

Actualités

Edito par Fabrice Peltier

Pour sa quatrième édition, « Pack Design » a rempli son objectif en réunissant plus de 120 personnes à Lyon. Les échanges autour de l'adaptation du design packaging aux attentes et aux comportements des consommateurs, ont été aussi riches que variés. Ce rendez-vous annuel est désormais attendu. Il permet aux adhérents de l'INDP et plus largement à notre réseau de se retrouver ou de faire connaissance.

Un autre temps fort arrive à grands pas. Il s'agit des premières « Rencontres Design Graphique et Packaging » organisées à Angoulême le 24 mai prochain. Ce « congrès-exposition » a pour objet de présenter les innovations dans les domaines des techniques d'impression et de la chaîne graphique, ainsi que les outils au service de la création graphique et volume du packaging... Cet évènement se déroulera dans le cadre de la « Quinzaine du Design » qui propose au grand public, du 15 au 30 mai à Angoulême, un parcours d'expositions ainsi que de participer à divers débats autour du design. Cette année, les principales expositions présentées seront sur les thèmes suivants :

- « Arts graphiques et Emballages » au musée du papier.
 - « Kids et Packaging », tout l'univers du packaging pour les enfants, à l'IAE de la Charente.
 - « Design et Entreprises en Charente » à la CCI.
- Enfin le Conseil Général de la Charente présentera des articles chausants créés par des étudiants en design, en partenariat avec l'IFM.

L'autre projet d'actualité pour l'INDP, est la création de commissions composées de 6 à 8 personnes issues des métiers du packaging, à savoir, les fabricants, les designers, les marques, et les distributeurs. Deux commissions sont en cours de création :

- L'une sur l'éco design, qui aura pour objectif de mettre en place une formation destinée aux professionnels afin de mieux maîtriser cette problématique liée à l'emballage. Jacques Rossi, de l'agence Cartoon à Toulouse, déjà très impliqué sur le sujet, est responsable de cette commission.
- L'autre, sur la problématique complexe des comportements des consommateurs face au packaging. Notre objectif est d'améliorer et de mieux utiliser une étude simple et efficace, à savoir l'étude des « Pack d'Or ».

Nous comptons sur votre mobilisation pour travailler ensemble sur ces sujets.

Bien à vous,

Fabrice PELTIER
Président de l'INDP - Carrefour de créativité



⊙ Pour relancer la consommation de produits laitiers frais, stable voire en régression en 2006, Danone innove avec un produit à mi-chemin entre la cosmétique et l'alimentation : Essensis. Commercialisé en grande distribution, ce produit laitier, type yaourt, « nourrit la peau de l'intérieur » grâce à des ingrédients sélectionnés pour leurs bienfaits sur l'épiderme (bourrache, thé vert, vitamine E et « probiotiques » maison). Le packaging, rose bonbon et argent, est signé Landor, devrait attirer l'oeil en grande surface.

⊙ Sur le segment des spiritueux, la désaffection pour les produits traditionnels se confirme : place à la modernité sous toutes ses formes. La solution miroir de Sleever International permet de créer des effets métallisés. La série limitée de la bouteille Dita, boisson alcoolisée à base de lychee du groupe Pernod, dessinée en exclusivité par Nathalie Rykiel pour le très exigeant marché japonais, utilise cette nouvelle technologie. Cette réalisation a été saluée par les experts européens de la profession d'un Prestige Pro Hélio 2006.



⊙ Canderel se dote d'une nouvelle identité pour illustrer son nouveau positionnement « La vie est belle en Canderel » et exprimer les valeurs et l'état d'esprit de la marque. Le parti pris créatif est haut en couleur avec un rouge unique, riche en émotion pour la modernité, le plaisir, l'audace et la féminité. Le logo possède 4 éléments indissociables : sa forme, le rond pour la légèreté et la féminité, une typographie résolument moderne, le soleil, héritage de l'ancienne identité garde une place dans le logo et enfin le halo entourant l'identité comme une trace lumineuse apporte chaleur et vibration. Cette nouvelle identité créée par Team Creatif, s'applique à différents formats allant des comprimés, de la poudre et des sticks en France et

en Angleterre, puis progressivement dans le monde entier.

⊙ Isostar, marque phare sur le marché européen de la nutrition sportive, élargit son offre en lançant une boisson à valeur énergétique réduite. FITNESS Lime complète la gamme de boissons sportives en format PET et cible plus spécifiquement les femmes en pénétrant l'univers des salles de sport. Cartoon Design, agence conseil packaging, a conçu une identité graphique fidèle aux codes de la marque : le support métallisé et les filets traduisent technicité et efficacité. L'utilisation de tons acidulés et les jeux de transparence viennent renforcer le positionnement « Low in calories ».



⊙ L'entreprise La Brosse et Dupont (LBD) a souhaité investir le marché de l'hygiène intime avec une gamme de produits de qualité pharmaceutique commercialisée en grande distribution. P'référence a eu pour mission de proposer des noms de marques, d'en concevoir les logotypes, puis de créer de design graphique des packagings. Le nom et le logotype « Physelia Intimate » sont perçus par les femmes comme une nouvelle marque sérieuse spécialisée dans le respect de la physiologie féminine intime. Les packagings sont ressentis comme évocateurs de douceur de d'innocuité. Ainsi

les femmes se déclarent totalement rassurées par une telle offre distribuée en GMS.

Brèves

Pack Design 2007 Une édition réussie !

À Strate Collège Designers les Journées Portes Ouvertes 2007 viennent d'avoir lieu. Jean-Paul Cornillou, Responsable du département packaging, a voulu qu'un effort particulier soit fait pour mettre en valeur son cursus. En place depuis trois ans et demi, il aura fallu ce délai pour être en mesure de présenter des exemples significatifs de cet enseignement. La première promotion a passé son Diplôme en Juin 2006, c'est donc les trois années du cursus qui étaient illustrées, le rendant tangible et crédible aux yeux des nombreux visiteurs. Futurs étudiants de Strate pour la plupart, ils ont pu apprécier et mieux comprendre les débouchés potentiels. Cette année verra la deuxième promotion de Designer Packaging présenter ses diplômes, dont les projets seront exposés les 21, 22, et 23 Juin 2007.

Jusqu'à présent le choix d'ouvrages sur le design packaging était assez restreint en France, mais depuis quelques mois les parutions se multiplient. Voici quelques références récentes à consulter :

- «L'eau, source d'innovations» de Fabrice Peltier, collection ID Pack aux éditions Pyramyd
- «La boîte solution d'avenir» de Fabrice Peltier, Rachelle Lemoine et Eric Delon, collection ID Pack aux éditions Pyramyd
- «Packaging» de Jean-Jacques Urvoy et Sophie Sanchez aux éditions Eyrolles
- «Clés et codes du packaging - sémiotique appliquée» de Marina Cavassilas aux éditions Lavoisier
- «How to create soul packaging?» de Vincent Ferry et l'agence Team Creatif
- «Le packaging des produits de grande consommation» de Eric Singler aux éditions Dunod

Et quelques parutions plus anciennes dont les propos restent d'actualité :

- Packaging, mode d'emploi de Philippe Devismes aux éditions Dunod
- Une sociologie du packaging ou l'âne de Buridan face au marché de Franck Cochoy aux éditions PUF.

L'INDP partenaire de l'ouvrage «L'eau, source d'innovations» le vend directement et la plupart des livres présentés ci-dessus sont vendus sur le site internet www.eyrolles.com

Les Rencontres Design Graphique et Packaging vont réunir le 24 mai prochain à Angoulême, des professionnels des procédés et des supports d'impression, des spécialistes dans la création de volumes et graphismes de packaging... Sous forme de congrès-exposition, la manifestation propose un programme de conférence pendant la journée et une quinzaine de stands permettant de rencontrer les professionnels. Pour tous renseignements, contactez l'INDP au 05 45 36 30 25.

Le congrès Pack Design du 5 avril dernier a réuni plus de 120 personnes au centre de Congrès de la Tête d'Or à Lyon : agences de design packaging, fabricants d'emballages, donneurs d'ordres de l'agro-alimentaire, de la pharmacie ou d'autres biens de grande consommation, et distributeurs ont échangé dans une ambiance à la fois conviviale et studieuse autour du thème « Packaging, marketing et comportements consommateur ».

Après le mot de bienvenue de Fabrice PELTIER, président de l'INDP, c'est Marina CAVASSILAS, auteur du livre « Clés et codes du packaging - sémiotique appliquée » qui a décrit sa démarche scientifique d'analyse des packaging. Puis Eric SINGLER, du cabinet In Vivo a expliqué pourquoi le packaging était un élément de conviction dans le processus décisionnel des consoshoppers, et le premier média différenciant.

La fin de matinée proposait une table ronde sur le thème des tendances actuelles pour séduire le nouveau consommateur. Bertrand BARRE, dirigeant de l'agence Barré & Associés spécialisée dans le design produit d'articles de sport, dans le graphisme et la création packaging, qui avait reçu l'assemblée générale de l'INDP la veille, nous a donné des pistes pour permettre aux marques de se différencier en rayon. Eric PHELLIPEAU de l'agence Duetto nous a donné des exemples de packaging innovants dans le secteur de la santé. Ensuite Jacques JOUX, directeur marketing de Candia de 1987 à 2004 a retracé la diversification des contenants en nous décrivant l'histoire « du lait aux laits » et en mettant en avant la création de valeur grâce au design packaging. Gaël ALLAIN, de Mémoire de Marketing nous a décrit l'impact du design, des couleurs et de la forme des packaging sur la perception du consommateur. Et enfin la matinée s'est clôturée par la présentation de deux ouvrages récents sur le packaging : « Packaging » de Jean-Jacques URVOY et Sophie SANCHEZ, et « How to create soul packaging » de Vincent FERRY et l'agence Team Creatif. ...(Suite de l'article page3)

Agenda

Expositions

- > **Festival International de l'affiche et des arts graphiques** : Du 12 mai au 24 juin - Chaumont
- > **Designmai 2007** : Du 12 au 20 mai - International design festival - Berlin - www.designmai.de
- > **Quinzaine du design** : Du 15 au 30 mai - Angoulême - www.quinzainedudesign.net

Congrès, conférences, formations

- > **Congrès PDA** : 3 au 5 mai 07 - Ibiza - Espagne - www.pda-europe.com
- > **Design Graphique et Packaging** : 24 mai - Angoulême - Congrès salon organisé par l'INDP
- > **Packaging Submit Europe** : 26 et 27 juin - Amsterdam - www.pkgeurope.com

Salons

- > **Easyfairs Empack** : Salon professionnel de l'emballage et du conditionnement - 25 et 26 avril - Lyon - www.easyfairs.com
- > **Luxepack New York** : 23 et 24 mai - www.luxepacknewyork.com

Pack design 2007

Suite...

... (suite de la page 2)

Après une pause déjeuner conviviale, riche en échanges entre les congressistes, Alice SINOPOLI de Danone Research nous a expliqué le fonctionnement du home use blog développé avec le cabinet Repères pour Danone : une communauté de consommateurs qui testent un produit et son packaging et partagent leurs vécus sur un Blog. Sleeper International et Digital Packaging nous ont proposé de nombreuses possibilités de différenciation et de personnalisation de bouteilles grâce au sleeve en faisant appel aux 5 sens.

La journée s'est achevée par des échanges sur l'éco design avec la participation de Marie Marguerite GABILLARD du Centre de Design Rhône Alpes qui travaille sur cette thématique depuis plusieurs années, et de fabricants d'emballages tels que CGL Pack, EFC solutions packaging, Cascades, et d'un distributeur : Casino. La tribune a été utilisée par Jacques ROSSI de l'agence Cartoon pour annoncer que l'INDP va créer une commission eco design afin de répondre aux attentes de tous les acteurs.

Pack design vous donne rendez vous pour sa 5^{ème} édition le jeudi 3 avril 2008 à Bordeaux sur le thème « Marques et packaging ».

Commission ecodesign

Il s'agit d'un groupe de travail chargé d'élaborer une formation dédiée à l'Eco-design associé à l'emballage. Cette formation s'adressera aux professionnels du secteur c'est à dire à nous tous : designers, responsables packaging, chefs de produits, chefs de projets, elle doit nous permettre d'apporter à nos clients un conseil d'expert sur l'impact environnemental des emballages de leurs produits. Concrètement, il s'agit d'ajouter un nouveau domaine d'expertise à ceux que nous possédons déjà le conseil marketing, la création et la production. Les enjeux sont considérables pour nos professions. Face à la prise de conscience collective de l'impact de la consommation sur la pollution, nous professionnels de l'emballage, impliqués à hauteur de 15% dans ce phénomène, devons plus que jamais l'anticiper et tout mettre en oeuvre pour conseiller nos partenaires et clients. Il en va de notre crédibilité et de notre pérennité. La commission eco design recrute 6 à 8 membres, elle se réunira 4 fois avant la fin 2007. Pour toutes suggestions, vous pouvez utiliser l'email ecodesign@indp.net.

L'écho de la presse

Design, Packaging, Consommation

En partenariat avec le site www.packaging-france.com, nous vous proposons quelques éléments marquants en rapport avec le design packaging vus dans la presse ces dernières semaines.

Danone réduit le coût du yaourt... en l'ensachant

«On est les seuls à être restés [en Argentine] après la crise de 1998. Evidemment, il a fallu s'adapter. Si on avait gardé nos yaourts au même prix, on n'en aurait plus vendu un seul. On a alors imaginé de les présenter non pas en pots mais dans des sachets de plastique, ce qui nous a permis de réduire le prix» explique Franck Riboud, le PDG de Danone en commentant la stratégie du groupe pour conquérir le marché mondial des pauvres. Et de préciser, à propos de cette expérience packaging «cost killer» en Argentine : «On détient désormais 75% du marché. Et on va dupliquer cette innovation en Algérie, en Egypte...».

nouvelobs.com - 11 avril 2007

L'écoconception progresse en Europe

L'écoconception progresse en Europe, passant de moins de 50 millions d'euros de chiffre d'affaires sur les produits bénéficiant de l'écolabel européen en 2000, à plus de 800 millions en 2005. Cet écolabel européen est d'ailleurs aujourd'hui le principal aiguillon pour l'écoconception, qui touche tous les secteurs d'activité, et permet de concilier économies et avantages en termes d'image. Secteur transversal s'il en est, l'emballage est directement concerné par la démarche (un industriel ayant investi pour écoconcevoir un produit demande en général l'extension de la logique à son emballage) et multiplie les initiatives. A l'image du paquet de sel régénérant pour lave-vaisselle, revisité par le distributeur Carrefour : un gain de 70 grammes d'emballage par unité de vente consommateur a permis l'économie de l'équivalent de 25.000km de fret entre le cartonnier et le site de conditionnement. La retombée économique directe s'est accompagnée de sa retombée d'image indirecte : l'emballage a reçu un Oscar de l'emballage 2002 (événement médiatisé permettant de présenter Carrefour au grand public comme une enseigne soucieuse de l'environnement).

La Tribune - 3 avril 2007

Foison de labels sur les informations nutritionnelles

La mise en place en France d'un référentiel commun à un groupe de plusieurs grands noms de l'agroalimentaire [1] pour l'affichage des informations nutritionnelles avait été précédée de plusieurs initiatives isolées. Ainsi Unilever, qui participe au groupe précité, avait auparavant développé un label maison, «Choix et Nutrition» («Healthier Choice»), et segmenté ses produits en 3 catégories : la première concerne les aliments conformes aux recommandations de l'OMS sur les apports nutritionnels, la seconde ceux des recommandations de l'autorité sanitaire du pays dans lequel ils sont vendus, et la troisième tous les autres, comme les glaces par exemple, à la fois grasses et sucrées. Seuls les produits des catégories 1 et 2 se voient dotés du label maison. Le distributeur Casino de son côté a développé pour les produits sous sa marque un «curseur» mis au point par deux médecins, qui classe les produits sur une échelle, en trois catégories également : «Plaisir nutrition», «Plaisir classique» et «Plaisir gourmand». Auchan pour sa part affiche les informations nutritionnelles par 100 grammes et par portion. Toutes ces initiatives visent à anticiper sur la rénovation de la législation européenne sur les allégations nutritionnelles, prévue par Bruxelles pour le début de 2008.

[1] En plus des 8 noms cités hier, La Tribune du jour signale la présence au sein de cette initiative commune d'Orangina-Scwheppes et de Campbell. D'autres noms pourraient à l'avenir se joindre au groupe actuel.

La Tribune - 30 mars 2007