

Edito par Fabrice Peltier

Octobre a été l'occasion de nous réunir à Paris, lors du deuxième Forum de l'Innovation Packaging à l'école Estienne. Une édition fertile en débats sur les enjeux actuels et futurs du packaging : son rôle en tant que vecteur d'informations et d'innovation dans les nouvelles façons de consommer.

L'actualité design packaging de cette fin d'année s'annonce riche en partenariats. L'INDP va présider le jury des Flexostars au congrès de la Flexographie qui se déroulera à Paris le 13 novembre prochain. De plus, les professionnels du design packaging pourront se retrouver au salon « VS Pack », le rendez-vous de l'innovation packaging et technologique des vins et spiritueux, du 1^{er} au 3 décembre prochains à Cognac. L'INDP est partenaire du salon et organisera deux tables rondes sur « La prise en compte de l'impact environnemental dans la conception des emballages des vins et spiritueux » et « Concilier image traditionnelle et packaging tendance : quelle méthode pour les vins et spiritueux ». L'INDP organise également le concours de jeunes designers « FREEPACK VS » sur le thème « Libérer les packagings des vins et spiritueux ».

À l'heure de Copenhague, l'emballage apparaît comme un bon élève dans la course à la réduction des impacts environnementaux. Nous ne pouvons que nous en féliciter, cependant, il reste encore du chemin à parcourir pour être exemplaire. L'éco-design va désormais jouer un rôle majeur. La formation « Eco-design d'un packaging » mise en place par l'INDP et dont la prochaine session aura lieu les 15 et 16 décembre prochain à Angoulême vous donnera les moyens d'être un acteur du changement sur les chemins vertueux.

En 2010, je vous invite, d'ores et déjà à nous rejoindre lors de nos principaux rendez-vous :

- Le 1^{er} avril à Reims, la journée Pack Design nous permettra d'échanger sur le thème « Industrialisation de la création ».
- En juin à Angoulême pour les 3^{ème} rencontres Futur Graphic.
- A la rentrée à Paris pour le 3^{ème} Forum de l'Innovation Packaging.
- Puis, du 22 au 25 novembre à Paris pour le salon Emballage 2010.



J'en profite pour vous rappeler la sortie en librairie depuis le mois dernier du 5^{ème} titre de la collection ID PACK : « Série Limitée, objet de collection ». Enfin, de vous présenter en exclusivité l'opération « Le recyclage, une idée lumineuse » que j'ai initié en partenariat avec la mairie de Paris et Coca Cola. Il s'agit de la mise en lumière pour Noël de la rue de Richelieu, à Paris dans le premier arrondissement, avec des lampes et des sapins réalisés à partir de bouteilles en PET usagés. À cette occasion, la Designpack Gallery, au cœur de l'événement, présentera une exposition intitulée « Recycl'art » qui présentera le travail d'artistes pour qui les déchets d'emballages représentent l'unique support qu'ils transforment et réinterprètent avec talent...

Nous nous retrouverons pour le prochain flash en janvier. Aussi je vous souhaite, par avance, de très bonnes fêtes de fin d'année !

Bien à vous,
Fabrice PELTIER

Actualités de nos adhérents



⊙ La nouvelle identité packaging des produits **ISOSTAR** 2009 créée par **CARTOON DESIGN** a pour principal objectif l'impact linéaire tout en préservant l'expertise et la fonctionnalité qui ciblent les sportifs réguliers. Les promesses liées à l'instant d'utilisation « avant/pendant/après le sport » ont conduit l'agence à expliciter et différencier chaque gamme pour une compréhension immédiate du concept.

⊙ Vallée du Niagara, Ontario. C'est à plus de 6000 kms que **VINCOR** est venu chercher l'expertise et le savoir-faire créatif de l'Agence **LINEA**. C'est en s'inspirant des valeurs et du climat de ce vignoble d'exception que le packaging de ce prestigieux vin de glace internationalement reconnu a été créé : identité visuelle sobre, installation graphique illustrée, papier matière Yrisé.



⊙ Bière blanche résolument impertinente et différente, la marque **HOEGAARDEN** cherche à renforcer son impact en linéaire et communique son expérience unique de consommation à travers de nouveaux codes graphiques créés par l'agence **BARRÉ ET ASSOCIÉS**.

⊙ **QFSE** a confié à l'agence de design **Daedalus** la création de la forme verrière pour sa marque de scotch whisky **Hunting Lodge**. L'objectif était d'accentuer le caractère distinctif de la marque, en capitalisant sur les éléments de l'identité visuelle, tout en renforçant l'ancrage à l'origine écossaise du produit. Afin de répondre à la fonction cadeau, l'étui gift a bénéficié d'un relooking, venant appuyer les valeurs clés de la marque.



⊙ Pour la reconquête du marché anglais des jus de fruits bio, la société **VITAMONT** a confié l'agence **DPA** le relooking de sa gamme export. Pour davantage coller au marché anglais précurseur en terme de design tout en restant dans l'esprit bio de la gamme, les maquettes créées combinent modernité et naturalité. L'utilisation d'encre métallisées vient conforter le positionnement premium de la gamme.

FORUM DE L'INNOVATION PACKAGING

1er octobre 2009

Brèves

> L'INDP souhaite la bienvenue à son nouvel adhérent, **MOUTARDE**



Moutarde Konnection
MOUTARDE KONNECTION

KONNECTION. Basée à Dijon, cette agence conseil en design graphique a récemment travaillé sur la réalisation d'un pack événementiel pour la marque Prim'age des Laboratoires Vendôme.

> La **Designpack Gallery**, en partenariat avec la **mairie de Paris** et **Coca-Cola**, organise l'opération « **Le recyclage, une idée lumineuse** » qui illuminera la rue Richelieu dans le 1er arrondissement grâce à des guirlandes et des sapins entièrement réalisés en bouteille PET usagées. L'occasion également pour la Designpack Gallery de présenter dans ses locaux l'exposition « **Recycl'art** » qui met en avant le travail d'artistes travaillant uniquement avec des déchets d'emballages..



> La marque de cognac **Martell** a confié à **DRAGON ROUGE** le design packaging de son ultra-premium « **L'Or de Jean Martell** ». Pour ce produit unique destiné à concurrencer les cognacs les plus précieux, les designers ont imaginé un flacon taillé dans le cristal où le liquide se concentre dans une goutte unique, soutenue par une arche ornée d'arabesques en or. Le bouchon vient parachever cet ensemble dans une forme de demi-cercle qui complète et équilibre la forme de la carafe.



> La quatrième session de **formation «L'Écodesign d'un packaging»** que propose l'INDP sera organisée à Angoulême les 15 et 16 décembre prochains. La visite d'un centre de tri de déchets d'emballages ménagers (DEM) vient dorénavant compléter le contenu des modules dispensés par trois intervenants. Lors de cette prochaine session, les stagiaires seront accueillis sur le site de Véolia Propreté de Châteaubernard, par le responsable de la chaîne de tri, David Renaud. Plus qu'un complément, cette visite fait partie intégrante de la formation ; l'impact des actions du packageur sur le recyclage y prenant tout son sens, comme le faisait observer un stagiaire d'une des précédentes sessions, qui considère cette visite comme une très bonne et nécessaire prise de conscience. Renseignements auprès de l'INDP : info@indp.net

Le 1er octobre dernier, l'Institut National du Design Packaging organisait son 2ème « Forum de l'Innovation Packaging » dans les locaux de la prestigieuse école Estienne à Paris.

Pour cette seconde édition, un programme dense était proposé, le thème de la création de valeur par le pack a été traité par : SONIA RATTO – PLANEUR STRATÉGIQUE CARRE NOIR, PHILIPPE BUISSON – DIRECTEUR ASSOCIÉ SMART VALUE, FRÉDÉRIC ROSSI-LEGIEBEL – DIRECTEUR GÉNÉRAL COOPERATIVE DESIGN et JACQUES ROSSI – PDG CARTOON DESIGN.



La présentation d'ERIC PHELIPPEAU – PDG BY AGENCY GROUP, sur l'émergence de l'automédication et l'importance de la marque et du packaging comme vecteur d'informations auprès d'un consommateur prudent en matière de santé. En deuxième partie de journée, OLIVIER HAUSHEER – DIRECTEUR ASSOCIÉ XTC WORLD INNOVATION, a présenté un panorama mondial de l'innovation à la fois produit et packaging.

La dernière table ronde a laissé place aux industriels et à l'importance du packaging en tant que levier stratégique dans une démarche d'innovation, discutée par MATHILDE HEBERT – RESPONSABLE DÉVELOPPEMENT MARKETING SAINT-GOBAIN EMBALLAGE, ERIC FRESNEL – PDG SLEEVER INTERNATIONAL et GILLES PINGEOT – PDG DIGITAL PACKAGING.

Cette deuxième édition a tenu sa promesse de faire se réunir l'ensemble des acteurs de l'innovation packaging : designers, industriels, marques, dans une école à Paris, pour échanger sur la création de valeur par le packaging.

Agenda

Expositions

- > « **Série limitée, objet de collection** » : du 21 Septembre au 28 Novembre 2009 à la Designpack Gallery - 24 rue de Richelieu 75001 Paris - 01.44.85.86.00
- > « **Eco'Pack Attitude** » : jusqu'au 20 novembre - 39 place François 1er à Cognac

Congrès, conférences, formations

- > **Congrès ATF** : 19 Novembre 2009 - Pavillon Dauphine - Paris
- > **Formation «L'Écodesign d'un packaging» INDP** : 15 et 16 Décembre 2009 à Angoulême (16) - Renseignements : INDP - 05.45.36.30.25 - info@indp.net

Salons

- > **Pack Emballage** : 26 et 27 novembre 2009 - Espace Cardin - Paris - www.emballagesmagazine.com
- > **5èmes Rencontres des Eco-Industries** : 25 et 26 novembre 2009 - Parc des Expositions - Niort - http://www.rencontres.ecoindustries.poitou-charentes.fr
- > **VS Pack** : *Salon de l'Innovation Packaging et Technologique des Vins & Spiritueux* - 1-2-3 décembre 2009 - Espace 3000 à Cognac (16) - www.vspack.com
- > **Interg@phic** : 12,13 et 14 janvier 2010 - Palais des Congrès - Paris - www.intergraphic.biz

VINEXPO

21 - 25 juin 2009 à Bordeaux

Fin juin, l'équipe de l'INDP est allée visiter VINEXPO, le plus grand salon professionnel des vins et spiritueux au monde, qui se déroule tous les deux ans à Bordeaux. Une 15^{ème} édition au visitorat frôlant les 47000, en recul par rapport à 2007, mais satisfaisant malgré un contexte difficile, d'après les organisateurs. Véritable salle de dégustation géante de près de 90.000 m² ornée de stands somptueux, VINEXPO est surtout pour nous, INDP, le baromètre des tendances et la vitrine des nouveautés en matière de packaging et de design. « C'est le marketing qui vend la 1^{ère} bouteille, l'œnologue la seconde », selon Tony Spawton, Professeur de Marketing à l'Université d'Adélaïde, en Australie. Une affirmation qui confirme l'importance de l'impact du packaging dans l'acte d'achat, y compris pour des produits dont le territoire d'expression est le terroir, l'authenticité et la tradition.

Globalement sur l'ensemble du salon, la bouteille en verre reste reine ; mais nous avons pu observer de nouvelles solutions d'emballage, hormis le « Bag In Box » déjà présent sur le marché depuis de nombreuses années. Dans la catégorie des vins, la poche souple apparaît, comme la « Wine Pouch » développée par JEANJEAN pour sa gamme de vins de pays d'Occ bio « Bivouac ». Présentée comme l'emballage de vin le plus écologique du marché, la Wine Pouch contient 1,5L pour une durée de conservation de 6 semaines après ouverture ; et se veut tendance, pratique et convivial. Autre type d'emballage en expansion, la bouteille PET, néanmoins peu rencontrée sur l'ensemble du salon.



Des tendances à retrouver au salon VS Pack à Cognac les 1,2 et 3 décembre prochain pour constater que le packaging joue aussi un rôle majeur dans la vente de spiritueux.

sites à visiter

www.thedieline.com

Site référençant les packagings mondiaux

www.webpackaging.com

Site référençant les innovations packaging en termes de matériaux et de formes

<http://lovelypackaging.com>

Blog référençant les packagings mondiaux

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.

Défilé de mode pour les bouteilles à Noël

Pour les fêtes de fin d'année, les bouteilles d'alcool se parent de nouveaux designs. C'est le cas pour le gin anglais de la marque Bombay Sapphire, qui s'entoure de cristaux Swarovski. Cette bouteille est vendue 300 euros (série limitée). Le whisky Chivas Regal est habillé par Christian Lacroix (décor baroque aux couleurs argent, blanc et rouge). Le whisky Ballantine's a confié à la marque de luxe Jean-Baptiste Rautureau le soin de créer 12 écrans originaux, en cuir veiné, crocodile et serpent. Cointreau sort le 8 décembre « My Cointreapolitan Box », boîte aux couleurs acidulées comprenant des verres à cocktail, un shaker et une bouteille de Cointreau. Johnnie Walker fête ses 100 ans et lance une bouteille anniversaire de son célèbre whisky chez Auchan. Absolut Vodka entoure sa bouteille d'un effet cuir. Grand Marnier sera en rouge pour Noël. La bouteille de Get 31 revêt un smoking blanc argenté, tandis que la vodka Zubrowka enfle un manteau de fourrure verte. Enfin, Clan Campbell est rangé dans un étui en métal noir et argent.

Tiré de ladepeche.fr du 13 octobre 2009 par Packaging-France.

Les étiquettes de Château Mouton Rothschild disséquées

Philippe Margot a réalisé un livre virtuel (consultable gratuitement en ligne) de 137 pages, richement illustré, sur l'origine des étiquettes de Château Mouton Rothschild, grand crû classé du Bordelais. Il s'est notamment intéressé à la face cachée des grands artistes mandatés par le château pour chaque millésime. L'auteur avait déjà réalisé un livre sur l'histoire des étiquettes de Château mouton Rothschild et d'autres châteaux.

Lire le livre virtuel de Philippe Margot :

<http://fr.calameo.com/read/00003074798238f3abade>

Tiré de winetourismfrance.com du 18 octobre 2009 par Packaging-France.

Naissance du BIB triplite permettant de servir trois vins

La jeune société « La Box by Wine Excetera » a créé un BIB qui permet de servir à la fois du vin rouge, blanc et rosé. Le créateur, Anthony Molinari, a fait appel à LGR Emballage pour fabriquer ce BIB à trois verseurs qu'il a imaginé et dessiné. La Box by Wine Excetera cherche des distributeurs pour son invention.

Tiré de emballagedigest.fr du 29 octobre 2009 par Packaging-France.

Deux flacons très attachés

Tricorbraun, producteur américain d'emballages rigides, vient de breveter un système de deux flacons pompes qui s'emboîtent et se clipsent pour ne former qu'un tout. « Ce système offre un support promotionnel remarquable pour deux produits liquides qu'un fabricant souhaite utiliser en combinaison. Cette configuration est un choix logique pour les produits de toilette tels que des shampoings, après-shampoings, ou des lotions pour les mains ou des gels anti-bactériens » explique Craig Sawicki, vice-président exécutif de Tricorbraun.

Tiré de premiumbeautynews.com du 5 novembre 2009 par Packaging-France.



Emballage écolo pour ampoules ne l'étant pas moins

Pour mettre en vant l'aspect « durable » de ses ampoules à basse consommation, la marque Lucibel les conditionne dans un packaging au design très clair et écoconçu, 100% recyclable.

Tiré de obiwi.fr du 5 novembre 2009 par Packaging-France.