

FLASH

Bulletin d'information de l'INDP - Carrefour de créativité



N°39 - janvier 2016

Actualités de nos adhérents



TEAM CREATIF

L'agence **TEAM CREATIF** signe la nouvelle charte graphique de BOURSIN et affirme ainsi le nouveau positionnement de la marque sur la gourmandise raffinée et l'élégance. Pour la création de l'architecture de marque et du logo hors packaging, destinés à la communication, l'agence s'est inspirée de la corolle BOURSIN, élément historique et unique de la marque, pour en faire son emblème. Ainsi iconisée, elle vient accueillir et renforcer le logotype sur tous les supports d'expression hors packaging. Côté charte graphique, **TEAM CREATIF** a collaboré avec la photographe culinaire Caroline Faccioli et son équipe (Matthieu Fourment et Marie Gros), pour imaginer une représentation délicate et gourmande des différents ingrédients et produits BOURSIN dans une corolle, comme de fines bouchées à l'instar de la haute pâtisserie. Cette composition travaillée avec soin exprime le raffinement et l'impertinence de la Marque. BOURSIN offre une expérience en bouche unique et savoureuse aux « gourmets épicuriens » à la recherche de moments privilégiés, seul ou avec leur convives, leur apportant une satisfaction sans égal. La structure corolle permet d'installer le blanc comme color branding de la Marque, associé à des touches d'or pour affirmer le raffinement de BOURSIN. L'application de la Charte peut déjà être observée en France, en Europe, aux USA, au Canada, où vous pourrez la découvrir dans toutes les prises de parole de la Marque.



L'AGENCE DAEDALUS



A l'occasion d'un séjour à Antigua, île paradisiaque située au cœur de la mer des Caraïbes, deux jeunes passionnés découvrent le rhum local et sont séduits par ses qualités gustatives. Ils décident de le faire partager aux amateurs de rhum en créant la marque WHISPER. Partie d'une feuille blanche, **L'AGENCE DAEDALUS** a créé l'identité et le packaging de la marque en s'inspirant du style très élaboré des graphistes du début du siècle dernier, ramené aux goûts du jour par une mise en page et des couleurs modernes. Les Antilles sont symboliquement évoquées par une illustration de palmiers en médaillon.

Edito

La place de l'INDP dans le paysage français de l'emballage pour représenter la communauté créative, est tout aussi incontestable qu'indispensable. Cependant, en ce début d'année, alors que nous finalisons notre programme pour 2016, nous nous posons bien évidemment la question : que pouvons nous faire de mieux ? Plus que jamais nous souhaitons favoriser la valorisation des compétences de création packaging par la prise de parole par des adhérents de l'INDP dans le cadre de différentes tribunes et via un programme de conférences et de formations. L'expertise de chacun peut être mise en avant devant un public de professionnels réunis dans les événements et les salons avec lesquels nous souhaitons développer des partenariats ; mais aussi auprès des clusters et pôles de compétitivité dans les régions et auprès des étudiants, futurs prescripteurs de solutions packaging. L'INDP se fixe clairement pour objectif de développer des offres d'intervention et de faciliter les possibilités d'animation sur différents thèmes autour du design packaging bien maîtrisés par ses membres dans différents secteurs d'activité tels que le luxe, l'alimentaire, la cosmétique, les vins et spiritueux et bien évidemment sur des thèmes incontournables tels que l'innovation ou encore l'éco-conception. Notre but est de prescrire notre véritable réseau d'experts, d'intervenants, de consultants auprès de la profession. À ce titre, nous prévoyons de développer les instants d'échanges avec l'organisation de visites d'entreprises et de conférences, qui viendront compléter le Congrès PACK DESIGN qui se déroulera à Paris, au LIEU DU DESIGN le 7 avril et les Rencontres DESIGN SPIRIT qui auront lieu le 26 mai à Cognac.

Parallèlement, le partenariat avec EMBALLAGES MAGAZINE se poursuit avec la rédaction de la page « En Rayon » chaque mois, dans laquelle l'INDP décrypte les packagings d'un rayon de la grande distribution. Mise en place dans le numéro d'avril 2006 (c'est donc la 89ème chronique qui vient d'être rédigée !), cette page est devenue au fil des ans un support pédagogique, sujet d'un module dans le cadre duquel l'INDP met les étudiants du Master 2 « Marketing Plurimédia et Consommation - Parcours Design de Communication et Packaging » du C.E.P.E d'Angoulême à contribution. Ceux-ci ont précisément un dossier de synthèse à réaliser, pour lequel ils auront mené une étude documentaire sur un segment de marché, une étude sémiotique sur une sélection de packagings et une analyse comparée des positionnements et hypothèses stratégiques.

Je vous invite à ne manquer aucune de ces publications et remercie la rédaction d'EMBALLAGES MAGAZINE pour sa confiance renouvelée.

Bien à vous,
Fabrice PELTIER - Président de l'INDP

Information et Bulletin d'adhésion sur demande auprès de : INDP - Carrefour de créativité
Tél. : 05 45 36 30 25 - Fax : 05 45 36 30 29
Email : info@indp.net - Site : www.indp.net
ISSN 1778-4042
Flash INDP est téléchargeable gratuitement sur le site www.indp.net

Actualités de nos adhérents



OSCAR 2015
DE L'EMBALLAGE



DIGITAL PACKAGING

Le 23 novembre dernier, **DIGITAL PACKAGING** a eu l'honneur de recevoir l'OSCAR DE L'EMBALLAGE 2015 dans la catégorie « Consommation Alimentaire » pour MyPackOnline®, concept de packaging interactif qui allie personnalisation du pack, vidéo intégrée et recueil de données. Grâce à un site Internet dédié, couplé aux outils d'impression numérique de **DIGITAL PACKAGING**, cette opération propose au consommateur la personnalisation de son pack en ligne ou directement en point de vente, avec un décor, une photo, un texte et même une vidéo personnelle embarquée via un QR CODE unique généré automatiquement. Les données sont stockées et traitées par **DIGITAL PACKAGING** ; et des messages « vidéo corporate » peuvent être intégrés en début et fin de vidéo. Ce service s'applique à tous types de produits qui s'offrent (chocolats, vins et spiritueux, bijoux, parfums, ...).

LINÉA



A l'occasion de ses 20 ans, la société COGNAC EMBOUTEILLAGE, a confié à l'agence **LINÉA** la création du flacon commémoratif « Bottle Me ». Plus qu'un simple objet édité en quelques centaines d'exemplaires, ce concept produit éphémère se destinait à la découverte du cœur de métier de COGNAC EMBOUTEILLAGE, à savoir le conditionnement de Vins et Spiritueux. Le flacon se pare ainsi de différents parachevements de qualité : étiquettes Fassung Rustique, sérigraphie, cachet et bouchage en cire. Elaboré telle une eau-de-vie rare, ce « self promotion » a été développé avec le concours des industriels ASET-BIDOIT, BERNADET, BOUCHAGES DELAGE, C.E.P.S., DS SMITH, ITAL STEREO et SAVERGLASS.

CARTOON DESIGN

La révolution végétale au rayon traiteur frais ! CÉRÉAL présente Grill Végétal, une gamme de substituts de viande, sains, savoureux et simples à cuisiner. Après 2 années de développement de produits et 1 an de développement de l'identité... **CARTOON DESIGN** accompagne la marque sur le naming, la création de logo et la déclinaison de l'identité packaging sur l'ensemble de la gamme produits. Tous les tests lui prédisent un avenir extraordinaire !



2



Dans le cadre de son partenariat avec le salon VS PACK, l'INDP y a organisé une conférence réunissant les différents acteurs du projet « Clément Canne Bleue ». Trois membres de l'INDP, Sofiane Mameri (**SLEEVER INTERNATIONAL**), Cédric Pichonneau (**LINÉA**) et Olivier Démétriadis (**DIGITAL PACKAGING**) ; ont aimablement répondu à l'invitation de l'INDP, ainsi qu'Audrey Bruison, Global Marketing Manager des **RHUMS CLÉMENT & J.M.**, que nous remercions tout particulièrement pour son témoignage. Produite en Martinique par les Rhums CLÉMENT depuis 2001, l'édition limitée « Canne Bleue » est le seul rhum blanc agricole millésimé, récolté et distillé à partir du jus de cette seule et unique variété de canne à sucre, qui tire son nom de ses reflets bleutés. A chaque édition, un pack différent, avec le challenge permanent de se renouveler en innovant et en surprenant. L'idée de cette table ronde animée par Fabrice Peltier, était de mettre en lumière le développement collaboratif mené sur le pack du millésime 2014. En amont du travail de création, **LINÉA** a réalisé une étude approfondie du segment des rhums, avant de confier ensuite à **DIGITAL PACKAGING** la réalisation de la maquette permettant de mieux appréhender le décor et les finitions du design ; ainsi que la mise au point technique avant le lancement de la production industrielle chez **SLEEVER INTERNATIONAL**. L'intégralité du flacon dévoile un amalgame de teintes métalliques bleutées ; et grâce à la technologie Skinsleeve, les aspérités de la canne bleue sont recréées. Le dos du flacon laisse quant à lui entrevoir l'intérieur du flacon par principe de vitrophanie, dévoilant par transparence l'« Habitation Clément », berceau et emblème de la marque. Ce développement collaboratif agence-prototypeur-industriel s'est vu récompensé d'un Bronze Pentaward 2015 ; et a surtout rencontré un succès commercial sans précédent. (photo C. Barraud)

Congrès PACK DESIGN : le 7 avril au Lieu du Design

Agenda

EXPOSITIONS

■ « FÊTE DU GRAPHISME » expositions, conférences, workshops, jusqu'au 16 février dans tout Paris www.fetedugraphisme.org

■ « TYPO EN MOUVEMENT » jusqu'au 5 mars au LIEU DU DESIGN www.lieududesign.com

■ « INVENTION/DESIGN. REGARDS CROISÉS » d'une exposition des Sismos Designers pour le Musée des Arts & Métiers, jusqu'au 6 mars www.arts-et-metiers.net

■ « L'OBSERVEUR DU DESIGN - Paysage d'aujourd'hui » jusqu'au 13 mars à La Cité des Sciences et de l'Industrie à Paris www.apci.asso.fr

SALONS

■ PHARMAPACK : plateforme européenne des innovations packaging et des technologies d'administration des médicaments pour l'industrie de la santé, les 10 et 11 février à Paris Expo Porte de Versailles www.pharmapackeurope.com

■ PACKAGING INNOVATIONS + EMPACK + LABEL&PRINT : the future of branded and inspirational packaging, printing, labelling, ..., les 24 et 25 février au National Exhibition Centre de Birmingham www.easyfairs.com

■ CFIA : carrefour des Fournisseurs de l'Industrie Agroalimentaire, du 8 au 10 mars au Parc des Expositions Rennes Aéroport www.cfiaexpo.com

■ SANDWICH & SNACK SHOW : le rendez-vous référent du marché du snacking et de la consommation nomade, les 14 et 15 mars à Paris Expo Porte de Versailles www.sandwichshows.com

■ EUROCOAT : salon international et congrès des peintures, encres d'imprimerie, vernis, colles et adhésifs, du 22 au 24 mars à Paris Expo Porte de Versailles www.eurocoat-expo.com

■ PACK & SPIRIT : convention d'affaires internationale pour le packaging de luxe et le marketing de vins et spiritueux du 23 au 25 mars au Parc des Expositions de Reims www.packandspirit.com

■ MDD EXPO : le salon des savoir-faire dédiés à la création de produits à façon, les 30 et 31 mars à Paris Expo Porte de Versailles - Hall 4 www.mdd-expo.com

CONGRÈS

■ CONGRÈS PACK DESIGN : jeudi 7 avril au LIEU DU DESIGN à Paris www.pack-design.fr



L'INDP aura le plaisir d'accueillir en fin de matinée **Christophe Chaptal de Chanteloup**. Designer de formation, expert de la stratégie et des marques, le conférencier est également auteur et vient tout juste de publier son dernier ouvrage « *Le Manifeste du Faire* » qu'il dédicacera dans le cadre de cette journée. Dans un nouvel écosystème de conception et de production, il y analyse une nouvelle manière de concevoir et de fabriquer des objets et des services ; et propose un business model inédit qui permet de passer « de l'idée au marché » : le design making. Le congrès se poursuivra avec, notamment, une table ronde sur « *La protection de la création packaging* » animée par **Henri Saporta**, Directeur de la Rédaction d'EMBALLAGES MAGAZINE.

Accueil sur place à partir de 9h00. Fin de la journée à 16h30. Inscriptions via le formulaire en ligne sur www.pack-design.fr. Tarif adhérents INDP 50€HT. Tarif non-adhérents 300€HT.

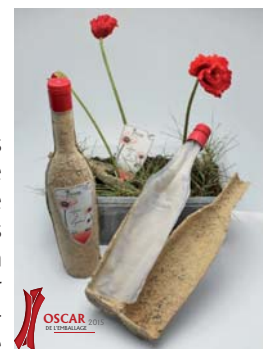
Initialement prévue le 8 octobre dernier, la 11ème édition du congrès PACK DESIGN se déroulera le jeudi 7 avril, au Lieu du Design. En ouverture de cette journée, **Vincent Ferry** donnera la conférence « *Créer des Emballages de Légende* ». Fort de ses expériences chez MARS puis DANONE, il développera les mécanismes mis en œuvre dans le processus de création d'emballages devenus des « marqueurs » dans leurs secteurs respectifs. Spécialiste de l'innovation packaging, il décrira l'importance du travail en anticipation et en réseau avec les acteurs.



CONCOURS FREEPACK SPIRIT

Les seize projets présélectionnés dans le cadre du concours FREEPACK SPIRIT 2015 organisé par l'INDP faisaient l'objet d'une exposition lors du salon VS PACK, bénéficiant ainsi d'une belle visibilité auprès du visitorat dont profite le salon. Le palmarès y a été dévoilé, récompensant du 1er prix Justine Bruel, Sandra Villain et Lucas Méjanès, étudiants de la **FS PACK** Cognac pour « **OMBELLE** », projet également lauréat de l'OSCAR DE L'EMBALLAGE 2015 catégorie « Début Prometteur - Etudiants » dans le cadre du partenariat inter-concours INDP-INFOPRO DIGITAL. Le 2ème prix a été remis à Diana Leon, Lydie Gentric et Jérémy Elias du **C.E.P.E.** d'Angoulême pour « **Q'INTI PISCO** » ; et le 3ème prix à Charles Lebeurre, étudiant à l'**ESUPCOM** de Lille pour son projet « **MOJECO** ». Enfin, le jury a souhaité attribuer son Coup de Coeur à Florianne Tourrilhes de l'**IUT de Poitiers** pour sa création verrière intitulée « **EN TÊTE À TÊTE** ».

L'INDP remercie très sincèrement les membres du jury pour leur implication, soutien et disponibilité : Henri Saporta – Directeur de la Rédaction EMBALLAGES MAGAZINE, Frédérique Sementery – Chef de Projet Luxe DS SMITH PACKAGING CONSUMER, Elodie Poisson – Directrice Artistique et Agent pour créatifs free-lance FISH N'GEEK, Eric Voignier – Directeur Commercial L'AGENCE DAEDALUS. Remerciements également à l'ensemble des candidats qui ont planché sur le sujet 2015 délicat à traiter, dédié à la problématique : « *Comment les spiritueux peuvent-ils s'inscrire dans une démarche environnementale tout en répondant aux codes packaging propres à leur secteur ?* ».



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.

■ MCDONALD'S REVOIT L'HABILLAGE DE SES PRODUITS

McDonald's change en 2016 l'habillage de ses emballages des sacs, gobelets et boîtes aux Etats-Unis. Le déploiement sera réalisé au niveau mondial tout au long de l'année. Sept agences de design ont travaillé sur le sujet. McDonald's s'est engagé à ce que tous ses emballages à base de fibres soient fabriquées à partir de matières recyclées ou certifiées d'ici à 2020.

Source Emballages Magazine - 13 janvier 2016

■ BONNE SANTÉ DE L'EAU EN BOUTEILLE

Pour la première fois en 2015, les Français ont plus dépensé pour acheter de l'eau en bouteille que des sodas au cola. L'eau en bouteille atteint désormais une part de marché de 21% sur le segment des boissons sans alcool (2,2 milliards d'euros de ventes sur 11 mois à fin novembre), grâce à la préoccupation santé croissante mais aussi grâce à la météo et l'innovation. Avec 51% de Français seulement consommant de l'eau en bouteille, il reste un potentiel de développement.

Source Packaging France - 13 janvier 2016

■ ETIQUETAGE NUTRITIONNEL

Le foisonnement d'étiquettes empêche le consommateur de voir les informations nécessaires. Depuis cet hiver, l'Union Fédérale des Consommateurs QUE CHOISIR et l'Association Nationale des Industries Agroalimentaires, débattent sur l'étiquetage nutritionnel. L'Ania refuse d'adopter un code basé sur des étiquettes de couleurs. Jean-Philippe Girard (Président de l'Ania) reproche l'approche médicale. La meilleure solution reste l'éducation, l'information, ainsi l'étiquetage ne délaierait aucune catégorie sociale.

Source Packaging France - 12 janvier 2016

4

■ DES EMBALLAGES D'OREO À PERSONNALISER

Avec HP Indigo, la marque de biscuits Oreo propose aux consommateurs de personnaliser leurs emballages. Les paquets « Oreo Colorfilled » présentent des dessins illustrés en noir et blanc réalisés par les artistes Jeremyville et Timothy Goodman. Les consommateurs peuvent agir sur le dessin, agrandir ou réduire certaines zones, mettre en couleur, via leur ordinateur ou smartphone. Chaque emballage est ensuite imprimé avec une presse numérique HP Indigo WS6600.

Source Emballage Digest - 31 décembre 2015

■ EMBALLAGE : LA PRATICITÉ, PREMIÈRE PRÉOCCUPATION DES INDUSTRIELS

Selon une enquête de l'Observatoire de l'emballage, seuls 18% des acheteurs estiment que la lutte contre le « suremballage » représente un axe d'innovation en matière de conditionnement des produits. Deux tiers des industriels et distributeurs prévoient de nouveaux concepts de packaging. Ils souhaitent des emballages pratiques et design. La praticité est la première des préoccupations, devant le design et le développement durable.

Source La Tribune - 8 décembre 2015

■ PACK2GO ET LA PRATICITÉ DES EMBALLAGES

L'association européenne Pack2Go, qui réunit des sociétés de fabrication d'emballages pratiques et de service pour aliments et boissons, a mis en ligne une vidéo concernant la praticité des emballages.

Source <http://www.pack2go-europe.com/> - 18 novembre 2015

L'INDP intervenait dans le cadre d'un atelier sur « L'emballage et le conditionnement alimentaire » organisé par le CRITT Agro-Alimentaire de La Rochelle le 21 janvier. Au programme : matériaux au contact, cahier des charges, tendances, design et innovations avec le témoignage de **PICARD THERMOFORMAGE**, membre de l'INDP, sur la création d'un nouvel emballage alimentaire thermoformé, tenant compte de la réduction des coûts et de l'impact environnemental.

Critt Agro-Alimentaire

Dans la perspective du 100ème anniversaire de LA VACHE QUI RIT® en 2021, le Groupe Bel a engagé en 2014 des collaborations avec des artistes contemporains internationaux pour la réalisation de Boîtes Collector. Le « Lab'Bel », laboratoire artistique du Groupe Bel (www.lab-bel.com), a confié à Thomas Bayrle la réalisation de la deuxième Boîte Collector. Né à Berlin en 1937, Thomas Bayrle compte parmi les pionniers du mouvement pop art en Europe et utilise le logo de LA VACHE QUI RIT® dans ses œuvres depuis 1967. Vendue au format et prix habituels de 24 portions, la boîte collector permet une mise à disposition de l'art contemporain auprès du plus grand nombre, de façon originale et décalée.



La 30ème édition du « Grand Prix Stratégies du Design » est lancée. Le dossier d'inscription est à adresser avant le 19 février à Negar Moshrefi (Tél : 01 78 16 31 09 - Mail : nmoshrefi@strategies.fr). La remise des prix aura lieu au mois d'avril et le palmarès sera diffusé sur tous les supports STRATÉGIES.

Compétition toujours... le 7 mars, les inscriptions aux PENTAWARDS 2016 seront ouvertes en ligne jusqu'au 22 avril. La cérémonie officielle se déroulera cette année à Shanghai le vendredi 23 septembre. Présidé par Gérard Caron, le jury international des 10èmes PENTAWARDS est composé de 12 éminents spécialistes internationaux en marketing et design packaging. Pas moins de 55 catégories différentes permettent à tout type d'emballage de concourir et d'être jugé face à des créations comparables, réparties en 6 grandes familles : Beverages, Food, Body, Other Markets, Luxury et Divers. Infos sur www.pentawards.org