



*“J’étais à la recherche d’un emballage original et percutant pour compléter le vin rouge de coupage typique de Napa Valley” a déclaré Nixon. “Il fallait impérativement que les étiquettes diffèrent de celles de nos concurrents, mais qu’elles reflètent également la qualité du vin lui-même. Je suis convaincu que tout ce qui vous distingue de la masse, tant que tout est effectué correctement, constitue un avantage dans n’importe quel environnement de vente au détail.”*

## Banknote Wine Company mise tout en rayon grâce aux étiquettes numériques

### La stratégie de la marque récolte les fruits de l’impact visuel en rayon

La Banknote Wine Company de Napa Valley, Californie, a combiné la finesse et la complexité des détails liés aux billets de banque et la qualité du graphisme lié à un grand vin. Producteur de vins artisanaux en édition limitée, Banknote Wine produit un vin de différents cépages : Zinfandel, Syrah et Cabernet Sauvignon. Ce mélange offre des saveurs bien distinctes, parmi lesquelles, notamment, la baie noire, la vanille, le chêne épicé, le moka, l’espresso et le tabac.

Bien que le nombre de marques vinicoles aux États-Unis soit généralement estimé à environ 7 000, l’agence de recherche statistique pour l’industrie vinicole Gombert, Fredrikson & Associates, a dénombré plus de 15 000 références de vins.

Sur un marché aussi concurrentiel, Pete Nixon, le propriétaire de Banknote Wine, mesurait pleinement l’importance d’une étiquette de grande qualité lors du lancement en 2007 de sa marque, The Vault, un vin rouge de coupage originaire de Napa Valley.





Grâce à une mise en bouteille par petites quantités, la majorité du vin The Vault est vendu et expédié dans des œnothèques à New York, au New Jersey et en Floride, dont un faible pourcentage est disponible dans environ 50 restaurants répartis dans huit états. Ce cru est également disponible à l'achat en ligne.

Pour rester fidèle à son statut de marque de luxe, Nixon voulait une étiquette multi-facette au look accrocheur permettant d'attirer directement les nouveaux consommateurs dans les points de vente.

Graphiste de profession doté de 15 ans d'expérience dans l'industrie du vin, Nixon a alors créé pour son vin une série de 12 étiquettes sur le thème des caractères complexes des billets de banque. Il n'est toutefois pas parvenu à se décider pour un seul modèle, et a donc décidé d'utiliser les 12 étiquettes. C'est la raison pour laquelle chaque bouteille d'une caisse de vin The Vault porte une étiquette différente.

Nixon a dessiné une étiquette haut de gamme en deux parties. Le billet de banque principal sur le dessus affiche bien en évidence le nom Banknote Wine Company, et l'étiquette entourante en-dessous identifie la marque et indique le numéro de série de la bouteille. Chaque dessin de billet de banque est une reproduction d'un véritable billet de banque, qui met en valeur les détails minutieux et le travail d'artiste porté aux photogravures.

## L'impression numérique sans se ruiner

En raison du concept d'étiquettes en petite série et en plusieurs parties, et afin d'assurer une reproduction de la plus haute qualité des détails raffinés des billets de banque, Nixon a finalement opté pour l'impression numérique offset pour produire ses étiquettes. Il avait également pressenti que les matériaux d'étiquetage autocollants et optimisés pour l'impression numérique était l'idéal pour concrétiser sa vision.

Les étiquettes Banknote Wine sont produites sur une presse HP Indigo ws4050 dotée d'un écran de ligne de 230 lpp, et imprimées en CMJN avec une double touche de noir sur les zones unies. Les étiquettes sont estampées et imprimées à chaud avec deux films d'aluminium - noir et doré. L'impression et l'estampage à chaud sont réalisés hors ligne sur une presse de finition Iwasaki.

Les étiquettes Banknote Wine furent imprimées à Napa Valley en Californie par Tapp Technologies, Inc., un imprimeur d'étiquettes autocollantes fort de 18 années d'expérience dans l'industrie du vin. Nixon, ancien employé de Tapp Technologies, était très bien placé pour connaître le niveau de qualité qu'un transformateur pouvait offrir, et il était convaincu que son concept d'étiquettes pourrait voir le jour et être exploité au maximum.

L'impression numérique s'est révélée être la technique la plus rentable de produire les étiquettes Banknote Wine. Cela a permis d'optimiser au maximum la production globale. Si les étiquettes étaient produites à l'aide d'une imprimante offset traditionnelle, les coûts auraient été plus élevés à cause des nombreuses plaques d'impression et du film nécessaire, ainsi que du temps de mise en route de la presse. Le tri et le conditionnement des bouteilles de vin dans les caisses auraient également dû se faire à la main, entraînant des coûts de main-d'œuvre supplémentaires.

*“Lorsque Pete nous a parlé de sa vision d'étiquettes et de son objectif de produire les plus belles étiquettes numériques pour étayer sa stratégie de marque, nous lui avons suggéré d'utiliser le papier à étiquettes autocollant et numérique d'Avery Dennison” a déclaré Travis Pollard, directeur commercial de Tapp Technologies.*



Couramment utilisé dans l'industrie vinicole, l'Estate Label® N° 8 \*1 Avery Dennison, un papier vélin non couché d'un blanc brillant optimisé pour les applications numériques, a été conseillé pour les étiquettes du vin The Vault. La surface papier vélin rugueuse et poreuse confère à l'étiquette un aspect textile soyeux. De plus, un adhésif permanent en émulsion acrylique fabriqué par Avery Dennison, le S100R, a été utilisé.

Le frontal adhésivé a été combiné au papier kraft multi-couches naturel d'Avery Dennison. Ce papier offre une excellente durabilité de l'impression et la compatibilité au gaufrage et à la dorure permet des vitesses d'application allant jusqu'à 200 bouteilles par minute.

*“En associant le bon substrat à la technologie d'impression, nous sommes parvenus à optimiser les atouts inhérents au matériau et à la méthode d'impression” a affirmé Pollard. “Il s'agit du meilleur moyen de concrétiser le design d'une étiquette.”*

“Les produits optimisés numériquement, tel, l'Estate Label® N° 8 \*1 Avery Dennison, ont également contribué à améliorer le flux de travail et la rentabilité des transformateurs” a déclaré David Collins, Chef de marché, Produits numériques mondiaux – Vins et spiritueux Avery Dennison en Amérique du Nord. “Les produits pré-optimisés augmentent non seulement la capacité de la presse, mais éliminent également le temps et les coûts supplémentaires liés à l'application d'enduit en interne.”

*“Nous pouvons économiser du temps de production grâce au matériau pré-optimisé, car nous ne devons plus appliquer de couche de finition au matériau avant d'imprimer” a précisé Pollard. “Le processus d'enduit est généralement réalisé sur une presse de finition, utilisée pour découper et imprimer les étiquettes. Cependant, grâce au matériau pré-optimisé, nous pouvons continuer à utiliser notre presse de finition pour convertir les étiquettes et libérer de la capacité de production. Nous ne sommes jamais à l'abri de devoir retravailler un projet.*

*“L'impression numérique offset est le seul moyen d'imprimer plusieurs étiquettes grâce à sa capacité à assembler des séquences d'images sur un même rouleau” a déclaré Nixon. “De plus, chaque bouteille Banknote Wine comporte un numéro individuel. Le processus complet permet de conditionner automatiquement une caisse de vin sur la ligne de production avec 12 images d'étiquette différentes.”*

*“Nous avons travaillé en collaboration étroite avec Avery Dennison sur le projet Banknote Wine afin de nous assurer que leurs produits d'étiquette soient fidèles à leurs promesses” a déclaré Pollard. “Le support technique était toujours disponible par téléphone dès que nous en avons besoin ; cela nous a confirmé que Banknote Wine bénéficiait du meilleur service clientèle et du meilleur produit final.*

\*1 Comparable au Dig Indi Centaure S2030 BG45WH (AT204) européen





“La presse HP Indigo ws4050 élimine le processus de pré-impression de longue durée” a-t-il ajouté. “Aucun film, aucune plaque ni aucun produit chimique n’est nécessaire. Nous pouvons ainsi gérer avec beaucoup de souplesse notre calendrier de production et les exigences en constante évolution de l’industrie vinicole.”

*“Dans le cas de Banknote Wine, dont le volume de production annuel n’est que d’environ 18 000 bouteilles, soit 1 500 caisses, l’impression numérique était l’option idéale” a-t-il poursuivi. “Il est de ce fait possible de prévoir des cycles de production plus courts avec des dépenses matérielles globales plus faibles. Le réglage d’un cycle de production d’étiquettes consomme, en moyenne, moins de 30 mètres de produit, alors que les méthodes traditionnelles peuvent consommer jusqu’à 300 mètres de matériau.”*

## Une finition lisse

Même si le processus d’impression ne posait aucun problème particulier, les étiquettes Banknote Wine comportent certains éléments graphiques qui exigeaient des techniques de finition spéciales. Un grand soin a dû être apporté pour appliquer le film noir par-dessus le film doré, en les disposant avec précision pour éviter tout problème de registre. De plus, Tapp Technologies devait impérativement garder pour chacune des 12 étiquettes des couleurs identiques à celles du cru précédent.

*“Le processus d’impression numérique a fourni des résultats surprenants au niveau de la qualité et de la capture cohérente des couleurs en produisant des couleurs naturelles et constantes” a déclaré Pollard.*

Depuis le lancement de The Vault en 2007, Nixon a vendu chaque année la totalité de sa production avant la sortie du cru suivant.

## À propos d’Avery Dennison

Avery Dennison (NYSE:AVY) est l’un des leaders mondiaux dans l’étiquetage et l’emballage des matériaux et des solutions. Les applications et les technologies de l’entreprise font partie intégrante des produits utilisés dans tous les secteurs et marchés majeurs. Présent dans plus de 50 pays et comptant plus de 26.000 employés à travers le monde, Avery Dennison offre à ses clients ses connaissances et ses idées novatrices pour inspirer les marques et faire évoluer le monde. L’entreprise, dont le siège se trouve à Glendale, en Californie, affiche un chiffre d’affaire net de 6.1 milliards de dollars en 2013. Pour de plus amples informations, veuillez consulter notre site internet [www.averydennison.com](http://www.averydennison.com).

*“Les 12 étiquettes différentes pour le même vin, chacune avec un design particulier, contribuent à distinguer la marque Banknote dans les rayons. Ce concept d’étiquettes multiples est inédit, pour autant que je sache” a affirmé Nixon. La complexité des détails et des photogravures sur les différentes étiquettes sont un élément marquant de la marque qui contribue à attirer l’attention des consommateurs. En outre, grâce à la numérotation de chaque bouteille, les consommateurs sont mieux informés quant au processus global de mise en bouteille de la caisse.*

*“Jusqu’à présent, je n’ai reçu que des avis positifs. Mes clients sont les meilleurs, ils m’envoient des e-mails simplement pour me dire à quel point ils apprécient mon vin et ses étiquettes.”*

Alors que Nixon considère le contenu et l’étiquette comme un ensemble, la vision de Pollard est profondément concentrée sur l’emballage.

*“L’étiquette est ce qui, finalement, fait vendre le vin”, a ajouté Pollard. “Une étiquette de vin unique et imprimée avec la plus haute qualité permet de distinguer une marque sur le marché. En fin de compte, c’est ce qui stimule la croissance d’une marque.”*