

Actualités

Edito par Fabrice Peltier

2004 touche à sa fin. Voici venue l'heure des bilans et de la prise des bonnes résolutions pour l'avenir. Tout au long de l'année écoulée, nous avons constaté et souligné l'importance grandissante que prenait l'emballage dans notre quotidien. Colloques, manifestations, formations, ouvrages, articles... Le packaging fait de plus en plus parler de lui.

Le Salon de l'Emballage, rendez-vous incontournable de toute la filière, qui s'est tenu du 22 au 26 novembre dernier à Paris Villepinte a été un point d'orgue significatif de cet intérêt croissant du public pour le packaging. Cet événement a connu une couverture médiatique sans précédent. À la presse professionnelle, qui comme à son habitude a largement traité l'événement, s'est associée la presse grand public avec un bon nombre de diffusions sur les télévisions, les radios et d'articles dans les journaux. Ce coup de projecteur est très encourageant pour notre profession, à nous d'en profiter. Nous pouvons cependant regretter que les produits mis en avant soient parfois, plutôt de l'ordre du gadget que de la véritable innovation...

Autre temps fort de cette fin d'année : les Oscars de l'Emballage qui ont été remis le 22 novembre dernier. Ce prix extrêmement convoité par les industriels de l'emballage met en valeur les dernières innovations packaging françaises. Il récompense un travail qui dans la plupart des cas est réalisé en équipe : créatif en amont, avec le travail du marketing de la marque et de son designer, puis plus technique en aval, avec celui d'un fabricant d'emballage qui peaufine les aspects industriels et réalise avec maestria le produit. Chaque concurrent peut d'ailleurs se présenter dans plusieurs catégories en fonction de son implication dans le projet : Consommation, pour un jugement subjectif de la création - Production, pour la qualité de la réalisation - Distribution, pour l'interface entre le conditionneur, le consommateur et le distributeur - Environnement, pour les initiatives positives d'éco-conception.

Nous pouvons alors nous interroger sur les motivations qui poussent certains industriels à présenter leur production dans la catégorie Consommation alors qu'ils n'en sont nullement les créateurs. Il est permis de s'indigner lorsque ces mêmes industriels, récompensés dans cette catégorie, omettent de citer le designer, lors de la cérémonie de remise du trophée et sur les documents de communication qui divulguent le palmarès. Dois-je rappeler qu'une loi du droit français, protège la propriété littéraire et artistique ?

L'INDP, s'est étonné formellement de cet état de fait et a donc proposé aux organisateurs des Oscars de l'Emballage, de participer à la sélection des dossiers de la catégorie « Consommation » à partir de l'année prochaine, afin d'éviter ce genre de dérapage.

Notre volonté est de faire entendre et respecter les designers et leur droit à revendiquer la paternité de leur création, ceux-ci, dans l'intérêt des marques et des industriels. Car il ne s'agit pas de chercher à voler la vedette, mais de valoriser la démarche de création de valeur recherchée par l'ensemble de la filière.

Ce combat sera plus que jamais celui de l'INDP, pour 2005 !!! En attendant je vous souhaite à tous d'excellentes fêtes de fin d'années avec peut être sur vos tables quelques packaging événementiels...

Bien à vous,

Fabrice PELTIER

Président de l'INDP - Carrefour de créativité



Contrex renouvelle sa fidélité à **Dragon Rouge**, qui accompagne la marque dans son évolution stratégique et graphique depuis de nombreuses années. Aujourd'hui, l'agence lui permet d'affirmer sa différence via la création d'une nouvelle symbolique de marque accompagnée d'une refonte packaging. L'agence a opté pour un cœur rose fushia, symbole universel de féminité et de complicité, qui apparaît sur l'étiquette sous forme de bloc marque associant le bleu et le rose, les deux couleurs historiques de la marque. Cette

symbolique s'accompagne d'un nouveau bouchon rose, la typographie Contrex, quant à elle, évolue vers un statut plus premium. Au dos de l'étiquette, l'agence a imaginé un discours graphique animé par une représentation de « jeunes femmes Contrex », ultra féminines et malicieuses pour illustrer les prises de parole de la marque. Ces jeunes femmes incarnent le style et l'attitude de Contrex. Leur traité, plein de légèreté, crée un ton très complice avec les consommatrices. Dragon Rouge a également créé un surpack surdimensionnant le cœur pour maximiser l'impact en linéaire.

En réaction à la mondialisation et à la globalisation de l'offre, le nouveau consommateur est en quête de différence et de personnalisation. La customisation est une vraie tendance de notre époque et nombre de marques exploitent déjà ce créneau. Aujourd'hui, la société **Sleever International** et l'agence **P'Référence** proposent, la personnalisation du produit directement sur le point de vente. Avec Custompack, le consommateur choisit son sleeve, y inscrit un message à l'aide d'un stylo indélébile, et le place dans la machine custompack pour que le sleeve se rétracte autour du produit et l'habille d'un message personnel. Pour inaugurer la révolution Custompack, Sleever International, P'Référence, le **Champagne Pierrel** et **Priplak** se sont associés pour créer MySleeve. MySleeve donne la possibilité d'offrir ou d'envoyer par la poste une bouteille de Champagne Pierrel 20 cl personnalisée par le procédé Custompack.



Gerlinéa offre aux consommateurs de diététique minceur un nouveau concept : un repas nomade conditionné à l'unité, à emporter partout. Pour lancer cette nouvelle référence déclinée sur 2 parfums, Nutrition et Santé a fait appel à **Cartoon**, agence partenaire de la marque depuis sa création en 1993.

Saint Louis Sucre lance quatre références : sucre en poudre, sucre en poudre blanc de canne, extra fin et cassonade, conditionnées pour la première fois en Tetra Rex avec bouchon à vis de **Tetra Pak**, dans un format de 750g. De plus, deux des quatre références sont équipées d'une fenêtre doseuse transparente intégrée sur un côté de la brique. Ce conditionnement offre une bonne étanchéité aux fuites, protège efficacement le sucre contre l'humidité tout en préservant l'arôme. Le design est signé **Carré Noir**.



Florette lance sur le marché britannique, un nouveau concept de légumes frais prêts à cuire à la vapeur «Florette heavenly Veg» décliné en 4 recettes étonnantes. La création et la réalisation du packaging Heavenly Veg ont été menées avec des partenaires britanniques tels que l'agence **Impackt**. Par ailleurs, Florette met de la couleur dans le rayon 4ème gamme en France, avec «Découverte» sa nouvelle gamme de mélanges de salades et notamment une référence avec des fleurs fraîches. Le design de la gamme découverte est signé **Hotshop**.



Exposition : L'eau, source d'innovations packaging

L'exposition «L'eau, source d'innovations packaging» réalisée par l'INDP en partenariat avec plusieurs agences : Dragon Rouge, Alpha Centauri Design, Parisvenise Design, P'Référence, a été présentée à l'occasion de la Biennale du Design de Saint Etienne puis lors des Gastronomades à Angoulême, une manifestation qui allie découverte de grands chefs, de produits, rencontres, débats et expositions. Cette exposition est composée d'affiches retraçant un historique des packaging de l'eau, le travail de design d'une bouteille et des exemples prospectifs, ainsi que de bouteilles événementielles, internationales, originales, et enfin d'une vidéo avec des témoignages sur la démarche d'une agence de design.

L'exposition sera à nouveau présentée en début d'année 2005 à l'Hôtel du département de Béziers dans le cadre d'une présentation pédagogique aux primaires et collègues et également ouverte au grand public. Et par la suite, elle sera accueillie par l'École de Design de Nantes.

Brèves

▣ Les prochaines rencontres annuelles Pack Design auront lieu à Villeneuve d'Ascq dans les locaux de Décathlon Création. La journée aura pour thème principal le packaging au service du merchandising.

▣ La formation continue, destinée aux designers intégrés sur la fonction design en entreprise, organisée par le CDRA et Brigitte Borja avec le soutien de Décathlon a obtenu un grand succès. Par ailleurs, le numéro 6 du Design Management Magazine est disponible sur simple demande au CDRA.

▣ Une rencontre organisée par 4Design, l'école de design industriel de Bordeaux a permis d'échanger sur les bonnes pratiques de diffusion des démarches design auprès de PMI, entre le CDRA, le centre de Design de Bilbao et l'INDP.

▣ Le design packaging était à l'honneur lors du dernier débat du cercle Design et marques, le mardi 14 décembre, animé par Fabrice Peltier et Dominique Weizmann de Dezineo.

sites à visiter

www.emballageweb.com : Retrouvez les exposants du salon de l'emballage 2004

www.prodimarques.com : La vie des marques

www.bazura.biz : La société bazura en collaboration avec des jeunes femmes des philippines, récupère des millions de briquettes et doypack, les nettoie, les trie par couleurs pour créer des sacs commercialisés partout dans le monde.

L'écho de la presse : Quelques constats sur l'évolution du packaging

Nous vous proposons quelques brèves sur le design packaging issues de la veille réalisée par notre partenaire packaging-france.com. Ce site vous permet de recevoir quotidiennement une sélection d'articles de la presse nationale et internationale sur le packaging. L'INDP offre un tarif préférentiel d'abonnement à ses adhérents.

Le Doy Pack, «Guest Star» de Pack Expo 2004

Le sachet plastique (ou plastique combiné à du métal) tenant debout, ou Doy pack, fut incontestablement la grande vedette du salon international de l'emballage sur le sol US, Pack Expo 2004, qui vient de se tenir récemment à Chicago. Les Doy packs ont été présentés par moult fabricants, et avec toutes les options possibles et imaginables (ouverture facile, rescellable, avec bec verseur, avec vaporisateur intégré, remplissage à chaud, aseptisé, avec un crochet pour la suspension, etc...). De nombreux modèles sont destinés aux boissons, secteur qui devrait connaître un fort boom du Doy pack prochainement. Les industriels ont mis au point de nombreux types de films ad hoc. De même, le marché des machines à conditionner en Doy packs évolue à toute allure.

Tiré du web anglo-saxon par Packaging-France

Du vin en briques individuelles

Aux Etats-Unis, le producteur de vins Canandaigua vient de lancer quatre de ses vins conditionnés en briques Tetra prisma 500 ml (de formes octogonales), dotées de bouchons à vis nouvelle génération «StreamCap» qui font office de garantie de non-ouverture et permettent de refermer la brique à mi-course. Canandigua avait auparavant innové en lançant de la sangria en Tetra Prisma.

Tiré du web anglo-saxon par Packaging-France

La bouteille plastique pour l'alcool débarque en France

Largement banalisée dans d'autres pays (Etats Unis, Allemagne...), la bouteille plastique pour conditionner des alcools débarque en France. Le scotch whisky Long John (Ballantine's Mumm Distribution) se décline désormais en bouteille PET 2L. Légère et incassable, la bouteille est équipée d'une poignée.

Rayon Boissons - novembre 2004

Pratique l'entonnoir !

Etik Ouest a mis au point Etik Entonnoir : une solution de versage qui est collée sur le conditionnement (secteurs non alimentaires). Elle permet de verser de l'huile, du liquide de refroidissement, du lave-glace...sans en mettre à côté. Etik Tack se détache et se plie de façon à former un entonnoir. Il a été réalisé en collaboration avec la société Extruplast du groupe Dubreuil Carburants.

La lettre Autobiz - 8 novembre 2004

Agenda

Expositions

> **Sport de Design** : Jusqu'au 26 décembre 2004 - VIA - 33 avenue Daumesnil - 75012 Paris

> **Le mois du graphisme d'Echirrolles** : Jusqu'au 15 janvier 2005 - www.graphisme-echirrolles.com

> **Design en stock, 2000 objets de Fonds national d'art contemporain** : Jusqu'au 16 janvier 2005 - Palais de la porte Dorée, 293 avenue Daumesnil - 75012 Paris

Congrès, conférences, formations

> **Design et marque** : 13 janvier 2005 - Avec G.Caron et B. Borja - Cercle Design et Marque - Paris

> **Les rendez vous du packaging** : 31 janvier-2 février 2005 - Stratégies et INDP - Paris

> **Innovation Economy** : 9-11 mars 2005 - Conférence européenne du Design Management Institute avec le Royal College of Art - Londres - www.dmi.org

Salons

> **Intergraphic** : Du 12 au 14 janvier 2005 - Palais des Congrès - Paris - www.golding.fr/ig

> **Interpack** : Du 21 au 27 avril 2005 - Dusseldorf - www.interpack.de