

FLASH

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



N°38 - juillet 2015

Actualités de nos adhérents

DIGITAL PACKAGING

Le salon PACK & GIFT qui se tenait les 17 et 18 juin derniers organisait la 1ère édition du concours «TWIST» qui permettait aux exposants de soumettre leurs réalisations totalement inédites, détournées de leur utilisation première et empruntant les codes d'un autre univers. Le Prix Twist 2015 récompensant le détournement packaging le plus original, a été décerné à **DIGITAL**



PACKAGING, pour son coffret « Super Nova » qui absorbe la matière par un détournement de l'utilisation des réseaux lenticulaires. Alors que la fonction originale de ceux-ci a pour but de produire des images en relief ou des images animées, **DIGITAL PACKAGING** les a utilisés afin de faire disparaître des objets. Un coffret magique a ainsi été réalisé, dans lequel les objets positionnés à l'intérieur disparaissent lorsque le couvercle est refermé alors que celui-ci laisse quand même apparaître par transparence le fond du coffret. A l'issue des votes des internautes et des délibérations du jury de professionnels, son P.D.G, Gilles Pingetot a reçu le trophée « TWIST » 2015 des mains de Henri Saporta, Directeur de la Rédaction d'EMBALLAGES MAGAZINE.

TEAM CRÉATIF

Gervais se réinvente dans une nouvelle gamme pour offrir aux consommateurs un vrai moment de plaisir. À cette occasion, **TEAM CRÉATIF** remet au goût du jour un héritage de 160 ans, en utilisant les codes identitaires historiques de la marque.

La création d'un fond bois en transversal sur la gamme, un code fort pour un impact maximisé et différenciant en linéaire (colour branding atypique dans le rayon Ultra Frais). La présence des ingrédients vient représenter l'exigence de la marque pour ses recettes, notamment du lait et des fruits sélectionnés avec soin. Tout cela dans un univers graphique qui respecte à la fois l'histoire de la marque tout en adoptant les codes de communication actuels. Un logotype modernisé mais qui reste fidèle à l'univers de GERVAIS, encadré dans un bandeau statutaire, devenant la preuve



du savoir-faire et structurant l'architecture du packaging. Des visuels produits et des ingrédients illustrés avec simplicité et gourmandise, offrant un appel à la dégustation.

Disponible depuis le mois de mars, la gamme a été déclinée en sept recettes : « sur lit de fruits » (Myrtilles, Fraises, Framboises et Agrumes), « les Mélangés » (Onctueux à la Vanille et Onctueux au Citron), « le Classique » (Nature).

Edito

« De même que beaucoup de Français s'abstiennent de voter, nombreux sont ceux qui s'abstiennent toujours de trier. » signe Henri Saporta, Directeur de la Rédaction d'EMBALLAGES MAGAZINE, dans son édito du numéro du mois de mai. Ceci illustre les résultats de l'étude menée par HARRIS INTERACTIVE pour l'ASSEMBLÉE NATIONALE sur l'« engagement citoyen et l'appartenance républicaine ». Il en ressort précisément que le tri des déchets arrive premier dans le classement des actions citoyennes individuelles auxquelles les français se prêtent ou souhaiteraient se prêter, juste devant le vote ; loin devant le don du sang ou encore le bénévolat (rapport complet sur le site de l'ASSEMBLÉE NATIONALE : <http://www2.assemblee-nationale.fr/14/commissions-permanentes/mission-engagement-et-appartenance-republicaine>).

Le geste du tri est donc considéré comme un acte de civisme évident, à propos duquel 4% des personnes interrogées déclarent encore qu'elles ne l'ont jamais pratiqué et qu'elles ne souhaitent pas le faire. Un aveu étonnant mais au taux faible, qui permet de constater que derrière ce geste devenu habitude, figure la préoccupation de chacun pour l'environnement ; une manière individuelle d'apporter sa pierre à l'édifice colossal de la protection de la planète. Cette contribution quotidienne peut en revanche subir la même légèreté quant à la fidélité-même de l'acte, comme cela est en effet le cas pour le vote.

La mise en lumière de cette étude sur l'importance des déchets pour les Français vient à point, à quelques mois de la 21e conférence climat « COP21 - PARIS 2015 », en amont de laquelle la société civile participera activement et y tiendra une place importante avec un village dédié sur le site du Bourget. A l'heure où les représentants religieux en France, de même qu'en Grande-Bretagne, s'emparent de la cause considérant que « la crise climatique est un défi spirituel et moral » et appelant à « une remise en question de nos valeurs et de nos attitudes » ; l'enjeu est important pour l'industrie de l'emballage. Souvent pointée du doigt par des consommateurs schizophrènes qui iraient même jusqu'à considérer que l'on pourrait se passer d'emballages tout en exigeant une conservation optimale des produits ; notre filière tient peut être ici l'opportunité de rappeler combien elle a déjà œuvré en matière d'éco-conception tout en continuant à investir massivement dans la démarche environnementale.

Je vous souhaite une agréable lecture de ce nouveau numéro du « Flash INDP » consacré à l'agenda de ce 2ème semestre 2015 ; pendant lequel le thème du développement durable sera mis à l'honneur lors du concours étudiant « FREEPACK SPIRIT » qui se tiendra en décembre, en pleine conférence climat.

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

L'AGENCE DAEDALUS

La marque de **Cognac DUPUY** (Maison **BACHE-GABRIELSEN**) en hommage à son fondateur Auguste Dupuy, a uni son goût pour la perfection à celui de la cristallerie **DAUM** pour produire cette carafe d'exception aux formes pures et élancées. **L'AGENCE DAEDALUS** a, pour sa part, été sollicitée pour concevoir l'écrin destiné à sublimer ce flacon et son précieux contenu. La fabrication de ce coffret en triptyque, présentant un bouchon en cristal maintenu par une pièce en zamac spécialement conçue à gauche et un livret aimanté à droite, a été assurée par la société **UPSIDE CREATIVE SOLUTIONS**. Dans la continuité de cette mission, **L'AGENCE DAEDALUS** a réalisé le site internet dédié qui retrace à la fois l'histoire de la maison et révèle quelques secrets sur l'art de l'assemblage des Cognacs (www.auguste-cognacdupuy.com).



DIAEIS



Fournisseur de services de prépresse auprès des plus grandes marques, l'agence de pré-média **DIAEIS** intègre les solutions de color management X-Rite à son processus de production. **PantoneLIVE** est un écosystème dématérialisé "cloud" où l'ADN numérique des couleurs est reproduit par des palettes digitales pouvant être centralisées et partagées par toutes les parties prenantes d'une chaîne de distribution des couleurs. La solution **ColorCert**, quant à elle, fournit un contrôle statistique des couleurs afin de vérifier la qualité des impressions. Les mesures s'effectuent à partir des données spectrales et les comptes-rendus sont disponibles en ligne, en temps réel. Intégrer **ColorCert** au flux de travail de **PantoneLIVE** permet de créer un système de reporting complet, numérique et en circuit fermé, de bout en bout du processus. En alliant ces deux solutions de color management, on réduit le nombre d'épreuves papier et de versions physiques nécessaires à la réalisation du produit final. Guillaume Postel, Directeur Général de **DIAEIS**, explique : « En combinant **PantoneLIVE** à **ColorCert**, nous offrons à nos clients une solution complète qui leur assurera un contrôle total des couleurs de leur marque. La couleur disponible en rayon correspondra toujours à la cible, quels que soient le substrat, l'imprimeur, le processus d'impression ou la zone géographique. Cela permettra également de garantir la cohérence des couleurs dans le temps. »

2

LINÉA

Le groupe Diageo Singapour a confié à l'agence de Design Packaging **LINÉA** la création d'une édition ultra limitée à 400 exemplaires pour son Whisky **SINGLETON** 40 ans d'âge. Le coffret révèle une sélection de matériaux élégants, clin d'oeil à la distillation et au vieillissement en fût de cette eau-de-vie rare. Le coffret bois est composé de deux volets bordés d'un cerclage métal et articulés d'une charnière cuir. Il est surmonté d'une plaque métal gravée en creux et teintée de l'authentique « vert » **SINGLETON**. L'intérieur, également bois, révèle le flacon fermement maintenu par une lanière cuir. L'édition inédite s'inspire d'un univers maritime propre à la nouvelle identité des whiskies **SINGLETON**. La sélection 40 ans d'âge traduit un parfait équilibre entre tradition (via la chaleur du bois) et modernité (via l'aluminium brossé).



Agenda

EXPOSITIONS

■ « **ORACLES DU DESIGN** » jusqu'au 16 août 2015 à la Gaité Lyrique www.gaitelyrique.net

■ « **PARIS DESIGN WEEK** » du 5 au 12 septembre 2015 www.maison-objet.com

■ « **L'OBSERVEUR DU DESIGN** » jusqu'au 1er novembre 2015 à La Cité des Sciences et de l'Industrie à Paris www.apci.asso.fr

SALONS

■ **MAISON & OBJET** : du 4 au 8 septembre 2015 à Paris Nord Villepinte www.maison-objet.com/fr

■ **BEYOND BEAUTY** : du 15 au 17 septembre 2015 à Paris Expo Porte de Versailles www.beyondbeautyevents.com

■ **VISCOM** : du 29 septembre au 1er octobre 2015 à Paris Expo Porte de Versailles www.viscom-paris.com

■ **LABELXPO** : du 29 septembre au 2 octobre 2015 à Brussels Expo www.labelexpo-europe.com/fr

■ **COSMETIC 360** : les 15 et 16 octobre 2015 au Carrousel du Louvre www.cosmetic-360.com

■ **LUXE PACK** : du 21 au 23 octobre 2015 au Grimaldi Forum de Monaco www.luxepack.com

■ **EUROPACK EUROMANUT CFIA** : du 17 au 19 novembre 2015 à Eurexpo Lyon www.europack-euromanut-cfia.com

■ **EMPACK** : les 25 et 26 novembre 2015 à Brussels Expo www.easyfairs.com

■ **VS PACK** : du 1er au 3 décembre 2015 au parc des Expositions de Cognac www.vspack.com

CONGRÈS

■ **PACK DESIGN** : jeudi 8 octobre au LIEU DU DESIGN à Paris www.pack-design.fr

Depuis 2004, l'INDP s'attache édition après édition à traiter d'une thématique phare répondant aux préoccupations des professionnels de la filière : enjeux économiques, cultures de consommation, industrialisation de la création, etc..., etc... Cette 11ème édition sera quant à elle consacrée à

l'**OPEN INNOVATION** ; avec un programme de conférences traitant notamment du design management, de User-Experience ; ou encore du rapprochement industrie-design...



Actualités de nos adhérents

DUWOOD

A la demande du groupe **Eurofind** implanté en Afrique qui souhaitait investir le marché de la bière en Côte d'Ivoire, **DUWOOD** a mis les petits plats dans les grands. Naming, branding, territoires visuels et formes des étiquettes ont été étudiés pour séduire les consommateurs africains avec ces bières locales ciblées « cœur de marché » et « premium ». Pour la marque cœur de marché, l'agence a créé une identité graphique plus basique avec le nom « Number One ». Ce nom permet une identification immédiate et mémorisable avec le chiffre « 1 » et offre bien sûr un sens positif avec le rouge symbolisant la force et le chiffre « 1 » et le soleil symbolisant l'énergie. Pour la marque premium l'identité graphique est plus subtile avec son nom « Gold 5.5 », qui vise un public recherchant une bière de qualité. Les codes graphiques rappellent les aspects qualitatifs de cette bière : l'or symbolise l'excellence et la réussite, le « 5.5 » symbolise le degré de la bière qui est gage de qualité, le trône symbolise l'élévation ; et les illustrations de blé et de malte renforcent le savoir faire du brasseur.



CARTOON DESIGN

Une gamme de produits basée sur la santé, le plaisir, la naturalité et le lifestyle ! Voilà ce que représente la marque de produits alimentaires sans gluten portée par Novak Djokovic. De l'identité de marque jusqu'au merchandising en passant par la conception de l'univers de la marque et l'identité packaging...



TATAMI

Créé en 1876, **Spigol** est devenu le spécialiste incontournable du monde des épices, grâce à son savoir-faire reconnu par toute la profession et ses compétences incontestées en assemblage et trituration. La société a confié à **TATAMI** le relifting de l'ensemble de sa gamme. L'objectif étant de re-crédibiliser la marque graphiquement pour être en accord avec sa promesse produits qualitative. Pour cela, **TATAMI** a créé une charte « *Etiquette de voyage* » emblématique du savoir-sélectionner et du savoir-assembler de cette marque à l'expérience séculaire. C'est au total 120 références qui ont été reliftées.



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.

BOUTEILLE DE COGNAC TECHNOLOGIQUE

Rémy Martin lance en Chine une bouteille Club, équipée d'une technologie haute sécurité, anti-contrefaçon, qui détecte les ouvertures préalables.

Source Packaging France – 7 juillet 2015

SOLUTION POUR LES EMBALLAGES SERIALISES

Ancor (emballages en plastique) et Kezzler AS (sérialisation) sont partenaires pour proposer une sérialisation d'emballage, appuyée par une plateforme cloud. Elle permet d'obtenir un emballage unique et interactif, avec un code «MaxQ», unique, généré et imprimé dessus.

Source Emballage Digest – 2 juillet 2015

HEINEKEN PASSE À L'ÉTIQUETTE PLUS RECYCLABLE

Heineken a initié en 2011 un groupe de travail portant sur l'étiquette, afin d'améliorer la recyclabilité des étiquettes adhésives. Des tests ont été menés et ont permis de valider en 2014 l'industrialisation d'une solution d'étiquettes répondant à des exigences techniques définies. Ces étiquettes sont présentes sur l'intégralité des bouteilles de 25 cl Heineken depuis le début de l'année.

Source Emballage Digest – 7 mai 2015

COFFRET COGNAC INNOVANT

A Angoulême, Pascal Mangeat et Charles Bourinet, de l'entreprise Aldébarande ont mis au point un coffret interactif pour produits haut de gamme comme le cognac, doté d'un écran tactile qui renseigne sur le produit.

Source Aldébarande – 5 mai 2015

ADAPTER LES EMBALLAGES AUX SENIORS

4

Face au vieillissement de la population, l'industrie de l'emballage doit adapter ses produits pour les rendre plus facile à utiliser. Elle doit prendre en compte d'autres enjeux, comme la protection contre le vol et la sécurité des enfants. Elle doit minimiser les risques de blessure. Les bouchons doivent permettre une meilleure prise en main, les languettes doivent avoir un format adapté, et les étiquettes doivent être plus lisibles. Les emballages doivent aussi répondre à des contraintes environnementales, et être facilement dégradables.

Source Les Échos – 22 avril 2015

TETRA PAK DEPLOIE LE TETRA REX

L'emballage Tetra Rex, entièrement renouvelable et d'origine végétale, est désormais déployé partout dans le monde. Il est fabriqué à partir de couches de plastiques issus de la canne à sucre et de carton. Il a reçu un Gold award à la cérémonie Pro2Pac Excellence Awards au Royaume-Uni.

Source Packaging France - 1er avril 2015

SEPHORA MET DE LA COULEUR DANS SES NOUVEAUX PACKAGINGS

Les artistes Craig Redman et Karl Maier ont réalisé le design des nouveaux packagings pour Sephora et sa ligne d'été bain 2015. Les produits s'affichent avec des graphismes très colorés et épurés.

Source Emballage Digest – 1er avril 2015

L'INDP est heureux d'accueillir **DUWOOD** parmi ses membres.

Agence conseil en identité de marque depuis 30 ans, **DUWOOD** accompagne des entreprises françaises et internationales dans la création et le développement de leurs marques et produits. Elle accompagne notamment CAN-DIA, ENTREMONT, YOPLAIT, RÉGILAIT, BAYER, RAVENSBURGER, MIKO, FLEURY MICHON, ... ; et se développe fortement sur le marché africain depuis 2010.



BRANDING & PACKAGING IDENTITY

EMBALLAGES MAGAZINE propose en

libre accès un dossier approfondi et inédit sur les métiers de l'emballage, dont ressortent 40 fonctions en 5 étapes, selon une approche par le cycle de vie des fonctions de l'emballage et du conditionnement. A découvrir dans le n°971 (juin-juillet 2015) et sur <http://www.industrie.com/emballage/mediatheque/0/0/5/000016500.pdf>

La 60ème édition de l'**OSCAR DE**

L'EMBALLAGE aura lieu le 23 novembre. Inscriptions avant le 11 septembre sur www.oscardemballage.com

Les 6èmes **Rencontres DESIGN SPIRIT**

Organisées par l'INDP se sont déroulées à Cognac le 28 mai dernier, réunissant près de 90 personnes. A l'issue du programme de conférences auquel participaient Géraldine Bouchot et Laura Grusso (Groupe CARLIN), Pauline Soury (CRAFT Limoges), Céline Delcourt (CD DESIGN), Christelle Lavaure (ORIMONO) et Jocelyne Payet (SAGA DECOR) ; les participants ont visité l'usine VERALLIA - Verrierie de Cognac. L'INDP remercie très sincèrement l'équipe de VERALLIA pour son accueil, en particulier Carole Supervielle, Responsable de Secteur Cognac, pour son implication dans la préparation de cette visite exceptionnelle, qui a spontanément suscité l'enthousiasme des participants.

Le concours **FREEPACK SPIRIT** sera

dédié cette année au développement durable appliqué au secteur des spiritueux ou « comment le packaging des spiritueux peut-il contribuer à la lutte contre le réchauffement climatique ? ». Ouvert aux étudiants en écoles de design et formations packaging, celui-ci fera l'objet d'une pré-sélection de 16 projets qui seront exposés dans le cadre de VS PACK, le salon de l'innovation packaging et technologique des vins & spiritueux, organisé par ATLANPACK les 1er, 2 et 3 décembre à Cognac. La remise des prix aura lieu dans ce même cadre le jeudi 3 décembre à midi.