ALPVISION

# Quand la sécurité se cache dans le support...

Fred Jordan, P-DG d'AlpVision

Moins connu en France que les solutions d'Advanced Track & Trace, d'Arjowiggins ou de Prooftag, AlpVision a conçu une technologie d'anticontrefaçon basée sur des micropoints invisibles à l'œil nu. Plus répandue dans l'emballage, elle cherche à percer aussi dans l'étiquette.

> **Notre solution est compatible avec la grande majorité des procédés, offset, flexo, hélio, typographie et même numérique.**
>
> **Fred Jordan, P-DG d'AlpVision**

Après les marqueurs chimiques, les encres spéciales, les hologrammes et les microbulles, voici les micropoints et les microtrous invisibles. Cette solution, mise au point par le suisse AlpVision, sert tout autant à l'authentification qu'à l'anticontrefaçon. Certes, elle n'est pas nouvelle. Les premiers déploiements datent de 2002, chez des imprimeurs d'emballage pour les industries du tabac et de la pharmacie. Les essais se sont également révélés concluants sur des cartons et des cartons ondulés gris ou kraft, sur des étiquettes papier ou film, sur des laminés, des contrecollés et même des emballages recouverts d'une feuille d'aluminium. « *Elle rencontre par exemple un franc succès en Amérique du Nord dans l'impression d'étiquettes sur flexo* », remarque Fred Jordan, le P-DG d'AlpVision . Les premières applications dans l'étiquette voient le jour en 2008, dans certains pays d'Europe, en Suisse et en Allemagne.

« *Jusqu'ici, nous n'avons pas vraiment su nous imposer sur ce marché en France, or notre procédé protège déjà des centaines de millions d'étiquettes dans le monde et plusieurs milliards d'emballages* », assure le P-DG. Le procédé, il est vrai, a des atouts à faire valoir. Le système de sécurité peut contenir des informations cryptées avec une clé d'encodage de 128 bits. Autre point fort, le Cryptoglyph ne présente aucune contrainte à l'impression et ne nécessite pas de matériel d'impression particulier. La solution consiste seulement à élaborer une image digitale, constituée d'un nuage de points (10 à 20 microns de diamètre) dont les coordonnées semblent choisies de façon aléatoire. Cette image intègre ensuite les autres fichiers au niveau du prépresse. Des micropoints transparents sont alors imprimés sur l'étiquette à l'aide d'une encre normale et se fondent sur la surface parmi les défauts naturels du matériau, film ou papier. En général, le nuage de points recouvre la totalité de la surface de l'étiquette, ce qui facilite la détection, mais il est également possible d'imprimer le Cryptoglyph sur une zone délimitée du support imprimé, selon les besoins du client. Une autre variante, basée sur des microtrous de 40 à 80 microns, permet d'appliquer ce dispositif sur des emballages ou des étiquettes vernis, ce qui est souvent le cas dans les étiquettes de vins et spiritueux. Dernier avantage, son universalité. « *La solution est compatible avec la grande majorité des procédés, offset, flexo, hélio, typographie et même numérique* », fait observer le patron AlpVision .

## Un déchiffrage rapide et facile

La détection du chiffrement, qui a bénéficié de nombreuses améliorations, peut se faire aisément à l'aide d'un scanner à plat ou d'un téléphone portable de type iPhone. Mais, à la base, c'est bien une solution logicielle brevetée qui permet de décrypter et de restituer l'information initiale à travers plusieurs opérations successives ; acquisition digitale, filtration des données puis algorithmes de corrélation, compensation, etc. Le temps de détection et de décryptage ? Quelques dixièmes de seconde à l'unité. Le résultat, totalement invisible à l'œil nu, garantit l'intégrité du graphisme de l'étiquette. Sur le plan financier, la solution est vendue en fonction d'un coût à l'étiquette, en principe pris en charge par le maître d'œuvre qui veut opter pour cette solution.

La solution présente-t-elle des inconvénients ? Le décryptage renvoie-il des erreurs si le substrat s'est altéré durant le transport ? La solution d'AlpVision étant intégrée dans le support et sous un vernis, le nuage de points ne bouge pas. « *Certains de nos clients font même des tests à grande échelle avec des emballages souillés dans le but de vérifier en fin de chaîne logistique l'intégrité du nuage de points* », précise Fred Jordan. La vraie question est de savoir si le Cryptoglyph peut encore se tailler une part chez les imprimeurs d'étiquettes français et sur un marché où d'autres spécialistes de l'anticontrefaçon ont déjà pris leurs marques…

*Olivier KETELS*