

FLASH

Bulletin d'information de l'INDP - Carrefour de créativité



N°32 - juillet 2011

Actualités de nos adhérents

NORASIA

Nouveau membre de l'INDP, NORASIA est né en 2001 de la fusion de deux activités, textile-décoration & emballage-contenant. Forte de l'expérience de ses 2 créateurs travaillant depuis toujours dans l'industrie textile et emballage, l'équipe est composée de commerciaux, de stylistes et de chefs de produits. Son expertise accompagne le client dans la réalisation de son projet et la recherche permanente de nouveaux produits. Son champ de compétences emballage : sacs (papiers, bambou), tubes, boîtes et valisettes métalliques, accessoires ; s'applique à la parfumerie, la cosmétologie, la mode et la grande distribution.



TEAM CREATIF

TEAM CREATIF, s'est vu confier par le groupe HENKEL le nouveau positionnement de BREF en Italie, où la marque leader en Europe de l'Est, doit s'affirmer dans un contexte concurrentiel fort. L'agence a imaginé une nouvelle signature BREF « nettoyage facile », une identité forte et puissante affirmant les valeurs clés de la marque : efficacité & praticité, packaging cohérent sur toutes les gammes pour une meilleure lisibilité de l'offre et mise en avant des points essentiels en termes de fonctionnalité. Afin de se différencier en linéaires, un parti pris coloriel fort et impactant mettant en avant le côté moderne de la marque.



Edito

Alors que le premier semestre 2011 s'achève, les rendez-vous de cet automne sont en pleine préparation. Comme à l'accoutumée notre programme de second trimestre sera riche en événements : FUTUR GRAPHIC en octobre, la formation « L'ecodesign d'un packaging » en novembre et le concours FREEPACK en décembre. Vous trouverez dans ce Flash le compte-rendu de PACK DESIGN et de DESIGN SPIRIT, nos principales manifestations du premier semestre 2011, qui ont connu un très beau succès.

L'INDP était présent sur INTERPACK 2011 qui se déroulait du 12 au 18 mai à Düsseldorf. Ce salon international de l'emballage, avec ses 166 000 visiteurs et ses 2 700 exposants en provenance de 60 pays, est un rendez-vous absolument incontournable. INTERPACK est un véritable indicateur des grandes tendances et des enjeux de la filière emballage. Les organisateurs présentent cette édition comme la plus réussie, en 53 ans d'existence. Ceci nous permet d'espérer sur le dynamisme de la profession, alors que nous devons faire face à des contraintes réelles, telles que l'augmentation du cours des matières premières et de l'énergie, la réduction des impacts environnementaux, la nouvelle réglementation en matière de développement durable et de recyclage... À l'occasion de notre visite du salon, nous avons pu noter une fois de plus que l'innovation était l'élément de réponse essentiel pour anticiper sereinement sur l'avenir et que le travail en réseau des acteurs avec des designers était un facteur clef de la création de valeur, pour se développer durablement. Ces aspects étaient mis en évidence dans l'espace « Innovationparc Packaging ». Les organisateurs d'INTERPACK proposaient cette année autour du thème « Quality of life » cinq axes de réflexion: sens, santé, identité, simplicité et esthétique. L'espace organisé sous forme de « shops » et les projets innovants et prospectifs présentés ont été réalisés en collaboration avec le PDA (Association des Designers Européens). Les visiteurs ont pu découvrir des emballages créés et produits par des professionnels en se projetant sur les attentes des consommateurs de demain.

Sur ces quelques mots et perspectives encourageantes, je vous souhaite une bonne lecture de ce Flash INDP n°32 ainsi qu'un très bon été.

Bien à vous,
Fabrice PELTIER - Président de l'INDP

Information et Bulletin d'adhésion sur demande
auprès de : INDP - Carrefour de créativité
Tél. : 05 45 36 30 25 - Fax : 05 45 36 30 29
Email : info@indp.net - Site : www.indp.net
ISSN 1778-4042
Flash INDP est téléchargeable gratuitement
sur le site www.indp.net

Actualités de nos adhérents



DAEDALUS

Afin de célébrer un siècle de tradition, la célèbre marque de Rhums Panaméens ABUELO a consulté l'agence DAEDALUS pour créer une bouteille anniversaire, Centuria. La forme rassurante et l'habillage, composé d'une médaille illustrant la distillation et le vieillissement, symbolisent toute la qualité et le savoir-faire de la maison. Le flacon est présenté dans un écrin élégant mêlant bois clair et papier texturé dans les tons chocolat, orné d'une écriture dorée.



TATAMI

Nouvel adhérent de l'INDP, TATAMI signe la nouvelle marque d'huile QUINTESENS, segmentée en 2 gammes, l'une « 100% bio » et l'autre « 100% bio et 100% nutrition » baptisée « Instants Nutrition » ; qui ont demandé 18 mois de travail en laboratoire. L'agence a imaginé le nom de la marque, recommandé la forme de la bouteille et créé le logo et l'identité packaging avec des photos très nature en noir et blanc pour habiller les bouteilles. Une gamme et un axe créatif qui ont fait mouche puisque Carrefour annonce sa sortie en rayons prochainement.

VERALLIA

La société RICARD a offert une nouvelle bouteille à son apéritif phare. Élégant et original, ce flacon succède à la bouteille historique créée en 1932. Avec cette innovation, RICARD bouleverse les codes traditionnels du marché tout en préservant l'essentiel de la marque. Rectangulaire à la base, le nouveau modèle RICARD arbore fièrement des épaules rondes, le logo gravé dans les deux cartouches latéraux et une silhouette profilée. VERALLIA est fière de s'associer à ce lancement stratégique qui concerne toutes les contenances de la gamme, du 2 cl au 2 L.



L'EAU MILLÉNAIRE RÉGÉNÉRANTE

VOTRE PEAU VOUS DIRA MERCI
Disponibles en pharmacies, parapharmacies et magasins bio
www.ea.thermalejonzac.com





BY AGENCY

Le Groupe LEA NATURE, laboratoire leader en dermo-cosmétique, a confié à BY AGENCY Group le lancement de sa nouvelle gamme de produits EAU THERMALE JONZAC®. Le laboratoire propose une nouvelle génération de soins alliant eau thermale et ingrédients certifiés biologiques. Les 3 agences de BY AGENCY (Communication Design Interactif) accompagnent la marque pour développer sa notoriété et ses valeurs, créer et revisiter ses fondations visuelles et capitaliser sur les nouveaux médias. Les produits sont en vente en pharmacies, parapharmacies, magasins bio et sur www.leanatureboutique.com



Actualités de nos adhérents

MOUTARDE KONNECTION

La gamme de médicaments vétérinaires TIC-KARD & FLEEGARD, antiparasitaires externes pour chiens et chats vendus en GMS, a fait appel à l'agence de design MOUTARDE KONNECTION pour réaliser son identité visuelle. L'accent a été mis sur chaque animal, associé à un code couleur pour une meilleure compréhension et mémorisation du consommateur. Pour appuyer le côté vétérinaire des produits, le pourtour et les tranches du pack sont blancs. Dans un souci de cohérence lors du lancement de la gamme, l'agence a aussi réalisé tous les supports de communication.



Petit Chat
Moins de 4 kg



Grand Chat
4 kg et plus

CGL PACK

Le dernier né de CLG PACK est l'«Optimum Cup», bol/barquette transparente, avec couvercle, dont le pourtour est doté d'une large surface de communication. Ingénieux, la cartonnnette de communication se positionne sans colle ce qui facilite le recyclage. Pratique : l'association plastique-carton assure un pont thermique lors du réchauffage, préservant le consommateur de se brûler les doigts. L'Optimum Cup est un packaging standard en trois formats (555 ml, 380 ml et 350 ml) disponible en APET et en PP. CGL PACK propose la personnalisation de ces produits.



PICARD THERMOFORMAGE

PICARD THERMOFORMAGE souhaite faire profiter ses clients du succès initié par le développement spécifique de ses produits propres. La dernière innovation en date est la cocotte ronde (modèle déposé), déclinée en plusieurs volumes constituant ainsi une gamme, elle est personnalisable. Recyclable, réutilisable, empilable, micro-ondable, elle se plie parfaitement aux exigences en terme de process (appertisation, surgélation, operculage, matériau barrière...) tout en mettant en valeur le produit grâce à son aspect traditionnel imitation fonte.



LES BOUCHAGES DELAGE

LES BOUCHAGES DELAGE - entreprise familiale charentaise - viennent de souffler leur 70 printemps. Fondée en avril 1941, la société met depuis toujours son savoir-faire au service des spiritueux en concevant et fabriquant des solutions de bouchages innovantes et adaptées à un marché en constante évolution. Acteur certifié de la filière européenne du liège, le fabricant a obtenu en 2010 la certification ISO 22 000 pour la sécurité alimentaire (reconduite en 2011). Le prochain objectif est d'obtenir la certification ISO 14 001 qui viendrait récompenser sa politique environnementale.



FLEXO STARS 2011

Les inscriptions au concours annuel des FLEXO STARS 2011, organisé par l'A.T.F, sont ouvertes. Récompensant les meilleurs travaux imprimés en Flexographie sur des matériaux divers, le concours est destiné aux : annonceurs, agences de design, imprimeurs et photgraveurs. Le cru 2010 comptait des travaux de grande qualité avec plus de 180 imprimés candidats, un record. Au total ce sont 14 catégories auxquelles s'ajoutent, comme chaque année, le FlexoStars de l'innovation et le Super FlexoStar. La clôture des inscriptions est fixée au 12 octobre. Contact ATF : Minna Belli - 01 45 44 33 99

Agenda

EXPOSITIONS

■ « **Objet(s) du numérique** : Design d'un nouveau monde industriel » jusqu'au 23 juillet 2011 au Lieu du Design, Paris 12^{ème}, exposition sur les nouveaux objets et services issus du numérique. www.lieududesign.com

■ « **Design Reloaded** » jusqu'au 23 juillet 2011 au Bureau d'Art et de Recherche à Roubaix (59), présente une version « rechargée » par les artistes des objets qui nous entourent, qu'ils soient de modestes objets du quotidien ou des icônes du design. www.le-bar.fr

■ « **InfoRéalité design et nouveau monde industriel** » jusqu'au 23 juillet à l'ENSCI Les Ateliers Paris 11^{ème}, exposition sur la manière dont le design peut transformer le paysage technologique en expériences et usages nouveaux. www.ensci.com

■ « **Sur la plage abandonnée** » jusqu'au 22 août 2011 à la Designpack Gallery : Marina Chastenot et Marianne Peltzer arpentent les plages en quête d'objets refoulés par la mer : des emballages en grande majorité. Elles les ramassent, les trient, les répertorient, puis elles les assemblent pour créer des personnages, qui ont chacun leur histoire et leur carte d'identité. www.designpackgallery.fr

■ « **ESPRIT PORCELAINE** » du 9 juillet au 16 octobre 2011 au Musée de Gent (Belgique) : « La Porcelaine, un art contemporain », sélection du travail des créateurs à partir de thèmes forts pour un aperçu riche et diversifié à l'image de ces personnes qui vivent la porcelaine au quotidien. <http://design.museum.gent.be/ENG/exhibition-programme-2011.php>

■ « **Paris Design Week** » du 12 au 18 septembre, 1^{ère} édition qui réunira au cœur de Paris, éditeurs, galeries d'art, institutions... www.parisdesignweek.fr

CONGRÈS ET SALONS

■ **MAISON & OBJETS**, du 9 au 13 septembre 2011 à Paris Nord Villepinte.

<http://www.maison-objet-outdoor.com/>

■ **SALON DE LA CROISSANCE VERTE ET DES ECO-INDUSTRIES**, du 29 septembre au 1^{er} octobre au Palais des Congrès du Futuroscope (86) www.salon.croissanceverte.poitou-charentes.fr

■ **FUTUR GRAPHIC**, carrefour de la communication, du design graphique et de la conception packaging, le 13 octobre 2011 aux Ateliers Magelis à Angoulême (16). www.futurgraphic.com

La 8^{ème} édition du congrès annuel de l'INDP, PACK DESIGN, était dédiée au thème « Packaging & Cultures de Consommation » où près d'une centaine de personnes se sont réunies.

Après l'introduction de **Fabrice Peltier**, président fondateur de l'INDP, la première table ronde de la journée qui portait sur «L'adaptation du packaging aux nouveaux modes de consommation : comment le e-commerce pousse les packagers à réagir », donnait la parole à **Didier Cosset**, (LA POSTE) qui a souligné la croissance exponentielle du e-commerce, **Guy Etcheto** (PREUVES DE MARQUES) qui a expliqué comment la vente en ligne a modifié les rapports entre le produit, le pack et la marque ; et **Jean-Paul Cornillou** (Branding STRATE COLLEGE DESIGNERS) qui constate que les sites marchands n'utilisent pas toutes les possibilités du web et que l'utilisation du pack y reste très conventionnelle, évoquant également le concept de l'e-pack. Enfin, **Florence Durand-Baudrit**, (BEEZART COMMUNICATION - partenaire DASSAULT SYSTEMES) a traité des nouveaux outils tels que la réalité augmentée qui apporte indéniablement une valeur ajoutée au packaging.

La matinée s'est conclue par l'intervention de **Brigitte Kahane**, (OBSERVATOIRE DE L'ECODESIGN), qui a donné la conférence «Sociologie de la consommation : greenfluencers et émergence de comportements responsables» ; rappelant que l'éco design est à considérer comme un levier de créativité et d'innovation porteur de réponses aux questions environnementales actuelles. Les «greenfluencers», ces éco-influenceurs, leaders d'opinion ou consommateurs soucieux de l'écologie, sont très informés et très actifs sur les réseaux sociaux.

L'après-midi s'est ensuite ouvert sur une première table ronde «Le packaging au service des valeurs internationales des marques. Comment le packaging s'adapte aux signes, codes et aux différences culturelles?» animée par **François Bobrie**, (IAE de POITIERS) qui a expliqué comment le packaging devenait un récit transculturel des valeurs des produits au-delà des barrières de la langue. Pour **Dominique Weizman**, (DW CONSULTING), le packaging est l'expression de signes et de codes internationaux au service des marques. Afin de rendre le pack toujours plus efficace, il faut constamment croiser les valeurs corporate et les tendances. **Olivier Orain**, (OORAIN BRANDS VICTORIA) s'est pour sa part appuyé sur la présentation des produits de sa gamme pour poser la question « est-ce que le pack vend? », en évoquant la particularité du marché Français.

La dernière table ronde de la journée sur le thème «L'éthique du pack : des allégations aux choix technologiques», était animée par **Guillaume Jouanne**, (EVEA - OREE). Il a été question de cycle de vie et de matériaux bio-sourcés, avec le témoignage de **Gilles Maray**, (GROUPE LEA NATURE), pour qui l'éco conception est une réflexion permanente, à engager dès la conception du pack, en restant informé sur les nouveaux matériaux, leurs contraintes, leur capacité de recyclage, sans oublier la perception du consommateur final. **Sandra Martin**, (FUTURAMAT) a pu apporter des éléments de réponse, en termes de matières « renouvelables ».

Prochain rendez-vous le **5 avril 2012** à **Saint-Etienne**, pour un nouveau PACK DESIGN consacré au « Packaging au Cœur du Design ».



DESIGN SPIRIT – Cognac – 26 Mai 2011



Gérard Laizé lors de son intervention à Design Spirit et la visite des chais REMY MARTIN

L'INDP avait choisi pour cette 2^{ème} édition prometteuse, les locaux de la prestigieuse maison de Cognac REMY MARTIN, représentée lors de cette journée par son Responsable Développement, **Claude Angelier**.

Ce dernier a donné la conférence d'introduction « Le verre et le développement des nouveaux produits », en précisant que l'audace des designers est une vraie opportunité pour mieux exploiter le verre et repousser ses limites industrielles.

A la suite de cette parfaite entrée en matière donnant le point de vue d'une marque de luxe utilisatrice de verre, **Cédric Raynaud** a présenté le panorama des 30 années de créations verrières originales de l'agence LINEA, spécialisée sur le marché des spiritueux.

Marie-Alice Skaper, Responsable Développement du Centre Européen de Recherches et de Formation aux Arts Verriers (CERFAV) est ensuite intervenue sur le matériau et ses différentes applications en présentant les évolutions en termes de réglementation notamment en ce qui concerne REACH ; dans le cadre de la table ronde « Métiers d'Art & Arts Verriers ». Il fut également question d'un autre art du feu, très proche du verre : la céramique. Représentée par le Président d'ESPRIT PORCELAINE, **Christian Couty**, l'association a pour mission de favoriser un nouvel essor des arts de la table et développer des produits nouveaux grâce à la diversité des céramistes, designers, artisans, décorateurs, artistes, plasticiens ; qui ont choisi de créer à Limoges. Enfin, **Christel Valenza**, Directrice du POLE REGIONAL DES METIERS D'ART a présenté un état du secteur de l'artisanat d'art en région Poitou-Charentes et plus particulièrement celui des arts verriers, malheureusement peu représenté. Le métier de souffleur de verre y a en effet disparu, ce qui appelle à une réflexion en termes de développement et de valorisation notamment à Cognac, ville au patrimoine industriel verrier riche. La matinée s'est achevée sur la conférence de **Gérard Laizé**, Directeur du VIA : « Du Luxe aux Luxes ». Une intervention passionnante sur les savoir-faire français, leur perception à l'international et les nouvelles notions du luxe et de son appropriation.

La conclusion de cette 2^{ème} édition a été confiée à **Michel Gourinchas**, Maire de Cognac, qui a assuré son soutien au projet de développement d'un « Pôle verrier » en qualifiant DESIGN SPIRIT de 1^{ère} pierre de celui-ci.

La 3^{ème} édition est dorénavant et déjà programmée pour le **jeudi 24 mai 2012**, et toujours selon la tradition, au sein d'une maison de Cognac.

PACK & GIFT

A l'occasion de l'édition 2011 du salon PACK & GIFT, qui se déroulait les 8 et 9 Juin à Paris – Porte de Versailles, l'INDP était organisateur de la conférence « Sensorialité et sensibilité de l'expression packaging. De l'intérêt de solliciter les sens » : au-delà du rôle utile de l'emballage, que recherche-t-on dans l'expression d'un packaging en particulier quand il s'agit d'une série limitée ? Comment aller au-delà du produit lui-même et interpeller l'ensemble des sens du consommateur ?...

Ce vaste thème était traité par **Jean-Paul Cornillou**, Directeur du Département Packaging de STRATE COLLEGE DESIGNERS et administrateur de l'INDP, avec les témoignages de **Cédric Raynaud**, Directeur Stratégie & Branding de l'agence LINEA et **Séverine Calmus**, Directrice de FEDRIGONI France.

Avec ses 20 gammes et plus de 3000 références à son catalogue, FEDRIGONI est un des premiers fabricants de papiers spéciaux en Europe, aujourd'hui présent dans plus de 100 pays. L'entreprise s'attache à fabriquer et distribuer des papiers de création, des offsets, des couchés classiques et des cartes graphiques de qualité, en innovant constamment par ses techniques et ses procédés de production.

Nous remercions vivement les trois intervenants de leur participation et appropriation du sujet ; et d'avoir ainsi permis à l'INDP de pouvoir proposer cette conférence dans le cadre de l'unique salon de l'emballage événementiel.



Séverine Calmus et Cédric Raynaud

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.

■ UN BIB QUI RESSEMBLE A UN SAC A MAIN

Le négociant italien Mare Magnum propose un BIB chic. Créé par une designer suédoise, le BIB ressemble à un sac à main et contient des vins français de qualité. Il a été lancé l'automne dernier en Europe, notamment sur le marché britannique.

Tiré de Réussir Vigne - 1er juillet 2011

■ LE MINI-FUT GAGNE DES PARTS DE MARCHÉ

Le segment des mini-fûts de 5 litres est celui qui a le plus progressé en 2010, avec un taux supérieur à 20%. Entre 2010 et 2014, il devrait poursuivre sa croissance pour passer de 215.000 à 300.000 hectolitres. Brasseries Kronenbourg table sur une part de 30% de ce marché dans trois ans (contre 19% aujourd'hui).

Tiré de Emballages Magazine - 22 juin 2011

■ ECO-EMBALLAGES AUGMENTE SA CONTRIBUTION

Eco-Emballages vient de revoir à la hausse la contribution des entreprises au financement du tri des emballages, afin de les inciter à une «réduction à la source» du nombre et du poids des emballages. Selon le Grenelle de l'environnement, l'objectif est d'atteindre 75% de recyclage des déchets d'emballages ménagers en 2012.

Tiré de La Tribune - 31 mai 2011

■ TROPICANA LANCE UN BAG-IN-BOX POUR REFRIGERATEUR

Tropicana lance une «fontaine à jus d'orange» : un bag-in-box de 3 litres, format idéal pour les familles selon la marque. Le robinet presseur permet de se servir directement avec l'emballage installé dans le réfrigérateur. Grâce à la poche qui contient le jus, la conservation peut être de 3 semaines après ouverture.

Tiré de emballagedigest.fr - 6 mai 2011

■ HÄAGEN-DAZS FETE SES 50 ANS AVEC UN EMBALLAGE DESIGN

Pour fêter ses 50 ans, la marque de glaces Häagen-Dazs a réalisé un packaging anniversaire : «28'18» Moment (en moyenne, le temps de dégustation d'un pot de crème glacée Häagen-Dazs est de 28 minutes et 18 secondes), un emballage en forme de pierre de curling avec une poignée. L'«Ice Twist», la cuillère imaginée par Cédric Ragot est inclus dans le pot comme «outil de dégustation». Un DVD est aussi fourni avec un film présentant le rituel Häagen-Dazs. L'emballage sera proposé en juin dans les boutiques Häagen-Dazs.

Tiré de emballagedigest.fr - 11 avril 2011

■ LANCEMENT REUSSI POUR LA BOX

La box est la grande gagnante des meilleurs lancements de produits en 2010 (box de plats préparés, comme la Lunch box de Lustucru, FleuryMichon et Kitchen Box de Marie). En volume, les box ont représenté en GMS 5.800 tonnes. Le profil des acheteurs de box est 25 à 49 ans, avec un cœur de cible de 25 à 35 ans, des actifs et urbains/CSP+. Le marché de la box serait estimé à environ 40 millions d'unités réparties entre la GMS, la RHD et la restauration rapide. Les fabricants d'emballages box sont : Europlastiques, Knaf, CGL Pack ou SCA Packaging.

Tiré de emballagedigest.fr - 7 avril 2011

Dragon Rouge

Double nomination chez DRAGON ROUGE : Delphine Fauchere devient Directrice Commerciale Retail, dont l'expertise en marketing, communication et design lui permettront d'appréhender le monde de l'architecture commerciale. Sa feuille de route : le développement d'une approche innovante du retail en proposant une offre de services globale s'appuyant sur les nouvelles technologies. Par ailleurs, Tony Allen prend le poste de Directeur Corporate Groupe. Son recrutement reflète la volonté de l'agence, présente dans 7 pays de renforcer son pôle Corporate Branding à l'international et de proposer à ses clients un accompagnement complet : corporate branding, consumer branding, packaging et retail.



Rejoignez l'INDP sur :



TWITTER :
@I_N_D_P_

FACEBOOK :
InstitutNational DesignPackaging

VIADEO :
INDP INSTITUT NATIONAL DU DESIGN PACKAGING

LINKEDIN :
Institut National du Design Packaging

Prix Eco PSE 2011

Cyrille Cambien, étudiant en licence FS PACK au Lycée Louis Delage à Cognac, remporte le Prix Eco PSE 2011 dans le cadre du concours du même nom, pour son projet « I-PSE ». C'est la 6^{ème} année consécutive qu'un élève de cette formation figure parmi les lauréats du concours. La remise des prix s'est déroulée le 1er juillet à la DesignPack Gallery.