



CONCOURS FREEPACK SPIRIT : UN PALMARÈS TRÈS FÉMININ POUR CETTE ÉDITION 2013

La cérémonie de remise des prix du concours **FREEPACK SPIRIT** organisé par l'**INSTITUT NATIONAL DU DESIGN PACKAGING (INDP)** s'est déroulée dans le cadre de **VS PACK**, le salon de l'innovation packaging et technologique des vins et spiritueux, organisé par **ATLANPACK** du 3 au 5 décembre à Cognac.

Parmi les 56 dossiers de candidature reçus de 10 formations différentes, 16 projets ont été présélectionnés pour y être exposés lors de ces trois jours de salon sur un espace dédié.

Présidé par Jean-Paul Cornillou, Vice-Président de l'INDP, Directeur du Département Pack & Retail de STRATE COLLEGE ; le jury a dévoilé le palmarès de cette 6^{ème} édition consacrée au thème des spiritueux dans le monde de la nuit, récompensant le 1^{er} prix de 1500€, le 2nd de 750€ et le 3^{ème} de 250€.

Particularité de ce cru 2013, le jury a également souhaité mettre en lumière un 4^{ème} projet en le désignant « Coup de Cœur du Jury ».

PREMIER PRIX :

« Cubao - Les Agités »

Par **Tiffany Naylor, Aurélie Tricard et Katell Goaër**

étudiantes en Master 2 Marketing Plurimédia et Consommation – Design de Communication et Packaging
CENTRE EUROPEEN DU PACKAGING ET DE L'EMBALLAGE (CEPE) D'ANGOULÊME



Le Mojito vient d'être élu « cocktail préféré des français ». C'est de ce choix du consommateur qu'est née l'idée « LES AGITÉS » de la marque CUBAO, collection de cocktails en bouteilles individuelles pour clubs. Livrés quasiment prêts à être consommés, ils se présentent sous la forme de deux parties de bouteille à assembler. La partie basse contient les éléments solides – glace pilée, citron vert et menthe -, la partie haute contient les liquides – rhum, sucre et eau

pétillante. Le client devra secouer la bouteille afin de mélanger les contenus et il participera donc à la finalisation de la boisson tout en reproduisant le geste légendaire associé aux cocktails. Le packaging a un autre avantage : il assure l'inviolabilité du produit.

L'emballage ne permet aucun accès direct à la boisson puisque les deux parties de la bouteille sont fermées par des opercules. De plus, par sa forme, la bouteille s'affranchit du goulot et présente un dessus plat avec un trou du diamètre d'une paille, aspect très important dans le milieu de la nuit.

Il est possible de profiter du canal de distribution fermé que représentent les boîtes de nuit afin de récupérer et réutiliser la partie basse de l'emballage. La marque qui s'est inspirée de l'île de Cuba, fortement liée à la production de Rhum ; présente un logo sous forme de macaron vintage afin de promouvoir une certaine authenticité du produit. La marque montre aussi que l'authentique peut être tendance en s'adaptant à un nouveau marché.



DEUXIEME PRIX :

« Vod'Kapitaine »

par Sonia Grisel, Fatima Machkour et Gaëtan Veye

étudiants en Master 2 Marketing Plurimédia et Consommation – Design de Communication et Packaging
CENTRE EUROPEEN DU PACKAGING ET DE L'EMBALLAGE (CEPE) D'ANGOULÊME



Ludique et original, **VOD'KAPITAINE** a pour objectif de pimenter les soirées les plus folles. En effet, désormais grâce à l'emballage secondaire, vous pourrez apprécier votre Vodka en mode fun.

Ce dernier, se déplie pour dévoiler un plateau de jeu inspiré du fameux jeu de l'oie, avec également des shooters, qui serviront aussi de pions. Le concept sera en phase avec l'ambiance du monde de la nuit en utilisant des couleurs

vives. Le jeu met en avant Sam le capitaine, toujours fidèle à sa mission d'accompagnateur sobre en fin de soirée. Il sera ici amené à participer au jeu et à profiter du soft grâce à la bouteille compartimentée moitié Vodka, moitié jus de fruits. La réutilisation de l'emballage a été ici au cœur de la réflexion. Dans un souci de réduction du suremballage, **VOD'KAPITAINE** se distingue en offrant au consommateur les plus qui rendent l'emballage pratique, réutilisable et fun ! L'emballage de **VOD'KAPITAINE** est conçu sous forme d'un package incluant un couvercle, de manière à assurer l'effet de surprise mais également la praticité au rangement. Pour ce qui est des shooters, ils seront agencés autour du goulot de la bouteille pour optimiser l'utilisation de l'espace vide de l'emballage, et le tout sera couronné par une anse afin de faciliter de transport.



TROISIEME PRIX :

« Hypnos6 »

par Mallory Poitevin et Lucie Damour

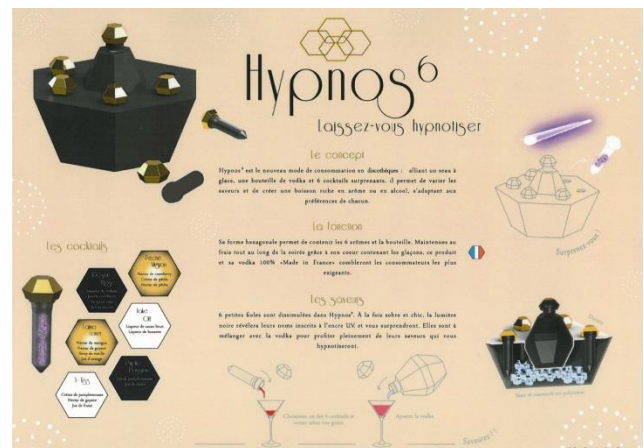
étudiantes en FORMATION SUPERIEURE DU PACKAGING (FS PACK)

LYCEE LOUIS DELAGE DE COGNAC



*Particularité de **HYPNOS** ⁶ : l'utilisation de la lumière noire pour découvrir l'arôme choisi à l'aveugle. Nouveau concept qui changera les modes de consommation en boîte de nuit, il permettra aux consommateurs de découvrir de nouvelles saveurs grâce à des cocktails peu servis dans ces milieux. Sa forme hexagonale permet de contenir une bouteille de vodka « Made in France » et ses 6 arômes qui seront maintenus au frais tout au long de la soirée*

grâce à son cœur conçu pour contenir des glaçons. Seule la lumière noire permet de découvrir les noms des 6 petites fioles dissimulées en son sein, inscrits à l'encre UV tels que : Péché Mignon (Cranberry, pêche), ou encore X-Kiss (pamplemousse, goyave, fraise). Celles-ci pourront être accompagnées de Vodka pour savourer de nouveaux mélanges plus fruités ou plus alcoolisés : une seule commande pour un groupe d'amis, satisfaisant les goûts féminins et masculins. A chacun de se laisser surprendre par son choix...



COUP DE CŒUR :

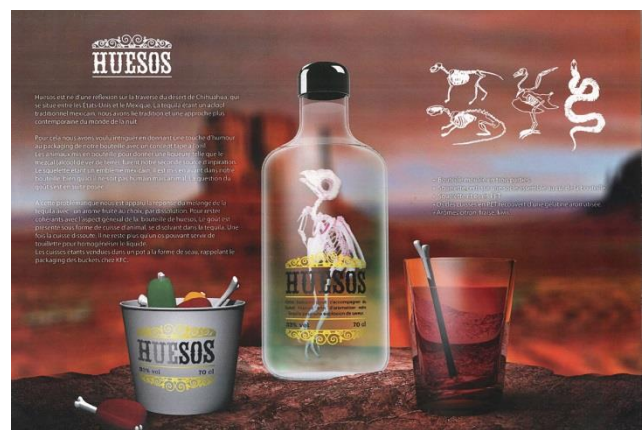
« Huesos »

par Jordan Beline, Malou de Kerdanet et Baptiste Placier

étudiants en 3^{ème} année Design Produit – Design de Communication

ECOLE SUPERIEURE DE DESIGN DE TROYES

***HUESOS** s'inspire de la traversée du désert de Chihuahua, situé entre les Etats-Unis et le Mexique. La Tequila étant un alcool traditionnel mexicain, la réflexion a été de lier tradition et approche plus contemporaine du monde de la nuit. Pour cela, l'idée a été d'intriguer en donnant une touche d'humour au packaging avec un concept en rupture totale qui ne peut laisser indifférent. Certains alcools qui intègrent*



une présence animale, telle qu'une larve dans la bouteille de Mezcal, ont été la 2^{ème} source d'inspiration. Le squelette étant en effet un emblème mexicain, il est mis en avant sur la bouteille de **HUESOS**. Moulée en trois parties, elle inclut un squelette en PET serti sur un socle assemblé à sa base. La problématique aromatique trouve quant à elle sa réponse dans la mise au point d'une gélatine en forme de cuisse d'animal à dissoudre dans la Tequila. En cohérence avec l'univers développé, ces cuisses deviennent ensuite des os pouvant servir de touillette pour mieux déguster son cocktail, vendues à part dans un seau type « buckets » signé de la marque **HUESOS**.

LE JURY

Constitué de professionnels de la filière du design, du packaging et de la presse ; il se composait de :

- **Jean-Paul Cornillou**, Vice-Président de l'INSTITUT NATIONAL DU DESIGN PACKAGING, Directeur du Département Packaging, Retail & Branding de STRATE COLLEGE
- **Laura Delpeyroux**, R&D Packaging COGNAC DUPUY – BACHE-GABRIELSEN
- **Henri Saporta**, Directeur de la rédaction de EMBALLAGES MAGAZINE
- **Cédric Raynaud**, Président de l'agence LINÉA, Directeur Marketing Stratégique du groupe SPARFLEX
- **Benoit Caurette**, Journaliste LA CHARENTE LIBRE
- **Pierre Larkin**, Business Développement Manager, ADVANCED TRACK&TRACE



Découvrez les délibérations du jury et la cérémonie de remise des prix en image sur la page FACEBOOK « Concours Design Packaging "Freepack Spirit" » :

<https://www.facebook.com/pages/Concours-Design-Packaging-Freepack-Spirit/271795876171632>

L'INSTITUT NATIONAL DU DESIGN PACKAGING :

L'INDP est une association loi 1901 qui a pour objet de contribuer au développement des activités de création et de design liées à la fabrication d'emballages ; afin de promouvoir et valoriser le packaging. Il fédère, anime et

informe les professionnels en proposant un ensemble de prestations et en développant un programme d'actions : newsletter, rencontres professionnelles, expositions, mises en relation, formations, concours, étude, Organisme fédérateur de promotion et de valorisation du design packaging, l'INDP est une plateforme de représentation et de mutualisation des compétences, carrefour de rencontres et d'échanges au service des acteurs de la profession : Marques, Designers, Industriels.

