



## LE CONCOURS DESIGN PACKAGING DU BCME LA BOÎTE BOISSON

### COMMUNIQUE DE PRESSE n°1

**Les boîtes de demain s'inventent aujourd'hui...** Les laboratoires de recherche des fabricants d'emballages et les directions recherche & développement des industriels des boissons y travaillent évidemment d'arrache-pied, mais les jeunes, grands consommateurs de canettes, ont certainement quelques idées sur la question... Et encore plus les étudiants en design, ingénierie et marketing packaging dans les écoles spécialisées.

C'est justement ce qui a incité le BCME La Boîte Boisson, dont la mission est la promotion de la boîte, à organiser un concours inédit : « **Tous en Boîte !** ». Concours à destination des jeunes étudiants en écoles spécialisées marketing, design packaging et ingénierie emballage.

**Objectif : lancer un concept de boîte boisson innovant pour un moment de consommation choisi.**

Intégré dans le processus pédagogique de 5 écoles partenaires, spécialisées en marketing/design packaging/emballage, ce concours met à la disposition des étudiants tous les éléments nécessaires à la réussite de leur projet (brief détaillé, site internet dédié avec centre de documentation, mise en relation avec des experts, etc.).

Chaque année, le BCME La Boîte Boisson organise déjà les Trophées La Boîte Boisson primant les plus beaux décors de boîtes mises sur le marché. À la différence de cette manifestation, le concours « Tous en Boîte » se préoccupe de **l'ensemble des éléments du mix-marketing.**

Les meilleurs dossiers se verront notamment récompenser par des dotations financières attractives, et des dotations « pédagogiques » prestigieuses dans des centres de recherche.

Le BCME La Boîte Boisson entend ainsi **montrer par l'exemple la modernité et le potentiel de développement de la boîte** aux professionnels de la filière. En ce sens, les dossiers lauréats seront dévoilés lors de la soirée de remise des Trophées de la Boîte Boisson, le jeudi 15 mai 2008, évènement réunissant traditionnellement fabricants, remplisseurs, designers et journalistes.

Enfin, via cette nouvelle initiative la filière boîte boisson entend nouer des relations plus étroites avec les écoles et les étudiants et ainsi susciter de nouvelles vocations.



## « Tous en Boîte ! »

En partenariat avec des experts de la filière, la presse spécialisée et des écoles, le BCME La Boîte Boisson organise un concours marketing et design autour d'un concept innovant de boîte boisson : « Tous en Boîte ! ».

Les écoles de design et d'ingénieur emballage forment leurs élèves sur les métiers du design, de l'ingénierie et du marketing packaging. Partant de ce constat, le BCME La Boîte Boisson souhaite laisser la parole à ces étudiants, sur un projet leur permettant de tester leurs compétences dans ces trois spécialisations.

Les étudiants participants sont invités à réfléchir sur les comportements et les besoins des consommateurs à moyen terme, et de générer des idées nouvelles sur le concept produit, le marketing-mix et le packaging.

### I. Sujet 2007

La boîte boisson est un emballage moderne, rigide, léger, pratique, idéal pour une consommation nomade. Largement répandue, elle souffre toutefois d'une couverture incomplète/inégale de tous les moments de consommation d'une journée. Certains créneaux demeurent peu ou pas exploités

**Vous êtes la société X et lancez un concept de boîte boisson innovant pour un moment de consommation choisi.**

Vous traitez le lancement dans son intégralité (marketing-mix, conception produit, représentation graphique) en justifiant notamment le choix de la cible, du moment de consommation ou encore du circuit de distribution, l'univers concurrentiel, la définition du concept (formulation du produit, caractéristiques de l'emballage, choix du design), la politique publi-promotionnelle, etc.

*Détail en annexe*

### II. Agenda

- **Rentrée 2007** : Le BCME La Boîte Boisson briefe les étudiants des écoles partenaires.
- **Octobre 2007 - 29 février 2008** : Réalisation et dépôt des projets.
- **Début mars 2008** : Présélection des dossiers admissibles. Pas de nombre prédéfini.
- **Vendredi 28 mars 2008** : Les étudiants admissibles présentent leur projet au jury professionnel
- **Jeudi 15 mai 2008** : Remise des prix lors de la 9<sup>ème</sup> cérémonie des Trophées La Boîte Boisson.
- **Du 16 au 30 mai 2008** : Exposition des dossiers admissibles lors de la Quinzaine du Design de l'INDP à Angoulême.



### III. Spécificités du concours

#### Un site internet dédié : [www.tousenboite.org](http://www.tousenboite.org)

Un site Internet a été spécialement conçu pour l'occasion. Les étudiants peuvent y trouver un véritable centre de ressources sur la boîte boisson (documentations techniques, marketing, etc.). De plus, pour mener à bien leur projet, ce site leur offre l'opportunité de poser des questions pointues à un pool d'experts préalablement désignés.

#### Un pool d'experts

Leur rôle : apporter leur savoir-faire en répondant aux questions pointues des étudiants sur le site Internet du concours. Les questions sont filtrées par le BCME la Boîte Boisson.

- Un expert Design : Fabrice Peltier de l'agence P'Référence
- Deux experts ingénieurs en emballage : Michel Dollé de Heineken et Alain Préham de Crown

#### Les partenaires

##### Presse spécialisée

Les titres **Emballages Magazine** et **Rayon Boissons** médiatiseront l'évènement et prendront part au jury.

##### Les partenaires « »pro »

- **Heineken Entreprise**
- **Institut National du Design Packaging** (INDP), association regroupant les professionnels au service de la création packaging.
- **Sleeve International**, spécialiste du film en matière plastique thermorétractable

##### Les écoles partenaires, sélectionnées en fonction de leur spécialisation :

- IAE Angoulême (Master Marketing Strategy & Design Packaging)
- Strate College Designers Paris (Ecole Supérieure de designers industriels)
- ISD Valenciennes (Institut Supérieur de Design)
- ESIEC Reims (Ecole Supérieure d'Ingénieurs en Emballage et Conditionnement),
- ESEPAC Puy en Velay (Ecole Supérieure Européenne de Packaging)

#### Le jury

Réuni fin mars 2008, le jury évaluera les soutenances orales des étudiants selon une grille de critères pré-établis. Celui-ci se compose du BCME La Boîte Boisson, les partenaires presse, ainsi que des professionnels de la filière. Les experts ne font pas partie du jury.

#### Les prix

Quatre prix pourront être décernés : le Grand Prix marketing/design/emballage, ainsi que trois prix thématiques décernés à la discrétion du jury (stratégie marketing, packaging & graphisme et innovation emballage). Les prix ne sont pas cumulables.



## IV. Informations

Pour en savoir plus consultez le site Internet dédié au concours : [www.tousenboite.org](http://www.tousenboite.org)

Vous pouvez également visiter les sites Internet du GIE La Boîte Boisson :

Institutionnel : [www.gielbb.com](http://www.gielbb.com)

Grand public : [www.boiteboisson.com](http://www.boiteboisson.com)

### Contacts :

Email : [concours@gielbb.com](mailto:concours@gielbb.com)

Tel : 01 40 16 11 39



# ANNEXES

## Le BCME La Boîte Boisson

### • Mission :

Depuis 1992, le groupement d'intérêt économique le BCME La Boîte Boisson mène de nombreuses actions de promotion de la boîte, afin de sensibiliser l'ensemble des acteurs de la filière et révéler les opportunités de développement de cet emballage et du marché des boissons.

### • Les membres :

Les fabricants de boîtes boisson : Rexiste, Ball Packaging et Crown

Les fabricants de matières premières (aluminium, acier) : Alcan et Arcelor Mittal

### • Les Trophées La Boîte Boisson :

Parmi les actions marketing, le BCME organise chaque année, depuis 9 ans, les Trophées La Boîte Boisson, qui récompensent les plus beaux décors de boîtes mises sur le marché.

### • Le concours « Tous en Boîte ! »

Avec cette nouvelle initiative, le BCME La Boîte Boisson souhaite aller plus loin dans sa démarche d'informations marketing et design de la boîte boisson.

## Sujet détaillé du concours 2007

La boîte boisson est un emballage moderne, rigide, léger, pratique, idéal pour une consommation nomade. Largement répandue, elle souffre toutefois d'une couverture incomplète/inégale de tous les moments de consommation d'une journée. Certains créneaux demeurent peu ou pas exploités

Vous êtes la société X et lancez un concept de boîte boisson innovant pour un moment de consommation choisi.

Vous traitez le lancement dans son intégralité (marketing-mix, conception produit, représentation graphique) en justifiant les choix suivants :

### 1/ Méthodologie :

- Choix du concept et du moment de consommation.
- Quelle validation auprès des consommateurs ?

### 2/ Le marché et la concurrence :

- Quel marché ? Pourquoi ?
- Forces en présence (quels emballages) ?
- Qu'apporte la boîte sur ce marché ?

### 3/ La cible visée et le moment de consommation :

- Qui ?
- Où ?
- Quand ?
- Comment ?



#### **4/ La définition du concept :**

- Le produit : sa formule, ses bénéfiques consommateurs
- L'emballage : bénéfices fonctionnels, avancées environnementales, avantages techniques.
- Le design : format, forme, impression, représentation graphique en justifiant l'image à véhiculer.

#### **5/ La communication / Publicité :**

- Quel canal ? Pourquoi ?
- Quel message ?
- Quelle politique promotionnelle ?

#### **6/ La distribution :**

- Quel circuit de distribution ? Pourquoi ?
- Quelle mise en avant ?

