1 978	2 115	-6,5%
Magazine SC							
Livraisons totales	294	361	312	-5,8%	1 269	1 241	2,3%
Europe	247	306	262	-5,9%	1 071	1 047	2,3%
Hors Europe	48	55	50	-5,1%	198	195	1,9%
Demande Europe *	247	306	262	-5,9%	1 071	1 047	2,3%
Couché avec bois (bob)							
Livraisons totales	450	536	496	-9,2%	1 902	1 994	-4,6%
Europe	338	425	385	-12,4%	1 488	1 584	-6,0%
Hors Europe	113	111	111	1,8%	414	411	0,8%
Demande Europe *	338	425	385	-12,4%	1 488	1 584	-6,0%
Non couché avec bois (amélioré & autre)							
Livraisons totales	186	220	202	-8,3%	752	748	0,6%
Europe	153	183	172	-11,0%	629	630	-0,3%
Hors Europe	33	37	31	7,1%	124	118	5,1%
Demande Europe *	153	183	172	-11,0%	629	630	-0,3%
Couché sans bois							
Livraisons totales	471	572	498	-5,4%	2 057	2 090	-1,6%
Europe	355	452	404	-12,2%	1 611	1 699	-5,2%
Hors Europe	116	120	94	23,6%	447	390	14,4%
Demande Europe *	368	465	421	-12,6%	1 664	1 773	-6,2%
Non couché sans bois							
Livraisons totales	539	626	579	-6,8%	2 371	2 405	-1,4%
Europe	457	538	495	-7,6%	2 025	2 042	-0,8%
Hors Europe	82	88	84	-2,0%	346	363	-4,7%
Demande Europe *	500	581	553	-9,7%	2 194	2 282	-3,8%
TOTAL PAPIERS GRAPHIQUES							
Livraisons totales	2 534	2 978	2 731	-7,2%	10 753	11 016	-2,4%
Europe	2 022	2 433	2 238	-9,7%	8 724	9 034	-3,4%
Hors Europe	512	545	493	3,8%	2 028	1 982	2,3%
Demande Europe *	2 096	2 510	2 332	-10,1%	9 024	9 431	-4,3%

* Demande européenne (Europe de l'Ouest + Europe de l'Est), estimée en partie pour les sortes sans bois sauf pour les livraisons domestiques russes.

Ramette : toujours pas de mouvement

Prix en euros de la ramette chez les fournisseurs

Références	juin 2017	Variation sur un mois	Variation sur un an	Références	juin 2017	Variation sur un mois	Variation sur un an
Ramettes Office Dépôt vendues par 5				Ramettes Viking Direct vendues par 5			
A4 / 80 g - Everyday - Réf 0391110 Qualité C - CIE 153	3,49	0,0%	0,0%	A4 / 80 g - Viking Everyday - Réf 10545 CIE 154	3,99	0,0%	-20,0%
A4 / 80 g - Business - Réf 0321874 Qualité B - CIE 161	3,89	0,0%	0,0%	A4 / 80 g - Clairalfa - Réf -CLAIRA4X5 CIE 170	4,99	0,0%	16,1%
A4 / 80 g - Recyclé 50% - Réf. 5466096 - Très blanc	4,29	0,0%	0,0%	A4 / 80 g - Recyclé Office Dépôt 50% - Réf 5466105 - Très blanc	5,29	0,0%	6,0%
A3 / 80 g - Business - Réf 0393564 Qualité B - CIE 161	7,79	0,0%	0,0%	A3 / 80 g - Viking Everyday - Réf 9546 CIE 154	8,99	0,0%	-10,0%
Ramettes JM Bruneau vendues par 5				Ramettes Bureau Vallée vendues par 5			
A4 / 80 g - ReproSpeed Classic - Ref 25151 - CIE 153	4,94	0,0%	0,0%	A4 / 80 g - Paperbox - Réf 79388462* - CIE 165	2,17	0,1%	-3,6%
A4 / 80 g - ReproSpeed Plus - Ref 83952 - CIE 161	5,12	0,0%	0,8%	A4 / 80 g - Jet-Up - Réf 79382638 Qualité B - CIE 165	3,08	0,0%	0,9%
A4 / 80 g - ReproSpeed Green - Ref 85890 - CIE 95	5,23	0,0%	1,0%	A4 / 80 g - Clairefontaine Everycopy Plus - Réf 50049 Qualité A - CIE 95	3,48	0,0%	-3,2%
A3 / 80 g - ReproSpeed Classic - Ref 51768 - CIE 153	13,20	0,0%	-0,7%	A3 / 80 g - Clairalfa - Réf 196905 Qualité B - CIE 170	8,32	0,0%	1,4%

* changement de référence.

De nouvelles hausses attendues en juillet ou août

Prix des papiers pour ondulé, du kraft à sac et de la caisse carton (au 23-06-2017)

Euros/tonne	juin-17	mai-17	juin-16		Variation sur un an	Indices 100=2005
Kraftliner 175 g	715 / 715	715 / 715	600 / 620	0,0%	17,2%	148
Kraftliner 150 g	725 / 740	725 / 740	610 / 645	0,0%	16,7%	146
Kraftliner 125 g	740 / 750	740 / 750	625 / 655	0,0%	16,4%	144
Testliner 2*	575 / 585	575 / 585	505 / 515	0,0%	13,7%	181
Testliner 3*	550 / 575	550 / 575	480 / 505	0,0%	14,2%	186
Cannelure recyclée *	610 / 620	610 / 620	540 / 550	0,0%	12,8%	205
Cannelure mi-chimique	620 / 635	620 / 635	600 / 615	0,0%	3,3%	147
White-top (kraft) - 135 g	760 / 810	760 / 810	730 / 780	0,0%	4,0%	113
White top (test) blanc 2 non couché	590 / 630	590 / 630	540 / 580	0,0%	8,9%	148
Kraft à sacs						
Papier à sac kraft écru (fibre longue)*	810 / 860	810 / 860	745 / 825	0,0%	6,4%	140
Papier à sac kraft blanc standard	930 / 940	930 / 940	870 / 910	0,0%	5,1%	118
Prix de la caisse carton** (1)	482 / 595	473 / 578	473 / 578	2,5%	2,5%	87

Prix nets - Franco de port - commandes de l'ordre de 20 tonnes / * La fourchette de prix correspond pour le prix bas à la qualité standard pour le prix haut aux grammages légers ou des qualités supérieures quand il s'agit du papier pour sac / ** Afin de coller au mieux à la réalité, le prix moyen de la caisse carton a été changé. Il correspond désormais à celui de la caisse à vin, et est calculé pour 1000 m2.

1) Les augmentations commencent à passer.

Carnets de commandes chargés avant l'été dans le recyclé

Prix des cartons plats (au 27-06-2017)

Euros/tonne	juin 2017	mai 2017	juin 2016	Variations sur un mois	Var. un an	Indices 100=2005
SBS / GZ : couché pure pâte blanchie	1720 / 1825	1720 / 1825	1720 / 1825	0,0%	0,0%	118
GGZ Couché chrome, pure cellulose	1700 / 1900	1700 / 1900	1700 / 1900	0,0%	0,0%	120
GC 1 : plein bois, pure pâte(V. blanc)*	1320 / 1470	1320 / 1470	1320 / 1470	0,0%	0,0%	124
GC2 Couché, R° cel. blanchie, V° bois**	1170 / 1270	1170 / 1270	1170 / 1270	0,0%	0,0%	135
GC3 Couché Intérieur tout bois	1035 / 1075	1035 / 1075	1035 / 1075	0,0%	0,0%	134
GD2 Couché, R° cell.blanchie	775 / 880	775 / 880	745 / 850	0,0%	3,8%	155
GD3 Couché, int. gris	755 / 860	755 / 860	725 / 830	0,0%	3,9%	166
GT2 Couché, R° cell.blanchie	785 / 890	785 / 890	755 / 860	0,0%	3,7%	158
GT3 Couché R° cell.blanchie	775 / 870	775 / 870	745 / 840	0,0%	3,8%	167
GRIS Gris blanchi une face / FCR	720 / 770	720 / 770	720 / 770	0,0%	0,0%	133
CUK/SUS pâte écru, 1 face couchée ***	1240 / 1460	1240 / 1460	1240 / 1460	0,0%	0,0%	144

Prix en euros à la tonne (commandes de fabrication par 20 t.) - Franco de port - *GC1 le prix bas correspond à de l'emballage pour les produits de "mass market" le prix haut au secteur haut de gamme - **GC2 le prix bas de la fourchette correspond à l'agro-alimentaire, le prix haut est hors agro-alimentaire.

*** CUK/SUS le prix bas correspond au prix des produits importés d'Amérique Nord ou Sud et le prix haut aux prix européens.



**LE SPECIALISTE
DES VIEUX PAPIERS**

Récupération et Recyclage
Vieux papiers - Cartons - DIB - Plastiques

TER

TRI ENVIRONNEMENT RECYCLAGE

Siège social/Usine: 33, quai de l'Industrie 91200 ATHIS MONS
Tél. 01 69 57 55 80 - Fax. 01 60 48 11 78
contact@ter-france.fr

www.ter-france.fr

Usines
Ile-de-france
91-77

Centre de
Développement
Paris

« Récupérer, Recycler,
c'est Gagné »



0820 000 765



Fortes pressions à la hausse

Étiquettes

Prix du papier pour étiquettes (au 27-06-2017)

Euros/tonne	Sortes		juin 2017	mai 2017	juin 2016	Variation sur un mois	Variation sur un an
Non-Wet Strength	Couché 1 Face	Bobine - 70 / 80g	1213 / 1279	1213 / 1279	1213 / 1279	0,0%	0,0%
Non-Wet Strength	Couché 1 Face	Format - 70 / 80g	1290 / 1345	1290 / 1345	1290,0 / 1345	0,0%	0,0%
Wet Strength	REH standard	Bobine - 70 / 80g	1434 / 1534	1434 / 1534	1434 / 1534,0	0,0%	0,0%
Wet Strength	REH standard	Format - 70 / 80g	1523 / 1601	1523 / 1601	1523 / 1601	0,0%	0,0%
Couché sur chrome traité ou non*	Couché chrome*	Format - 80 / 90g	2205 / 2536	2205 / 2536	2205 / 2536	0,0%	0,0%

Livraisons par 5 t et 3 t pour le couché sur chrome - *prix bas papier non traité - prix haut papier traité

Toujours des tensions sur l'approvisionnement

Sanitaire et
domestique

Prix des papiers sanitaires et domestiques (au 27-06-2017)

Prix en euros à la tonne produit par camion complet (12 à 18t)	juin 2017	mai 2017	juin 2016	Variation sur un mois	Variation sur un an	Indice 100 = 2005
Qualité vierge (à base de pure cellulose)	1015 / 1035	1015 / 1035	960 / 980	0,0%	5,7%	123
Qualité recyclée à 80 % de blancheur	880 / 905	880 / 905	840 / 865	0,0%	4,7%	117
Qualité recyclée à 70 % de blancheur	810 / 845	810 / 845	770 / 805	0,0%	5,1%	115

OFFRE D'ABONNEMENT à Pap'Argus (1 an)

Société : Prénom : Nom :
 Adresse :
 Code Postal : Ville : Pays :
 E-mail : Tél. : Signature :

Abonnement FRANCE

- ☐ 449 € TTC (11 magazines + 3 accès internet)
- ☐ 399 € TTC (pointez votre choix ci-dessous)
 - ☐ 11 magazines **ou** ☐ uniquement 3 accès internet
- ☐ 1 327 € TTC (version PDF)

Abonnement HORS FRANCE

- ☐ 477 € (11 magazines + 3 accès internet)
- ☐ 425 € (11 magazines)
- ☐ 399 € (Uniquement 3 accès internet)
- ☐ 1 327 € (version PDF)

Modes de règlement : une facture acquittée vous sera adressée suite à votre règlement

Par chèque français : à l'ordre de MP MEDIAS

Par virement : Code Banque : 10278 – Guichet : 02136 – N° Compte : 00020131801 – Clé : 33
 IBAN : FR76 1027 8021 3600 0201 3180 133 – BIC : CMCIFR2A

Bulletin à retourner à :
MP MEDIAS – Pap'Argus
 4 Rue de la chaussée
 14600 HONFLEUR

TVA intracommunautaire : FR 49 490 945 789 Service abonnement : Sylvie HUBERT - s.hubert@mpmedias.com

Tél. : +33 (0)2 31 98 82 65 - Fax : +33 (0)2 31 98 69 34

Négociations en cours sur le sans bois

En Allemagne (au 27-06-2017)

Prix € tonne franco de port	juin-17			mai-17			juin-16			Var. an	Indices 100=2005
Journal											
48,8g	415	/	435	415	/	435	415	/	435	0,0%	93
45 g	430	/	450	430	/	450	430	/	450	0,0%	90
42,5 g	454	/	475	454	/	475	454	/	475	0,0%	86
Magazine											
LWC Bob. hélios 60 g	615	/	640	615	/	640	620	/	645	0,0%	90
LWC Bob. offset 60 g	590	/	625	590	/	625	610	/	645	0,0%	91
MWC 80 g	640	/	650	640	/	650	655	/	665	0,0%	93
SC-B 56 g roto	500	/	525	500	/	525	510	/	535	0,0%	86
SC-B 56 g Offset	500	/	525	500	/	525	510	/	535	0,0%	86
SC-B 52g Roto	520	/	545	520	/	545	530	/	555	0,0%	84
Papier recyclé											
Bobine offset 80 g	630	/	660	630	/	660	630	/	660	0,0%	110
Bobine offset 65 g	680	/	700	680	/	700	680	/	700	0,0%	112
Bobine offset 56 g	710	/	730	710	/	730	710	/	730	0,0%	111
Non couché sans bois											
Offset bobine 80 g	735	/	755	735	/	755	735	/	765	0,0%	106
Feuilles offset 80 g (format)	765	/	810	765	/	810	765	/	810	0,0%	104
Bobine listing 80g laser LFC (1)	750	/	770	750	/	770	750	/	770	0,0%	114
Copie A4 (B)	805	/	860	805	/	860	790	/	845	0,0%	104
Edition											
Bouffant, 70g,SB main 1,8	1 140	/	1 160	1 140	/	1 160	1 140	/	1 160	0,0%	111
Bouffant AB, main 1,8	780	/	800	780	/	800	780	/	800	0,0%	97
Couché sans bois											
Bobines 100 g	620	/	640	620	/	640	610	/	650	0,0%	91
Feuilles 100 g (format)	700	/	710	700	/	710	690	/	720	0,0%	86
La palette cube (stock)	920	/	940	920	/	940	890	/	920	0,0%	101
La palette cube (fabrication)	780	/	820	780	/	820	760	/	800	0,0%	95
Papiers pour enveloppes											
Kraft écru vergé 90 g (Frictionné haut de gamme)	810	/	850	810	/	850	810	/	850	0,0%	137
Non couché SB, blanc 80 g	910	/	950	910	/	950	910	/	950	0,0%	122
Papiers pour ondulé											
Kraftliner 175 g	700	/	705	700	/	705	585	/	600	0,0%	149
Kraftliner 150 g	715	/	720	715	/	720	600	/	615	0,0%	148
Kraftliner 125 g	725	/	725	725	/	725	610	/	620	0,0%	145
White Top Kraftliner	770	/	800	770	/	800	740	/	770	0,0%	114
Testliner 2	555	/	575	555	/	575	485	/	505	0,0%	178
Cannelure recyclée	555	/	575	555	/	575	485	/	505	0,0%	185
Kraft à sac											
Papier kraft écru	810	/	865	810	/	865	745	/	800	0,0%	119
Papier kraft blanchi	930	/	970	930	/	970	870	/	910	0,0%	117
Papiers récupérés											
1.04 Emballages grands magasins	80	/	105	70	/	95	65	/	90	12,1%	175
1.11 Papiers pr désencrage	127	/	142	127	/	142	115	/	130	0,0%	182
2.02 Journaux invendus	65	/	85	65	/	85	60	/	80	0,0%	84
3.18 Rognures blanches SB	315	/	335	315	/	335	315	/	335	0,0%	90

1) l'indice du LFC sera supprimé le mois prochain, ce marché étant devenu marginal.

Emballage

DS Smith dévoile deux innovations e-commerce

Les 27 et 28 juin, DS Smith participait à l'une des plus grosses manifestations européennes consacrées à l'e-commerce, Deliver. Non seulement le fournisseur d'emballages occupait le plus grand stand du salon, mais il a aussi tenu un atelier de travail intitulé: "E-commerce the road to extinction?", au cours duquel il a présenté deux innovations. Immersion.



Isabel Rocher, responsable des solutions d'e-commerce de DS Smith

C'est un stand haut en couleur et moderne qu'avait installé le fabricant DS Smith à Deliver, faisant la part belle aux innovations.

A contrario, nul part n'y est fait mention du carton. «*Nous souhaitons orienter notre communication aujourd'hui plutôt sur les technologies de pointe sur lesquelles nous travaillons pour satisfaire les retailers en matière de conditionnement e-commerce*», indique **Xavier Norcia**, Directeur Commercial & Marketing – Consumer France & Espagne chez DS Smith. Et le fabricant de se livrer à toute une pédagogie autour de la stratégie omnicanal qui doit s'imposer aux retailers ainsi que sur les mesures stratégiques à mettre en œuvre pour préparer l'avenir et tirer parti de la hausse annoncée des ventes dans l'e-commerce, qui devrait peser 4,1 trillions de \$ d'ici 2020. Ce que confirme sur l'estrade **Isabel Rocher** (Ex-Amazon), Responsable des solutions d'e-commerce au sein de DS Smith «*Bientôt, on ne parlera plus d'e-commerce mais de commerce*

tout simplement», avertit-elle. «*D'où l'importance de se préparer pour l'avenir, en adaptant sa logistique dans son ensemble*». Ce qui passe par de nouveaux emballages, plus personnalisés, plus connectés, voire dans un futur proche, annonce Isabel Rocher, "plus intelligent". Mais aussi par de nouveaux process.

Dans cette optique, le groupe avait d'ailleurs élaboré en fin d'année 2016 un rapport imaginant différents scénarios de commerce en 2025 et amenant les retailers à se poser des questions.

Comment tirer le meilleur parti de l'e-commerce ? Comment réduire les coûts logistiques en adaptant son packaging on-demand ? Comment donner satisfaction aux consommateurs finaux ? Autant de

problématiques évoquées par DS Smith, qui raisonne en tant qu'apporteur de solutions pour ses clients et non plus simplement en tant que fabricant.

DISCS, LE LABORATOIRE DE TESTS

La première solution se nomme Discs. Son but : valider que les paquets peuvent survivre aux bosses et aux éraflures de la chaîne d'approvisionnement moyenne en e-commerce nécessitant de survivre parfois jusqu'à 50 points de contact ! (contre 5 manipulations en moyenne dans le commerce traditionnel). «*Clairement, les contraintes ne sont pas les mêmes, c'est pourquoi nous avons mis au point notre laboratoire DISCS (Drop impact shock crush)*», poursuit-elle.

Ce système breveté se compose de cinq équipements, chacun reproduisant une partie du parcours du produit. On pousse, on frappe, on fait tomber... Chaque batterie de tests tente de reproduire les dommages potentiels les plus sévères. Après avoir lancé ce concept au Royaume-Uni, DS Smith prévoit de mettre en place trois laboratoires (Royaume-Uni, France et Allemagne). Inédit,

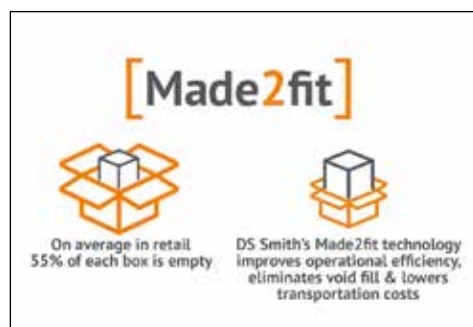
Discs a d'emblée séduit Amazon, qui devrait prochainement la recommander aux e-commerçants «installés» sur sa market place.

MADE2FIT, POUR REDIMENSIONNER LES COLIS SUR MESURE

La seconde nouveauté est baptisée Made2Fit. Cette table technologique doit permettre la création d'emballages de bonne taille. «*Cette innovation a été développée pour s'attaquer spécifiquement au défi du commerce électronique de l'espace vide*», explique Xavier Norcia.

Il existe à la fois une version manuelle et une version automatisée. La solution Made2fit manuelle est conçue pour fonctionner pour des commandes de volume inférieur (jusqu'à 600 expéditions par jour), créant 39 combinaisons possibles de tailles de boîtes à partir de seulement trois tailles de car-ton vierges. La version automatisée de Made2fit est, elle destinée à des commandes de volume plus importantes (plus de 1000 paquets par heure), avec la possibilité de fabriquer plus de 10 millions de combinaisons de tailles de boîtes, dans un processus complètement omnicanal. Made2fit manuel démarrera officiellement en septembre 2017 et sera distribué progressivement dans toute l'Europe dans les mois qui suivront.

Christelle Magaud



Tendances

Personnaliser l'emballage pour du marketing ciblé

Personnalisation rime avec différenciation. Sur des marchés uniformisés voire saturés, les consommateurs veulent aujourd'hui être considérés et traités comme des personnes uniques, obligeant les marques à se réinventer pour créer une nouvelle proximité avec eux. Une stratégie de reconquête qui passe notamment par le packaging personnalisé.

2011, l'année Coca-Cola. Pour la première fois, une grande marque sacrifie son logo au profit d'un prénom.

C'est la fameuse campagne « Share a coke », lancée d'abord en Australie puis déclinée plus de 80 pays, dont la France où plus d'1 milliard d'étiquettes différentes seront imprimées. Techniquement parlant, les étiquettes étaient d'abord imprimées de façon traditionnelle (gravure, flexo) laissant un espace blanc et une marque de réenregistrement pour la surimpression en numérique. L'opération remporte un franc succès et relance les ventes du géant du soda, après dix ans de déclin. 2017, on ne change pas une formule qui gagne. Sauf que cette fois, Coca-Cola décide d'accompagner les Français autour du monde pendant leurs vacances. Du 1er mai au 31 août 2017, les bouteilles et canettes se pare-
ront ainsi du nom de 88 desti-



nations emblématiques, de Bali à Athènes, de Calvi à La Baule et de Miami à Lacanau.

Au total, 488 millions de bouteilles et canettes seront concernées par cette opération baptisée « Partagez un Coca-Cola au soleil ».

Un autre grand nom de l'industrie agro-alimentaire, Nutella, s'est aussi fendu de packagings

personnalisés cette année. Pour animer le marché en berne de la confiserie, la marque phare de Ferrero a ainsi lancé en mai dernier une édition limitée de 2,6 millions de pots, tous différents les uns des autres.

Citons encore Caprice des Dieux qui, pour ses 60 ans, a fait créer 60 emballages originaux. Ils ont été déployés sur 7 millions de

produits vendus de septembre à décembre 2016. Carton plein : sur la période, la marque a vu son chiffre d'affaires progresser de 7%.

Malgré le coût de ces opérations (30 centimes supplémentaire par pot pour Nutella !), ces campagnes sont des succès à chaque fois. « C'est vrai que la personnalisation fait vendre davantage »,



La deuxième vie du papier



Conseil et expertise de nos spécialistes

Transformation de papier (jusqu'à 4,30m de laize)

Dépannage sur stock pour impression et/ou emballage

Stockage

ISO-DUMONT SAS – Parc d'Activité du Pontillault – 1 rue de Rome – 77340 Pontault-Combault

Tél : 01 64 43 66 30 - Tél urgence 24/24 : 06 33 23 96 58 - Fax : 01 64 88 78 79

confirme **Nathalie Duvoisin**, Directrice Générale Déléguée chez Manifesto Factory.

Ce qui s'avère très logique, comme l'explique **Nicolas Livache**, Marketing & Web project Manager, MCS Kick & Rush, qui propose une plate-forme de personnalisation en BtoC. « *Les communications numériques ont transformé la relation entre marques et consommateurs. Les spécialistes du marketing sont aujourd'hui en mesure de capter et d'utiliser davantage de données de consommateurs que jamais auparavant. En échange de toutes ces données, les consommateurs s'attendent à recevoir de leurs marques des communications personnelles ciblées à chaque étape des processus d'achat – emballage compris* ».

Selon l'association Pro Carton, 1 américain sur 5 de la génération Y souhaiterait des emballages personnalisés et près d'un quart des consommateurs chinois seraient prêts à payer un peu plus cher pour des emballages personnalisés de boissons sans alcool.

LE NUMÉRIQUE PERMET LA PERSONNALISATION DE MASSE

Comment dès lors réussir dans ce nouveau paradigme de l'emballage ?

Passer d'une offre standardisée à une offre sur mesure transforme en profondeur le fonctionnement de l'entreprise et nécessite une intégration poussée du numérique. Or, tout devient possible aujourd'hui grâce à de nouvelles machines comme la presse HP Indigo. « *L'emballage devenant un vecteur marketing pour une marque, celle-ci a besoin du numérique pour produire en grosse quantité des actions de communication. Nous proposons aussi par internet de personnaliser un produit. Grâce à notre logiciel HP mosaic, nous pouvons à partir d'un visuel de base le décliner en X milliers d'exemplaires de manière aléatoire* », témoigne **Patrice Bernou**, responsable développement commercial chez HP Indigo.

Côté fabricants, l'enthousiasme est aussi de mise,

même s'ils avancent pas à pas dans le domaine de la personnalisation. « *Pour un fabricant comme nous, Manifesto factory, les contraintes de coûts nous imposent de personnaliser plutôt la finition (anse, marquage, zip, couleur...)* », confie **Nathalie Duvoisin**. Chez le fabricant Autajon, la personnalisation un sujet qui compte depuis trois ans et la demande porte plutôt sur des packs promotionnels. Chez Knoll Printing and Packaging, fournisseur mondial de produits et de services d'emballage personnalisés et de prestige, les développements de la personnalisation se font principalement sur les coffrets. « *Les marques de luxe nous réclament toujours plus de personnalisation, mais il faut savoir que c'était déjà elles, à la base, qui ont initié ce mouvement* », explique **Florence Dancoisne**, Sales & Marketing Director Europe, Knoll Printing & Packaging. « *Et aujourd'hui, elles nous demandent plus de créativité, de disposer des ornements pour donner une personnalité à la marque, de mixer différentes techniques (ajout de vernis avec un effet pailleté...)* ».

Des solutions nouvelles se créent également, comme celle de MCS Kick & Rush, qui permet aux consommateurs de créer directement leur propre pack ou objet promotionnel sur le web shop.

Une personnalisation du pack qui se transforme parfois en expérience d'achat sur le parcours client. Certaines enseignes vont ainsi jusqu'à s'équiper de machines de personnalisation en magasin. A l'image de Décathlon, à Villeneuve d'Ascq, qui dispose d'une imprimante VersaSTUDIO BN-20 de Roland DG. Ou de Leroy Merlin, qui dote ses fab lab de machines d'impression. Ou encore de Carrefour, qui déploie dans ses hypermarchés des cornes My Design, équipés de la solution Print +. Chez certaines enseignes de parfumerie, les clientes peuvent même réaliser à la demande un flacon de parfum aux motifs uniques. On arrive là à de l'hyperpersonnalisation. La prochaine tendance de fond ?

Christelle Magaud



Deux innovations repérées lors de Pack & Gift

MyThinks et la médaille personnalisable

La société a remporté le concours «Personalise Award» organisé lors de la 10ème édition du salon Pack & Gift, qui présentait les meilleures solutions des exposants en termes de personnalisation packaging. Son concept est véritablement innovant puisqu'il repose sur une médaille, véritable bijou sur lequel le client vient graver son message

personnalisé avec un dispositif automatique installé sur le point de vente. La médaille devient pendentif une fois liée à l'emballage par son ruban et sera ensuite conservée par le destinataire du cadeau. La gravure se fait à l'aide d'un dispositif automatique compact et esthétique qui peut être placé sur le comptoir mais peut également être disposée sur son support dans n'importe quel endroit de la boutique. De fonctionnement simple et ludique elle ne nécessite aucune formation à l'utilisation et peut être utilisée indifféremment par le vendeur ou le client direct.



Propos et son sac shopping « convertible ».

En association avec un créateur italien, le fabricant de packaging haut de gamme pour les marchés du luxe Procos a créé un sac shopping personnalisable. Le sac en papier se « customise » grâce à des feuilles de papier interchangeables qui se glissent autour du sac. Logos, visuels, dessins, messages... viennent transformer le packaging et lui donner un style unique.

Cette feuille personnalisable répond ainsi aux besoins de différenciation des marques qui souhaitent réaliser des sacs shopping papier à l'occasion de communications promotionnelles (lancements de produits, lancement presse, promotion saisonnière, Fête des Mères, Saint-Valentin, Noël...). Un ruban de fermeture permet de maintenir la feuille en place et de créer l'effet cadeau.

De quoi ravir le shopper.



Collecte et tri

Fusion d'Eco-Emballages et d'Ecofolio

Les deux entreprises spécialisées dans la collecte et le tri des déchets, Eco-Emballages et Ecofolio, annoncent la fusion effective de leurs activités à l'occasion de leur Assemblée générale.

L'Autorité de la concurrence avait donné son aval à l'opération début avril. Objectif : optimiser le recyclage en France en mutualisant leurs moyens et leurs coûts, pour atteindre les 75 % de taux de recyclage fixés par la loi Grenelle.

Aux manettes du nouvel ensemble pesant 800 millions de chiffre d'affaires et regroupant 250 salariés : **Philippe-Loïc Jacob**, Président du nouvel ensemble, **Jean Hornain**, Directeur général et **Géraldine Poivert**, Directrice générale adjointe. Lorsque la fusion sera juridique-



ment effective et les équipes réunies en septembre, un nouveau nom et une nouvelle identité seront révélés.

Environnement

Paprec lance Métamorphose, son premier film de marque

Zoom sur Métamorphose, un manifeste sur le recyclage vu par Paprec.

Avec un savant montage autour de belles images de natures et des hommes et des femmes en action, c'est une véritable expérience visuelle et auditive que propose **Métamorphose**, le premier film de marque de Paprec. « J'avais envie d'un film qui soit un manifeste sur la vie, sur le recyclage, un film qui illustre la devise du groupe que j'ai créé il y a 25 ans : pour une société plus verte et un monde plus fra-

ternel », témoigne Jean-Luc Petithuguenin, Président fondateur de Paprec Recyclage.

Ce clip de deux minutes produit avec « Les Fils de » a été doublement primé le 1er juin au festival du film d'entreprise « Film & Companies ».

Paprec Recyclage, premier acteur français du recyclage est connu et reconnu depuis sa création pour son engagement en faveur de la diversité, de la laïcité et de la lutte contre toutes les formes de discriminations dans l'entreprise.

Le groupe a d'ailleurs reçu en octobre 2016 le trophée global Axa des entreprises responsables.



BIR

Le double casse-tête des exportateurs, le coût du fret et le « National Sword »

L'explosion du prix des conteneurs, a été le thème de la réunion du BIR World Recycling Convention & Exhibition à Hong Kong, du 22 au 24 mai 2017.

Le coût du fret maritime, pour les livraisons entre l'Europe et la Chine ont monté en flèche de plus de 1 000 dollars par conteneur, soit plus de 40 dollars la tonne, sur les premiers mois de 2017.

Bien que les prix ont chuté sous les 2 000 dollars par conteneur et semblent se stabiliser dans les 1 200 – 1400 dollars sur les mois qui viennent, le Président du BIR **Ranjit Baxi** souligne qu'un dialogue plus conséquent est nécessaire avec les armateurs afin de faire comprendre l'impact d'une augmentation rapide des prix, sur l'industrie des papiers récupérés. Autre point important qui a été soulevé par un participant, c'est le « China's National Sword ».



La Chine souhaite ne plus importer des matières premières secondaires contenant des contaminants, ou autres matières non souhaitées. Toutefois une volonté de « zéro tolérance » affecterait tout le monde, car une pureté à 100% n'est pas possible avec les systèmes de tri. Mais en même temps, souligne l'intervenant, à propos des exportateurs euro-

péens, c'est qu'ils doivent aller vers une qualité meilleure. Et il ajoute que si le National Sword, entraînerait la suppression de volumes exportés en Chine, ces tonnages iraient ailleurs. Mais les problèmes du marché reviendraient à court terme.

SWORD (ÉPÉE EN FRANÇAIS), UN MOT TRÈS FORT

« National Sword », est un équivalent de l'opération « green fence » en 2013. Ce sont des contrôles pointus effectués sur la qualité des marchandises importées par la Chine. Les matières à recycler en font partie. Mais selon les récupérateurs français, les plastiques sont plus concernés que le papier. Si la Chine arrive en troisième position des pays où la France exporte des papiers récupérés, il ne s'agit que d'un petit volume de gros de magasin et de CCR. Selon les chiffres du commerce extérieur français, ce sont environ 220 000 tonnes de CCR et kraft, qui ont été exportées en Chine sur l'année 2016, alors que les exportations françaises de cette sorte dans le monde, atteignent 2,148 millions de tonnes. A contrario, souligne un récupérateur, le Royaume-Uni serait beaucoup plus concerné que la France, quant aux volumes exportés. Mais la prudence reste de mise, en raison de l'impact d'un refus que certaines matières recyclables, rentrent en Chine.



Oui, recycler mes papiers, c'est utile.

Pour l'environnement

Le recyclage des papiers permet **d'économiser les matières premières et l'énergie.**



Le recyclage de papier, c'est :



3 fois moins d'eau*



3 fois moins d'énergie*

* comparé à la fabrication de papier non recyclé

Pour l'emploi

La filière du recyclage des papiers **en France,**
c'est 90 000 emplois non délocalisables.



Collecte



Papeterie



Centre de tri



Découvrez le recyclage du papier
sur www.ecofolio.fr

Tous les papiers
ont droit à plusieurs vies.



Concours

Le packaging conventionnel revisité au PIDA

La finale de l'édition française de Packaging Impact Design Award (PIDA) - concours de design international organisé par BillerudKorsnäs - a eu lieu au Carrousel du Louvre à Paris le jeudi 22 juin dernier. Et l'inspiration était de mise !

Ambiance survoltée lors du PIDA organisé par le papetier BillerudKorsnäs, orchestré par Joël Dubois, directeur commercial, et maître de cérémonie.

Une foule de jeunes gens se presse devant les portes d'une salle de conférence, où se déroule le concours, entre deux stands sophistiqués du salon Make-up in Paris. Un lieu inédit, relié à la thématique puisqu'il s'agissait, pour cette édition, de revisiter le packaging conventionnel avec une démarche durable sur le secteur du make-up et de la cosmétique.

Durant plus de deux heures, les 11 équipes finalistes (sur 25) retenues pour la finale de l'édition française de cette année ont défilé devant le jury et un parterre d'invités. Toutes les présentations ont été faites en anglais, ce qui donnait lieu parfois à de interprétations un peu vague de la langue de



L'équipe Lyxen, de l'école ESEPAC à Saint-Germain-Laprade

prade qui a remporté tous les suffrages. Vainqueur toutes catégories confondues, ce concept se présentait sous la forme d'un kit d'ombre à paupières composé de 10 applicateurs de couleur fabriqués à 100% en carton de fibres vierges. Pratique à l'usage, il permet de se maquiller les yeux en moins de 10 secondes, ce qui convient parfaitement à la femme pressée. Sa présentation et son format (avec des doses) rendaient aussi le kit très important en linéaire. Bref, le projet remplissait ainsi les critères de durabilité, de facilité d'utilisation, d'innovation et de visibilité.

DES INNOVATIONS ULTRA PRATIQUES

Sur chacun de ces items a ensuite été remis un prix spécifique. Pour le premier, c'est l'équipe Cherry Essentials qui a remporté la mise. Elle a conçu une solution de packaging pour faciliter la vie des femmes qui veulent prendre soin d'elle en voyage, en réunissant des petites billes de douche et

de shampoing dans un triangle en carton facile à emporter partout. L'équipe Les Trois Loups a pour sa part séduit le jury sur le critère facilité d'utilisation, en proposant un emballage en carton carré pour les bâtons de désodorisants. Il est conçu principalement pour les sportifs actifs et est facile à utiliser : l'ouverture et la fermeture s'effectuent par une languette de verrouillage qui sert également à repousser le stick de deo.

Le prix innovation a été remis à l'équipe Ornate, qui s'est intéressée aux jeunes qui se maquillent depuis peu. Son idée : un rouge à lèvres inédit, un «lipband» à pincer entre les lèvres, dans un emballage en

carton 100% recyclable. L'originalité a aussi été de mise du côté de l'équipe ULL, qui a imaginé une solution pour des pastilles de crème hydratante emballées individuellement dans une bande de papier et stockées dans un emballage en forme d'octogone qui permet une protection des produits et un transport facile. Dernier gagnant, l'équipe En un Clin d'oeil, qui a remporté le concours Facebook avec sa palette d'ombre à paupière, composée à 100% de carton et avec seulement trois emballages. Avec une seule pression, la palette apparaît au milieu de la boîte et le pinceau est éjecté. Ludique et pratique à la fois, il a su gagner les faveurs du public. « Le concours PIDA est un moment clef pour BillerudKorsnäs, conclut Magnus Levinsson, Business Segment Director Cartonboard à BillerudKorsnäs. Ce concours donne l'opportunité aux responsables de projet de se rencontrer et de trouver l'inspiration chez la nouvelle génération de designers. Les participants ont la possibilité de présenter leur travail et d'échanger avec des professionnels. Pour ces designers en herbe, PIDA est une opportunité pour eux de rencontrer leurs futurs employeurs. Quant à BillerudKorsnäs, PIDA est également l'opportunité de contribuer au développement du design de packaging ». Un événement gagnant qui reviendra l'année prochaine, avec une nouveauté : en plus des compétitions en Suède, France et Allemagne, le concours international sera aussi ouvert au Royaume-Uni.



Le projet Lyxen vainqueur toutes catégories confondues

Shakespeare. Mais les efforts étaient réels ! Pour son dixième anniversaire, le PIDA a aussi innové, en créant deux nouveaux prix : celui du développement durable et celui du public, ce dernier ayant été invité à voter pour son projet préféré via Facebook.

C'est le projet «Like a shadow», de l'équipe Lyxen, de l'école ESEPAC à Saint-Germain-La-



Deux autres produits récompensés

Christelle Magaud

Événement

Chromolux day chez Antalis

A l'occasion du chromolux day, le 15 juin, le papetier Zanders profitait du brainstore d'Antalis pour mettre en scène son produit dans un contexte moderne et innovant. Une première en Europe.

C'est un peu comme si on rentrait chez Nespresso, avec un mur coloré qui se dresse en face de vous.

Sauf qu'à la place de capsules, il y du papier. De toutes sortes ! Pas moins de 800 sont affichés ! C'est une très belle mise en scène qu'a créée Antalis pour mettre en valeur son brainstore, véritable lieu de rencontre avec des professionnels du graphisme et du design, des imprimeurs, des étudiants... Situé dans le 13^{ème} arrondissement

de Paris, le brainstore se transforme aussi en lieu d'animations événementielles comme pour le chromolux day. «L'idée était de communiquer différemment sur la gamme. Le papier Chromolux fêtant ses 60 ans l'an prochain, il nous faut insuffler une image plus moderne de Zanders et de ses produits. Le faire ici, dans le brainstore d'An-

talys avait du sens », explique Frédéric Delage, responsable commercial Zanders pour la France. Au programme, des sessions techniques et des démonstrations autour du chromolux qui présente la particularité d'être très lisse d'un côté et rugueux de l'autre, ce qui en fait un support de haute qualité pour l'étiquetage et le packaging principalement. Si le papetier produit 100.000 tonnes par an (avec la moitié de ses ventes en Chro-

molux), il affirme avoir la capacité de tripler. Chiffres à l'appui : Zanders a déjà augmenté son volume de production de 8% en 2016 et prévoit un effectif en hausse à fin 2017, atteignant les 500 collaborateurs (contre 465 en 2015). D'où l'intérêt de booster sa communication pour continuer de progresser et obtenir de nouveaux marchés.

Pour clôturer sa présentation, Zanders avait aussi prévu de laisser un petit souvenir aux participants : il avait spécialement conçu une cabine recouverte de papier métallisé pour permettre aux visiteurs d'être pris en photo et de repartir avec grâce à une impression sur place sur une presse Xerox. Mettant les moyens pour dynamiser sa marque, Zanders a d'ailleurs annoncé qu'il réitérerait sûrement le chromolux day ailleurs en Europe.

— • —

IPO

Antalis entre en bourse

Pour trouver un peu d'argent frais, Sequana introduit en Bourse 18,36% du capital de sa filiale de distribution, Antalis International.

Un nouveau chapitre s'ouvre pour Antalis.

Son propriétaire, le groupe papetier français Sequana place en Bourse sa filiale de distribution Antalis, conformément aux mesures annoncées le 15 février dernier. Antalis disposera ainsi d'une structure spécifique et sera dotée d'une gouvernance propre, ce qui lui permettra de déployer sa stratégie, en particulier sur les marchés de l'Emballage et de la Communication Visuelle, secteurs générant des marges brutes supérieures à celles du secteur Papiers.

Dans le même temps, Sequana annonce que le tribunal de commerce a arrêté son plan de sauvegarde. Ce qui met un

terme à sa procédure de sauvegarde. Néanmoins, il continuera de bénéficier de la protection du tribunal.

Cette IPO devrait permettre de renflouer Sequana, condamné par la justice britannique à verser 135 millions d'euros et 17 millions d'euros d'intérêts à British American Tobacco (BAT).

Avec Antalis, n°1 de la distribution de papiers et de produits d'emballage en Europe réalisant 2,5 Mds € de CA et Arjowiggins (producteur de papier recyclé et de spécialité), Sequana se présente comme un acteur majeur du secteur papetier. Le groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 3 milliards d'euros en 2016 avec environ 8 500 collaborateurs.



de Paris, le brainstore se transforme aussi en lieu d'animations événementielles comme pour le chromolux day. «L'idée était de communiquer différemment sur la gamme. Le papier Chromolux fêtant ses 60 ans l'an prochain, il nous faut insuffler une image plus moderne de Zanders et de ses produits. Le faire ici, dans le brainstore d'An-

talys avait du sens », explique Frédéric Delage, responsable commercial Zanders pour la France. Au programme, des sessions techniques et des démonstrations autour du chromolux qui présente la particularité d'être très lisse d'un côté et rugueux de l'autre, ce qui en fait un support de haute qualité pour l'étiquetage et le packaging principalement. Si le papetier produit 100.000 tonnes par an (avec la moitié de ses ventes en Chro-



EASY RECYCLAGE

Soyez en conformité avec le décret 5 flux.

Triez vos déchets de bureau.



PAPREC GROUP

Appellez-nous au

01 41 69 70 00



Réalisez votre devis

easyrecyclage.com

flash

DS SMITH ACQUIERT DPF

DPF (16 M€ de CA, 80 collaborateurs), spécialiste des solutions d'emballage multi-matériaux pour l'industrie et producteur de carton ondulé, détenteur de deux usines en France, tombe dans l'escarcelle de DS Smith. C'est une belle opération pour le leader de l'emballage en carton ondulé recyclé en Europe qui renforce ses activités sur des marchés en pleine croissance et complète sa couverture géographique.

Rappelons que DS Smith est présent dans 36 pays et emploie 26 000 personnes.

NORSKE SKOG LANCE UNE TRANSACTION DE RECAPITALISATION

Le travail sur le dossier d'une recapitalisation de Norske Skog, entamé le précédent Pdg Sven Ombudstvedt, se poursuit avec Lars P.S. Sperre. La deadline de la transaction a été repoussée au 12 juillet. L'objectif de cette transaction, est notamment de réduire significativement la dette et les intérêts, afin de positionner le groupe sur sa stratégie de croissance future, à la fois dans son cœur de métier et des initiatives de croissance verte.

UPM LANCE UN NOUVEAU SERVICE eORDER

Innovation chez le fabricant de papier finlandais UPM qui dévoile son nouveau service eOrder, un outil en ligne permettant le traitement rapide, transparent et en temps réel des commandes.

Intégré dans le portail Customer Online (COL) d'UPM, eOrder permet aux clients de commander en quelques clics du papier en ligne, partout et à tout moment. Malgré tout, même si cette solution eOrder marque une continuité naturelle dans la démarche innovante d'UPM, le fabricant maintient ses services traditionnels en face à face, pour offrir un service complètement personnalisé à ses clients.

Fusion absorption

Inapa France et Papeteries de France fusionnent

Naissance d'un nouvel acteur majeur sur le marché, Papeteries de France et Inapa France ne faisant plus qu'un.

C'est par souci de rationalisation et d'efficacité que le groupe Inapa en France fusionne ses deux filiales, Inapa France et Papeteries de France.

Avec cette opération, le distributeur vise à améliorer l'efficacité ainsi que le niveau de service qu'Inapa apporte au quotidien

et à renforcer la proximité avec les clients.

Inapa s'appuiera sur des fournisseurs référents sur leurs marchés et proposera une offre commerciale très large sur l'ensemble des segments papiers (couchés, offsets, ramettes, papiers de création, adhésifs, enveloppes, cartes et cartons...),

inapa

la proximité a un sens

mais aussi sur les gammes d'emballages, de communication visuelle et de fournitures de bureau. En 2016, Inapa France a réalisé 160,5 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Arrêt machine

Stora Enso réduit sa capacité de production de SC

Fin de parcours pour la MAP8 de Stora Enso basée à Kvarnsveden en Suède. Une décision qui s'inscrit dans un contexte de marché européen surcapacitaire.

La machine à papier SC de Stora Enso (MAP8) à Kvarnsveden en Suède cesse définitivement son activité.

Elle avait une capacité annuelle de 100 000 tonnes de papier. Si cet arrêt constitue bien évidemment une mauvaise nouvelle pour le personnel concerné, il

n'aura toutefois pas d'impact sur l'offre de papier SC de Stora Enso, précise le communiqué du fournisseur de solutions renouvelables dans les emballages, les biomatériaux, les constructions en bois et le papier.

En Europe, Stora Enso continuera en effet de produire du papier SC à Kvarnsveden sur la

MAP12 ainsi qu'à Maxau en Allemagne et à Langerbrugge en Belgique. Le groupe servira aussi ses clients SC à partir du site de Dawang en Chine.

L'an dernier, Stora Enso, qui compte 25 000 collaborateurs répartis dans plus de 35 pays, avait réalisé 9,8 milliards d'euros de chiffre d'affaires.

Innovation

LGR innove dans le Bag in Box

Du nouveau sur le Bag in box avec LGR Packaging.

Le spécialiste de l'emballage carton imprimé offset, qui détient 14 sites en Europe, dévoile un nouveau modèle de caisse-outre (emballage optimisé en carton ondulé pour produits liquides) : le Freez-BIB.

Grâce à un accumulateur de froid – pain de glace sortant du congélateur – intégré à l'emballage, la boisson peut rester fraîche plus de 2 heures après la

sortie de la caisse-outre du réfrigérateur, dans des conditions standards d'utilisation. Une solution qui tombe à pic avec ces périodes de fortes chaleurs!

Au-delà de la solution technique, le Freez-BIB® est également un excellent support marketing, notamment pour des opérations promotionnelles. S'agissant des caractéristiques, il faut aussi savoir que Freez-BIB



est imprimé sur un support métallisé 100% recyclable (procédé de métallisation sans film Gloss & Green®). Toujours concernant la caisse-outre, LGR Packaging avait développé, il y a quelques mois un concept facilitant son recyclage.

Etiquette numérique

Inapa référence les étiquettes Avery

Inapa France, filiale d'Inapa IPG, 4^e distributeur européen de papier, a décidé d'élargir sa gamme d'étiquettes numériques.

Avec les étiquettes adhésives **Digitales Avery PCL3** au format **SRA3** certifiées **HP Indigo et Toner à sec (Xerox, Canon, Konica Minolta, Ricoh...)**, l'impression est optimisée avec des couleurs brillantes, des contours nets ainsi qu'une adhésion optimale du toner liquide (HP Indigo) ou du toner à sec (systèmes laser). Toutes les étiquettes sont équipées d'un bord de sécurité protégeant ainsi les machines de tout dépôt de colle.

Inapa propose 3 qualités disponibles sur stock :

- High Quality – des étiquettes papier adhésives conçues pour un usage sur bouteilles, expédition et marquage.
- Xtreme – des étiquettes Film adhésifs résistantes aux fortes



sollicitations et aux surfaces difficiles tels que les extérieurs, marquages permanents, ...

- High Performance – des étiquettes Film en PET résistantes avec de très fortes aptitudes aux frottements pour tout usage y compris l'affichage extérieur.

Innovation

UPM lance UPM EcoLite, un nouveau papier mince

Le fabricant de papier UPM lance UPM EcoLite, une nouvelle solution pour le marché des papiers minces.

Disponible en 29, 32, 34 et 38 g/m², UPM EcoLite a été conçu pour répondre aux besoins des clients imprimant des notices pharmaceutiques, des ouvrages religieux, des manuels d'utilisation ou d'instructions.

A noter qu'en optant pour ce nouveau papier, les clients UPM pourront bénéficier d'importantes réductions des coûts par rapport à d'autres solutions papier conventionnelles.

Autre atout du papier EcoLite : il génère une moindre empreinte environnementale. En effet, étant doté d'un grammage plus faible, il nécessite moins de matières premières, d'eau et d'énergie pour sa production et son transport. De fait, il s'inscrit pleinement dans la stratégie développement durable adoptée



par UPM.

Une politique reconnue par plusieurs organismes internationaux. En particulier, l'entreprise a été listée comme étant le leader du secteur Papier et Forêts dans le Dow Jones Sustainability Europe Index (DJSI) pour la cinquième fois d'affilée. Soulignons aussi que depuis janvier 2016, UPM est membre de l'initiative Global Compact LEAD des Nations Unies en tant que première entreprise de l'industrie forestière.

Le groupe emploie environ 19 300 salariés et son chiffre d'affaires annuel s'élève à environ 10 milliards d'euros.

Etiquette pour bouteilles

Nouveau frontal métalisé Adestor Metal HG WS

Adestor Metal HG WS ajoute de la brillance à vos étiquettes !

Un plus qui, combiné au traitement anti-humidité qui lui est appliqué, fait de cette nouveauté un produit otut indiqué pour des étiquettes haut de gamme.

La nouvelle qualité développée par Lecta, l'un des plus importants producteurs européens et distributeur de papiers de spécialité pour étiquettes et emballage souple, en couché sans bois, a été spécialement conçue comme l'option idéale pour des étiquettes de bouteilles réfrigérées et plongées dans des seaux à glaçons, aussi bien que pour des étiquettes de bouteilles recyclables. Adestor Metal HG WS garantit ainsi la durabilité de l'étiquette et une excellente image du produit

final dans n'importe laquelle de ses applications.

De quoi séduire les spécialistes des spiritueux, du vin mais aussi ceux du secteur de la cosmétique et de la parfumerie. Voire des acteurs positionnés sur de l'événementiel.

D'autant que le frontal Adestor Metal HG WS est indiqué pour l'impression offset conventionnelle, offset UV, flexographie (solvant, UV et eau) et typographie (solvant et UV).



Emballage

Pluie de récompenses pour Metsä Board

Parmi les distinctions figure notamment la note d'Or EcoVadis attribuée à Metsä Board pour ses pratiques de durabilité.

Le fabricant européen de carton pour boîtes pliantes et de liners à base de fibres fraîches a ainsi été classé parmi les 1% les plus élevés des fournisseurs évalués par EcoVadis dans toutes les catégories.

Autre distinction, celle attribuée au design d'emballage pour la nouvelle gamme de Mini-fruits T2, qui a gagné la première place dans la catégorie Limited Edition de l'événement "The Dieline Awards 2017". Cet emballage n'en est pas à sa première récompense. Les conceptions T2 avaient en effet



déjà gagné un prestigieux IF Design Award dans la catégorie Emballages de boissons au début de cette année et un prix au mérite au 28e Hong Kong Print Awards dans la catégorie Emballage papier en décembre dernier.

Sécurité sanitaire

Suite à l'alerte de l'Anses

Cofepac rappelle sa mobilisation sur le sujet des huiles minérales

Début mai, l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses) a alerté sur la contamination aux huiles minérales des aliments vendus dans des emballages en carton.

Suite à cette intervention, Cofepac, qui regroupe les organisations du secteur de l'emballage papier-carton, a rappelé son engagement sur le sujet. Notamment que depuis 2009, date à laquelle des huiles minérales provenant de leurs emballages avaient été détectées dans quelques aliments du quotidien, la profession s'était fortement mobilisée : analyse fine des produits utilisés dans ses process et diffusion de recommandations sur l'utilisation d'encre sans huiles minérales. Sans oublier le lancement d'un vaste programme d'études et de recherche en lien avec le club MCAS et son laboratoire, le CTP, afin d'établir une méthode de mesure fiable et interprétable et de mieux comprendre l'origine de la présence de ces substances.



Impression numérique

Le Munken Polar ID pour HP Indigo est arrivé

Arctic Paper fait évoluer ses papiers avec les tendances du marché.

Le papetier dévoile son nouveau papier Munken Polar ID pour impression numérique.

Afin de répondre aux besoins qualitatifs de HP Indigo, Arctic Paper lance le premier papier de la gamme Munken Design certifié pour cette technologie :

le Munken Polar ID. Ce papier non couché, blanc vif, au toucher doux et reconnaissable, existe dans les grammages : 100, 120, 150, 240 & 300 g/m² en format adapté 32 x 46. Il est disponible sur stock chez Torraspapel Malmenayde.



Rebranding

Mondi donne un nouveau look à sa marque leader Color Copy

Color Copy, la marque leader des papiers laser pour l'impression couleur, change de look ! Nouveau logo, conditionnement amélioré et vaste campagne de communication.

C'est un vrai travail de rebranding qui est opéré sur Color Copy qui fait partie de la gamme verte des produits Mondy.

L'objectif de la campagne étant d'améliorer encore l'image de marque (celle-ci disposant déjà du plus fort taux de notoriété sur son secteur, 40%) et d'optimiser son packaging, en le rendant plus résistant et en le dotant d'une bande de déchirement afin d'en faciliter l'ouverture.

De plus, Mondi propose maintenant aux détaillants en fournitures de bureau une option de packaging adaptée aux

étagères. Cette boîte perforée de haute qualité ne nécessite aucun déballage. Prête à être posée sur les présentoirs et éta-



gères, elle met en valeur la nouvelle image de marque de Color Copy pour attirer l'attention des clients.

Mondi débutera en juillet la commercialisation du papier Color Copy dans son nouveau packaging et avec sa nouvelle image de marque. Des sous-marques apparentées suivront à l'automne. Ce déploiement s'accompagnera d'une campagne de marketing complète, avec le slogan : « Faire du bon travail ». Egalement, la nouvelle version du site Color Copy est prévue pour la fin juin.

En 2016, le groupe Mondi, qui emploie 25 000 collaborateurs répartis dans une trentaine de pays, a réalisé un chiffre d'affaires de 6,7 milliards d'euros.

NOUVEL EDITION DU GUIDE DE L'ÉTIQUETTE

LE GUIDE DE L'ÉTIQUETTE ETIQ&PACK
SERA DISPONIBLE À PARTIR DU 15 SEPT. 2017
AU PRIX DE 50 EUROS TTC

Plus de 600 CONTACTS
pour réussir vos étiquettes

POUR ÊTRE SÛR DE RECEVOIR LE GUIDE DE L'ÉTIQUETTE 2018,
réservez-le dès maintenant auprès de Florie Bourdel
f.bourdel@mpmedias.com - 02 31 81 01 73

Indices des directeurs d'achat :

Consolidation de la reprise économique en zone euro

Les indicateurs des directeurs d'achat - Activité manufacturière / Source Markit Economics

	Zone Euro PMI	France PMI	Allemagne PMI	Espagne PMI	Italie PMI	Gde Bretagne PMI	Etats-Unis ISM	Chine PMI
mai-16	51,5	48,4	52,1	51,8	52,4	50,4	51,3	49,2
avr-17	56,7	55,1	58,2	54,5	56,2	57,3	54,8	50,3
mai-17	57	53,8	59,5	55,4	55,1	56,7	54,9	49,6

Les indicateurs des directeurs d'achat - Services / Source Markit Economics

	Zone Euro PMI	France PMI	Allemagne PMI	Espagne PMI	Italie PMI	Gde Bretagne PMI	Etats-Unis ISM	Chine PMI
mai-16	53,3	51,6	55,2	55,4	49,8	53,5	52,9	51,2
avr-17	56,4	56,7	55,4	57,8	56,2	55,8	57,5	51,5
mai-17	56,3	57,2	55,4	57,3	55,1	53,8	56,9	52,8

Supérieur à 50, l'indice reflète une hausse de l'activité, ; en dessous de 50, on considère que l'activité régresse.

En mai, la croissance du secteur manufacturier de la zone euro à 57, s'est de nouveau accélérée.

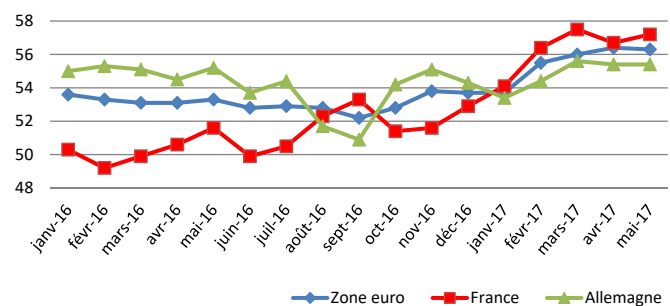
La production et les nouvelles commandes ont affiché leur plus fort taux d'expansion depuis près de 6 ans. Selon **Chris Williamson**, économiste à IHS Markit : « La forte hausse des effectifs, accompagnant la reprise du secteur suggère qu'un nombre croissant d'entreprises privilégie désormais les investissements de capacité sur les politiques de réduction des coûts, témoignant d'un fort degré d'optimisme dans l'ensemble de la région. » L'Allemagne est restée en tête du classement des pays par indices PMI, et les Pays-Bas, l'Autriche, l'Espagne, l'Italie ainsi que l'Irlande ont enregistré également de fortes

expansions. En France, analyse **Alex Gill**, économiste at IHS Markit, l'indice à 53,8, a mis en évidence un repli du taux d'expansion des nouvelles commandes, conséquence possible du renforcement de l'euro. Le Royaume-Uni (56,7) malgré la faiblesse de la Livre, a bénéficié de la croissance du marché domestique, mais aussi des nouvelles commandes à l'export. En Chine, la conjoncture s'est détériorée, avec un indice en-dessous de la barre des 50, indiquant une contraction de l'activité, en raison du ralentissement de la production et des nouvelles commandes. Les Etats-Unis ont seulement enregistré une hausse symbolique de 0,1 point, à 54,9. Mais les économistes s'attendaient à un recul à 54,7.

Côté services, le taux d'expansion de l'activité s'est stabilisé dans la zone euro, à 56,3. L'Allemagne et la France enregistrant leurs plus fortes croissances depuis 6 ans. Mais l'indice français est le seul à montrer une accélération. Le raffermissement

de la demande observé ces derniers mois (dans la zone euro) se traduit par un regain de confiance parmi les entreprises, le degré d'optimisme atteignant un pic de 85 mois au cours de la dernière période d'enquête, signale Markit.

Evolution des services en zone euro, en France et en Allemagne depuis 2016



L'Allemagne et la France enregistrent leurs plus fortes croissances depuis 6 ans

Prix de l'énergie sur le marché libre

Electricité en France

€/MWh - Epexspot *	2017* 30 juin	2017 semaine 25	Variation sur une semaine	2016 semaine 26	Variation sur un an	2015 semaine 26	Variation sur deux ans
Prix en base	37,77	37,90	-0,34%	34,53	9,39%	38,87	-2,82%
Prix en pointe	48,36	48,96	-1,22%	43,44	11,34%	47,73	1,32%

Electricité dans les pays nordiques

€/MWh - Nord Pool	juin 2017	mai 2017	Variation sur 1 mois	juin 2016	Variation sur un an	juin 2015	Variation sur deux ans
Scandinavie**	24,61	28,46	-13,53%	26,53	-7,24%	14,43	70,55%

Pétrole à New York (WTI)

\$/baril***	au 30 juin 2017	mai 2017	Variation sur 1 mois	juin 2016	Variation sur 1 an	juin 2015	Variation sur deux ans
	45,20	48,45	-6,72%	48,76	-7,31%	59,69	-24,29%

*Nous avons retenu les "Futures" trimestriels - Ils s'agit de prix hebdomadaires sauf pour le jour étudié

Prix moyens mensuels pour : Suède - Norvège - Finlande - Danemark - *Prix mensuels du pétrole WTI à New York

Nous préservons plus que notre planète.



PAPREC
GROUP

Si nous sommes **leader du recyclage en France**,
c'est parce que nous voulons préserver la planète
pour les générations futures. Et cette mission
commence aujourd'hui avec vous.