

Actualités

Edito par Fabrice Peltier

Le comité d'orientation stratégique regroupant les différents financeurs de l'INDP s'est réuni le 6 juillet dernier. Après avoir présenté notre bilan sur le programme d'actions en cours, nous avons proposé les nouveaux projets jusqu'à l'horizon 2006.

Les actions concernant la promotion et la diffusion des pratiques du Design packaging, la veille et les études, l'animation du réseau des membres de l'INDP, la formation, sont toutes lancées. Des thématiques fortes comme l'Eco design et le packaging, la communication sensorielle ont séduit nos partenaires qui nous renouvellent toute leur confiance. Les partenariats nationaux avec d'autres organismes du design se renforcent...

Nous vous proposons par exemple de participer à « l'observateur du design » organisé par l'APCI. L'objectif de cette manifestation est de repérer et promouvoir les réalisations marquantes de notre quotidien et d'encourager la collaboration entre les entreprises industrielles et les designers ; y compris les packaging qui seront désormais mieux représentés ! Les réalisations sélectionnées seront exposées pendant 3 mois à la Cité des Sciences et de l'Industrie de Paris, puis à l'étranger. Nous offrons cette participation à tous les adhérents qui le souhaitent.

Que vous soyez designers, fabricants d'emballage, industriels de l'alimentaire, des parfums cosmétiques, du loisir... N'hésitez pas à nous rejoindre pour profiter de tous nos services (annuaire, centre de référencement, colloques, expo, formation, rencontres...)

La reprise économique semble enfin poindre. Le dernier baromètre annuel de *Design Fax* montre que les directeurs d'agences de design retrouvent le moral et affichent des notes d'optimisme. Alors, c'est l'esprit serein que nous partons en vacances. À tous, je donne rendez-vous à la rentrée pour profiter de ces tendances encourageantes.

Bien à vous,

Fabrice PELTIER

Président de l'INDP - Carrefour de créativité

sites à visiter :

www.isd-up.com : Le site de l'association ISD-up qui a pour but de promouvoir le design en général et les étudiants de l'ISD de Valenciennes en particulier.

www.materio.com : Centre d'information sur les matériaux et semi-produits innovants

www.france-emballage.org : Le réseau des réseaux de l'emballage en France

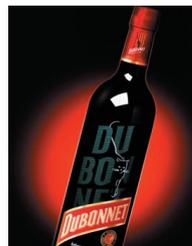


P'référence crée la ligne **Mennen Sport**. Depuis 40 ans, Mennen propose des produits cosmétiques pour les hommes. Face à ses concurrents, la marque leader innove et lance une gamme de gels douches, déodorants, gels de massage et soins hydratants adaptés aux besoins d'un homme moderne et actif. Pour les gels douches, l'agence a développé une forme adaptée à la main de l'homme, le flacon s'ouvre d'une main et d'un simple coup de pouce. Les couleurs dynamiques facilitent le repérage des packaging en rayon, et pour plus de praticité pendant le transport, ils sont munis d'un système d'ouverture sécurisé. La gamme Mennen sport est commercialisée en GMS depuis juin 2004.

La société **Spanghero** renouvelle sa confiance à **Cartoon** et lui demande de concevoir sa nouvelle identité de marque et de packagings. En acceptant la recommandation de l'agence : capitaliser sur « Maison depuis 1970 », Spanghero se repositionne sur un territoire qui répond à une double problématique. D'une part être une marque de tradition gastronomique du Sud-Ouest, caution du savoir faire le « Cassoulet de Castelnaudary », produit leader de leurs gammes apéritives. D'autre part être une marque de tradition bouchère innovante garantissant la qualité totale de leurs viandes élaborées vendues au LS. Les premiers résultats, augmentation de visibilité et reconnaissance en linéaires, confirment les tests réalisés en amont auprès des consommateurs."



Dragon Rouge fait revivre une marque mythique d'apéritif de tradition française : **Dubonnet**. Créé en 1846, Dubonnet est un apéritif à base de vin, d'épices et de plantes aromatiques. Inscrite dans



le patrimoine culturel français, la marque Dubonnet connaît son heure de gloire dans les années 50, notamment lorsque le célèbre affichiste **Cassandre** invente le slogan « Dubo-Dubon-Dubonnet ». S'appuyant sur le nouvel essor de la consommation de vins à l'apéritif mais aussi sur le prestige international de l'image d'un certain art de vivre à la française, le groupe Pernod Ricard, propriétaire de la marque, a décidé de relancer Dubonnet. Dragon Rouge a ainsi recréé une bouteille intemporelle en mettant en scène les signes identitaires forts de la marque : code couleur rouge, typographie « à patins » ; l'agence a surtout renoué avec la vision d'avant-garde de son créateur en capitalisant sur l'icône fétiche de Dubonnet : le chat. Pour ancrer la marque dans un registre historique et revendiquer son origine vinique, un sceau met en avant la date de création de la recette : 1846, ainsi que le symbole d'une grappe de raisin.

Vittel relance le marché français des eaux plates en grands formats avec sa nouvelle bouteille 2L. Dessinée et fabriquée par **SIDEL**, cette bouteille, en plus de son look sportif, offre une ergonomie et une simplicité d'utilisation grâce à une préhension intégrée sur le corps de la bouteille. Solide et facile d'utilisation pour toute la famille !



La gamme **Protical** renforce son offre avec les « Duo Presto ». Spécialiste des produits de régime, Protical développe avec ces 4 nouvelles références le concept du repas nomade. **Duetto Santé**, partenaire de la marque depuis 10 ans, a conçu le logotype et les packagings. Plaisir saveur et nutrition, l'univers graphique de la grande consommation au service de la pharmacie.

Version couleur consultable sur www.indp.net

Le cyber commerce et les 5 sens

Alors que l'on prévoit le développement des cyber magasins (cf design fax n°441), avec des profusions d'images high-tech sur des murs d'écrans, des ventes catalogue sur des ambiances de films, comment allons nous satisfaire nos besoins sociaux d'échange et de partage ?

Où réside la séduction sur le lieu de vente si nous pouvons accéder aux images des produits sur nos écrans ?

Comment éviter la solitude, l'ennui et les émotions stéréotypées d'achats ?

Bien évidemment la différenciation des produits, clé du succès, s'appuiera toujours sur le design graphique et le design volume du packaging qui sera perçu par le cyber consommateur, mais le merchandising devra aussi proposer des espaces plus humains pour certains marchés.

Comment donner envie autrement au consommateur ? En s'appuyant sur les autres sens ! En effet, plus qu'un habillage, le packaging est la peau du produit.

Ainsi, aux cotés des cyber produits, d'autres produits mériteront une attention particulière pour leur peau, en utilisant les recherches sur les matières, les textures, les parfums et odeurs.

Le « packaging-peau », tissu identitaire, de recouvrement et de protection, devra provoquer le plaisir du contact avec le produit. Les caresses, les senteurs... pourront provoquer des émotions libidinales et marquer notre expérience de consommation par l'histoire des produits, effet de vieillissement par le satinage, par exemple, évocation de contraintes physiques, apporter des sensations sur les lieux de vente, qui seront la base de la différenciation pour déclencher l'acte d'achat.

Tous ces champs d'innovation sont divers et infinis, mais semblent encore peu utilisés dans le packaging. Ce sera un des thèmes de notre prochain colloque Pack Design le « packaging au service du merchandising ». Des démarches d'éco-design seront aussi présentée lors de tables rondes de clôture.

Nouveaux adhérents

Bienvenue à Décathlon parmi nos adhérents.

L'observateur du design...et du packaging

Les observateurs ont pour objectif de montrer aux entreprises de tous les secteurs que le design est aujourd'hui un facteur de différenciation incontournable dans la compétition internationale, de sensibiliser le grand public au design, et également d'assurer la promotion de la création industrielle française, en France et à l'étranger.

Un jury indépendant de professionnels et d'experts décerne parmi la sélection, des « étoiles » aux produits les plus remarquables, répondant de façon exemplaire à des critères d'amélioration du confort de l'utilisateur, de facilité d'usage, de sécurité, d'ergonomie, d'abaissement des coûts, d'une démarche d'éco-design... La Cité des sciences et de l'industrie accueille depuis quatre ans les sélections de l'Observateur dans le cadre d'une exposition grand public qui a reçu 115 000 personnes en 2004. Un catalogue des observateurs est par ailleurs édité et les réalisations sont consultables sur internet. Enfin une sélection des observateurs est présentée lors de salons professionnels ou d'expositions à l'étranger. Pour la plupart, ces expositions sont accompagnées de séminaires, de conférences ou de délégations de designers français.

Pour que le packaging soit bien représenté cette année parmi les différents domaines d'intervention du design, nous vous invitons à présenter vos dossiers à l'APCI sur le site www.apci.asso.fr avant le 13 août 2004. Vous trouverez le règlement complet et votre fiche d'inscription aux observateurs sur ce site. L'INDP offre les frais de dossier à ses adhérents jusqu'à 200 euros.

Brèves

□ L'INDP lance les Packs d'Or lait : cette étude quantitative et qualitative vise à démontrer la réussite d'un produit grâce à son packaging. La participation est gratuite et les participants ont la possibilité d'acheter ensuite l'étude complète. Vous pouvez télécharger une fiche d'inscription pour vous inscrire aux Packs d'Or Lait sur le site www.indp.net

□ Vous pouvez désormais tester la galerie packaging sur le site internet de l'INDP à l'adresse www.indp.net. Le version complète avec moteur de recherche par marchés, type d'emballage, tendance, cible... est disponible sur abonnement. Nous enrichissons progressivement cette base avec des packaging des marchés alimentaires, parfums, cosmétiques, produits d'entretien, loisirs... Nous essayons pour chaque création de citer la marque, le designer et le fabricant d'emballage, alors n'hésitez pas à nous faire part de vos lancements, de vos créations...

□ L'INDP est partenaire d'un workshop sur la couleur qui sera organisé par Merck à Paris le 9 décembre prochain. Nous vous informerons des modalités d'inscription dans notre prochain flash indp.

Agenda

Expositions

> **Biennale du design** : Du 6 au 14 novembre 2004 - Saint Etienne

Congrès, conférences, formations

> **29eme Congrès PDA** : 21-22 octobre 2004- Paris

Salons

> **Apple expo** : 31 août au 4 juin 2004- Paris

> **Cosmeeting** : 22 au 24 septembre 2004- Paris Villepinte

> **SIAL** : 17 au 21 octobre 2004- Paris

> **Emballage 2004** : 22 au 26 novembre 2004- Paris Villepinte