

## Actualités

Edito par Fabrice Peltier

La rentrée s'annonce riche en événements et manifestations qui vont mettre en avant le packaging. À partir du 17 octobre tout d'abord, ouvrira le SIAL, rendez-vous incontournable de l'innovation alimentaire. À cette occasion, seront décernés les premiers « Coups de Cœur des Produits Nouveaux du SIAL ». L'INDP est fière d'avoir été pressentie pour représenter « la voix du designer » lors du jury qui élira les lauréats.

Dans la foulée, se déroulera le 20 octobre à Monaco, Luxe Pack. Comme à toutes les éditions de ce prestigieux salon, seront remis les « Luxe Pack Awards ». Au même moment, à Paris, va se tenir les 21 et 22 octobre, le congrès bi-annuel du PDA. Après Rome et Moscou, l'Association Européenne de Designers fait une étape en France pour débattre sur l'avenir des Agences de Design. Je vous encourage à participer à cette réunion pour rencontrer nos voisins et amis designers européens, ainsi qu'une délégation d'une soixantaine de designers japonais qui nous fait l'honneur de nous rendre visite.

Le mois de novembre lui aussi sera riche. Deux salons importants pour nos professions vont se dérouler à Paris. Du 3 au 5 novembre, le POPAI Europe Communication Point de Vente nous présentera les derniers outils pour rendre nos créations packaging encore plus visibles en rayon. L'incontournable salon de l'Emballage ouvrira ses portes pour 5 jours le 22 novembre. Seront notamment dévoilés à cette occasion les résultats de l'étude Pack Vision réalisée par Loeb Innovation.

Enfin, n'oublions pas la biennale du Design à Saint-Etienne qui se déroulera du 6 au 14 novembre. L'INDP y présentera une exposition sur le thème de « L'eau, source d'innovations packagings » dans l'espace entreprises intitulé « L'Aire du temps ».

Ces multiples rendez-vous qui traitent des problématiques packagings démontreront une fois encore que le design est au cœur de la stratégie des marques. Le packaging intéresse de plus en plus de monde...

Récemment, Marc Veyrat, un des chefs les plus étoilés de France déclarait lors d'une interview sur France 5 : « Je remarque qu'on est nul en packaging. Ce qu'il faut, c'est prendre le packaging McDo et l'utiliser en gastronomie. Vous vous rendez compte, on pourrait servir les meilleurs jambons du monde à des enfants ! ».

Monsieur Veyrat, je vous invite à nous rejoindre et à participer à ces manifestations. Vous verrez que si nous ne sommes pas de fins cuisiniers, nous ne sommes pas si nuls que ça dans notre métier...

Bonne rentrée à tous,

Bien à vous,

Fabrice PELTIER

Président de l'INDP - Carrefour de créativité



Graphèmes vient de relooker le packaging du **ROUY** (groupe Lactalis) dans un contexte de relancement sous la marque caution Président. Le but n'était pas de révolutionner le packaging mais plutôt de conforter le succès du produit en recrutant de nouveaux consommateurs et en affirmant son nouveau positionnement : une spécialité de caractère au goût tendre et subtil. Le packaging du Rouy se distingue par sa forme carrée et sa couleur orange qui lui donnent un fort impact en linéaire. L'ambiance générale est restée la même afin de conserver la notion de confection artisanale et familiale. En effet, Rouy est une marque créée au début du XXème siècle par un fromager : un certain Monsieur Rouy !

Pour renforcer sa présence dans le monde éducatif et donner un nouveau souffle à l'ensemble de sa communication, la **PEEP** se devait de réactualiser son image. La Fédération de Parents d'Elèves de l'enseignement Public présente dans tout le système scolaire et regroupant plus de 5000 associations affiliées et 300 000 familles adhérentes, a fait appel à l'expertise de **Paris Venise Design** pour la création de cette nouvelle identité visuelle. Paris Venise Design a été chargé de créer une identité capable de redonner du sens pour fédérer les publics internes et externes de la PEEP, mais aussi pour affirmer son positionnement comme « Porte parole de toutes des familles ».



La réflexion créative ainsi menée par l'agence a donné naissance à une identité reposant sur une symbolique évidente et riche en signification : le puzzle. Pièce majeure et centrale, la PEEP est ainsi clairement identifiée comme interface entre le monde de la famille et le monde de l'éducation.



L'impact du pack, dont la sortie est prévue au mois d'octobre, inaugure une nouvelle collection consacrée aux agences de création : chaque titre de la collection design&co proposera une incursion originale dans les univers de ces agences souvent mal connues du public, dont les réalisations habitent pourtant largement notre quotidien. L'impact du pack offre l'occasion de découvrir, à travers l'exemple de l'agence **P'Référence**, le secteur du design packaging. Reportages photographiques, portraits et réflexions de spécialistes comme Gérard Caron, Jean-Charles Gaté ou Fabrice Peltier, interrogent sur les origines et les finalités du packaging, en le replaçant dans son contexte économique et culturel.

Osmotik, design et conseil en emballage, a créé l'identité visuelle et les emballages « Mémoire de bistrot ». L'objectif était de réduire le coup des emballages au minimum tout en créant une véritable identité. À la fois simple et chargée d'affectif, la marque peut ainsi être étendue à bien d'autres produits véhiculant le même imaginaire.



Pour sa deuxième édition limitée, **Grand Marnier** témoigne sa confiance à **Enjoy design** en lui laissant le soin de signer une nouvelle création à l'occasion des fêtes de fin d'année pour son mythique « Cordon Rouge ». Le rouge, couleur de prédilection et originelle de Grand Marnier est sur cette bouteille, tout en nuance et subtilité, à travers un traitement de surface à la fois irisé, moiré et éclatant. Associé à l'argent mat de l'étiquette, la bouteille conserve sa dimension institutionnelle et contemporaine.

## Biennale du design : L'eau, source d'innovations packaging

L'INDP va participer à la biennale du design avec une exposition sur le thème de «L'eau, source d'innovations packaging» qui sera présentée dans un espace entreprises intitulé «L'Aire du temps». Notre exposition s'articule autour de 4 thématiques : l'historique des contenants, la fabrication d'une bouteille, le design, et enfin un espace prospectif qui présentera des packaging internationaux, originaux. Nous préparons les sujets sur le design avec deux agences parisiennes qui travaillent régulièrement sur la création de bouteilles d'eau : Dragon Rouge et Alpha Centauri Design. Nous vous invitons à venir découvrir cet espace ainsi que les nombreuses autres expositions déployées dans toute la ville de Saint-Etienne du 6 au 14 novembre prochain.

## Brèves

▣ L'INDP participe à l'exposition *Histoires au fil du lait* qui se déroule à l'espace Mendès France à Poitiers du 21 septembre 2004 et qui restera en place jusqu'au 6 mars 2005.

▣ La rentrée de la formation Marketing et Design Packaging a eu lieu le 9 septembre dernier à Cognac. Les étudiants issus de BTS ou d'IUT suivront une année scolaire de cours dispensée en partie par des professionnels de l'emballage ou du design, visiteront des entreprises, seront chargés de réaliser des projets d'analyse de pack et termineront leur formation par un stage de 12 semaines en entreprise.

▣ Jean-Christophe BOULARD, délégué général de l'INDP, et Jacques ROSSI de l'agence CARTOON ont rencontré différents responsables des Institutions en Midi Pyrénées afin de les mobiliser pour l'organisation à Toulouse, d'un après-midi conférence en octobre 2005 sur la *Création de valeur par le Design Packaging*, et du colloque Pack Design en avril 2006 sur les technologies avancées transférables au packaging.

▣ Un accord a été conclu entre la société XTC, spécialiste de la veille et des études des innovations grande consommation, et l'INDP, afin d'**offrir gratuitement aux adhérents de l'INDP, l'étude réalisée pour le SIAL sur les tendances et les innovations alimentaires 2004** (100 pages), ceci en avant première, c'est à dire 15 jours avant sa présentation et sa diffusion sur le salon durant lequel elle sera vendue à l'entrée du hall 6 à Paris Villepinte. Renseignements 05 45 36 30 25

## sites à visiter

[www.pda-europe.com](http://www.pda-europe.com) : Pan European Brand Design Association

[www.artschool-st-etienne.com](http://www.artschool-st-etienne.com) : Biennale du design

[www.sial.fr](http://www.sial.fr) : Salon international de l'Alimentation

## 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](http://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.

### Entre importance de l'emballage et protection de l'environnement

Selon une enquête de l'association Consommation, Logement et Cadre de Vie (CLCV), 44% des consommateurs estiment que l'emballage «joue un rôle important dans leurs achats». Mais ils restent concernés par la protection de l'environnement et la diminution des déchets.  
*60 millions de consommateurs - 1er juillet 2004*

### La «séniorisation», un enjeu pour le packaging

Le directeur de la marque Casino Yves Marin, cité par Références Agro-alimentaires, explique dans une interview sur l'attitude commerciale à adopter face au papy-boom, que la MDD Casino a déjà augmenté de 15 à 20% la taille de caractères sur les facings de ses produits et supprimé moult informations packaging superflues. Yves Marin en appelle à ses fournisseurs pour qu'ils accompagnent cette tendance «seniorisation» sur leurs propres packagings, évoquant l'ouverture facile, le compactage, les formats individuels et la hiérarchisation des informations-produit.  
*Références Agro-alimentaires - 8 juillet 2004*

### Ces emballages qu'on ne peut pas ouvrir

Selon un sondage américain, au moins 90% des gens pensent que les emballages sont devenus plus difficiles à ouvrir en 10 ans. Les trois quarts des consommateurs de plus de 50 ans interrogés avouent s'être blessés en essayant d'ouvrir un emballage. Les conditionnements considérés les plus dangereux sont ceux en métal : boîte de corned beef, boîte de sardines, ouvertures de boîtes boissons...  
*Packaging Digest - 2 août 2004*

### Les emballages prêts à se mettre au parfum

En mars 2004, la société Authentic Drink a lancé des bouteilles comportant des étiquettes à l'arôme de ses nouveaux colas (il suffit de gratter l'étiquette pour qu'elle libère son arôme). Les odeurs devraient peu à peu faire leur apparition sur les emballages. Le jeu sur l'olfactif est déjà utilisé en marketing et porte ses fruits : les affiches parfumées fleurissent et font sensiblement grimper les ventes des produits. Les clients se souviennent plus facilement d'un produit dont ils ont été captivés par l'odeur.  
*Libre Service Actualités - 2 septembre 2004*

### Le vin à la conquête des femmes

Pour enrayer la baisse des ventes de vins, les producteurs et cavistes visent une nouvelle cible : les femmes. Pour ce faire, ils expérimentent de nouveaux goûts, travaillent sur le nom des produits et organisent des opérations de dégustation à destination d'un public féminin. En outre, ils lancent des design séduisants : sacs pour bouteille en néoprène rose, étiquette retravaillée...  
*Les Echos - 22 septembre 2004*

## Agenda

### Expositions

> **Biennale du design** : Du 6 au 14 novembre 2004 - Saint-Etienne

### Congrès, conférences, formations

> **Process Pack** : Congrès sur les nouveaux procédés de conditionnement alimentaires - 5 octobre - Brive la Gaillarde

> **Eco-design en Europe** : Conférence organisée par le CDRA - 8 octobre - Lyon

> **29eme Congrès PDA** : «The Future of Branding Agencies» - 21-22 octobre - Paris

> **Respirez, c'est du design !** : Rencontres de l'ADC le 16 novembre 2004 - Paris

> **Workshop sur la couleur** : Organisé par Merck le 9 décembre - Paris

### Salons

> **SIAL** : 17 au 21 octobre 2004 - Paris

> **POPAL Europe Communication Point de Vente** : 3 au 5 novembre 2004 - Paris