

Actualités

Edito par Fabrice Peltier

L'actualité design packaging de cette fin d'année s'annonce riche en événements. L'INDP sera partenaire de certains d'entre eux dont le « 10ème Congrès de la Flexographie » qui se déroulera à Paris le 25 octobre prochain. Jean-Christophe Boulard y animera une table ronde sur le thème « L'innovation Packaging au service de la création de valeur » avec des intervenants d'agences de design packaging, des distributeurs et des industriels de l'agroalimentaire. Le même jour, j'en animerai une autre sur le thème « Art de Vivre et Développement Durable » dans le cadre de « Paris Innovation Tour », dont l'INDP est également partenaire.

De plus, les professionnels du design packaging pourront se retrouver au rendez-vous annuel de l'emballage des produits de luxe, « Luxepack » du 23 au 26 octobre à Monaco, au « SEMO » les 7 et 8 novembre à Paris, à « Europack » Lyon du 13 au 16 novembre ou aux 20èmes Entretiens Jacques Cartier qui se dérouleront les 3 et 4 décembre prochains à Saint-Etienne, lors du colloque sur le thème « Design et Packaging responsable » au cours duquel j'interviendrai aussi.

Je souhaitais par ailleurs revenir sur la définition du packaging en tant qu'activité stratégique, notamment suite au « débat » branding vs packaging ouvert dans le magazine Stratégies. Je me suis en effet permis de rappeler qu'outre sa fonction identitaire, le packaging représente une fonction, un service, un mode de consommation ; en bref, tout ce qui importe aujourd'hui au consommateur final, il permet à la marque de se différencier, de créer de l'émotion et d'apporter des réels bénéfices d'usage.

L'approche par le produit est devenue prépondérante. Nous sommes amenés dans notre réflexion à travailler sur toute la chaîne de production, sur la praticité, le service (prise en main, ouverture facile, stockage à domicile, ...), mais également le transport et l'écoconception.

À l'heure du « Grenelle de l'Environnement », cette dernière notion est en outre plus que jamais d'actualité. À ce sujet, je vous invite à venir visiter le site Internet développé par l'INDP www.emballage-environnement.net (plus d'informations en page 2 de ce flash). J'en profite aussi pour vous annoncer la sortie en librairie le 15 novembre prochain du troisième titre de la collection ID PACK : « Écodesign, chemins vertueux ».

Bien à vous,

Fabrice PELTIER
Président de l'INDP - Carrefour de créativité



© **Sleever** s'est vu confier la création du packaging de « **L'Eau d'Issey pour l'Été** » de Issey Miyake déclinée en version femme et homme. La technologie Thermosleeve qui permet une parfaite adaptation à la forme du flacon vient remplacer le traditionnel étui carton, offrant une mise en valeur du produit grâce à l'effet de transparence. Ce système assure donc un rôle de protection tout en étant un très bon support de communication d'un point de vue esthétique tout en fournissant les mentions obligatoires ainsi que le gencod.

© **Team Creatif** imagine trois couleurs de packs (blanc, noir et rose) pour la série limitée « Zen » de **Mikado** à l'occasion de la sortie du parfum chocolat blanc. Ces packagings Collector sont fidèles au positionnement jeune et ludique de la marque et devrait séduire les jeunes adultes et les grands enfants. Ces éditions limitées seront en linéaire dans tous les réseaux de distribution habituels pour trois mois dès la fin septembre.



© Le département Process Engineering de **Sidel** a dessiné et modélisé une nouvelle bouteille en forme de ballon de rugby à l'occasion de la coupe du monde. Les designers ont particulièrement travaillé les détails de la bouteille tant au niveau de la texture, des coutures, que du tee sur lequel est posé le ballon. Spécialiste en créativité de formes, **Sidel** avait pour objectif de combiner esthétique et contraintes techniques avec cette bouteille PET de 0,75 l réalisée pour la société des **Eaux Minérales d'Alet**, embouteilleur implanté à Alet-les-Bains, dans l'Aude (France).

© **Duetto** signe la nouvelle identité visuelle de la gamme solaire **Bergasol**. Le logotype et la charte graphique ont été retravaillés afin de dynamiser la marque dans l'univers des soins solaires de pharmacie. Ce relookage concerne plus de 40 références (étuis, flacons, tubes, notices) dont la segmentation a été clarifiée grâce à une réelle différenciation « colorielle » selon l'indice de protection solaire et la spécificité produit (réparation / protection / soin).



© **La Vie Claire**, premier réseau de magasins franchisés dans la distribution de produits biologiques et naturels, a fait appel au pôle santé de l'agence **Cartoon Design**. L'enseigne a fait le choix de construire une ligne de 800 produits en marque propre et de développer de nouveaux segments comme la cosmétique et les compléments alimentaires. Cartoon Design a été chargée de concevoir l'identité packaging de ces gammes composées de 35 références.

Brèves

› Le BCME (Beverage Can Makers Europe) La Boîte Boisson organise un concours gratuit exclusivement ouvert aux étudiants dont le thème est le lancement d'une boîte boisson innovante pour un moment de consommation. Véritable étude de cas, les candidats ont pour mission la création d'une boîte boisson réaliste en s'assurant que la fabrication peut être réalisable et en détaillant le lancement dans son intégralité : analyse du marché et de la concurrence, cible, mix-marketing, conception produit, design. Inscriptions sur le site www.tousenboite.org avant le 1er novembre, soutenance des dossiers admissibles le 28 mars 2008 à Paris, remise des prix le 15 mai 2008, pour enfin retrouver l'ensemble des projets admissibles lors d'une exposition du 16 au 30 mai 2008 dans le cadre de la Quinzaine du Design organisée par l'INDP, partenaire du concours.



› Barré & Associés a développé la nouvelle identité de La Boulangère (Groupe Norac). Pour ses nouvelles recettes, les textures et les couleurs ont été revues pour retrouver les sensations douces et gourmandes des goûters d'antan.

› Evian (Danone) lance une nouvelle bouteille événementielle à l'occasion des fêtes de fin d'année. La bouteille collector signée Christian Lacroix est ornée de cristaux neigeux dans un style baroque fidèle au célèbre créateur. Elle s'accompagne d'une version haute couture en forme de «reine des glaces» qui sera notamment exposée lors du défilé de la collection Printemps-Eté Christian Lacroix.

› Haute couture ... suite : Le Domaine de Joÿ, producteur d'Armagnac, a confié la création d'une bouteille à Paco Rabanne pour une sélection de très vieilles eaux-de-vies. Le flacon aux lignes pures et de forme légèrement ovale est d'habillé d'argent ou plaqué or. Produit de luxe par excellence, il sera vendu jusqu'à 10.000 Euros en Russie.

› Le Groupe Casino mettra prochainement en place un nouveau système d'étiquetage de ses marques propres afin d'informer les consommateurs sur leur impact environnemental. Trois indicateurs ont été définis : le transport du produit, la fabrication de son emballage et les déchets engendrés. Ce système a été conçu par BIO Intelligence Service (agence conseil en environnement) et validé par l'ADEME. D'ici la fin 2008, plus de 3000 produits devraient porter cet étiquetage.

› Sylvie PEILLET vient de rejoindre l'équipe de l'INDP au poste de Responsable Information & Communication. Elle remplace Anne-Sophie BUHAN qui part tenter une nouvelle expérience au Canada.

Nouveau site Internet www.emballage-environnement.net

Le nouveau site Internet www.emballage-environnement.net développé par l'INDP est en ligne.

L'emballage, souvent symbole d'excès et de gaspillage est stigmatisé dans une société de plus en plus éco-citoyenne et chacun se demande donc comment développer de nouveaux produits emballés avec le moindre impact environnemental.

Rappelons néanmoins que sa production et ses déchets, pour la plupart recyclables et recyclés, ont moins d'impact sur l'environnement que certains produits, s'ils n'étaient pas emballés tels que les produits chimiques ou pharmaceutiques.

Sous forme de portail, le site permet à l'ensemble des acteurs intéressés par le secteur de l'emballage et les problématiques environnementales d'accéder à un outil simple de recherche d'informations et de solutions concrètes.

Par cette opération, l'Institut National du Design Packaging souhaite, avec ses partenaires, renforcer son rôle de soutien à la conception d'emballages et de produits emballés « éco designés », en modifiant les comportements des acteurs, et en premier lieu des concepteurs, pour contribuer à ce que les emballages d'aujourd'hui et de demain protègent les produits et l'environnement.

Agenda

Expositions

> **Observateurs du Design 07** : Du 29 octobre au 11 novembre à Moscou
www.apci.asso.fr

> **Observateurs du Design 08** : Du 10 octobre au 27 janvier à la Cité des Sciences et de L'Industrie de Paris
www.apci.asso.fr

Congrès, conférences, formations

> **Congrès de la flexographie ATF** : 25 octobre 07 - Paris
www.atf-flexo.com

> **Congrès PDA** : 8 au 10 novembre 07 - Athènes - Grèce
www.pda-europe.com

> **Colloque Eco-Design** : 16 novembre à Lyon
www.cdra.asso.fr

> **35èmes journées annuelles de l'IFM - Le merchandising l'art d'impulser** : Du 20 au 22 novembre 07 - Paris
www.ifm.asso.fr

> **SIAL - Innov&Vous** : 27 novembre au Palais des Congrès de Paris -
www.agitezvousinnovation.com

> **XXes Entretiens Jacques Cartier - Design et Packaging Responsable** : 3 et 4 décembre au Musée d'Art Moderne de Saint-Etienne -
<http://cjc.univ-lyon2.fr>

Salons

> **Luxepack** : 23 au 26 octobre 07 - Monaco - www.luxepack.com

> **SEMO - Salon des Etudes Marketing, Média et Opinion** : 7 et 8 novembre au Palais des Congrès de Paris - www.salon-semo.com

> **Europack Lyon** : Du 13 au 16 novembre 07 - Lyon - www.europackonline.com

> **VS Pack** : Du 4 au 6 décembre 07 - Cognac - www.vspack.com

Freepack 2007

Concours jeunes designers

L'INDP organise le concours Freepack sur le thème « Libérez le packaging des vins et spiritueux » dans le but d'encourager le développement de créations packaging sur le marché des vins et spiritueux et de mettre en avant le travail de d'étudiants designers. L'objectif est de créer un emballage ou objet relatif au transport, à l'étiquetage, à la présentation, au rangement, à la dégustation ou à la consommation d'un vin ou d'un spiritueux.

Le concours est ouvert aux étudiants des écoles de design, d'arts graphiques, des beaux arts et des formations emballage, à titre individuel ou par 2. Chaque participant devra fournir une maquette de son projet (tous les matériaux sont autorisés), et une planche format A3 paysage décrivant brièvement la démarche du participant ou les caractères techniques du prototype ou un dessin de mise en situation.

Les créations seront exposées à l'occasion de VS Pack, le salon de l'innovation packaging et technologique des vins et spiritueux, les 4,5 et 6 décembre 2007 à Cognac

Le classement sera déterminé par le vote des exposants et visiteurs de VS Pack, des professionnels fabricants d'emballages, designers packaging, fabricants et distributeurs de vins et spiritueux...

Les 3 premiers prix seront récompensés par des lots de 1500€ (1^{er} prix), 750€ (2^{eme} prix) et 200€ (3^{eme} prix).

Les inscriptions doivent se faire avant le 22 octobre 2007 grâce au bulletin d'inscription envoyé dans les écoles ou disponible sur le site www.indp.net, puis les projets devront être envoyés à l'INDP avant le 16 novembre 2007.

L'annonce des résultats et la remise des prix sont prévus pour le 6 décembre sur le salon VS Pack à Cognac.

Sites à visiter

<http://chinadesignwatch.blogspot.com> : blog destiné à informer les jeunes designers intéressés par la Chine : revue de presse, récits d'expériences, regards divers et critiques, informations, adresses, événements, analyses marketing, ...

www.packagingeurope.com
site d'information et de veille

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 prix pour la bouteille No-Bottle de Sidel (cf. flash n°19)

Sidel, installé au Havre (Seine-Maritime), vient de recevoir le prix de la "meilleure innovation packaging" sur le marché de l'eau, pour sa bouteille NoBottle. Cette innovation "flexibilité et mémoire de forme" permet de réduire le poids de la bouteille en PET à 9,9g pour 500ml. Cette récompense a été annoncée lors du Global Bottled Water Congress à Mexico City (Mexique). La bouteille de Sidel a été lancée en juin 2007.
Tiré de La Tribune du 8 octobre 2007 par Packaging France

Les emballages paient le prix des hausses de matière première

Les emballages sont frappés par la hausse des prix du plastique, du carton et de l'acier. Le prix de l'acier a augmenté de 20% depuis deux ans, et cette hausse a été répercutée sur le client final. Le prix de la boîte de conserve en fer-blanc a crû de 2 à 3 centimes à cause du fer-blanc. Tetra Pak, leader de l'emballage alimentaire, explique que le prix du polyéthylène (plastique) a augmenté de 38% en trois ans. L'aluminium a progressé de 46% et le carton de 31% (dont 25% sur la seule année 2007). Les tarifs de la société suédoise devraient augmenter de 3 à 4% en 2008.
Tiré du Figaro du 4 octobre 2007 par Packaging France

Une erreur packaging incite Microsoft à remplacer gratuitement des jeux

Même les géants peuvent subir les conséquences d'un packaging insuffisamment "réfléchi" par ses concepteurs. L'éditeur de logiciels Microsoft a ainsi dû mettre en place, depuis fin septembre et jusqu'à fin décembre, un programme de remplacement gracieux du jeu vidéo "Halo 3" (exclusivité Xbox, la console Microsoft), après un afflux dans la blogosphère de plaintes de consommateurs. Un emballage sériel du jeu, métallique, rayait les CD. L'emballage mal conçu concernait uniquement la version "collector" du jeu, vendue 10 dollars plus cher. Bien que ce défaut ne semble pas avoir empêché les jeux de fonctionner normalement, "je ne vois pas pourquoi l'on paierait le gros prix pour quelque chose d'égratiné" affirmait un blogueur influent résumant la pensée des fans du jeu.
Tiré de canoe.com, cnetfrance.fr par Packaging-France

Les Français ne sont plus copains avec l'emballage

Avis aux producteurs d'emballages : la perception de leurs produits par les Français a largement changé en 7 ans, devenant chargée de connotations négatives, notamment du fait de l'impact environnemental. C'est le résultat d'une enquête TNS-Sofres pour l'Ademe et Eco-Emballages, présentée le 11/10/2007 par Nathalie Kosciusko-Moret, secrétaire d'Etat à l'Ecologie. Alors qu'ils étaient 65%, en juin 2000, à juger l'emballage absolument indispensable à la protection et au transport du produit, les Français ne sont plus désormais que 41% à le penser. A contrario, 46% des sondés jugent l'emballage envahissant, contre seulement 23% en 2000, tandis que 34% estiment qu'il est possible de se passer d'emballage (contre seulement 11% en 2000). Dernier chiffre : 95% des consommateurs jugent que le caractère recyclable de l'emballage est un point important, 2^e critère de choix juste derrière une bonne protection du produit (95%).
Tiré de LSA du 11 octobre 2007 par Packaging-France

Un prix pour l'emballage pour boisson Cyclero

Le prix German Packaging Award 2007 a été décerné cette année à l'application pour l'emballage boisson Cyclero "Drinkbax" d'Huhtamaki. C'est la première fois qu'un emballage flexible est adapté pour l'emballage boisson. Les emballages Cyclero proposent des propriétés barrières élevées et en même temps apportent des avantages en termes de protection du produit, en garantissant pourtant une utilisation minimale de matière première.
Tiré de emballagedigest.fr du 12 octobre 2007 par Packaging-France