

PROGRAMME DES CONFERENCES

MERCREDI 03 AVRIL 2019

10:30 – 11:00



Sérialisation des produits : un vecteur de croissance

A l'heure où il est enfantin de commander de l'autre côté de la Terre, et être livré en 48 heures, les marques doivent envisager de nouvelles stratégies pour protéger leurs marques, piloter leur stratégie de prix par zone géographique et maîtriser leur supply-chain en temps réel. Les enjeux sont considérables, les produits contrefaits coûtent à eux seuls près de 60 milliards d'euros à l'Europe chaque année, soit 7,5% des ventes des secteurs concernés. De plus cet enjeu financier, est complété par un risque de santé publique dans le cas des produits alimentaires, cosmétiques ou même vestimentaires. La mise en place d'une stratégie de sérialisation, à l'image de l'industrie pharmaceutique, peut non seulement protéger la marque mais être un véritable vecteur de croissance en permettant une communication directe avec le consommateur final. Mieux connaître le consommateur, et affiner une approche marketing au service du chiffre d'affaires de l'entreprise.

Pascal WOPPERER - South Europ Sales Director / Track & Trace Consultant, LAETUS

11:00 - 11:30



Packaging, la partie émergée de l'iceberg

Le packaging est un outil de communication qui fait appel à l'imaginaire pour interpeller et séduire au premier contact le consommateur. La création ou la modification du packaging est un travail d'une très grande précision bien souvent mal abordé. Le processus créatif d'un packaging ne s'improvise pas ! Kanpei Marketing vous invite au travers de cette conférence à comprendre les coulisses de la réflexion marketing qui est à l'origine de ce travail. En effet, le packaging n'est que la partie émergée de l'iceberg...

Laurence BERTHET-CHAO, KANPEI MARKETING

11:30 – 12:00



Les innovations packaging font le buzz sur les réseaux sociaux !

Évolutions sociétales, enjeux environnementaux ou opportunités technologiques vont fortement impacter le packaging de demain. Les conversations sur les réseaux sociaux révèlent de nouvelles attentes, de l'enthousiasme mais aussi de l'agacement face aux emballages côté consommateurs. Des solutions innovantes émergent. Les marques, fabricants, distributeurs mais aussi les designers communiquent davantage sur leurs créations mais aussi leurs prises de position sur ces nombreux enjeux. Des initiatives à leur tour évalués par la communauté des passionnés de l'emballage, qu'ils soient experts ou simple utilisateur. Quels enseignements tirer de ces croisements ? Quelles sont les tendances qui dépassent le simple buzz viral ?

Monique Large, fondatrice de l'agence de prospective Pollenconsulting, nourrit la réflexion des équipes marketing, innovation et design avec un décryptage d'une veille internationale croisant enquêtes terrain et social media listening. Elle publie une chronique mensuelle pour Emballages Magazine. www.pollenconsulting.com

Monique LARGE - Fondatrice, POLLEN CONSULTING

14:30 – 15:00



API Global Trends for 2019/2020 - Conjuguer style et durabilité dans le secteur des boissons de luxe

Dans le marché concurrentiel d'aujourd'hui, il est essentiel que les marques de boissons de luxe créent leur propre identité qui soit pertinente pour leurs clients. L'emballage, y compris l'expérience qu'il procure, est un élément fondamental de ce processus.

David Peters, responsable du développement créatif chez API Group, présentera un aperçu des dernières tendances qui s'inspirent du secteur mondial de la mode, en explorant le processus impliqué et la manière dont les tendances API se traduisent en concepts d'emballage efficaces.

David PETERS - Creative Development Manager, API GROUP

15:00 – 15:30



Regard sur l'avenir: Les tendances visuelles dans la catégorie Champagne

Le succès du Champagne repose principalement sur sa qualité unique, son héritage, ainsi que sur l'aspiration de son style de vie qui lui est associé. Pour manifester la position extraordinaire du champagne dans l'énorme monde des boissons, la conception de son identité visuelle doit refléter ces caractéristiques uniques.

Les grandes marques de champagne - les «protagonistes» - parviennent non seulement à communiquer leurs héritages, mais elles établissent également des liens avec la mode et les mentalités contemporaines. Un défi particulier, car il faut de la précision pour sélectionner les tendances pertinentes et les transformer en designs raffinés.

Dans une présentation visuelle, la directrice créative et amoureuse du champagne, Pamela Tailor, présentera des exemples inspirants de tendances visuelles pertinentes dans la conception de packaging, notamment les couleurs, les matériaux et les textures. Elle montrera comment elles peuvent repousser les limites en préservant et en développant le charme du champagne.

Pamela TAILOR - Creative Director & Business Development, WIN CREATING IMAGES

15:30 – 16:00



Innovations pour le marché du champagne. De la matière à la forme. Produire avec raison style et mesure.

Nous avons travaillé sur 3 axes de conception et de techniques industrielles pour minimiser notre impact sur l'environnement.

1. OPTIMISER LA RECYCLABILITE
2. ALLEGER LES PRODUITS
3. LOCALISER LES SITES DE PRODUCTION

En plus de nos papiers labellisés de nos techniques d'impression de base aqueuse, soumises au Reach, notre process intègre maintenant la recherche et la création de formes eco-responsables avec nos coffrets BOX 2.0 Premium et Class mass.

Le marché du WINE SPIRIT nous a fait confiance dès la mise au point du produit avec le coffret ECOMMERCE d'une grande marque de spiritueux.

Mickaël KALAYDJIAN - Dirigeant Fondateur, PAPER FACTORY

16:00 – 16:30



Le média stratégique des nouveaux modes de consommation

Premier lien entre la marque et le consommateur en magasin et on-line, le packaging est un facteur différenciant mais c'est aussi un média puissant qui entre dans les foyers avec la capacité de raconter une histoire, de diffuser une image et des valeurs. Provoke experience vous invite à découvrir, au travers d'une conférence inspirante, les tendances émergentes à suivre pour créer des emballages qui répondent aux nouvelles attentes de la société et des consommateurs sur le marché des vins et spiritueux. Découvrez les clés pour proposer des expériences exclusives, renforcer l'adhésion et les connexions avec votre public.

Laetitia MASINI - Experte tendance et création packaging, PROVOKE EXPERIENCE

16:30 – 17:00



Ennoblement & Smart Packaging

L'ennoblement des packaging et étiquettes constitue l'un des enjeux majeurs dans différenciation des produits en point de vente. Les technologies numériques actuelles de vernis UV à plat ou en relief et de dorure à chaud permettent désormais aux marques d'enrichir leur emballages et étiquettes d'une dimension sensorielle unique, permettant d'accroître leur attractivité en linéaire. L'individualisation des packaging, par l'impression de données/images variables en vernis ou en dorure, est désormais une réalité qui ouvre de nouvelles perspectives aux marques et industriels des arts graphiques. La possibilité de réaliser des hologrammes imprimés intégrant des données variables bouleverse le marché, rendant la sécurisation des emballages primaires et secondaires attractive et accessible.

En parallèle à cette demande de marché très forte, le développement des technologies relatives à l'électronique imprimée permet dans un avenir proche de transformer l'inertie d'un packaging en packaging intelligent, anticipant une véritable révolution, tant dans la logistique des produits de consommation, que dans leur capacité à diffuser des informations aux clients.

Tels sont une partie des thèmes qu'abordera Victor Abergel, vice-président de MGI Digital Technology, leader mondial de l'impression et de l'ennoblement numérique, ainsi que de l'électronique imprimée

Victor ABERGEL – Directeur Général, MGI DIGITAL TECHNOLOGY



17:00 – 17:30

Les nouvelles solutions pour un packaging 100% recyclé et 100% recyclable ?



2019 sonnera définitivement comme la prise de décision des grands groupes comme des plus petites marques pour le passage à un packaging éco-responsable. Récyclé, recyclable, biodégradable, compostable, FSC, émission CO² etc.. Autant de normes et de termes qui s'invitent nouvellement dans les questions du packaging et qui sont aujourd'hui en très forte demandes. Lors de cette conférence, nous vous indiquerons par l'étude de cas concrets les différentes solutions qui s'offrent à vous et comment optimiser son packaging actuel.

Brice REBILLARD – Associé, CENTURY BOX

JEUDI 04 AVRIL 2019

10:00 – 11:00

Objets de service, comment les champagnes communiquent dans les lieux de consommation



Le monde a changé, les réseaux sociaux ont pris désormais une place centrale. L'intégration des réseaux sociaux dans la stratégie de marque des spiritueux est devenue incontournable.

Quelles sont les bonnes questions à se poser pour définir sa stratégie de communication sur les différents réseaux sociaux? Comment garder le contrôle de son e-réputation? Que peut-t-on dire ou ne pas dire? Quelles sont les forces et les faiblesses de l'utilisation des réseaux sociaux? Comment rester en contact avec les internautes qui partagent vos valeurs de marque?... Autant de questions auxquelles Michel Miri fondateur de l'agence de communication Dojo, abordera pour vous donner les clés du développement de votre marque de spiritueux sur les réseaux sociaux.

Benoit COLLARD, Directeur Général de PIPER-HEIDSIECK

Thomas GUELLER, Rédacteur en chef de VS NEWS

11:00 – 11:30



Les nouvelles technologies aux services de la création des packagings : avoir un webshop intégrant la prise de commande et la création assistée par ordinateur de votre packaging en moins de 5 minutes. Une réalité 2019.

Réaliser une offre de prix, faire le BAT numérique, faire la confirmation de commande, recevoir les accords, les paiements, lancer la commande en production, etc autant d'étapes nécessaires au sérieux d'une entreprise mais qui sont parfois sources d'un vecteur temps trop important dans un marché qui de plus en plus vite. Cette année Centurybox Group innove avec la création de Centuryprint.eu. Une plateforme 100% sur le web qui permet de commander en ligne un packaging, de le concevoir en direct grâce à une interface 2D et 3D, et de passer commande à partir de 50 unités sous un délai réception de seulement 15 jours. Une innovation majeure dans notre métier pour faire face une demande toujours plus forte : de petites séries qualitatives en livraison express.

Brice REBILLARD – Associé, CENTURY BOX

11:30 – 12:00

Développement du nouvel habillage et des étuis Champagne Jacquart : Un projet quadri partite au service de la création et de l'image de marque



Transcrire la personnalité et l'ADN de Champagne JACQUART, susciter le désir à travers ses nouveaux habillages et ses nouveaux étuis, un travail créatif intense tiré de l'histoire de la marque, de ses valeurs et de ses ambitions à venir ainsi que des tendances de consommation.

La traduction de la création? Des exécutions, fines et précises, grâce au travail collaboratif et aux compétences techniques pointues des partenaires.

Marie-Laure TRICHARD - Marketing and Communication Director CHAMPAGNE JACQUART

Gerald GALDINI - Design Manager & Co-founder PARTISAN DU SENS

Frédéric PERIQUET - Key Account Manager IMPRIMERIE BILLET

Jean-Francois AERTGEETS - General Manager LE SANGLIER

14:30 - 15:00

EASY STAND'UP BOX / C'est simple et ça tient debout !

Guy TIERS est créateur designer plasticien, il exerce depuis plus de trente ans une activité de consultant corporate et packaging au service des entreprises et des institutions en France et à l'international. Fort de son expérience dans l'univers des matériaux papier et carton plat, il a créé et mis au point un système de pliage breveté lui permettant de faire évoluer l'étui coussin pour qu'il puisse tenir debout, d'où le nom de sa marque : EASY STAND'UP BOX, C'est simple et ça tient debout !

Guy TIERS, DESIGNER R&D EASY STAND'UP BOX

15:00 – 15:30

WID : l'approche globale et innovante combinant traçabilité, logistique & communication par RFID & NFC

WID est née en 2014 à la rencontre de deux mondes : les nouveaux besoins de modernisation exprimés par la filière vitivinicole et l'évolution des technologies.

En partenariat avec PARAGON ID, le leader européen de la conception et la fabrication de supports RFID & NFC, nous proposons des solutions à l'ensemble des professionnels afin de les accompagner dans la maîtrise de leurs nouveaux enjeux. Nous œuvrons à contrer l'expansion de bouteilles frauduleuses, fiabiliser les inventaires, faciliter la gestion et le contrôle de la préparation des commandes, optimiser la logistique, suivre et analyser les flux de distribution sur les marchés grâce à notre traçabilité unitaire et globale de vos produits.

Nos applications mobiles offrent la possibilité d'établir une communication digitale, pertinente et évolutive sur votre patrimoine identitaire auprès de vos distributeurs et consommateurs.

Alexandre MONGRENIER - Président, WID Group