

Actualités

Edito par Fabrice Peltier

Ce deuxième trimestre 2008 fut riche en événements pour l'INDP : avec le congrès annuel de l'INDP PACK DESIGN en avril, suivi par la QUINZAINE DU DESIGN en mai, la visite du salon PACK & GIFT, le partenariat avec les RENCONTRES INNOVATION DESIGN de Nantes et le stage « L'écodesign d'un packaging » en juin. De plus, durant cette période chargée, nous avons aussi dévoilé la dernière étude « PACK D'OR » consacrée aux boissons.

Dès la rentrée, les projets ne se feront pas attendre, puisque nous vous proposerons un nouveau rendez-vous : le « FIP », Forum de l'Innovation Packaging qui se déroulera le jeudi 25 septembre à Paris, dans un nouveau lieu de prestige exclusivement dédié au design packaging, sur le thème « Durable & Désirable ». Il s'agira d'une demi-journée de conférence, de 14h00 à 19h00, organisée en partenariat avec le Cercle Design et Marque.

Puis, une autre nouveauté les 1er et 2 octobre à Angoulême : FUTURGRAPHIC, 1^{er} salon organisé par l'INDP. L'objectif de cette manifestation est de créer un carrefour de rencontres et d'échanges autour des problématiques technologiques spécifiques aux métiers de la communication, du design graphique et de la conception packaging, du web et certaines formes de multimédia. Des stands équipés de 6m² sont commercialisés sur ce salon qui se déroulera au cœur d'un pôle d'activité de design, d'édition, d'imprimerie et d'industrie graphique représentant le secteur majeur de l'agglomération angoumoisine et dégageant 300 millions d'euros de chiffre d'affaires sur l'ensemble du département. Angoulême bénéficie en outre du pôle image, second centre de production français d'images animées et lieu unique regroupant auteurs, entreprises et centres de formation.

L'appui de nos partenaires financiers au niveau local, départemental, régional et national nous est renouvelé. Nous profitons de nos colonnes pour les remercier vivement de leur soutien et encore affirmer notre volonté de stratégie collective de promotion et de reconnaissance des activités de design ; tel que cela a pu être le cas lors de la QUINZAINE DU DESIGN, au sujet de laquelle je vous invite à lire l'article en page 2 de ce flash.

Sur cette note encourageante, je vous souhaite un très bon été ensoleillé et toujours plus créatif !

Bien à vous,

Fabrice PELTIER
Président de l'INDP - Carrefour de créativité



© Kitekat & TEAM CREATIF revisitent la vie des chats et proposent une création intégrant différentes attitudes de l'animal basé sur le jeu et la chasse, activités qui caractérisent le comportement naturel et spontané des félins. Kitekat s'adresse à des possesseurs de chats matures et décontractés, qui recherchent une alimentation équilibrée pour leur animal de compagnie. Une marque milieu de gamme qui se veut simple, légèrement décalée, caractérisée par un ton léger et jeune.

© L'agence PULP signe la création de l'identité packaging de la première gamme équitable de Leclerc Entraide en composant un univers graphique gourmand qui invite au voyage tout en portant les valeurs de la marque Repère. Les codes clés du commerce équitable sont exprimés en mettant l'accent sur la diversité des identités et les individualités des peuples, en valorisant le geste du producteur et le fruit de son travail.



© La marque Lorina, célèbre pour sa limonade traditionnelle conditionnée en bouteille verre à bouchon mécanique, a confié à l'agence P'REFERENCE la conception de son logo-type de marque encore inexistant depuis sa création en 1895. Celui-ci reprend les attributs de forme et de couleur véhiculés par le packaging historique : désormais, la marque est inscrite en blanc sur un fond bleu dans une forme qui rappelle celle de l'étiquette de la limonade artisanale. Cette nouvelle identité peut donc être déclinée sur les nouvelles recettes et les nouveaux conditionnements plus contemporains, comme la gamme « Double Zest ».

© Nutrition & Santé, numéro 1 de la diététique en GMS, renouvelle sa confiance à CARTOON DESIGN. Depuis plus de 30 ans, Isostar accompagne les élites sportives avec des produits adaptés à leurs besoins nutritionnels. La marque souhaite toucher une cible plus large et plus jeune en complétant aujourd'hui son offre experte, avec des barres énergétiques signées « Pulse », dont les identités marque et packaging ont été créées par l'agence toulousaine.



© L'identité de la dernière innovation produit de Tropicana vient d'être créée par DRAGON ROUGE. Tropicana Smoothies, trois parfums disponibles en Tetrapak de 75cl et en petites bouteilles de 25cl, évoque l'onctuosité et la gourmandise avec des visuels traduisant l'appétence des fruits et la présence du blender permettant la compréhension immédiate du concept produit. Il a donc fallu pour l'agence différencier, expliciter et valoriser le concept par rapport aux jus classiques.

Brèves

> L'INDP compte 5 nouveaux adhérents depuis le début de l'année, parmi lesquels GLASS MODEL, spécialisé dans la réalisation de maquettes ou prototypes, décorations et autres objets en verre creux. La société basée à Diemoz en Isère, propose du sur mesure et travaille en petites et moyennes séries. www.glass-model.fr



> Le magazine STRATEGIES organise la 22ème édition du Grand Prix Stratégies du Design. Les résultats seront dévoilés le mercredi 1er octobre 2008, lors d'une remise de Prix réunissant toute la profession (bureaux de design, agences de communication interactive et de création de nom de marque, directions marketing et communication en entreprise).

> PIDA 2008: le Packaging Impact Design Award s'est déroulé le 19 juin dernier à l'IUT de Reims. Outre l'exposition des travaux des élèves et la présentation des lauréats de l'année, la Journée PIDA fut riche en conférences, avec notamment une intervention de Lars Wallentin sur le thème « Rien n'est statique... Tout bouge! Il faut constamment améliorer le packaging ». Egalement, des débats au cours desquels les participants étaient invités à faire connaître leurs points de vue.

> Retour d'Interpack: du 24 au 30 avril dernier, se déroulait à Düsseldorf en Allemagne, le salon Interpack que Yohan Curtan, permanent de l'association a eu l'occasion de visiter. Le développement durable et les biomatériaux étaient à l'honneur au sein de l'espace « Bioplastiques in Packaging », à ce jour plus grande exposition jamais organisée pour les bioplastiques d'emballages, avec des exemples d'applications concrètes de plus en plus importantes et touchant de nombreux domaines. Des sleeves en PLA, des couverts et des tees de golf en Biograde ou encore des barquettes thermoformées en Plantic ; sont quelques exemples de ce qui a pu être vu sur Interpack. Le carton, matière renouvelable connue de tous, était également très bien représenté avec de nombreuses innovations, notamment sur le stand de ProCarton, qui présentait sur les lauréats du « Pro Carton Awards ».

> La remise des prix du concours « Tous en boîte » 2008 a eu lieu le 15 mai, récompensant 5 projets. Le grand prix a été attribué à Charlene Laurent, Justine Nolle et Geoffroy Lepoutre, étudiants à l'ESEPAC pour « B!pop ». Ce concept remettant le diabolos aux goûts du jour propose un conditionnement inédit composé de deux éléments : une canette pour la limonade et un capot-gobelet pour le sirop.

Quinzaine du Design

du 15 au 30 mai

LA QUINZAINE DU DESIGN totalise cette année 1600 visiteurs cumulés sur le parcours d'expositions et le cycle de conférences.

Cette manifestation grand public dont l'objectif est d'afficher le positionnement design de la région Poitou-Charentes et du département de la Charente en présentant des réalisations, des pratiques et des démarches exemplaires de « création conception », proposait cette année une approche du design par le matériau.

Ainsi, au musée de Cognac était présentée l'exposition « Design & Verre » proposant d'explorer diverses variations autour du service à boire à travers l'univers de quelques créateurs contemporains, dans une ambiance jouant sur la blancheur et la transparence. On y retrouve notamment le travail de Stéphanie Balini, créatrice des « Demoiselles » pour BACCARAT ; les « Pomponnes » de Jean-Pierre Dussailant ; ou encore une collection de verres phosphorescents de l'UNION INTERPROFESSIONNELLE DES VINS DE CAHORS exposés dans une ambiance « lounge » qui a fait sensation lors de la Nuit des Musées. Cette exposition se prolonge jusqu'au 19 octobre, s'inscrivant de fait dans le programme annuel du musée.

Autre matériau au Musée du Papier d'Angoulême, le carton, que le visiteur a pu découvrir à travers la reconstitution d'un appartement meublé 100% carton, qui a su séduire petits et grands, étonnés par les capacités de ce matériau du futur. Du salon à la chambre d'enfant, en passant par la salle à manger, les créations de chez CARTON DESIGN, QUART DE POIL et ORIKA ont su aisément trouver leur place ; sans oublier les meubles hauts en couleur de Valérie Biron, artiste Cognacaise qui ne travaille qu'à partir de carton de récupération. Les prêts du VITRA DESIGN MUSEUM, dont la célèbre « Wiggle Side Chair » de Frank Gehry, ont ensuite pris la direction du Domaine de Boisbuchet pour un « Summer Workshops » dont l'INDP est partenaire, animé par le designer Italien Marco Giunta sur la conception de meubles en carton.

En marge des expositions, l'INDP proposait un cycle de six conférences : « Design & Innovation », « Design & Terre », Design Culinaire », « Design & Bois », « Design & Verre » et « Ecodesign - Ecoconception ».

Agenda

Expositions

> **Design Parade** : Du 6 juillet au 21 septembre - Villa Noailles à Hyères (83) - www.villanoailles-hyeres.com

Congrès, conférences, formations

> **Journées de l'Emballage** : 23 et 24 septembre - Reims - www.congresjde.com

> **FIP - Forum de l'Innovation Packaging** : 25 septembre - Paris - www.indp.net

> **Cosmetic Pack Summit** : 8 octobre - Paris - www.naturalbeautysummit.com

Salons

> **Futurgraphic** : Carrefour de la communication, du design graphique et de la conception packaging - 1 et 2 octobre - Angoulême (16) - www.futurgraphic.com

> **Ciel Pack** : Conditionnement industriel, environnement et logistique - 1 et 2 octobre - Angoulême (16) - www.cielpack.com

> **Beyond Beauty Paris** : L'événement européen de la beauté et du bien-être - du 5 au 8 octobre - Paris-Nord Villepinte - www.beyondbeautyparis.com

> **Luxepack** : Rencontre mondiale de l'emballage de luxe - du 28 au 31 octobre - Monaco - www.idice.fr

> **Emballage 2008** : du 17 au 21 novembre - Paris-Nord Villepinte - www.emballageweb.com

Pack design 2008

Le 3 avril à Bordeaux

Notre congrès s'est déroulé cette année dans le temple de la culture scientifique bordelaise: Cap Sciences. Un lieu atypique et agréable pour une journée d'échanges autour de la thématique «La marque & son packaging».

Eric Seulliet, premier conférencier de la journée, a traité le thème des tendances du futur dans les relations marques-consommateurs et leur impact sur le packaging. Directeur d'E-Mergences et co-auteur de La Fabrique du Futur, il a démontré comment de nouvelles valeurs et de nouveaux contextes pouvaient avoir des répercussions sur les modes de vie et donc sur les modes de consommation et le packaging.

Le thème des «Adaptations packaging dans le temps et à l'international» a ensuite été développé dans un premier temps par Jean Watin-Augouard. Historien des marques, il a mis l'accent sur le patrimoine des entreprises en tant qu'outil de valorisation en s'appuyant sur des exemples connus de chacun, parmi lesquels P'tit Dop, Poulain, ou encore Banania. L'aspect international a ensuite été traité par François Bobrie, démontrant la complexité d'adaptation d'un packaging et encore plus un nom de marque sur le marché asiatique, en particulier en Chine où 2 consommateurs sur 3 lisent la contre-étiquette avant l'acte d'achat.

Vincent Ferry, Directeur Packaging chez Danone Produits Laitiers, a ensuite traité le thème de l'innovation packaging. Pour lui, innover c'est oser la différence ; et pour cela savoir bousculer les idées, croire en ses convictions et se projeter dans l'avenir.

Arnault Garcia de l'AFD et Sophie Smislaert, conseillère en propriété industrielle ont ensuite apporté des réponses à la problématique : « Savoir se différencier et se renouveler grâce au design packaging.» en traitant notamment des protections, détections et actions pouvant être mis en place pour lutter contre la contrefaçon.

Le programme s'est achevé par une table ronde consacrée à l'écoresponsabilité de la marque, avec Fabrice Peltier, Didier Lanquetin d'Enviro-Stratégies, consultant en environnement ; et Sylvie Benard, Directrice de l'environnement chez LVMH.

Dans un contexte où les consommateurs sont de plus en plus sensibles aux questions environnementales, il est indispensable que les marques intègrent des notions de développement durable et éthiques, comme le fait LVMH depuis 1992 en impliquant l'ensemble de ses services.

Rendez-vous en 2009 à Nantes pour le prochain Pack Design consacré au thème « Créativité & Packaging » le jeudi 2 avril.

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.

La brique carton entre sur le marché du shampoing avec Elopak

La marque de cosmétiques Phyto (groupe Ales) vient de lancer le shampoing «écologique» Phytoprogenim conditionné en brique carton aseptique de 400ml. La brique est un modèle «Phytopack» d'Elopak, qui existait déjà sur le marché des professionnels, qui l'appréciaient pour son côté pratique (sa compactabilité notamment). Débarquant sur le marché des particuliers, le produit se pare d'une image «développement durable» très forte.

emballagedigest.fr - 3 juillet 2008

Le CNE publie une contribution sur l'emballage en 32 questions

Organisme fédérant autour du thème de la prévention des déchets ménagers tous les acteurs de l'emballage (producteurs d'emballages, de biens de consommation, distributeurs, consommateurs, organismes de collecte, collectivités locales, organismes de valorisation, associations environnementalistes...), le conseil national de l'emballage vient de publier le rapport «Etre ou ne pas être emballé : 32 questions que nous nous posons sur les emballages», qui reprend les questions les plus fréquemment posées par le grand public (consommateurs et élus) et tente d'y répondre dans une approche libérée de tout parti-pris. «Nous avons cherché à les aborder sans dogmatisme, en documentant au mieux les réponses et tentant d'éviter tant la simplification outrancière de l'anathème que l'apologie béate de l'emballage, dans une approche collective basée sur la complémentarité des réflexions et la recherche des équilibres» explique le président du CNE Georges Robin. Le rapport est téléchargeable sur economie.gouv.fr (après inscription gratuite préalable).

economie.gouv.fr - 1er juillet 2008

Une association consumériste démonte les discours des packagings

L'association nationale de consommateurs «Consommation, logement et cadre de vie» (CLCV) vient de lancer, soutenue par Macif Prévention, le site web «Le point sur la Table», qui vise à contrecarrer les discours marketing cousus de fil blanc. Partant du principe de base que la publicité n'existe que pour nous faire acheter, l'association traque les petites ficelles marketing permettant de faire passer des vessies pour des lanternes. Composé de trois grandes parties (information et conseils pour bien acheter, espace discussion et forums, information et conseils nutritionnels), le site comporte aussi une rubrique «carton rouge» qui épingle les allégations les plus outrancières, comme quand Balisto affirme qu'une de ses barres contient 44% de céréales complètes (au lieu de 26% en réalité), ou que Nestlé vend 48% plus chère une soupe soi disant allégée, alors qu'il s'agit du produit standard mais que l'on recommande de plus diluer à la consommatrice trop crédule... www.lepointurlatable.fr

Packaging-France - 19 mai 2008

La bouteille «Palace» d'Evian distinguée outre-Atlantique

La nouvelle bouteille d'Evian, «Palace», sortie l'été dernier, a depuis été largement encensée par la communauté des designers et de l'emballage. Elle vient d'être distinguée emballage le plus élégant de l'année 2007 par la Beverage Industry et la Brand Packaging's design Gallery, deux revues spécialisées américaines. La forme en cylindre régulier montant depuis une représentation des Alpes a tapé dans l'oeil des deux rédactions, qui ont apprécié en outre l'aspect épuré du design de la bouteille. Le bouchon verseur qui équipe cette bouteille, «le premier de ce type dans sa catégorie» selon Brand Design, permet de servir l'eau dans un geste censé incarner la descente de l'eau d'Evian des glaciers vers les entrailles des Alpes.

PR Newswire - 8 avril 2008

Enquête de satisfaction

Afin de faire évoluer au mieux le Flash INDP, nous vous remercions de bien vouloir nous retourner ce questionnaire.

1) Préférez-vous recevoir le Flash INDP :

par fax ou en PDF par email

2) Le format 3 pages vous convient-il ?

Oui ou Non

Si non, précisez le nombre de pages souhaité :

3) Souhaiteriez-vous de nouvelles rubriques ?

Oui ou Non

Si oui lesquelles :

.....

4) Que pensez-vous des rubriques actuelles :

	Très intéressant	Intéressant	Peu Intéressant	Pas du tout intéressant
Edito				
Actualités				
Brèves				
Manifestations et actualités INDP				
Agenda				
Sites à visiter				
L'écho de la presse (en partenariat avec www.packaging-france.com)				

Société :

Fonction :

Prénom NOM :

Email :

Adresse :

Tel :

CP :

Ville :

Fax :

Merci pour vos réponses par fax au 05 45 36 30 29, ou par email à info@indp.net, ou par courrier à INDP :
 Carrefour de créativité - PA de montplaisir - 16100 COGNAC