

Actualités

Edito par Fabrice Peltier

Avant toute chose, permettez-moi de vous adresser mes meilleurs vœux pour 2008. Que la créativité et le succès soient au rendez-vous tout au long de cette nouvelle année, durant laquelle l'INDP vous proposera encore de nombreux rendez-vous.

Pour sa 5^{ème} année d'activité, notre premier temps fort sera le congrès **PACK DESIGN** qui se déroulera le 3 avril au hangar Cap Sciences à Bordeaux. Cette journée, dont la thématique générale est « la Marque et son Packaging », s'articulera autour de trois grands thèmes :

- Innovation packaging de rupture ou amélioration dans la continuité ?
- Innover pour lutter contre la contrefaçon.
- L'éco-responsabilité de la marque, une démarche innovante.

Le mois de mai sera quant à lui marqué par la **QUINZAINE DU DESIGN** organisée en Charente à l'attention du grand public. Deux expositions seront proposées : « Design & Verre » au Musée de Cognac et « Design & Papier Carton » au Musée du Papier d'Angoulême.

Une nouveauté pour cette année, l'INDP organise les 1^{er} et 2 octobre le salon **FUTUR GRAPHIC**, exclusivement réservé aux professionnels. Celui-ci aura lieu à Angoulême, au cœur de la « Graphic Vallée ». Ce sera le premier rendez-vous de rencontres et d'échanges autour de problématiques spécifiques aux métiers de la communication, du design graphique et de la conception packaging.

L'INDP sera ensuite présent à **EMBALLAGE 2008** du 17 au 21 novembre au travers d'une exposition sur le thème « Art & Packaging » et en tant qu'organisateur de deux tables rondes dans le cadre de **PACK VISION**.

Enfin, 2008 sera une « éco-année » avec le lancement de la formation **Ecodesign**. Issu du travail de la commission mise en place en 2007, ce cycle de formation propose 4 modules de 3 heures sur 2 jours, traitant de la réglementation, du marketing environnemental, des agro-matériaux et de l'aspect logistique ; le tout illustré par des analyses de cycle de vie. La première session aura lieu les 19 et 20 mars à l'IAE d'Angoulême.

Bonne année créative à toutes et à tous!
Mais aussi éco-vertueuse pour notre environnement...

Bien à vous,

Fabrice PELTIER
Président de l'INDP - Carrefour de créativité



© Dix ans de collaboration entre **Carte Noire** et **Dragon Rouge** couronnés avec ce coffret en édition limitée lancé pour les fêtes de fin d'année. Cette boîte métal au design élégant et mystérieux s'inspire des codes du luxe et du glamour, dans le respect de l'univers de communication de la marque, très émotionnel et sensoriel. Dans un autre registre, l'agence a travaillé sur l'identité packaging de la marque de produits de soins pour bébés, **Prim'age** des **Laboratoires Vendôme**. Après avoir travaillé sur la gamme **Bed Time**, c'est aujourd'hui l'ensemble des produits peaux sensibles qui est concerné, avec la création d'un logotype plus moderne et une mascotte sous forme de mouton retravaillée.

© Fort de 40 ans d'expérience en agriculture biologique, Le **Moulin du Pivert** élargit sa gamme **Piwi bio** en lançant deux biscuits, petit beurre sur tablette de chocolat certifié AB et Max Havelaar. L'agence **Cartoon Design** repositionne ce nouveau segment en créant une marque spécifique: P'tiwi Bio avec une identité graphique construite autour d'une mascotte pour créer un lien affectif avec la cible enfants et avoir un bloc marque impactant et dynamique.



© **Saint-Gobain Emballage** complète son offre de bouteilles spiritueux haut de gamme avec quatre nouvelles références: «Kobea» au design structuré et inspiré de la haute couture, «Moonea» tout en rondeur inspiré des tendances cocooning, «Arkalia» aux lignes plus marquées avec son épaule en arche et «Cithea» aux lignes longues et épurées. A cette occasion, le verrier propose de les découvrir sur le site www.designbysge.com au travers d'un jeu de customisation avec de nombreux décors.

© La vodka premium Polonaise **Wyborowa** (Ricard) a lancé pour les fêtes une nouvelle édition série limitée. La mise en avant de la lettre «W» rouge sur un fond bleu métal fait référence à la marque mais aussi à la traduction polonaise wodka. La bouteille est entièrement enveloppée dans un manchon développé par **Sleever** combiné pour la première fois à un système **Seelcap** fixé par un système adhésif sur mesure. L'obtention d'une teinte bleue homogène fut une opération complexe pour éviter toute concentration au niveau du col et de l'épaule de la bouteille à la forme très particulière.



© **Pulp Beauty** signe la création de l'identité packaging de **Differently** de **Lancaster**. L'agence s'est inspiré d'un scénario «Cocoon» et d'une féminité mature, représentés par une double parenthèse enlaçant la marque. Le rose métallisé plein de sensualité, couleur inédite au sein de l'offre anti-âge, tranche avec les codes habituels or ou argent.

Brèves

> La 52ème cérémonie des Oscars de l'Emballage s'est déroulée fin novembre à la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris. Sur 100 dossiers présentés, 38 ont été nominés pour ne retenir que 14 lauréats. On peut noter le Coup de Coeur 2007 attribué à la «Cloche Saveur» de Président (Lactalis), innovation packaging à laquelle Sleever a par ailleurs contribué avec la technologie Sleevercap®. Tout aussi pratique pour l'utilisation et la conservation du produit, le Doypack® de Tereos pour Beghin Say a été récompensé dans la catégorie consommation/alimentaire. A souligner également, le bouchon Bericap SuperShorty qui obtient 2 Oscars, dans les catégories Production et Environnement. Ce bouchon a la particularité d'être allégé, permettant une économie de 2,20€ à 2,80€ pour 1000.

> L'AFPA de Vénissieux (69) ouvre en février 2008 une nouvelle formation de «Concepteur Maquettiste en Conditionnement». Suite à une étude menée auprès d'entreprises françaises du packaging, de forts besoins en recrutement de personnel qualifié dans les industries graphiques ont été repérés. Cette formation qualifiante de niveau III est d'une durée de 6 mois et est accessible en contrat de professionnalisation.

> Le sommet du luxe a été atteint dans le domaine des spiritueux : Hennessy (LVMH) explose tous les records avec un coffret luxe fabriqué à 100 exemplaires et vendu 160.000 Euros pièce. Intitulé «Beauté du Siècle», ce coffret est l'oeuvre de l'artiste Jean-Michel Othoniel qui a utilisé les matériaux les plus nobles. Cristal de Baccarat, perles en verre de Murano, dentelle d'aluminium poli, feuilles d'or, résine de bronze constituent l'écrin d'un Cognac d'exception.

> La fin d'année 2007 a été l'occasion d'apprécier de nombreuses créations d'éditions limitées par des couturiers, en particulier dans les spiritueux et Champagnes. Karl Lagerfeld a créé pour Dom Pérignon Rosé une «Guitar Case» contenant 6 bouteilles de différents millésimes et trois flûtes. L'édition 2007 de Suze a été confiée à Gaspard Yurkievich qui a habillé la bouteille d'un zip et de plumetis or. Chantal Thomas a revisité Gloss de Pernod Ricard avec une dentelle noire et un laçage de corset sérigraphiés.

Sites à visiter

www.e-sushi.fr :

Le Blog qui parle de graphisme, de packaging, de design-objet, d'artistes et plein d'autres choses !

Compte rendu VS PACK 2007 Conférences organisées par l'INDP

La quatrième édition de VS PACK, le salon de l'innovation packaging et technologique des vins et spiritueux, s'est déroulée à Cognac les 4, 5 et 6 décembre dernier. Dans ce cadre, l'INDP a élaboré un programme de conférences sur un espace dédié.

Quatre thématiques ont été abordées parmi lesquelles les grandes tendances des différents marchés des vins et spiritueux ou encore le packaging événementiel et la série limitée. Celles-ci étaient construites autour des témoignages de professionnels de différents secteurs : verriers, cartonniers, imprimeurs, designers, analystes marketing, producteurs de vins et spiritueux et interprofession viticole. Les regards croisés des intervenants ont permis d'apporter une analyse pertinente de ces deux marchés totalement différents et pourtant tellement liés.

Mises en place pour la première fois dans ce cadre, ces conférences ont apporté une véritable plus-value au salon, attirant un nouveau type de visitorat aux attentes différentes. L'accent sera donc mis sur cet espace en 2009, avec une capacité d'accueil élargie et le développement des thèmes de conférences.

Synthèse des interventions sur demande à info@indp.net

Agenda

Expositions

> **DéSIGNe-moi une race à viande** : du 7 au 24 février à La Grande Epicerie de Paris (7°) - «Quand le design culinaire regarde sous la robe des vaches...» www.apci.asso.fr

> **Quinzaine du Design** : du 15 au 30 mai à Angoulême et Cognac (16) www.indp.net

Congrès, conférences, formations

> **Packinnove Machine** : les 13 et 14 février 2008 à l'Espace Argence de Troyes (10) www.packinnove.com

> **Vinipack** : 13 mars à La Maison des Bordeaux et Bordeaux Supérieurs de Beychac et Caillau (33) www.vinipack.fr

> **Pack Design** : 3 avril à Cap Sciences - Bordeaux www.indp.net

> **Conférence de recherche du Design Management Institute** : «Design Thinking. New challenges for designers, managers and organization.» 14 et 15 avril à l'ESSEC Paris www.dmi.org

> **Conférence professionnelle du Design Management Institute** : «Design : the linking force.» du 16 au 18 avril au Hilton Paris www.dmi.org

> Salons

> **Verpackung Nord** : les 29 et 30 janvier au Congress Center de Hambourg www.easyfairs.com

> **14th International Exhibition of Pack & Print Machineries** : du 29 janvier au 1er février 2008 à Téhéran - République Islamique d'Iran www.iranfair.com

> **Packaging Innovations Barcelona** : les 20 et 21 février au Palau de Congressos de Catalunya, Barcelone www.easyfairs.com

> **Empack Nord** : les 19 et 20 mars au Grand Palais de Lille www.easyfairs.com

> **Interpack** : du 24 au 30 avril au Parc des Expositions de Düsseldorf www.interpack.com

FREEPACK 2007

Palmarès du concours

Toujours dans le cadre du salon VS PACK, l'INDP a organisé le concours FREEPACK ouvert aux étudiants des écoles de design, emballage, arts graphiques et beaux arts avec pour objectif la promotion de ces formations en valorisant et récompensant le travail des futurs designers. Le concours a fait l'objet d'une exposition regroupant les 36 projets de 7 écoles différentes :

- ECV Aquitaine – Ecole de Communication Visuelle de Bordeaux
- Ecole de Design de Nantes
- Ecole Supérieure des Arts Décoratifs de Strasbourg
- Formapack Morlaix
- ICOM Lyon 2 – Institut de la Communication
- IUT de Reims
- Lycée Louis Delage de Cognac

Ceux-ci ont été présentés aux professionnels, exposants et visiteurs du salon VS PACK à qui il était demandé d'exprimer leur choix par bulletin de vote.

Les prix ont été remis par Jacques ROSSI, Vice Président de l'INDP en clôture du salon.

1er Prix : « Mis en Canette » (photo) par Kevin Goupil, étudiant en dernière année à l'Ecole Supérieure des Arts Décoratifs de Strasbourg qui gagne la somme de 1500€.



2ème Prix : « Coffret Toi & Moi » par Florimond Malnou et Fabien Gerardin, étudiants en License Professionnelle Conception et Design de l'Emballage à l'IUT de Reims qui se partagent la somme de 750€.

3ème Prix : « Cub'A Vodka » par Estèle Kech et Thomas Dupont, étudiants en License Professionnelle Conception et Design de l'Emballage à l'IUT de Reims qui se partagent la somme de 200€.

Nous vous rappelons que l'INDP est partenaire du concours «Tous en Boîte» (cf. flash n°20) et que nous sommes à 40 jours de la date limite de dépôt des projets. Les dossiers admissibles feront l'objet d'une exposition dans le cadre de la QUINZAINE DU DESIGN organisée par l'INDP. Plus d'infos sur www.tousenboite.org

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.

Les Grands Vins de Bordeaux se dépoussièrent

Les grands vins de Bordeaux ont pris conscience de la nécessité de donner un coup de pied dans le fourmillière de leurs approches marketing vieillottes. Les techniques de commercialisation et d'emballage évoluent donc désormais. On peut citer le cas de grands crus conditionnés en boîtes-boissons 25cl, ou déclinant des personnages de BD sur leurs étiquettes. De son côté, Jean Guyon, ancien décorateur de luxe désormais propriétaire d'un grand cru bourgeois du Médoc, commercialise des vins conditionnés en cubitainers designés par la maison de couture Escada. Le château de la Vieille Chapelle (Bordeaux supérieur) propose lui des bouteilles sérigraphiées.

Tiré du Monde du 10 janvier 2008 par Packaging France

Le grand retour décomplexé du sucre

Finis les temps où le sucre était synonyme de régime déséquilibré ou de kilos en trop. Le sucre revient, et sous toutes ses formes. Qu'il soit en morceaux, à l'aspect brut, roux, blanc, exotique, équitable, en pépites, candi, aromatisé, parfumé, sculpté, teinté, etc., le sucre fait son come-back. Côté packaging, les designers font exploser les codes habituels tant au niveau des formes que des couleurs. Le sucre en poudre conditionné en sachets sticks, si apprécié lors de son lancement, ne fait plus le poids face à la créativité tous azimuts. L'entreprise Zucchero, qui vient de pénétrer le marché français, propose des sucres en 13 couleurs, dans de petits berlingots transparents ou en tubes de peinture ! «Pour susciter l'envie, il faut bien apporter une note ludique à cet aliment de base. Et l'emballage joue forcément un rôle. D'une certaine façon, il nous reconditionne à craquer pour le sucre» explique un porte-parole de la marque. Et le sucre commence à mixer les codes en investissant, par exemple, des bijoux...

Tiré du Figaro du 7 janvier 2008 par Packaging France

Un livre pour bien gérer la couleur en packaging

Le livre «Color Management for Packaging» de John Drew et Sarah Meyer est paru chez Rotovision. En langue anglaise, il constitue une véritable bible pour tous les designers packaging soucieux de gérer le plus finement possible les enjeux des couleurs. Ce manuel aborde en effet toutes les questions utiles, comme les notions de signification des couleurs, d'impact, de lisibilité, des réactions émotionnelles qu'elles suscitent, des publics spécifiques qu'elles ciblent le mieux, de leurs exigences respectives en matière de pré-press, de techniques d'impression dans des contraintes budgétaires données, etc.

Tiré de designtaxi.com le 13 décembre 2007 par Packaging-France

Baccarat se recentre et s'ouvre à des créateurs extérieurs

Après en avoir longtemps été empêché par les actionnaires historiques, le fonds américain Starwood, désormais aux commandes de Baccarat, concrétise le plan de relance qu'il a concocté pour le cristallier basé dans la ville du même nom (Meurthe-et-Moselle). Chafik Gasmi a été nommé directeur artistique (poste qui n'existait pas jusqu'ici) pour assurer l'unité artistique de la marque et coordonner des collaborations avec des créateurs extérieurs à la maison. Par ailleurs, le plan qui vise le quasi-doublement du chiffre d'affaires (138 millions d'euros en 2006) en 5 ans, prévoit un recentrage (notamment sur la joaillerie), la création de nouvelles boutiques, le développement de la marque sur d'autres métiers (hôtellerie...) et la réduction du nombre de références en catalogue (aujourd'hui au nombre de 35.000).

Tiré de La Tribune du 8 novembre 2007 par Packaging-France