

Économie circulaire : de déchet à étiquette premium, la glassine s'ennoblit avec l'arrivée de la nouvelle gamme Re-Play™ de Fedrigoni Self-Adhesives

Fedrigoni lance une nouvelle gamme révolutionnaire de produits résultant de la valorisation du support dorsal siliconé (la glassine), dont les déchets n'étaient jusqu'à présent que partiellement recyclés. La glassine, collectée auprès des utilisateurs finaux, devient désormais, et pour la première fois, une partie intégrante du frontal de la construction autoadhésive, acquérant ainsi une valeur et permettant de réduire les déchets, les émissions et la consommation d'énergie.

Milan, le 17 septembre 2022 - De Cendrillon à la reine du bal : la glassine, le support siliconé qui est retiré et jeté durant la phase d'application des étiquettes autocollantes, devient pour la première fois, grâce à Fedrigoni Self-Adhesives, la partie noble de l'autoadhésif, l'étiquette décorative qui identifie le produit. Le Groupe Fedrigoni, l'un des leaders mondiaux dans la production et la vente de papiers spéciaux pour l'emballage et autres applications créatives, ainsi que de matériaux autoadhésifs haut de gamme, a lancé **Re-Play™, une gamme de produits révolutionnaire dans le monde des autoadhésifs et le premier exemple de surcyclage en la matière ; il ne s'agit pas d'un simple recyclage, mais d'un processus grâce auquel les déchets sont valorisés et transformés en un matériau premium avec un impact minimum.**

Re-Play™ est le résultat d'une solution d'économie circulaire qui découle du programme de récupération des glassines Re-Play™ mis en place par Fedrigoni Self-Adhesives. « Nous avons décidé de nous engager dans cette voie parce qu'elle répond à plusieurs des objectifs ESG en matière de réduction des déchets et des émissions de CO₂ », explique **Fulvio Capussotti, vice-président directeur de la division Fedrigoni Self-Adhesives.** « L'objectif de Fedrigoni est d'intégrer le client final dans ce processus d'économie circulaire et d'y inclure toute la chaîne d'approvisionnement, à commencer par les imprimeurs, qui sont les premiers utilisateurs de matériaux autoadhésifs. En matière de recyclage, nous avons signé un partenariat avec **les Papeteries de Clairefontaine**, propriétaires d'un procédé de pulpage à basse température alimenté par **l'énergie tirée de la biomasse** qui, par l'ajout de glassines aux déchets de papier blanc, permet d'obtenir un produit de haute qualité sans avoir recours à des procédés de désencrage invasifs et en réalisant d'importantes économies de matières premières ». C'est ainsi qu'est née la nouvelle gamme Re-Play™, qui comprend quatre types de papiers 100 % recyclés : Nature White, Martelé, Retrò et Pearl. Tous pourvus de la certification FSC recyclé attestant de leur composition et de leur valeur en tant que produits recyclés et durables.

Fedrigoni Self-Adhesives fait partie des cinq membres fondateurs de CELAB-Europe, un consortium comprenant actuellement 30 membres qui travaillent sur le développement d'un nouveau modèle économique pour les matériaux autoadhésifs, basé sur l'économie circulaire.



L'un des objectifs du consortium est d'identifier et de mettre en place collectivement des solutions de recyclage et de réutilisation des glassines et déchets d'étiquettes autoadhésives d'ici 2025 en développant un modèle durable et circulaire pour plus de 75 % des matériaux utilisés en Europe. La participation de Fedrigoni Self-Adhesives au consortium CELAB-Europe s'inscrit dans un projet plus large de développement durable et d'innovation qui a conduit le groupe à s'engager sur la voie de l'amélioration continue depuis près de 30 ans.

Avec ses ambitieux objectifs ESG pour 2030, Fedrigoni vise à devenir une référence dans le secteur en matière de politique environnementale et l'un des meilleurs lieux de travail en termes de sécurité, d'inclusion et de possibilités d'évolution de carrière.

Fedrigoni

Fondée en 1888, l'entreprise Fedrigoni est aujourd'hui synonyme d'excellence dans le monde des étiquettes et des matériaux autoadhésifs et dans celui des papiers à haute valeur ajoutée pour les emballages de luxe et autres solutions créatives. L'entreprise emploie actuellement plus de 4 500 personnes dans 27 pays et possède 48 usines de production, refendage et centres de distribution. Le groupe vend et distribue 25 000 produits dans 132 pays et, grâce également à de récentes acquisitions, il est devenu le leader mondial des étiquettes de vin et des papiers spéciaux pour l'emballage de luxe, le deuxième acteur mondial des papiers à dessin et le troisième pour les matériaux autoadhésifs haut de gamme. La division Fedrigoni Paper comprend le groupe Cordenons et la marque historique Fabriano, tandis que la division Fedrigoni Self-Adhesives englobe les marques Arconvert, Manter, Ritrama (février 2020), IP Venus (décembre 2020), Acucote et Rimark (juin 2021), Divipa (février 2022), Tageos (avril 2022) et Unifol (juillet 2022). Le distributeur américain GPA fait également partie du groupe.

Plus d'informations sur www.fedrigoni.com

Plus d'informations presse : Stefania Vicentini, +39 335 5613180, sv@dicomunicazione.it

