

FLASH

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



N°31 - février 2011

Actualités de nos adhérents

Edito

Comme vous l'avez peut-être déjà constaté, l'INDP inaugure 2011 avec une nouvelle charte graphique. J'espère que vous apprécierez la nouvelle présentation de notre bulletin d'information « Flash INDP », comme la refonte de notre site internet qui est en cours...

L'année 2010 semble avoir marqué le redressement du niveau de l'activité de l'industrie du packaging. Simultanément, sur tous les marchés, nous avons assisté à l'intensification de nouvelles contraintes qui sont désormais incontournables.

EMBALLAGE 2010 en a été le révélateur, que ce soit au travers des conférences « Pack Vision », ou des expositions de l'espace « Emballage In Green ». Comme l'a montré l'étude sur le design packaging réalisée au printemps 2010 par le salon, dans ce contexte, la profession a plus que jamais besoin de communiquer au sein d'un carrefour d'échanges professionnels et opérationnels pour faire connaître ses bonnes pratiques et de se regrouper pour la défense de ses intérêts. C'est le rôle de l'INDP, qui avec l'adhésion et la participation des grands groupes de l'emballage, des industriels, des marques et des distributeurs; permet à tous les acteurs de la création packaging de développer des coopérations créatives et industrielles performantes.

En effet, la crise a bouleversé la donne et la croissance soutenue et durable ne viendra que par la remise en cause et par l'innovation de rupture. Le design packaging, déjà bien perçu comme un levier de différenciation identitaire et d'activation des ventes, devient plus que jamais un facteur clé de succès. Il est désormais un élément central dans une stratégie qui englobe les enjeux sociétaux tels que : l'ergonomie pour les juniors, comme pour les séniors qui deviennent au fil du temps un très important groupe de consommateurs ; la sécurité absolue du contenu de l'emballage, face aux multiples menaces annoncées ; la facilité d'usage qui est devenue une des raisons des principales de rachat d'un produit ; et enfin la réponse aux attentes de respect de l'environnement, qui s'affirment chaque jour un peu plus. Les solutions novatrices du vingt et unième siècle vont passer par une plus grande sobriété, par l'émergence de nouveaux matériaux, donc par un design totalement inédit. Enfin, il est encore temps pour moi de vous souhaiter une très bonne année 2011. Que cette année 1 marque un tournant pour le secteur de l'emballage qui doit faire sienne la devise : « plus de matière grise en amont pour moins de matière première dans les poubelles ! »

Bien à vous,
Fabrice PELTIER Président de l'INDP

TREEDIM

Picador au pays du soleil levant : le lancement du logiciel Picador au Japon est un vrai succès. Après avoir exposé en novembre dernier au salon Tokyo Pack avec notre partenaire japonais, TREEDIM a remporté successivement trois affaires importantes. Les sociétés SHOWA-DO, K.Y. CONTAINER et NIPPON TOKAN PACKAGE sont désormais équipées de licences Picador pour le design et l'optimisation des emballages carton. La facilité de création directe de PDF 3D et animé est particulièrement appréciée au pays de l'origami.

AGENCE LINEA

Un saké destiné au marché brésilien : C'est à l'agence LINEA que DIAGEO Brésil a confié la conception / réalisation de ce produit détonnant. Analyse socioculturelle, étude des tendances packaging au Japon, calligraphie, naming en japonais... C'est bien à l'heure japonaise que l'équipe LINEA a vécu durant ce projet ! La finesse et la teinte bleue de la verrerie, la couleur crème du papier texturé et embossé, placent incontestablement Jun Daiti dans le segment des sakés premium. Le traité très manuel de l'illustration du Samouraï et le Kanji calligraphié viennent renforcer l'authenticité du produit. Kampai !



Information et Bulletin d'adhésion sur demande

auprès de : INDP - Carrefour de créativités
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

La famille Florentine ANTINORI, qui règne sur ses vignobles depuis 26 générations, a confié à l'agence de design DAEDALUS, la refonte de l'identité visuelle de sa marque emblématique Santa Cristina. Les éléments de marque ont été travaillés tout en finesse et élégance et l'ancrage au terroir toscan a été illustré d'une chapelle typique. En parallèle, leur nouvelle gamme de vins de Toscane, destinée au marché intérieur a été créée.

DRAGON ROUGE

Le leader espagnol des produits fromagers, EL CASERIO, a confié à DRAGON ROUGE le relifting de sa gamme composée de 11 références. Afin de gagner en modernité et véhiculer les bénéfices émotionnels et nutritionnels des produits, l'agence a communiqué visuellement sur des valeurs clés telles que l'authenticité, la tradition et la naturalité. Ceci, grâce à un travail sur les codes visuels (structure graphique en arche, typographie retravaillée, forte présence des codes couleurs de la marque) et la création d'un décor authentique évocateur (ferme, prairie, fleurs, soleil...).



DIGITAL PACKAGING

Spécialisé depuis plus de 10 ans dans les prototypes et pré-séries d'emballage s'est maintenant complètement installé dans ses nouveaux locaux du pont de Sèvres sur un terrain qu'il partage avec STRATE COLLEGE DESIGNERS. Cette proximité lui permet de profiter de nombreuses synergies et lui assure une veille permanente sur toutes les nouvelles tendances packaging. Afin de renforcer sa présence et répondre à toutes les attentes dans le domaine du luxe et de la cosmétique, DIGITAL PACKAGING a ouvert début janvier un nouveau département intégrant la recherche couleur et le transfert classique ou direct pour les effets les plus complexes.



TEAM CREATIF

L'agence TEAM CREATIF a revu intégralement le positionnement de HAPPYTIME, portail dédié aux loisirs recensant plus de 8000 activités dans toute la France. Le travail a porté sur 3 niveaux: La création et l'utilisation d'une marque unique de manière transversale (coffret cadeau, cartes, site internet), le développement d'une nouvelle marque associée à une icône très forte et identifiable (le cerf volant) et la conception d'une identité packaging impactante autour d'une structure forte et d'un color branding spécifique incontournable, le rouge.



CARTOON DESIGN

L'agence CARTOON DESIGN organise depuis plusieurs mois à Toulouse, Paris et Lyon les «MATINÉES (in)FORMATIONS», des rendez-vous sous forme de petit-déjeuner-conférence. Les thèmes présentés par des experts permettent aux clients, fournisseurs et prospects de l'agence de se former sur les dernières tendances et innovations liées à notre cœur de métier : le design packaging. La prochaine matinée organisée le jeudi 3 février à Paris (cf. Agenda) sera animée par Jean-Paul Cornillou, directeur du cursus packaging de STRATE COLLEGE DESIGNERS. Contact: emilie.rossi@c-cartoon.com / 06.31.04.39.49

Actualités de nos adhérents

BY AGENCY

Les laboratoires NOGUES ont confié à BY AGENCY Design le lifting de leur marque NausiCalm®, produit anti nausée et vomissement. Identité visuelle, logotype et charte packaging ont été au cœur de ce travail, l'objectif principal étant de moderniser et optimiser l'image et l'impact de la marque pour son passage en OTC (médicament vendu sans ordonnance en médication familiale). L'ensemble des agences de BY AGENCY Group (Communication et Interactive) ont été par la suite mises à contribution pour réaliser la campagne de communication (presse et point de vente) ainsi que le site Internet de la marque www.nausicalm.com



Lycée Louis Delage

La formation bac+3 packaging du lycée Delage de Cognac organise le vendredi 4 février 2011 à partir de 13h30 une après-midi consacrée à la découverte des nouveaux outils numériques de la création packaging. Deux conférences ayant pour thème l'impression 3D puis les nouvelles solutions d'impression et de découpe carton seront suivies par une visite du plateau technique de la formation de Cognac. Ce laboratoire est à la disposition des entreprises de la région pour du test qualité et de la réalisation de prototypes.

Renseignements
au 05.45.35.86.70 (Mr Lebigot)
ou fspackcognac@gmail.com



Projet Quick Lab

A l'occasion de son 40^{ème} anniversaire, Quick lance « Quick Lab », un projet de réflexion prospective sur les attributs identitaires de la marque : l'architecture des restaurants, l'identité visuelle, le design culinaire et le goût, le stylisme des uniformes, les packagings ainsi que le design et les nouveaux services. En partenariat avec 10 écoles d'architecture et d'arts appliqués, en Belgique et en France, et avec le parrainage actif du VIA (Valorisation de l'Innovation dans l'Ameublement), ce projet a pour objectif d'imaginer le futur de Quick. Ainsi, plus de 200 étudiants vont plancher pendant un semestre, parmi lesquels le Master 2 en Marketing du Design et du Packaging du CEPE d'Angoulême - Centre Européen du Packaging et de l'Emballage - que l'INDP parraine. Ces étudiants mènent cette réflexion sur la thématique du packaging encadrée et intégrée au cursus scolaire. Parmi les pistes de réflexion relevées dans le brief, on note « Comment les produits seront-ils vendus, consommés et transportés ? », « Quelle sera la place du packaging parmi les attributs identitaires d'une marque ? », ... Les projets les plus remarquables feront l'objet d'une exposition en mai 2011 au VIA, puis à Bruxelles en juin, et sur www.quicklab.fr

3

Actualités de l'INDP

Congrès Pack Design

La 8^{ème} édition du congrès PACK DESIGN aura lieu le jeudi 31 mars au Centre de Conférences de Poitiers. Rendez-vous annuel de la profession organisé en région, il s'intéressera cette année au thème « Packaging & Cultures de Consommation ». Le programme de cette journée se précise avec des problématiques autour de la création packaging en fonction des processus d'achat, le rôle du pack dans l'émergence du e-commerce, son adaptation aux signes, codes et différences culturelles. La consommation engagée et éthique sera également traitée au cours de ce congrès PACK DESIGN auquel nous vous attendons nombreux. Tarifs de la journée (9h00 - 17h00) incluant le déjeuner: 115€HT pour les adhérents de l'INDP / 230€HT pour les non-adhérents.



Inscriptions et informations : info@indp.net / 05.45.36.30.25

Agenda

EXPOSITIONS

- « C'est pas du bidon ! » Du 7 février au 25 mars à la Designpack Gallery 24 rue de Richelieu, Paris 1^{er}. www.designpackgallery.fr (et encore jusqu'au 5 février « Pentawards'10 »).
- « **Andrée Putman** » Jusqu'au 26 février 2011 à l'Hôtel de Ville de Paris 5 rue de Lobau, Paris 4^{ème}. www.paris.fr
- « **Observateur du Design 2011** » Jusqu'au 13 mars 2011 à la Cité des Sciences et de l'Industrie. www.apci.asso.fr.
- « **Labels VIA 2010** » Jusqu'au 20 février 2011 à la Galerie VIA 33 avenue Dausmenil, Paris 12^{ème}. www.via.fr.

CONGRÈS, CONFÉRENCES, FORMATIONS

- **Matinée (in)FORMATION** « L'emballage : déchet ou outil ? Rappel des fondamentaux du packaging. Pourquoi ? Pour qui ?... Comment ? » organisée par CARTOON DESIGN le 3 février de 9h à 13h à leur agence parisienne : Bastille Center Design, 74 bd Richard Lenoir, Paris 11^{ème}. Informations/inscriptions : emilie.rossi@c-cartoon.com. Tél. : 06.31.04.39.49.
- **Atelier Innovation** dans le cadre de l'action collective « EXCELLENCE DESIGN » menée par l'INDP en région Poitou-Charentes, le 15 février à la CCIT 79 à Niort et le 8 mars à la CCIT 86 à Chasseneuil-du-Poitou, de 8h30 à 10h30. Informations/inscriptions : info@indp.net
- **Formation INDP «L'écodesign d'un packaging»** les 16 et 17 mars à Angoulême. Informations/inscriptions : formation@indp.net.
- **Colloque ETIQ&PACK** le 17 mars au Château de Longchamp (Paris). www.etiqetpack.com/blog.
- **PACK DESIGN** : congrès annuel de l'INDP le 31 mars au Centre de Conférences de Poitiers. www.indp.net.

SALONS

- **PCD CONGRESS (Parfums, Cosmétiques & Design)** les 8 et 9 février 2011 à la Cité des Sciences et de l'Industrie. www.pcd-congress.com
- **PHARMAPACK (salon international des acteurs du conditionnement des médicaments et des systèmes d'administration)** les 23 et 24 février à la Grande Halle de la Vilette. www.canontradeshows.com/expo/pharma-fr10/index.html
- **CFIA (Carrefour des Fournisseurs de l'Agroalimentaire)** du 15 au 17 mars au Parc des Expositions Rennes Aéroport. www.cfiaexpo.com
- **LUXE PACK SHANGHAI** les 29 et 30 mars au Shanghai International Convention Center. www.luxepackshanghai.com

Actualités de nos adhérents

VERALLIA

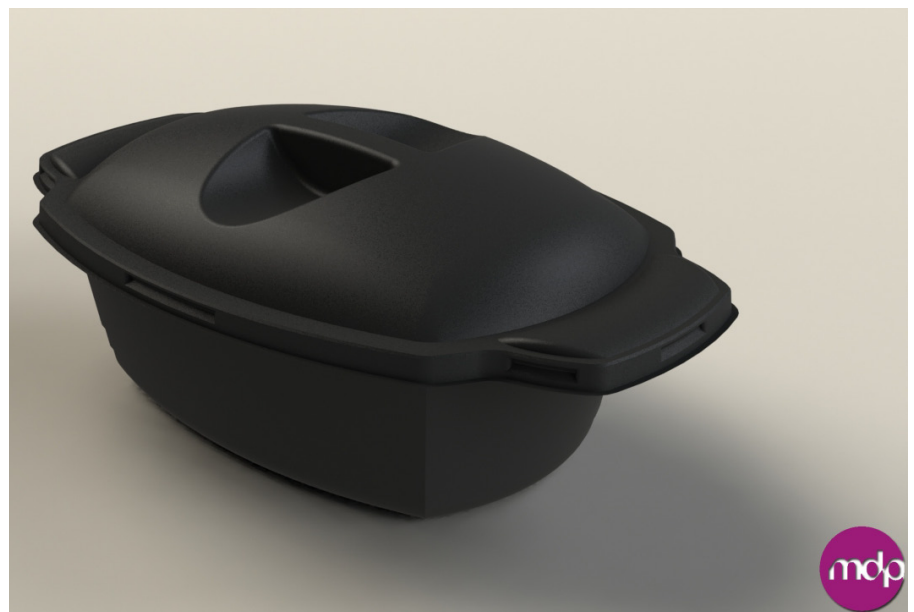
La Fédération Européenne du Verre d'Emballage (FEVE) dont VERALLIA est membre, mène actuellement la campagne « Nothing is good for you », avec pour principal message « Le verre n'a rien à cacher ». Deux concepts, Nothing et Something, y sont mis en opposition et les bénéfices santé du premier sont explicités : « Un conditionnement en verre n'altère en rien les aliments ou les boissons qu'il contient. Il ne change rien au goût ni aux qualités des aliments qu'il préserve. Résultat ? Un emballage sûr et sain que rien ne peut égaler. »



Plus d'informations sur www.nothingisgoodforyou.fr

MDP

PICARD THERMOFORMAGE, via son agence de design MDP, a conçu et réalisé une solution d'emballage sur mesure pour la société SVA JEAN ROZE, le spécialiste des viandes fraîches piécées et élaborées. Cette barquette microondable en forme de marmite (format familial 1 kg), casse les codes identifiés en linéaires et met en valeur la dimension traditionnelle en intégrant parfaitement les exigences fonctionnelles (process, operculage, empilage...) et esthétiques (imitation au plus près d'une marmite en fonte, différenciation et stockage en rayon...).



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.

■ MICHEL & AUGUSTIN DEMANDENT AUX INTERNAUTES DE TRANCHER ENTRE 2 PACKAGINGS

La marque de yaourts et biscuits Michel & Augustin continue sur sa lancée du packaging participatif, en demandant l'avis à ses consommateurs de choisir, via une page Facebook dédiée, entre deux choix de packagings pour des biscuits à sortir, «Les Petits Carrés». En une journée, 1 300 internautes avaient déjà arbitré en faveur d'un des deux emballages. «Lorsque nous avons du mal à trancher sur une idée, nous lançons un sondage» explique un porte-parole, qui rappelle que cela a déjà été fait sur les références «Vrai Cookies» et sur certains parfums de «Vache à Boire» (yaourt à boire ayant fait la renommée de la maison, NDLR).

Tiré de emarketing.fr le 16 janvier 2011 par Packaging-France

■ L'EMBALLAGE MEILLEUR RECYCLEUR QUE LES AUTRES EMETTEURS DE PLASTIQUE

L'emballage est le secteur le plus dynamique pour le recyclage du plastique qu'il produit avec un taux de 30,3% d'emballages plastiques recyclés en 2009. Dans les grands pays européens, selon les chiffres du rapport annuel « Plastiques - Faits et Chiffres 2010 », l'Allemagne a recyclé 1,1 million de tonnes de déchets d'emballages post-consommation en 2009, l'Italie 700 000 tonnes, le Royaume-Uni 600 000 tonnes, la France et l'Espagne plus de 400 000 tonnes chacun. Ensemble, ces cinq pays ont recyclé 3,2 millions de tonnes d'emballages en plastique en 2009.

Tiré de enviro2b.com le 12 janvier 2011 par Packaging-France

■ LES VINS DE BORDEAUX DE PLUS EN PLUS EN BIB

Les ventes de vins de Bordeaux conditionnés en bag in box augmentent depuis 2 ans : 158 500 hl de vins de Bordeaux, soit 11% des volumes, ont été vendus en BIB en grandes et moyennes surfaces selon le comité interprofessionnel des vins de Bordeaux (+16% par rapport à 2008).

Tiré de [La Charente Libre](http://LaCharenteLibre.fr) le 4 janvier 2011 par Packaging-France

■ DU CAVIAR COMME DU FOND DE TEINT !

Le site web Caviar Passion, édité par la société éponyme vend du caviar uniquement via Internet, avec la volonté de démocratiser ce produit (dans la mesure du possible : les prix oscillent entre 1 300 et 9 000 euros le kg). Dans cette optique, en plus du canal de distribution, le packaging a été conçu en décalage avec les codes habituels. Inspiré de l'univers des cosmétiques, il ressemble à une boîte de poudre à visage, en métal, avec une étiquette au design minimaliste.

Tiré de [Le Figaro](http://LeFigaro.fr) le 29 décembre 2011 par Packaging-France

■ L'AGENCE DE DESIGN QUI DECONSTRUIT LES PACKAGINGS

L'agence de design Antrepo/A2591, basée à Ankara (Turquie) et positionnée sur les créations minimalistes, s'est amusée à déconstruire les packagings de plusieurs grands produits de consommation de marques connues. Focalisant sur des produits souvent largement appréciés des consommateurs, les designers de l'agence ont recherché des épures, pour montrer que le marketing accouche aujourd'hui de packagings surchargés de mentions inutiles. Pour chaque produit, trois versions ont été mises en perspective : l'existante, une version plus allégée (conservant logo, couleurs et slogan) et une version extra-light ne comportant que le logo et la description du produit. Ces concepts de produits virtuels qui n'existeront jamais visent simplement à faire prendre conscience à la communauté des designers qu'un emballage épuré peut être attractif.

Tiré de 20minutes.fr le 21 décembre 2010 par Packaging France

ESCALES DU DESIGN 2010

LE DESIGN DANS TOUS LES SENS

Escales design

Du 16 au 18 décembre dernier se déroulait à Bordeaux la 2^{ème} édition des ESCALES DU DESIGN, qui a attiré près de 4000 visiteurs autour d'expositions, conférences et ateliers. L'INDP s'est associé à cet événement en participant, avec un de ses adhérents, à la table ronde DESIGN Fr@nce, le réseau français des centres de design. Animée par son président, Pascal Le Roux, cette table ronde invitait plusieurs de ses membres à traiter du thème des ESCALES DU DESIGN 2011 : « Le Design dans tous les sens ».

Charlotte Rix Nicolajsen, chargée de Mission Bureau Europe pour l'ARDI Rhône Alpes est dans un premier temps intervenue sur le sens donné à la démarche d'éco-conception avec une présentation du concept Cradle to Cradle. Dans un second temps, Frédéric Poisson, chargé de Mission Design pour Lille Métropole, a traité de la métrologie sensorielle avant de passer la parole à Jean-Christophe Boulard, Délégué Général de l'INDP au sujet des cinq sens dans le packaging. A cette occasion, l'INDP avait invité Stanislas Descours, Chef de Marché Spiritueux et BSA chez VERALLIA, à venir s'exprimer sur l'analyse sensorielle dans son domaine d'application, le verre ; avec les exemples des nuanciers visio-tactiles pour le verre dépoli et les gravures et la perception des teintes.

Les ESCALES DU DESIGN étaient organisées à l'initiative de l'association 4 DESIGN, Centre de Conception et Design Aquitaine dont l'objectif est de participer au développement économique régional en favorisant la diffusion du design dans les PMI.

