

EN RAYON

## LES CRÉATEURS S'EMBALLENT

Un **packaging dessiné par un artiste** ou un grand nom du design dépasse ses fonctionnalités purement informatives et commerciales. Plus attractif, il devient un objet collector prenant de la valeur au fil des années.

### CHANTAL THOMASS

Chantal Thomass a dessiné des bouteilles pour Selective Line, la marque haut de gamme de Verallia. Le style féminin et raffiné de la créatrice de mode est présent dans les formes qu'elle a imaginées. Nœuds, drapés, matelassés et colliers de perles ornent ces bouteilles de luxe, tandis que leur fond se pare d'effets à facettes ou de bouches iconiques. Chantal Thomass signe une ligne complète de produits, ayant tout dessiné de l'étui à l'étiquette. Une première collaboration artistique fructueuse pour Selective Line, dans le but de satisfaire le désir d'élégance des femmes.



PHOTOS DR

PHOTO DR

**indp** Institut National  
du Design Packaging

### L'INDP

Expert en conception et en création, l'Institut national du design packaging livre chaque mois le fruit de ses réflexions.

[www.indp.net](http://www.indp.net)

**Cepe**  
IAE Poitiers

### TRADITION

Reproduire une œuvre existante sur un packaging permet d'introduire l'art dans les foyers. Il s'agit d'une diffusion en masse de la culture, grâce à des œuvres tombées dans le domaine public. Ces peintures renvoient une image d'authenticité, de tradition et de qualité. Nestlé s'est ainsi approprié *La Laitière*, le tableau de Johannes Vermeer, en la faisant vivre au travers de ses publicités. Un storytelling efficace qui rappelle les savoir-faire d'antan et le « fait maison ». D'autres marques jouent sur le lieu représenté – la Bretagne, l'Italie, l'Écosse... – en faisant résonner en nous une certaine image de terroir, de raffinement ou de plaisir culinaire. Plus qu'une simple identité visuelle, ces tableaux évoquent des univers et des valeurs que nous associons ensuite à la marque.



PHOTOS DR

### COLLECTION

Certaines marques renouvellent chaque année leur collaboration avec des artistes en leur offrant un support – souvent une bouteille – sur lequel exprimer leur créativité. Evian, Coca-Cola, Kambly ou encore Desperados font ainsi régulièrement appel à des artistes pour décorer leurs packagings. Château Mouton Rothschild a fait de ses étiquettes sa signature visuelle : depuis 1945, les artistes les plus célèbres se sont succédé pour créer tous les ans une étiquette unique. Ces œuvres originales sont imaginées spécialement pour les marques, qui renvoient une image dynamique tout en se présentant en mécènes. Dessinés par des artistes confirmés ou de jeunes talents, ces packagings illustrés deviennent des éditions limitées à collectionner.



### PERSONNALISATION

De grands noms d'artistes contribuent à l'embellissement et à la personnalisation des packagings. Andy Warhol, qui a détourné de nombreux emballages durant sa carrière artistique, avait ainsi redessiné la bouteille de vodka Absolut. Près de trente ans plus tard, la marque a donné corps à ce dessin. Dans le registre musical, Björk et son acolyte Chris Cunningham sont à l'origine d'un coffret pour le millésime 2006 de Dom Pérignon. Mucha a également peint de nombreux packagings avec son style reconnaissable entre tous. Une œuvre est protégée du seul fait de sa création, mais est d'autant plus inimitable que le style de l'artiste est connu et reconnu. Et le saviez-vous ? C'est le grand artiste Salvador Dali qui a dessiné en 1969 le logo de Chupa Chups.

