

Actualités

Edito par Fabrice Peltier

Flash INDP est le principal outil de communication de notre association. Diffusé à près de 1000 exemplaires, il permet à nos membres de rester en contact tout au long de l'année, d'échanger leurs points de vue et de partager leur actualité sur le Design Packaging.

Cependant, rien ne vaut un rendez-vous formel pour mieux nous connaître et débattre sur les problématiques de nos métiers créatifs. Je me réjouis donc de vous retrouver dans quelques jours à Toulouse.

En effet, le 5 avril prochain, dans les locaux de l'agence Cartoon, se tiendra à partir de 19 heures l'assemblée générale de notre association. Je vous y attends nombreux pour vous présenter le bilan des réalisations de l'année dernière, puis pour vous proposer les perspectives d'avenir de l'INDP et son programme d'actions pour l'année 2006.

Le 6 avril au matin, nous nous retrouverons pour notre journée annuelle « Pack Design », quelque part entre le rêve et la réalité, à la Cité de l'Espace. Au menu de la journée : des conférences, des tables rondes sur le thème du Packaging « High Tech ». Les intervenants successifs nous présenterons les dernières innovations technologiques dans le domaine des matériaux d'emballage. Nous découvrirons des effets visuels surprenants, des textures et des traitements de surface aux touches inédites pour éveiller les sens des consommateurs. Des experts qui évoluent dans les secteurs industriels « High Tech » de l'aérospatiale, nous proposerons des transferts de technologies pour répondre à de nouvelles exigences de consommation. Les études prospectives qui vous seront présentées, mais aussi les applications concrètes dans le domaine du packaging qui vous seront proposées, vous aideront sans aucun doute à trouver des solutions à vos problématiques immédiates et futures.

Vos rêves de packagings les plus fous deviendront peut-être réalité...

Dans l'objectif de vous aider à accomplir vos missions créatives, l'INDP consacre une part très importante de son budget aux échanges et à la formation. « Pack Design » le 6 avril, la « Quinzaine du Design » du 15 au 30 mai sont des occasions à ne manquer sous aucun prétexte. J'espère vivement vous y croiser, faire la connaissance des nouveaux membres. Je souhaite ainsi pouvoir partager la connaissance qui nous permettra de mieux relever les défis que nous imposent les exigences économiques de la concurrence internationale et le développement durable.

Bien à vous

Fabrice PELTIER
Président de l'INDP - Carrefour de créativité



© **TUC**, marque culte du groupe Danone née en 1959 distribuée dans une vingtaine de pays, est une référence majeure pour les biscuits salés. La rénovation de la gamme et l'évolution de l'identité visuelle répond à deux enjeux : changer la perception de TUC pour les non-utilisateurs en modernisant la marque, et maintenir avec les consommateurs une vision de TUC premium et une offre claire, pleine de gourmandise. **Team Creatif** propose une nouvelle identité visuelle et une rénovation complète des packaging des gammes. L'agence crée un logotype dynamique intégré dans la forme bleue iconique de TUC rappelant le biscuit salé. Le halo de lumière symbolise le moment magique plein de convivialité de l'apéritif.

© Le **Cold-sleeve™** ou « super stretch sleeve » est un manchon étirable à haute élasticité. Cette seule caractéristique lui suffit pour épouser la forme du packaging ainsi décoré : bouteilles, flacons, barquettes, pots... Réalisé en polyéthylène (LDPE), imprimé en flexo de haute qualité et ne nécessitant ni colle ni chaleur, sa mise en œuvre s'avère bien plus économique que les traditionnels manchons rétractables. Cette nouvelle technologie a fait l'objet, durant plus de deux ans, d'un développement commun entre les sociétés PDC (machines de pose) et **AUTOBAR Decorative Packaging**.



© A l'instar de l'ensemble des marchés de la grande consommation, celui de l'olive s'est peu à peu banalisé au fil des années. PME familiale implantée dans le Sud depuis plusieurs générations, et leader du marché français, **Tramier** se devait de contre-attaquer et d'affirmer sa différence. **Dragon Rouge** a fait évoluer le packaging sur trois points : l'émergence en linéaire via le concept de l'olive unique, magnifiée et zoomée, la mise en valeur de la marque Tramier et son savoir-faire qui se qualifie d'un « confiseur d'olives depuis 1863 », et l'apport d'une aide au consommateur désorienté face à un linéaire complexe, à travers la création d'un système de segmentation, qui permet d'identifier immédiatement les produits par code couleur.



© **Pimkie**, marque emblématique de prêt-à-porter féminin se dote d'une nouvelle identité visuelle. L'agence **Graphemes** a été sollicitée pour exprimer l'esprit de la marque : le plaisir de l'insouciance. Le nouveau logotype de l'enseigne aux 650 points de vente dans le monde s'affirme aujourd'hui comme l'expression gaie et souriante de la marque. La typographie a été spécialement dessinée par l'agence.

pimkie

Nouveaux adhérents

Saint Gobain Emballages : Fabrication de bouteilles et pots en verre

PULP : Agence de design

Digital Packaging : Prototypes et pré-séries d'emballages

Autobar Flexible Decorative Packaging : Fabrication d'emballages souples

Creation d'Images et Associés : Design graphique

Brèves

› Thierry Kazazian, acteur incontournable dans le domaine de l'éco design et du développement durable est décédé en janvier dernier. Fondateur de l'agence O2 France, et auteur de l'ouvrage «Il y aura l'âge des choses légères», il a également participé à la création de l'exposition sur l'éco conception de la Cité des Sciences qui verra le jour en octobre prochain.

› Mathieu Acquart, diplômé de l'ISD Valenciennes, est parti autour du monde pour rechercher des témoignages sur le thème du design durable, dans le but de réaliser un éco panorama. Renseignements : www.ecopanorama.com

› Marketing et Stratégies Design Packaging, est un nouveau master (bac+5) qui va s'ouvrir à la rentrée 2006 à Angoulême. L'INDP est partenaire de cette formation montée par l'IAE de Poitiers. Ce cursus couvre à la fois les disciplines fondamentales des sciences de gestion mais aussi des connaissances relatives au design et à l'emballage. L'objectif de ce master est d'appréhender l'ensemble de la démarche marketing allant de la maîtrise des études de marché, à la prise de décisions stratégiques sur des marchés fortement concurrentiels et internationalisés et la maîtrise d'un projet dans son intégralité. Informations complémentaires sur <http://cepe.univ-poitiers.fr>

› Les inscriptions aux observateurs du design07 sont ouvertes sur le site www.apci.asso.fr jusqu'au 16 juin 06. Les réalisations présentées doivent faire appel à une démarche de design, être conçues, fabriquées ou commercialisées en 2006 et/ou 2007.

› La manifestation Intelligence Design qui se prépare à Nantes regroupera les rencontres professionnelles «Innovation design» les 15 et 16 juin à la Cité Internationale des congrès, un colloque scientifique «ethics : design, éthique et humanisme», et l'exposition des 250 meilleurs projets des écoles du réseau cumulus «european ways of life 2006» au Lieu Unique. Informations complémentaires sur www.intelligence-design.com

› Le restaurant transversal ouvre ses portes au MAC/VAL, le musée d'art contemporain du Val de Marne (à Vitry sur Seine). Ce restaurant est une passerelle expérimentale entre les arts plastiques et la gastronomie : l'objectif est de créer un lieu où toutes les interactions sont envisageables. Du plat du jour aux performances gustatives, les deux chefs ont l'intention d'élargir le champs d'interventions du restaurant en conviant aux fourneaux d'autres acteurs : artistes, designers, chorégraphes...

Quinzaine du design

Expositions, rencontres et conférences...

La quinzaine du design se déroulera en Charente et plus précisément autour de Cognac du 15 au 30 mai prochain. Au menu de cette première édition : des expositions et des conférences plutôt tournées vers le grand public, et deux événements réservés aux professionnels, à savoir la remise du prix Artpack le 17 mai au soir, et les rencontres des arts du packaging le 18 mai.

L'INDP s'est associé au musée de Cognac pour mettre en place une exposition sur le thème « Art et packaging », qui présentera des packaging événementiels ou collectors réalisés non pas par des agences de design, mais par des artistes. Le visiteur pourra ainsi découvrir des bouteilles habillées par de grands couturiers tels que Suze par Christian Lacroix ou Sonia Rykiel, ou encore l'étui de la grande Dame de Veuve Clicquot par Emilio Pucci... Des flacons de parfums seront également mis en scène.

Une autre exposition dévoilera des créations récentes d'agences de design nationales, pour montrer des succès de marques grâce au design. Par ailleurs un parcours de visites des grandes maisons de Cognac sera aussi proposé.

Le prix Artpack vient récompenser les packaging haut de gamme, de luxe, cadeaux, séries limitées, qui permettent de développer la notoriété des marques et des ventes de produits sur tous les secteurs.

Enfin, le congrès professionnel, «les rencontres des arts du packaging», se tiendra dans les locaux de Hennessy à Cognac le 18 mai.

Laissez vous surprendre par le packaging en visitant la quinzaine du design !

Agenda

Expositions

› **Quinzaine du design - Parcours d'exposition dont «Art et packaging»** : du 15 au 30 mai 2006 - Cognac

› **European ways of life** : du 17 juin au 10 septembre - Nantes - www.intelligence-design.com

› **Exposition Matério** : Paris - www.materio.com

Curiosités - matériaux et créations artistiques du 2 mars au 30 avril

La collection particulière du professeur Troublé du 16 mars au 8 avril

Quand est-ce qu'on mange ? Matières nourricières du 9 mai au 17 juin

Dress codes - une sélection de textiles du 20 juin au 29 juillet

Congrès, conférences, formations

› **Rencontres de arts du packaging** : 18 mai 2006 - Cognac

› **Journées aliments-santé** : 14 et 15 juin - La Rochelle - www.crittiaa.com

› **Rencontres Innovations Design** : 15 et 16 juin 2006 - Nantes - www.intelligence-design.com

Salons

› **Creative Packaging** : 7 et 8 juin 2006 - Paris - www.creativepackaging.fr

› **Luxepack** : du 24 au 27 octobre - Monaco - www.luxepack.com

› **Emballage** : Du 20 au 24 novembre 2006 - Paris Villepinte - www.emballageweb.com

Recherche spatiale : Des idées qui tombent du ciel

L'emballage autoréfrigérant de Thermagen, qui fait le succès de la crème liftante «Ice Source» est issu de ... la recherche spatiale.

Certes, admet Pierre Brisson, responsable des transferts de technologie à l'Agence spatiale européenne (ESA), le packaging n'est pas le secteur où les transferts technologiques de l'ESA sont les plus importants, mais ils existent. Pour l'ESA, le packaging englobe tout ce qui recouvre et protège. Dans le cas de Thermagen, l'ESA a financé les études de modélisation des fluides, ce qui a ensuite permis de miniaturiser le système, et donc de le rendre commercialisable.

L'expertise directe de l'ESA en matière de packaging porte plutôt sur le conditionnement d'éléments biologiques (alimentaire, organique...). «Dès que l'on quitte l'atmosphère, on est soumis à des radiations nocives, à des variations de température importantes, dont on se protège par des complexes multicouches (Multi Layer Isolation)» rappelle Pierre Brisson. Depuis 20 ans, l'ESA fait donc produire des emballages adaptés: emballages souples pour les portions alimentaires, containers de toutes tailles pour le transport d'échantillons biologiques...

Ces «suit case sécurisées», fabriquées par la société toulousaine Comat, sont capables de maintenir de façon ultra-homogène leur contenu à des températures définies... Aujourd'hui, Comat veut les commercialiser. La technologie serait idéale pour le transport d'organes, les tests anti-dopage, dont la validité juridique doit être éprouvée, voire des applications agro-alimentaires. Intervention de Pierre Brisson pendant les rencontres Pack design le 6 avril à 15h45.

sites à visiter

www.materio.com : La bibliothèque de matériaux innovants

www.eurosyn.fr : Conseil en innovation et marketing sensoriel

www.graphemesensuede.com : Une approche différente du métier de designer avec le voyage en suède de l'agence graphemes

Le packaging High Tech Polysensorialité, nouveaux matériaux

Nouveaux matériaux, polysensorialité, transferts de technologies depuis la recherche spatiale, applications packaging extrêmes... Les conférences organisées dans le cadre de Pack Design, le 6 avril à Toulouse, proposeront de passionnants débats sur des domaines du packaging qui restent pour une large part à défricher. Témoignages de trois professionnels présents à Toulouse.

Polysensorialité : passer de l'empirisme à la conceptualisation

«Tout produit est déjà polysensoriel en soi puisque le consommateur appréhende chaque chose en usant naturellement de ses 5 sens» rappelle Brieuc de Larrard, directeur d'études chez Eurosyn, agence d'études sensorielles à Paris. La polysensorialité est donc depuis toujours un élément décisif pour le consommateur au moment de l'acte d'achat, même si celui-ci n'est pas spontanément demandeur : «Le besoin du consommateur se crée, le client ne demande rien, il ne fait que choisir/adopter des solutions qu'on lui propose en fonction de leur attrait, et de leur coût bien sûr», explique Brieuc de Larrard. Le problème c'est que, même si «un certain nombre d'efforts sont produits, notamment concernant le toucher-matière et les formes, cela reste à ce jour une démarche empirique, pas encore structurée». Le plus souvent, les producteurs d'emballages se contentent de proposer des catalogues de matériaux. Les projets de développement de packagings polysensoriels se font via des allers-retours entre les industriels des biens de consommation (majoritairement dans la cosmétique et l'agro-alimentaire) et leurs partenaires de la filière emballage.

A Pack Design, Brieuc de Larrard animera une conférence à 11 h 30 où il présentera l'activité d'Eurosyn qui fait plancher deux panels -un d'experts et un de consommateurs- sur leur perception de projets polysensoriels, avant d'intervenir sur l'ergonomie des produits.

Matériaux : l'innovation passe aussi par «l'usage détourné»

«En matière d'innovation des matériaux, nous sommes à la veille d'une révolution, qui est celle des nanotechnologies permettant d'intervenir au niveau moléculaire des éléments» prévient Quentin Hirsinger, président de la matériauthèque en ligne materio.com basée à Paris. Il évoque une «pâte à modeler universelle». Depuis 10 ans en effet, il constate une accélération de l'innovation scientifique, permettant la création de nouveaux matériaux : composites bois-plastique, verre-plastique-métal, textiles technologiques....

«Mais il faut s'entendre sur ce que «nouveau matériau» recouvre : un matériau peut être une matière première, un semi-produit, un produit fini..., décrypte-t-il, déplorant une vision trop cloisonnée des industriels, qui ont tendance à juger qu'un matériau correspond exclusivement à un secteur et à une application donnée, malgré le discours dominant d'ouverture et de transversalité. «Pour constituer une matériauthèque, cela constitue un véritable frein, une vraie inertie», regrette-t-il.

Au-delà des inventions, les usages détournés peuvent aussi constituer une innovation. «Souvent, les «nouveaux» matériaux existent déjà depuis longtemps, explique Quentin Hirsinger, l'innovation passe aussi par le décroisonnement de la matière, vers un nouvel usage». Et de citer l'exemple du béton Ductal, mis au point par Lafarge, Rhodia et Bouygues : «Ces gros acteurs l'ont mis au point pour réaliser des tabliers de pont plus résistants. Derrière, des «bidouilleurs» l'ont retravaillé, ont trituré la matière pour la pousser dans ses retranchements, en obtenant une autre pour faire des meubles, des revêtements de cloisons extérieures...».

Conférence de Quentin HIRSINGER à Pack Design le 6 avril à 10h30.