

Edito par Fabrice Peltier

«Faire du design un atout pour les entreprises», tel est le message phare du site Internet développé à l'automne dernier par le Ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi et la DGCS, Direction Générale de la Compétitivité de l'Industrie et des Services, www.entreprise-et-design.fr. C'est évidemment avec enthousiasme que je constate la prise en considération par nos pouvoirs publics, de l'importance de cette discipline, comme vecteur de développement économique. D'autant qu'il ne s'agit pas en l'occurrence de simples déclarations, puisque nous venons d'entrer dans la deuxième vague de l'appel à projets « Innover par le design », dont l'objectif est d'inciter les entreprises à « penser design » dans leur démarche stratégique.

Afin de développer l'utilisation du design comme facteur d'innovation dans les PME et PMI, le ministère a en effet lancé l'année dernière un appel d'offres dans le cadre d'un marché public, visant à sélectionner des opérateurs pour l'organisation d'ateliers de sensibilisation au design et pour accompagner les entreprises dans leur projet design. Dès 2009, cinq régions pilotes étaient concernées (Île-de-France, Bretagne, Picardie, Poitou-Charentes et Rhône-Alpes) qui en sont maintenant au stade de l'accompagnement individuel : formalisation du projet design, mise en relation avec un designer, rédaction du cahier des charges.

La DGCS vient de clore la réception des offres de la deuxième vague concernant cinq nouvelles régions : Aquitaine, Alsace, Pays-de-Loire, Provence-Alpes-Côte d'Azur et Midi-Pyrénées.

Les entreprises implantées dans ces régions et intéressées par cette opération peuvent s'informer sur le site www.entreprise-et-design.fr et se rapprocher des DRIRE / DIRECCTE / DREAL concernées.

Une chaîne Dailymotion entièrement consacrée au design a même été créée, permettant notamment de bénéficier de conseils d'experts et de témoignages d'entrepreneurs :

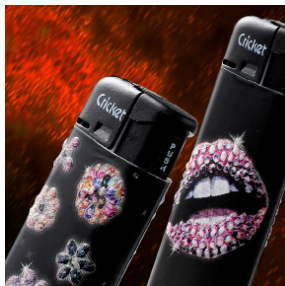
www.dailymotion.com/entreprise-et-design/
Ces dispositions sont un signe fort pour notre profession, l'innovation par le design packaging étant bien sûr concernée.

Sur ces notes d'encouragement, je vous souhaite une bonne lecture de ce Flash INDP n°29, au format exceptionnel de quatre pages ; nos adhérents ayant une actualité riche en créations et événements.

Bien à vous,

Fabrice PELTIER
Président de l'INDP

Actualités de nos adhérents



© SLEEVE INTERNATIONAL intègre le sensoriel en développant l'effet relief 3D "SKINSLEEVEER®" vernis tactile reposant sur une impression par procédé Hélioflex® pouvant atteindre 14 couleurs. Un vernis extérieur spécial donne du volume à l'impression, comme ici sur les briquets Cricket (groupe Swedish Match) dont les 5 séries de 8 visuels ont été créés par ALPHA CENTAURI DESIGN. L'effet 3D permet de donner du volume aux visuels, par exemple avec une bouche pulpeuse.

© La dernière innovation de Teisseire, «Fraîcheur de Fruits» vient d'être designée par l'agence PULP qui a mis l'accent sur la naturalité du produit. Nouvelle génération de boisson à diluer 100% naturelle sans conservateur ni colorant, elle est conditionnée dans une bouteille en verre, transparente et épurée. Les codes visuels sont transversaux à l'ensemble de l'offre, avec le vert commun aux bouchons et aux étiquettes pour le côté naturel et une déclinaison de couleur par parfum au sein de la gamme. La mise en scène des fruits et l'effet de condensation soulignent quant à eux l'aspect rafraîchissant et désaltérant du produit.



© La Maison de Cognac Louis Royer a missionné l'agence de design DAEDALUS, afin de rajeunir l'image produit de sa carafe XO. Pour ne pas créer de rupture avec l'ancien design, l'agence a travaillé sur l'affirmation de certaines caractéristiques du style du flacon, renforçant ainsi le caractère distinctif et la personnalité de celui-ci. En complément du volume, la réflexion s'est poursuivie sur l'habillage de la carafe et de l'étui en veillant particulièrement à mettre la marque en avant et à l'inscrire dans un environnement plus contemporain.

© Pour la création du complément alimentaire Gallia Grossesse, les Laboratoires Gallia ont fait appel au pôle Design de BY AGENCY Group. L'identité packaging conserve les fondamentaux de la marque tout en créant un équilibre entre discours scientifique et dimension émotionnelle : un beau ventre de femme enceinte, émouvant et inédit dans l'univers visuel de la catégorie.



© DRAGON ROUGE signe l'édition limitée «A la folie» pour Carte Noire (Kraft Foods). Ce packaging événementiel s'appuie sur les valeurs fondatrices de la marque : «luxe, désir et modernité» ; en s'inspirant de l'univers du parfum pour devenir un objet de désir appropriable à Carte Noire. La symbolique des rubans incarne le lien amoureux, permettant d'exprimer le bénéfice émotionnel de la marque axé sur la sensualité. Cette recette inédite, mélange d'arabica au goût subtilement corsé, a pour objectif de créer l'événement en linéaires afin de fidéliser et recruter de nouveaux consommateurs.

Actualités de nos adhérents



Le Pôle Conditionnement du groupe **SAINT-GOBAIN** a lancé **VERALLIA**, une nouvelle marque internationale qui regroupe l'ensemble des activités industrielles de l'emballage en verre - bouteilles et pots. La mise en place de cette marque a pour objectif d'augmenter la visibilité des activités de packaging en verre alimentaire auprès de ses marchés, de ses clients, de son réseau industriel et du tissu économique régional.

La marque **VERALLIA** a également été conçue pour refléter les valeurs et le modèle unique de l'entreprise qui repose sur l'alliance de la Puissance et de la Proximité. Puissance d'un réseau industriel et commercial mondial, proximité entretenue par une présence locale auprès de ses clients et partenaires.

2ème acteur d'envergure internationale, **SAINT-GOBAIN** Conditionnement a réalisé en 2009 un chiffre d'affaires de 3.4 milliards d'Euros et a produit 25 milliards de bouteilles et de pots. Le Pôle Conditionnement compte 60 sites industriels dans 12 pays, 6 centres techniques et 15.000 employés. Le déploiement de l'activité repose sur un réseau commercial permettant de servir près de 20.000 clients dans le monde.

Les raisons sociales des sociétés du Pôle Conditionnement restent inchangées.



Le 3 Juin dernier, l'agence de design graphique **MOUTARDE KONNECTION** organisait pour ses clients et prospects la soirée-exposition «The Night - Simply Design». C'est à Dijon qu'une centaine de personnes ont pu découvrir dans un cadre original et urbain, les oeuvres réalisées par les 4 créatifs de l'agence, exposées dans 6 containers. Les invités pouvaient ainsi découvrir le talent des acteurs de l'agence tout en profitant d'une agréable soirée.

GRAPHIC IDENTITE a créé « chez Raynal » pour accompagner la stratégie de **Raynal et Roquelaure** dans le rayon des plats cuisinés en conserves, avec un pack à l'ambiance conviviale. Proche du consommateur, évocatrice d'une cuisine bistrot, familiale pour des produits coeurs de marché, Chez Raynal propose une gamme de recettes pour tous les jours.



Éditeur du logiciel Picador exploité dans la conception des emballages, **TREEDIM** collabore actuellement, dans le cadre de son projet PLM Pack, avec **Seb**. Le but est l'intégration de la plateforme d'écoconception dans le PLM TeamCenter de **Siemens** utilisé par le fabricant de petit électroménager pour la conception et la production de l'ensemble de ses produits. Les solutions dites de Product Life Management (PLM) permettent de simuler le cycle de vie des produits. Selon **TREEDIM**, cette démarche s'inscrit dans les recommandations du Conseil national de l'emballage (CNE) dans la mesure où l'outil informatique permet de combiner l'analyse du cycle de vie du produit et de son système d'emballage afin de «mener une véritable étude d'éco-conception globale».

STRATE COLLÈGE DESIGNERS participera à la rentrée à deux événements majeurs : **Beyond Beauty** du 13 au 15 septembre et **Emballage 2010** du 22 au 25 novembre. A noter également, l'inauguration conjointe le 21 juin dernier des nouveaux locaux de **DIGITAL PACKAGING**, spécialiste des prototypes et pré-séries industrielles de solutions d'emballage, et de ceux de l'école attenants, situés à Sèvres (92).



Sous le nom **Pyrisma®**, **MERCK** propose un groupe de huit pigments interférentiels qui ont été développés pour correspondre au « Concept d'Espace Couleur de **MERCK** », basé sur des calculs colorimétriques complexes. Les propriétés coloristiques de chaque pigment **Pyrisma®** ont été déterminées de sorte qu'une zone chromatique la plus large possible puisse être obtenue avec un nombre minimal de pigments.

Chaque année, le département Design de l'**ARDI** réalise, auprès de 50 écoles françaises et d'une centaine d'écoles étrangères, une étude européenne sur les projets jeunes designers. La collecte a pour objectif de présenter un kaléidoscope le plus large possible des projets des jeunes designers afin de permettre aux entreprises de détecter des concepts innovants, de connaître des propositions de nouveaux produits et d'usages.



PARTENARIAT INDP - EMBALLAGE 2010

Brèves

> L'INDP organise une nouvelle session de **Formation «L'Écodesign d'un packaging» jeudi 14 et vendredi 15 octobre 2010**. Celle-ci se déroulera dans les locaux des Ateliers Magelis à Angoulême et intégrera la visite d'un centre de tri de déchets d'emballages ménagers. Cette visite reste plébiscitée par les stagiaires qui la considèrent comme une véritable mise en perspective de la recyclabilité des créations packaging et de leur fin de vie. Dispensée par trois formateurs, la formation a pour objectifs de : connaître la réglementation environnementale des emballages, savoir initier une démarche d'éco-conception, savoir diagnostiquer les principaux impacts de son emballage, savoir établir une argumentation client-fournisseur sur les choix de conception, connaître les différentes familles de polymères biodégradables, rédiger une déclaration de conformité environnementale.
Renseignements : info@indp.net

PACKAGING LARS SENSE

> Lars Wallentin, qui nous a fait l'honneur de sa présence lors de notre dernier congrès PACK DESIGN, vient de créer son blog <http://packaging-sense.com/>, sur lequel il fait part de son expertise en communication. Responsable, pendant près de 40 ans, du développement de solutions de conception créatives pour les marques stratégiques chez Nestlé, il ne revient pas sur l'indéniable évolution technique des emballages actuels, mais se focalise sur la communication par l'emballage, qui pour lui, a plus de 5 ans de retard sur la publicité et la communication en général. Chacun peut se joindre à la «pack attack» et adresser l'image d'un packaging à Lars Wallentin pour qu'il le commente sur son blog.

> Le bulletin d'inscription aux **Oscars de l'Emballage 2010** est téléchargeable sur le site www.oscarsdeemballage.com et doit être adressé avant le 1er octobre. Les 13 prix (5 prix consommation, 2 prix distribution, 3 prix production et 3 prix environnement) seront remis lors de la cérémonie du lundi 22 novembre, jour d'ouverture du salon Emballage 2010, à l'Élysées Biarritz.

> La carafe d'alcool la plus chère du monde a été créée par **Ley.925**. Designée par le président de cette société mexicaine, Paolo di Verachi, elle est recouverte d'or, de platine et décorée de 6.500 diamants. Elle contient de très vieilles eaux-de-vie de Cognac, pour la modique somme de 1,2 millions d'Euros! On aime ou on aime pas ce style résolument «bling-bling»...

Partenaire du salon EMBALLAGE 2010, l'INDP s'est vu confier l'organisation de deux tables rondes dans le cadre de PACK VISION, programme de conférences proposé au cœur du hall 6, à proximité de l'espace PACK DESIGNERS dédié aux agences de design packaging. Deux thématiques seront donc traitées, au travers des interventions de différents adhérents de l'INDP :



**pack
VISION**

- "Durable + désirable = levier stratégique d'innovation?" : une équation dont l'objectif est de mettre en exergue l'incontournable émergence de la consommation éthique et responsable, parallèlement à une sophistication de la demande du "consom'acteur" informé et critique ; motivant les industriels à proposer des produits répondant à ces exigences.
- "L'optimisation industrielle d'une création packaging" : pour un meilleur résultat des créations, un accompagnement est nécessaire dans les projets d'emballages ; que ce soit dans l'analyse et l'adaptation des contraintes mais aussi dans la phase de validation finale, ce qui impose une parfaite connaissance technique de la chaîne dans sa globalité.

Rendez-vous les lundi 22 et mercredi 24 novembre pour y assister.

Agenda

Expositions

- > « Move light - Pack'tage évolution » : jusqu'au 13 août à la Des!gnpack Gallery - 24 rue de Richelieu, Paris 1er - www.designpackgallery.fr
- > «Noam Toran : things uncommon» : jusqu'au 21 août au Lieu du Design - 74 rue du Faubourg St-Antoine, Paris 12ème - www.lelieududesign.com
- > «Paris & Création» : jusqu'au 14 août aux Galeries Lafayette - 40 bd Haussmann, Paris 9ème - www.galerieslafayette.com
- > «VIA / les écoles de design / 2010» : jusqu'au 28 août à la Galerie VIA - 33 avenue Daumesnil, Paris 12ème - www.via.fr
- > «Eco'Pack Attitude» : 39 place François 1er à Cognac - jusqu'au 9 septembre

Congrès, conférences, formations

- > ECMA 50th Anniversary Congress (European Carton Makers Association) : du 15 au 18 septembre à l'hôtel InterContinental de Vienne, Autriche - www.ecma.org
- > Les Journées de l'Emballage : les 21 et 22 septembre 2010 au Centre des Congrès de Reims - www.abe-packaging.com
- > Formation INDP «L'Écodesign d'un packaging» : les 14 et 15 octobre à Angoulême - www.indp.net

Salons

- > Now!>Design à Vivre 2010 / Maison & Objet : du 3 au 7 septembre à Paris-Nord Villepinte - www.nowdesignavivre.com
- > Beyond Beauty Paris : du 12 au 15 septembre à Paris-Porte de Versailles - www.beyondbeautyparis.com
- > EasyFairs EMPACK / PRINT / PROLOGISTICS / FOOD TECHNOLOGIES : les 29 et 30 septembre à Brussels Expo pavillon 5, Bruxelles - www.easyfairs.com
- > SIAL / IPA (salon des professionnels de l'alimentaire / salon international du process alimentaire) : du 17 au 21 octobre à Paris-Nord Villepinte - www.sial.fr / www.ipa-web.com
- > CFIA (Carrefour des Fournisseurs de l'Industrie Agroalimentaire) : du 18 au 20 octobre au Parc Expo de Metz Métropole - www.cfiaexpo.com
- > Luxe Pack : du 20 au 22 octobre au Grimaldi Forum à Monaco - www.luxepack.com

Design Spirit

20 mai 2010



Le verre était à l'honneur le 20 mai dernier à Cognac lors de la première édition des rencontres DESIGN SPIRIT. Ce nouveau rendez-vous proposé par l'INDP a pour objectif de développer la position du design à Cognac d'une part, et de réaffirmer l'importance du matériau dans la ville, dont le développement économique est historiquement lié à celui des industries verrières. Par ailleurs, l'INDP a fait le choix d'organiser DESIGN SPIRIT au sein de l'espace conférences de chez Hennessy, pour illustrer le lien direct entre le verre, l'univers du luxe et celui des spiritueux. En effet, le développement des industries verrières a largement contribué à l'expansion connue des maisons de négoce de Cognac, et inversement. Ces deux secteurs sont donc intimement liés.

Les rencontres DESIGN SPIRIT proposaient une matinée de conférences suivie de la visite des «Quais Hennessy» l'après-midi. Le programme débuta par une conférence donnée par Richard PASCAL de l'Institut du Verre, riche en faits historiques et scientifiques ; qui permit d'introduire le vaste sujet qu'est le verre, sous toutes ses formes. Suivit ensuite «Le verre, source d'inspiration pour les designers» illustré par Diane Castéja, Maître Verrier au parcours atypique et Wayan Thiam du Domaine de Boisbuchet où sont organisés des design workshops chaque été. Trois représentants de verreries industrielles de différentes tailles ont ensuite présenté leurs savoir-faire : Stephan Marin pour Saverglass, Olivier Granet pour la Verrerie de Saint-Just et Stéphane Piot pour les Verreries et Cristalleries Waltersperger. Olivier Gagnère, que l'on ne présente plus, a conclu cette matinée dense en abordant son travail sur le verre sous l'angle des spiritueux, notamment par ses réalisations pour Hennessy ou Pernod-Ricard.

Cette première permit de réunir 70 personnes, confirmant la volonté de l'INDP d'en faire un rendez-vous annuel proposé à Cognac.

Sur le WEB...

<http://observatoire-ecodesign.com/>

Plateforme collaborative dans le domaine de l'écoconception

<http://sleekdesign.canalblog.com/>

Blog sur l'actualité de tous les design(s)

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.

Une bouteille «club» pour affirmer le positionnement premium de Carlsberg

Soucieuse de se réaffirmer sur le marché hexagonal, la marque danoise de bière Carlsberg (groupe Kronenbourg) se positionne en tant que marque premium. Le choix de réintroduire la bouteille «club» va dans ce sens. La bouteille se présente avec un col plus élancé, l'étiquette plus discrète que les bouteilles traditionnelles et affiche la marque gravée en relief dans le verre. Carlsberg vise une présence massive dans les clubs et discothèques et étend à toute l'année ses opérations communication et marketing.

Tiré des Echos le 9 juillet 2010 par Packaging-France.

Eco-Emballages vise les 75% de taux de recyclage

Avec un taux de tri passé de 22% en 1994, à 50% en 2000 puis 63% en 2008, Eco-Emballages vise désormais 75%. L'organisme annonce donc un plan national, pour un objectif qui correspond à 20% de tonnages supplémentaires (soit 400.000 tonnes). Eco-Emballages vise notamment à améliorer le tri hors domicile (forêts, gares, rues...), l'équipement des Dom-Com, la sensibilisation des jeunes, l'habitat collectif urbain, l'extension du tri à de nouveaux plastiques... Eco-Emballages souhaite aussi réaliser une diminution de 100.000 tonnes d'emballages à la source.

Tiré de La Tribune le 1er juillet 2010 par Packaging-France

Débuts mitigés de la bouteille «Sud de France»

Après en avoir fabriqué 1 million d'exemplaires fin 2009, la Verrerie du Languedoc à Vergèze (Gard) continue de tenir sur son stock de bouteilles de vin «Sud de France», modèle conçu pour valoriser les vins du Languedoc-Roussillon. De quoi permettre de passer l'été, où des travaux sur le four nécessiteront l'interruption de celui-ci. Les bouteilles Sud de France ne pourront pas être de nouveau produites avant octobre, la période de redémarrage étant prioritairement affectée à la production de bouteilles de Perrier, production historique de l'usine qui cadence à 460 millions de cols annuels. L'association pour la promotion de la bouteille Sud de France a cédé cette semaine ses droits de créateur de la bouteille à son fabricant. A ce jour, une trentaine de viticulteurs utilisent le nouveau flacon, souvent à titre d'expérimentation. Mais le négoce et les grands du vin ne sont toujours pas convertis.

Tiré du Midi Libre le 22 juin 2010 par Packaging-France

Un écodesign center pour la plasturgie

Le Plastic Ecodesign Center a été inauguré début mai à Lyon (Rhône). Il vise à revaloriser ce matériau décrié à travers l'innovation. «Il fallait sortir de la spirale de réduction des prix dans laquelle nous étions entraînés depuis le début des années 2000» explique Gilles Nief, président de l'union interrégionale Allizé Plasturgie, qui fédère 700 entreprises. Constatant que la plupart des entreprises plasturgistes françaises comptaient moins de 50 salariés, l'idée était de mutualiser un centre de ressources orienté sur l'innovation et le développement durable. Le centre représente ainsi un investissement de 2,3 millions d'euros pris en charge par le privé, soutenu par les collectivités locales et Bruxelles. Outre une matériauthèque, le centre emploie 4 ingénieurs en permanence à disposition des entreprises, soucieuses d'écoconception par exemple.

Tiré des Echos le 19 mai 2010 par Packaging-France