

FLASH

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



N°36 - juillet 2013

Actualités de nos adhérents

ADVANCED TRACK & TRACE

L'INDP est heureux d'accueillir parmi ses membres la société **ADVANCED TRACK & TRACE**, qui commercialise pour la protection des produits, des documents et des valeurs des marques un code 2D inclonable : le **SEAL VECTOR®**.

Cet outil est exploitable en mode visible ou furtif et de multiples options apportent réponses et solutions à toutes les variétés d'applications et de situations des marques pour combattre contrefaçon et marchés parallèles, offrir une traçabilité sécurisée des opérations de production et de logistique; et certifier l'identité et l'intégrité d'un document lors des opérations numériques de dématérialisation / rematérialisation sur un espace de confiance distant.

SEAL VECTOR® est accessible à la quasi-totalité des processus d'impression et de marquage. Il permet d'authentifier tous types de documents et d'objets :



SEAL VECTOR® est un média de sécurité extrême basé sur les clés et protocoles cryptographiques ainsi que sur les propriétés mathématique-physique d'incopiabilité des codes. Sans concurrence, ajustable à tout modèle d'affaires, son coût unitaire reste très attractif car il ne requiert pas de consommables additionnels.

SEAL VECTOR® permet la vérification au moyen d'un simple smartphone de l'authenticité et de la traçabilité d'un produit ou d'un document quel qu'il soit et où qu'il soit dans le monde.

SEAL VECTOR® protège mondialement des milliards de produits dans de nombreux secteurs : Pharmacie, Cosmétique, Bijouterie, Vins, Champagnes et Spiritueux, Agro-alimentaire, Bancaire, Cartes de sécurité, etc....



L'AGENCE DAEDALUS



La **Maison BOKOBSA** a confié à l'AGENCE DAEDALUS la création graphique de sa boukha premium, une eau de vie de figue créée par le Fondateur en 1880.

Obtenu par distillation de figues du bassin méditerranéen, la **BOUKHA BOKOBSA** est une eau de vie saine et 100% naturelle dont les Tunisiens ont fait leur apéritif digestif national.

C'est en effet l'une des rares eaux de vie qui puissent se déguster avant ou après les repas. Avant les repas on appréciera la **BOUKHA BOKOBSA** glacée accompagnée de la « Kémia », assortiment apéritif typiquement tunisien.

Après les repas, on la dégustera soit chambrée, si l'on est sensible au bouquet délicat de la figue, soit glacée si l'on préfère la fraîcheur suave de cet alcool blanc.

La **BOUKHA BOKOBSA** relève agréablement les simples jus de fruits et elle se prête également à de nombreux cocktails.

Emblème de l'entreprise familiale, le souhait du client était un habillage moderne et raffiné, exprimant simplement la nature de l'eau-de-vie.

Cette boukha permettra à l'entreprise de s'ouvrir à de nouveaux marchés export.

Edito

Lors de la dixième édition de notre congrès annuel **PACK DESIGN** qui se déroulait le 28 mars dernier au **LIEU DU DESIGN** à Paris, nous avons eu le plaisir de nous remémorer la dernière décennie ponctuée d'évolutions qui ont marqué la filière packaging. Au fil des thématiques phares traitées chaque année lors de nos congrès, l'histoire se raconte toute seule. Celle, notamment, des problématiques environnementales, auxquelles nous répondions dès 2004, lors de notre premier congrès, par l'éco-conception, devenue éco-design ; et que je reformulerais aujourd'hui de « recyclo-conception ». Il était d'autre part question à Toulouse lors du congrès de 2006, de « packaging high-tech ». On parlerait plutôt aujourd'hui d'emballage actif ou intelligent, tel qu'évoqué dans le livre blanc *Tendances Packaging* qui vient de paraître, projet collaboratif initié par le **GEPIA**, qui donne la parole à vingtaine d'experts du secteur packaging, dont j'ai l'honneur de faire partie. De nouvelles technologies permettent en effet d'améliorer encore la qualité de la préservation des produits alimentaires emballés et de repousser ainsi leur date limite de consommation : innovation et pragmatisme !

Avec ce recul, nous nous confortons à constater que nos propositions de programmes de conférences sont finalement visionnaires et en phase avec l'actualité. Aussi, je profite de cet éditto pour saluer et remercier de leur soutien les quelques 800 participants à nos dix congrès **PACK DESIGN** organisés depuis la création de l'INDP.

Dix ans... Dix ans déjà que les statuts de l'association ont été publiés au *Journal Officiel* du 25 janvier 2003.

Pour refaire l'histoire, j'avais été invité à présider le jury du « Prix François 1er » au printemps 2001 lors des « 10èmes Rencontres de Cognac - Le Luxe et son Emballage » dans le cadre desquelles intervenaient des grands noms de la création tels que Chantal Thomass, Loris Azzaro ou encore Olivier Lapidus. C'est à cette occasion qu'a été dévoilé le projet de création d'un « Centre National du Design Packaging » dans lequel j'ai immédiatement souhaité m'impliquer. Il s'agissait alors de créer un centre de veille et d'exposition visant à la fois les professionnels et le grand public. Son but était de montrer comment l'industrie du packaging, grâce au design, a su développer des créations au service des marques et en adéquation avec les attentes des consommateurs. C'est finalement le nom d'« Institut National du Design Packaging » qui a été retenu au fil de nos travaux et de nos discussions au cours de l'année 2002, avec les membres fondateurs, Jean-Michel Jobit, Designer Fondateur de l'agence LINEA et Antoine Pontallier, Président d'ATLANPACK et PDG du Groupe PICARD. Voici que débute une nouvelle décennie pour notre association, avec la volonté de poursuivre ce que nous avons initié, ainsi que le développement de nouveaux projets et partenariats.

Sur ces notes non pas nostalgiques, mais ouvertes sur l'avenir, je vous souhaite un très bel 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

TEAM CREATIF

VILMORIN révèle son patrimoine unique avec TEAM CREATIF Lyon.

Pour célébrer ses 270 ans, l'une des plus anciennes marques françaises rend hommage à plus de deux siècles de passion pour le végétal et rappelle son apport majeur à la botanique mondiale.

L'agence Lyonnaise dirigée par Anne Sophie Therin accompagne la marque patrimoniale dans le lancement de cette gamme collector **VILMORIN 1743**. 14 variétés potagères et florales ont été sélectionnées parmi la riche gamme de semences Vilmorin. Pour chacune, l'aquarelle originale a été retrouvée dans le patrimoine artistique de Vilmorin et reprise sur le sachet, lui donnant ainsi tout le charme d'antan. Véritable objet de collection, chaque kit contient un sachet de semences et une lithographie de la variété présentée avec, au dos, un texte descriptif issu des ouvrages rédigés et enrichis chaque année par Vilmorin durant la deuxième moitié du XIX^{ème} siècle.

La gamme **VILMORIN 1743** est distribuée en GSB, jardineries et libres-services agricoles.



CARTOON DESIGN

MILICAL, marque leader de la minceur en pharmacies et en parapharmacie, souhaite relancer le segment des substituts de repas en proposant des produits plus accessibles et plus pratiques.

CARTOON DESIGN a conçu une nouvelle marque fille GO et son identité packaging qui porte les valeurs du nomadisme féminin et urbain : je peux faire mon shopping, j'emporte mon repas partout avec moi.

Le 'sell in' révèle le fort potentiel de ce nouveau positionnement de la marque **MILICAL**.



LINEA



Afin de parfaire sa gamme **Élégance**, la Maison **CAMUS** a confié à LINEA la création de sa prestigieuse carafe **FAMILY LEGACY** et de son coffret. Ce Cognac hors d'âge rend hommage au savoir-faire familial CAMUS déteint depuis près de cinq générations. **Élégante** et **intemporelle**, la carafe **FAMILY LEGACY** s'inspire de la légendaire carafe Marquise tout en dévoilant sa propre personnalité. Ses courbes épurées et statutaires la rendent résolument plus contemporaine. L'écran texturé noir est quant à lui capitonné de miroirs afin de sublimer la carafe par un subtil jeu de lumière. Le Cognac **CAMUS FAMILY LEGACY** a été récompensé d'un Award lors du salon PRODEXPO 2013 de Moscou.

DIADEIS

Avec son nouveau design, **ORANGINA** met à nu son identité. DIADEIS, qui accompagne la marque depuis 2005, a travaillé un positionnement premium, renforcé par un message de clarté et de simplicité.

ORANGINA partait avec un patrimoine iconique considérable, que l'agence DIADEIS a cherché à mettre en valeur. La dernière rénovation va ainsi à l'essentiel. Le logo a été redessiné en mêlant deux éléments phares d'**ORANGINA** que sont le zeste de peau d'orange et la forme de la bouteille.



L'utilisation d'un bleu profond permet de le mettre en valeur et de donner de l'intensité à la marque. Un travail important a également été réalisé sur la forme des étiquettes pour renforcer le caractère unique et emblématique de la marque.

BY AGENCY

BY AGENCY DESIGN signe l'identité graphique et volume packaging de la cire **NAIR**, parfum pomme d'amour.

UNE EPILATION A CROQUER !

La mission de BY AGENCY DESIGN :

- Volume packaging : une forme « ballotin »
 - Innovation sur le marché de la cosmétique, clin d'oeil à l'univers de la confiserie et de la chocolaterie
 - Graphisme packaging :
 - Une clef d'entrée par la séduction et le plaisir ...
 - Gourmandise du visuel, charme du nom et raffinement de la typographie
 - Un espace rationnel en partie droite du pack dédié aux caractéristiques et aux bénéfiques produits
- Une création globale packaging, parfaite illustration de l'approche de BY AGENCY DESIGN qui développe la confiance et l'envie on-pack au service de la marque.



4èmes Rencontres DESIGN SPIRIT 2013

Agenda

EXPOSITIONS

■ « STRATE 20/20 - VINGT ANS ET POUR LONG-TEMPS » du 01 juillet 2013 au 30 juin 2014 au Lieu du Design à Paris
www.lielieududesign.com

■ « UN ARCHITECTE DANS L'ATELIER, ETTORE SOTTASS » jusqu'au 22 juillet à Sèvres - Cité de la céramique
www.sevresciteramique.fr

■ « DYNAMO : UN SIÈCLE DE LUMIÈRE ET MOUVEMENT DANS L'ART » jusqu'au 22 juillet au Grand Palais à Paris
www.grandpalais.fr

■ « FINN JUHL » jusqu'au 28 juillet à la Maison du Danemark à Paris
www.maisondudanemark.dk

■ « RONAN ET ERWAN BOURULLEC. MOMENTANÉ » jusqu'au 1er sept., au Musée des arts décoratifs de Paris
www.lesartsdecoratifs.fr

■ « EN VIE, AUX FRONTIÈRES DU DESIGN » jusqu'au 1er sept., à l'Espace Fondation EDF à Paris
<http://fondation.edf.com>

SALONS

■ MAISON & OBJET du 06 au 10 septembre à Paris Nord Villepinte
www.maison-objet.com

■ BEYOND BEAUTY du 09 au 11 septembre à Porte de Versailles à Paris
www.beyondbeauty.com

■ EURASIA PACKAGING FAIR 2013 du 12 au 15 septembre à Istanbul en Turquie
www.packagingfair.com

■ VISCOM PARIS du 24 au 26 septembre à Paris Nord Villepinte
www.viscom-paris.com

■ FUTUR GRAPHIC le 10 octobre aux ateliers Magelis à Angoulême
www.indp.net

■ LUXE PACK du 23 au 25 octobre au Grimaldi Forum à Monaco
www.luxepack.com/accueil.php?mo

■ SALON DE LA CROISSANCE VERTE ET DES ÉCO-INDUSTRIES les 28 et 28 novembre à l'espace Carat à Angoulême
salon.croissanceverte.poitou-charentes.fr

REMISES DE PRIX

■ REMISE OFFICIELLE DES PENTAWARDS le 21 septembre à Barcelone
www.pentawards.org



Pour cette 4ème édition, les Rencontres DESIGN SPIRIT ont investi les nouveaux locaux de la COMPAGNIE DE GUYENNE, dont le Président Philippe Coste nous a fait l'honneur et le plaisir d'une passionnante intervention sur la marque phare de la société, le Cognac MEUKOW ; et dont l'histoire est marquée par l'évolution de son packaging, avec notamment le développement de l'emblématique « carafe panthère ». La matinée s'est poursuivie avec un autre fleuron du territoire cognacais, VERALLIA, qui fête cette année les 50 ans de la verrerie de Cognac. Pierre-Henri Alaguillaume et Christophe Ferrazzi (photo 2) ont retracé cette épopée industrielle liée au développement commercial du Cognac et aux évolutions techniques conçues par Claude Boucher dans cette même cité des eaux-de-vie. Richard Pascal (photo 3), qui a créé l'organisme de formation continue PROFEVER l'an passé, a ensuite donné la conférence « *Savoir conjuguer contraintes de l'emballage et créativité verrière. Les enjeux d'un savoir-faire maîtrisé* », en rappelant tous les atouts que représente le matériau verre sans oublier d'évoquer les contraintes que cela peut parallèlement impliquer, tel que la maîtrise de la transparence. L'invité d'honneur des 4èmes Rencontres DESIGN SPIRIT était Vincent BREED (photo 4), Artiste Verrier & Artisan d'Art au service des personnes créatives, qui a décrit son parcours au fil de ses différentes créations dans le cadre – ou non – de collaborations avec des designers. Son travail (photo 5) a été – ou est – exposé à New York, Beyrouth, Moscou, Paris, Monte-Carlo, Hong Kong, Shanghai, Sars-Poterie, Murano, ... Une intervention suivie avec une attention particulière pour la richesse des témoignages, apportés avec simplicité et humilité. Ces rencontres étaient aussi l'occasion d'un point d'étape sur l'étude de préfiguration du projet de « *Pôle Verrier & Métiers du Cognac* » sur laquelle travaille l'INDP avec les membres du Comité de Pilotage, le Grand Cognac-Communauté de Communes et la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Charente.

Le temps de conférences a créé un contexte favorable pour mieux comprendre tous les enjeux du verre, qu'il soit produit de façon industrielle, en petites séries ou que cette matière soit transformée en pièce d'art. La journée s'est poursuivie par une visite de la maison de Cognac MEUKOW, ainsi que d'une dégustation pour clore la journée, avant de se donner rendez-vous le jeudi 22 mai 2014 pour la 5ème édition des RENCONTRES DESIGN SPIRIT, toujours au cœur de Cognac.

FUTUR GRAPHIC



Rendez-vous le **10 OCTOBRE 2013** aux Ateliers Magelis à Angoulême !

Co-organisé par l'INDP et ATLANPACK, le pôle emballage conditionnement de l'Arc Atlantique, FUTUR GRAPHIC se positionne en carrefour de la communication, du design graphique et de la conception

packaging. Organisé au cœur de la filière graphique régionale composée de plus de 400 entreprises, FUTUR GRAPHIC s'impose comme une véritable plate-forme de rencontre et d'échanges de savoir-faire autour des problématiques concrètes et technologiques spécifiques aux métiers de la communication, du design graphique et de la conception packaging, le web et les multimédias. FUTUR GRAPHIC 2013 sont des rencontres exclusivement réservées aux professionnels, qui s'articulent autour d'un espace salon et d'un programme de conférences tout au long de la journée. En 2011, la 3ème édition des rencontres FUTUR GRAPHIC a permis de développer une dynamique régionale, départementale et angoumoisine au service des entreprises de la filière graphique.

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.

■ PACKAGING TRANSPARENT POUR NIKE

L'agence de design berlinoise Scholz & Friends a planché sur un nouveau concept pour l'équipementier Nike. Le design des chaussures de sport a beaucoup évolué ces dernières années mais pas son packaging avec l'immuable boîte cartonnée. Scholz & Friends s'est replacée dans l'esprit Nike Air pour proposer une poche plastique transparente remplie d'air dans laquelle semblent flotter les sneakers, plutôt esthétique pour une exposition en magasin.

Source W3SH - 20 Juin 2013

■ ÉTIQUETTES : LA TENDANCE EST AU TACTILE

La fédération mondiale des fabricants d'étiquettes auto-adhésives et des produits de services connexes (FINAT) a organisé son 33e concours d'étiquettes à La Haye (Pays-Bas). La tendance observée est celle d'une dimension tactile de l'étiquette (90% des étiquettes de vins et spiritueux). Les lauréats sont pour les vins le Collotype Labels, pour Carnival Love (Australie) et pour les boissons alcoolisées le Label Apeel Ltd, pour Gilpin's Extra Dry Gin (Royaume-Uni).

Source Vitisphere - 19 Juin 2013

■ DU VIN EN CANETTE

Winestar commercialise pour la première fois en France une gamme de vins (domaine Château de l'Îlle) dans des canettes Ball. Winestar a opté pour des formats de 187 ml, soit l'équivalent d'un quart de bouteille. Pour renforcer la protection du produit, Ball a développé un conditionnement étanche à l'oxygène et à la lumière, doté d'un revêtement intérieur conçu spécifiquement pour le vin.

Source Emballage Digest - 13 Juin 2013

■ PERRIER, WARHOL POUR LES 150 ANS

En 1983, Andy Warhol signait une édition limitée pour Perrier. Trente ans après, le groupe Nestlé la ressort des cartons pour célébrer son 150ème anniversaire.

Source Les Echos - 06 Juin 2013

■ HELIX LE BOUCHON QUI SE RÉINVENTE

Amorim, numéro un mondial du bouchon en liège, et Owens-Illinois (OI), premier fabricant d'emballages en verre, ont dévoilé au salon Vinexpo (Bordeaux) leur dernière innovation : un concept inédit de bouchage de vins Hélix. Sous l'effet de la concurrence du bouchon en plastique, des capsules à vis et des bag-in-box, les deux géants se sont associés pour cette invention protégées par trois brevets. Hélix est produit à partir de Neutrocork, à base de particules de liège naturel, un matériau qui garantit un bouchage efficace et une ouverture aisée. Le goulot de la bouteille est fileté. Un simple mouvement permet l'ouverture et devrait rendre inutile l'utilisation du tire-bouchon.

Source Les Echos - 19 Juin 2013

■ L'EMBALLAGE COMME ARME IDÉOLOGIQUE

L'exposition «Design de l'emballage. Made in USSR», visible à Moscou jusqu'au 30 juin, montre comment dans l'ex-URSS l'emballage était utilisée comme une arme idéologique. Les meilleurs artistes soviétiques étaient mobilisés par la propagande bolchévique, raconte la commissaire de l'expo, Alexandra Sankova, «pour créer un nouveau style de vie».

Source Le Parisien - 12 Juin 2013

■ OSCARS DE L'EMBALLAGE : ouverture des candidatures

Les Oscars de l'emballage 2013 seront remis le 26 novembre. Les dossiers de candidature doivent être envoyés



OSCAR
2013
DE L'EMBALLAGE

avant le 13 septembre 2013. 23 oscars seront décernés cette année pour récompenser les professionnels de l'emballage et du conditionnement dans 5 catégories : consommation, métiers/matériaux, production, environnement, débuts prometteurs.
www.oscarsdelemballage.com

■ Nouveauté cette année, tous les candidats au concours **FREPACK SPIRIT** le seront automatiquement aux **OSCARS DE L'EMBALLAGE** dans la catégorie «Débuts prometteurs», dans le cadre d'un partenariat inter-concours.

Organisé par l'INDP afin de promouvoir les formations et valoriser les créations des futurs designers packaging, ce concours est ouvert aux étudiants en écoles de design, arts graphiques, communication visuelle, beaux arts et conception d'emballages.



C'est dans le cadre de **VS PACK**, le salon de l'innovation packaging & technologique des vins & spiritueux, qui se déroule à Cognac du 3 au 5 décembre 2013, que les projets pré-sélectionnés feront l'objet d'une exposition. Un jury de professionnels s'y réunira alors pour définir le palmarès : 1er prix 1500€, 2ème prix 750€, 3ème prix 200€. Toujours dédié au packaging des spiritueux, le concours a cette année pour thème la nuit, milieu de consommation particulièrement dynamique et innovant pour cette famille de produits. L'objectif est de créer le packaging complet d'une marque ou un concept de consommation d'une boisson spiritueuse «Made In Spirit Valley», spécifique à cet instant de consommation. Différents champs d'exploration sont possibles et combinables: création du concept, de la marque, du design graphique de l'étiquette, du système de bouchage, ajout d'accessoires, PLV, merchandising, packaging collector, ...

■ CALENDRIER:

- Inscriptions : **25 octobre 2013**
- Maquette & Planche : **10 novembre 2013**



«Atome L'esprit Rhum» 1er prix 2011 FREPACK SPIRIT