

Edito par Fabrice Peltier

EMBALLAGE 2010 ouvre ses portes sur un large panel de nouveautés. Un espace « Pack Innovation » riche et inspirant qui présente plus d'une centaine de projets. Un espace « Pack Designers » dédié aux agences de design packaging et à leur savoir-faire. Également, un espace « Emballage in Green » dédié aux enjeux environnementaux de la filière, avec un plateau « Emballage-TV » qui propose, en direct du hall 6, un journal quotidien et des tribunes d'experts ; mais aussi deux expositions inédites : « Packagings Remarquables », qui donne carte blanche aux étudiants de Strate Collège Designers sous le contrôle de Jean-Paul Cornillou et « Recycling Forever » que j'ai le plaisir de mettre en place. Et bien entendu, tous les exposants qui vont profiter de l'occasion pour dévoiler leurs dernières innovations, car il apparaît qu'un grand nombre sont nées de la crise et de la prise de conscience de l'enjeu environnemental qui pèse sur le secteur de l'emballage...

Après une présence via une exposition lors des éditions 2006 (« L'eau, source d'innovation ») et 2008 (« Art & Packaging »), l'INDP est pour la première fois présent de façon institutionnelle. Nous vous invitons donc à nous rendre visite sur notre stand n° 6-J-081, tout proche de l'espace congrès PACK VISION au cœur du hall 6, dans le cadre duquel nous sommes organisateurs de deux conférences. Nous donnerons la parole à plusieurs de nos adhérents que nous remercions de leur participation active : « Durable + désirable = levier stratégique d'une innovation ? », le lundi 22 novembre à 13h30 avec les interventions de Mathilde Hébert (Verallia - St-Gobain Emballage), Jan de Roeck (EskoArtwork) et Loïc Lammertyn (Décathlon - Oxyrane) ; et « L'optimisation industrielle d'une création packaging » le mercredi 24 novembre à 12h00, avec les interventions de Christophe Fromentin (Atelier Daedalus) et Alain Nobre (Treedim).

En bref, vous ne pouvez pas manquer cette « grand-messe biennale » du secteur de l'emballage qui cette année se déroule sur quatre jours au lieu de cinq. J'espère avoir le plaisir de vous croiser dans les allées et je vous invite vivement à venir vous ressourcer, assis bien confortablement sur un fauteuil 100% recyclé, au pied d'une forêt de sapins bien singuliers...

Bien à vous,

Fabrice PELTIER
Président de l'INDP

Actualité de nos adhérents



© L'agence **LINEA** a créé l'identité visuelle et le packaging de la liqueur **GIVEN**, qui connaît un franc succès outre atlantique. Sa verrière noire opaque vient accentuer à la fois la magie et le mystère du monde de la nuit et sa forme verrière comme " taillée " sur mesure vient souligner l'univers de consommation privilégié et VIP. Le logotype " couture " très présent est installé et sérigraphié sur la bouteille pour confirmer la puissance de la marque dans un environnement mode et tendance très brandé.

© **BY AGENCY** signe l'identité visuelle, le logotype et le design packaging du nouvel antihistaminique des **LABORATOIRES BOUCHARA-RECORDATI**. L'approche s'articule autour de trois axes : évoquer l'effet thérapeutique du médicament avec le bleu pur d'un monde sans allergie, traduire la nouveauté et la modernité dans la structure graphique du packaging et la typographie, signifier son effet protecteur grâce au monogramme destiné à apparaître sur tous les outils dédiés au produit.



© Propriétaire des marques prestigieuses comme Watermann™ ou Parker™, le groupe **SANFORD** équipera son European Packaging Department d'une licence multi-postes du logiciel Picador édité par la société **TREEDiM**. TREEDiM fournira également des composants de sa plateforme PLM Pack pour l'optimisation du chargement palette et camion (StackBuider) ainsi que des bibliothèques de modèles d'emballages (PackLib).

© La Maison **HINE** a missionné l'agence de design **DAEDALUS**, afin de créer, pour les marchés scandinaves, un nouveau flacon pour son Cognac Monnet XO : une forme verrière combinant arrêtes nerveuses et dynamiques, ainsi que des courbes douces et sensuelles, qui lui confèrent un style innovant et contemporain. L'adoption d'un pied de verre épais participe à l'image qualitative ; et la réflexion sur l'habillage de la carafe et du coffret met la marque en avant en l'inscrivant dans un environnement premium, grâce à l'utilisation de deux ors, mat et brillant.



© **AMCOR FLEXIBLES Europe & Americas** propose «Panorama», un emballage doté d'une fenêtre transparente. La visibilité du produit renforce l'impression de fraîcheur tandis que l'utilisation du papier confère à l'emballage un aspect et un toucher traditionnel attractif pour le consommateur. Le niveau et le type de barrière peuvent être ajustés aux exigences du produit emballé. Le positionnement flexible de la fenêtre et l'excellente qualité d'imprimabilité du papier offre des possibilités infinies de présentation.

Actualité de nos adhérents

⊙ L'agence conseil en design graphique, **MOUTARDE KONNECTION**, a créé le coffret Aqualia Thermal des LABORATOIRES VICHY destiné à la force de vente, dans le respect des codes graphiques de la marque.



⊙ «MADE IN PALETTE» est l'exposition proposée à la **DESIGNPACK GALLERY** jusqu'au 27 novembre 2010. La palette en bois est un outil indispensable de toute la chaîne logistique de l'emballage. Elle permet le conditionnement, le stockage, la manutention, le transport et la distribution des marchandises.



Chaque année, la France produit environ 65 millions d'unités et compte un parc avoisinant les 250 millions. Ces palettes sont dans la plupart des cas, conçues pour être utilisées plusieurs fois.

Cependant, pour les particuliers et les petites entreprises qui reçoivent une livraison sur une palette, celle-ci est parfois un objet encombrant. Aussi, il n'est pas rare de trouver, çà et là, une palette abandonnée. S'il n'est pas toujours possible de remettre une palette dans le circuit, alors qu'en faire ?

Fabrice Peltier, a travaillé sur le sujet de la fin de vie de ces palettes, en concevant des objets, des meubles et des œuvres uniquement à partir de palettes usagées en bois. Celles-ci ont été démontées, puis réassemblées pour vivre une retraite bien méritée...



DESIGNPACK GALLERY :
24, rue de Richelieu - PARIS 1er
Métro :
Palais Royal - Musée du Louvre (1-7) - Pyramides (7-14)
Du lundi au vendredi de 11h à 19h et le samedi de 12h à 19h30

⊙ A la demande de DANONE, **TEAM CREATIF** a repensé le packaging de certaines références de la gamme **ACTIVIA**, avec pour contrainte la suppression du suremballage : un saut créatif basé sur le fait de penser les deux pots comme un facing unique pour avoir une surface d'expression importante, l'un portant la marque, l'autre valorisant la variété. Enfin, un retravail sur les visuels pour magnifier la gourmandise.



⊙ Le Groupe **FAGOR BRANDT** a confié à **GRAPHIC IDENTITE** la mission d'installer la marque Brandt sur son nouveau territoire, le petit électroménager. La charte packaging développée met la marque BRANDT en avant pour asseoir sa crédibilité sur ce nouveau segment, et affirme son identité plus « plaisir » et personnel pour se distancier des concurrents. Ce travail est issu d'un nouveau positionnement pour la marque qui abandonne la robustesse au profit de « Bien aujourd'hui bien demain ».

⊙ **LA BALEINE** a fait appel à **DRAGON ROUGE** pour l'aider à se « relooker », à étendre son portefeuille produits, et à créer un discours de leader (verbal et visuel) afin de réenchâter le consommateur dans son rapport au sel. L'agence a créé un nouveau bloc marque associant « La Baleine » et « véritable sel de mer » à une icône revisitée. Les produits historiques ont été actualisés dans un objectif d'impact, de plaisir et de saveur, et dotés d'un discours de dos de packs autour de la complicité. De nouveaux produits ont été créés, comme la fleur de sel et le sel d'origine.



DANONE
TROPHÉES FOURNISSEURS 2009
DANONE PRODUITS FRAIS FRANCE 06/04/2010

⊙ **NOELINK**, l'agence de création du groupe Diadeis, a été distinguée par DANONE comme meilleur Fournisseur Qualité. Depuis 2009, **NOELINK** fait partie des 3 agences tactiques référencées par DANONE Produits Frais France. Présente en implant, l'agence gère au quotidien les demandes de créations et exécutions en packaging et supports de communication des différentes marques.

⊙ **CARTOON DESIGN** a créé la nouvelle identité packaging d'une gamme **GERBLÉ** spécifique au marché Japonais. La charte graphique de cette gamme a été travaillée pour que ses produits français répondent à l'imaginaire des consommateurs japonais : «une touche de soleil et de bien-être du sud de la France pour des produits gourmands et de qualité bénéficiant du savoir-faire français.»



Actualité de nos adhérents

© VERALLIA a lancé en 2010 un concours de création destiné aux étudiants en design et packaging sur le thème : « Imaginez votre bouteille en verre ». Chaque candidat a pu imaginer « sa » bouteille en verre et ainsi explorer le potentiel créatif et marketing du matériau.

Le jury, composé de professionnels du design et de l'emballage, a récompensé 3 lauréats parmi plus d'une centaine de participants et décerné 2 coups de cœur :



Jean-Charles Martin (ESEPAC)
Coup de cœur du Jury : « Ice Bottle »
Une bouteille ludique en forme de glaçon



Philippe Frouin (La Martinière Diderot)
Coup de cœur du Jury : « So What ? »
Une carafe originale et instable qui se maintient grâce à son verre

Agenda

Expositions

- > « Made in palette » : du 1er au 27 novembre à la Designpack Gallery - 24 rue de Richelieu, Paris 1er - www.designpackgallery.fr
- > « Good Design, Good Business » : du 8 octobre 2010 au 8 janvier 2011 au Lieu du Design - 74 rue du Faubourg St-Antoine, Paris 12ème - www.lelieududesign.com
- > « Observateur du Design 2011 » du 9 novembre 2010 au 13 mars 2011 à la Cité des Sciences et de l'Industrie - www.apci.asso.fr
- > « Rien à voir avec la choucroute » du 17 novembre au 18 décembre au Centre Design Marseille - www.designmarseille.org
- > « Biennale Internationale du Design » du 20 novembre 2010 au 5 décembre 2011 à la Cité du Design de Saint-Etienne - www.biennale2010.citedudesign.com
- > « Les Escales du Design » du 16 au 18 décembre au Hangar 14 à Bordeaux - escalesdudesign.4design.fr

Congrès, conférences, formations

- > PACK VISION : programme de conférences du salon EMBALLAGE 2010 parmi lesquelles « Durable + Désirable = levier stratégique d'innovation ? » le lundi 22 novembre à 13h30 organisée par l'INDP, « Aide à l'observance du traitement médical : l'emballage au cœur des solutions » le lundi 22 novembre à 15h00 avec l'intervention de Eric Phelippeau - PDG de BY AGENCY DESIGN, « L'optimisation industrielle d'une création packaging » le mercredi 24 novembre à 12h00 organisée par l'INDP
- > Oscars de l'Emballage : cérémonie de remise des prix le 22 novembre à l'Elysée Biarritz
- > Colloque « Design & Economie » dans le cadre de la Biennale Internationale du Design, le lundi 22 novembre de 14h00 à 17h30, auditorium Platine, Cité du Design, Saint-Etienne. Colloque organisé sous l'égide du Ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi, DGCI
- > Colloque « Design et mobilité dans les villes créatives » dans le cadre des XXIIIe entretiens Jacques Cartier, le 23 novembre à la Cité du Design de Saint-Etienne
- > Formation INDP « L'écodesign d'un packaging » les 9 et 10 décembre à Angoulême - Informations/inscriptions : formation@indp.net

Salons

- > EMBALLAGE 2010 (salon international de l'emballage) du 22 au 25 novembre au Parc des Expositions de Paris Nord Villepinte - www.emballageweb.com
- > LES PLACES D'OR (salon du design et de l'emballage de luxe) du 23 au 25 novembre à l'hôtel Meurice à Paris - www.lesplacesdor.com
- > Salon de la Croissance Verte et des Eco-industries, du 25 au 27 novembre au Palais des Congrès du Futuroscope de Poitiers - www.rencontres.ecoindustries.poitou-charentes.fr
- > VINITECH-SIFEL (salon mondial des équipements et services des filières viti-vinicoles & fruits et légumes) du 30 novembre au 2 décembre, Parc des Expositions de Bordeaux lac - www.vinitech.fr



Méline Courvoisier (Ecole Boulle)

1er prix : « Soirée Aromatic - Soirée A Rosé »

Des bouteilles spécialement conçues pour les femmes et qu'on offre comme des bouquets de fleurs



Aline Le Normand (Ecole Boulle)

2ème prix : « Zuppa »

Une bouteille identitaire pour la soupe qui joue avec les codes de l'authenticité et de la modernité

Jimmy Robin (ESEPAC)

3ème prix : « Le salut de la bouteille »

Un concept innovant de bouteille qui devient carafe à décanter



Plus de cent candidats ont travaillé sur le sujet du matériau verre. Une seconde édition est déjà en préparation...

PROGRAMME «EXCELLENCE DESIGN»



Suite à l'appel à projets « Innover par le Design en Poitou-Charentes » lancé au printemps dernier à l'initiative de la DGCS*, auquel l'INDP a participé, la conclusion suivante a été tirée : il y a une réelle nécessité de soutenir les entreprises dans la sensibilisation à l'innovation par le design et de faire progresser l'intégration du design dans les PME/PMI du Poitou-Charentes, par un soutien financier adapté.

Fort de constat, l'INDP a soumis un projet d'action collective dans la continuité de cet appel à projets à laquelle la DIRECCTE** Poitou-Charentes a répondu favorablement.

Intitulée "EXCELLENCE DESIGN", l'action collective portée par l'INDP propose un programme d'une période de 2 ans permettant à 20 PME/PMI de la région Poitou-Charentes d'obtenir une aide à hauteur de 75% du coût de la prestation design et plafonné à 10 000 euros par entreprise, financée par des fonds européens et la DIRECCTE** Poitou-Charentes. L'INDP a donc pour mission de référencer les designers régionaux, d'organiser des ateliers de sensibilisation, d'identifier les projets, d'instruire les dossiers et d'accompagner les entreprises dans leur démarche.

EXCELLENCE DESIGN a pour volonté d'atteindre cinq objectifs :

- Sensibiliser les dirigeants à l'importance du design et à l'accessibilité de l'innovation par le design,
- Créer des liens inter-entreprises et inciter l'utilisation des bonnes pratiques,
- Permettre à des entreprises régionales de développer des innovations par le design,
- Améliorer la promotion et l'intégration de l'innovation par le design dans les entreprises régionales,
- Susciter le développement de produits propres et de création de valeur sur tous les marchés.

Mise en ligne prochainement du site www.excellence-design.fr

*Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services du Ministère chargé de l'Industrie

**Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi



sur le WEB...

<http://www.thedieline.com>
Package Design Blog



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.

L'emballage entre 10 et 25% du prix du produit final

Aujourd'hui, les industriels investissent en moyenne sur le packaging 10% du prix final d'un produit, et jusqu'à 25% dans la cosmétique. Les packagings ont connu de grands bouleversements ces dernières années, notamment sous l'influence des enjeux environnementaux.

Tiré de graphiline.com le 27 octobre 2010 par Packaging-France.

Vote aujourd'hui du financement de la filière déchets d'emballage

Le vote concernant le financement de la filière déchets d'emballages doit intervenir ce mardi. Le but est de permettre à la filière d'atteindre l'objectif fixé par le Grenelle de l'environnement de 75% d'emballages recyclés d'ici à 2012. Mais l'enveloppe proposée par le ministère de l'Environnement, comprise entre 630 et 640 millions d'euros, "ne correspond pas à cet engagement, et laisserait à la charge des collectivités et des contribuables le coût de gestion de ces déchets d'emballages" selon l'association Amorce (regroupant les élus des collectivités territoriales et des professionnels des filières déchets et énergie). Le taux actuel de recyclage des emballages est de 65%.

Tiré de 20minutes.fr le 25 octobre 2010 par Packaging-France

Tropicana contraint par les ventes de revenir à l'ancien packaging

Aux Etats-Unis, PepsiCo a décidé de revenir à son ancien packaging pour sa marque de jus de fruits Tropicana, après avoir lancé en fanfare un nouvel emballage début 2009. Alors que le dessin d'un fruit mûr dans lequel plonge une paille avait été abandonné, le nouveau design se faisait tout en aplats de couleur, avec beaucoup de texte. Or les consommateurs états-uniens ont d'emblée mal accueilli la nouveauté, jugée trop banale et trop proche des marques distributeurs. Mais en découvrant des ventes en recul de -20% entre début janvier et le 25 février, PepsiCo a décidé dès le lendemain de jeter l'éponge.

Tiré des *Echos* le 25 octobre 2010 par Packaging-France

Sous pression, Sainsbury retire l'emballage superflu

Des représentants du commerce du Lincolnshire, au Royaume-Uni, ont pris une décision contre l'enseigne de grande distribution Sainsbury's, qu'ils jugent selon eux coupable d'utiliser trop d'emballage. Le produit incriminé, du boeuf, a aussitôt subi un changement d'emballage, moins volumineux et présentant moins d'emballage superflu.

Tiré du *guardian.co.uk* le 11 octobre 2010 par Packaging-France

Quand couturiers et designers s'emparent des bouteilles PET

Stylistes et designers utilisent de plus en plus le PET issu du recyclage de bouteilles pour en faire des objets à plus forte valeur ajoutée (upcycling). Un de ses avantages est que son travail nécessite moins d'énergie que le polyester, ce qui intéresse l'industrie textile. Ainsi le couturier japonais Issey Miyake annonce pour novembre une ligne de vêtements plissés à 100% composés de PET. Il a élaboré la gamme "132.5" de tissus d'un genre nouveau à base de PET et de polyester, pour servir à la confection de robes, boléros, sacs... Dans un autre registre, la société américaine Emeco a mis au point avec Coca-Cola la "111 Navy Chair", inspirée du modèle de chaise de la Navy US et produite à partir de 111 bouteilles de Coca en PET.

Tiré de romandie.com le 14 septembre 2010 par Packaging-France