



PACK & SPIRIT

Salon du packaging et du marketing
de luxe pour les vins et spiritueux

PROGRAMME
DES CONFÉRENCES

CONFERENCE
PROGRAM

10:30 – 11:00



Sérialisation des produits : un vecteur de croissance.



Pascal WOPPERER
Directeur Commercial Europe du Sud /
Consultant Track & Trace, LAETUS

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.

11:00 - 11:30



Packaging, la partie émergée de l'iceberg.



Laurence BERTHET-CHAO
Fondatrice et Gérante,
Kanpei Marketing

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...

11:30 – 12:00



Les innovations packaging font le buzz sur les réseaux sociaux !



Monique LARGE
Fondatrice
POLLEN CONSULTING

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 évaluées 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

14:30 – 15:00



API, quand l'Esthétisme rencontre le Développement Durable...



Fabienne LE PAGE
Business Development Manager Brand Owners
API Group

Les marques n'ont plus à faire de compromis sur l'esthétisme pour obtenir l'emballage durable que leurs clients exigent et que leurs produits méritent. API a beaucoup travaillé dans ce sens depuis une quinzaine d'années pour être prêt à répondre aux besoins des marques et des consommateurs. Fabienne Le Page, Responsable du Marché des Spiritueux chez API group, a 15ans d'expérience dans l'industrie de l'emballage. Fabienne vous donnera une vue globale des dernières tendances de l'industrie de Packaging de Luxe, tout en détaillant les procédés industriels impliqués dans leurs qualités sans plastique : Transmet™, une excellente alternative aux stratifiés traditionnels en polyester métallisé «Metpol» pour ceux qui cherchent à améliorer l'efficacité du recyclage et à valoriser les atouts écologiques de leurs cartons.

15:00 – 15:30



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



Pamela TAILOR, Directrice de création & Business Development,
WIN CREATING IMAGES

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 Taylor, 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.

15:30 – 16:00



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



Mickaël KALAYDJIAN
Dirigeant Fondateur,
PAPER FACTORY

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 éco-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.

16:00 – 16:30



Le média stratégique des nouveaux modes de consommation.



Laetitia MASINI
Experte tendance et création packaging,
PROVOKE EXPERIENCE

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.

16:30 – 17:00



Ennoblement & Smart Packaging.



Victor ABERGEL
Directeur Général,
MGI DIGITAL TECHNOLOGY

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.

17:00 – 17:30



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



Brice REBILLARD
Associé
CENTURY BOX

2019 sonnera définitivement comme la prise de décision des grands groupes comme des plus petites marques pour le passage à un packaging éco-responsable. Recyclé, 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 optimisé son packaging actuel.

10:00 – 11:00



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



Benoit COLLARD
Directeur Général
PIPER-HEIDSIECK



Thomas GUELLER
Rédacteur en chef
VS NEWS



Nadia LELANDAIS
Directrice Marketing et Communication
Nicolas Feuillate



Guillaume Petavy Meynier
Brand Director
Maison Perrier-Jouët.

Les lieux de consommation sont de longue date des lieux de communication pour les marques de champagne. Cette communication a néanmoins fortement évolué, tout comme la consommation d'ailleurs. Pour exemple, les cendriers n'ont plus lieu de cité dans les bars alors qu'ils ont longtemps constitué un vecteur de communication important. Idem des affiches, trop banales et intrusives. Par contre, seaux, vasques, glorifier voir packagings lumineux ou interactifs renouvellent et enrichissent sans cesse les expériences consommateur.

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.



Brice REBILLARD
Associé
CENTURY BOX

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 Century-box 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.

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.



Marie-Laure TRICHARD
Directrice Marketing et Communication,
CHAMPAGNE JACQUART



Gerald GALDINI
Design Manager & Co-fondateur,
PARTISAN DU SENS



Frédéric PERIQUET
Key Account Manager,
IMPRIMERIE BILLET



Jean-Francois AERTGEETS
Directeur général,
LE SANGLIER

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.

14:30 - 15:00



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



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

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 !

15:00 – 15:30



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



Alexandre MONGRENIER
Président
WID Group

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.

15:30 – 16:00



Le design au service de la valorisation d'un partenariat de plus de 40 ans.



Eric BERTHES
Designer/CEO
PLANET DESIGN



Clément GANIER
Directeur Marketing
CHAMPAGNE BOLLINGER

Eric Berthes et Clément Ganier présenteront la démarche créative et marketing à l'origine des projets exclusifs Bollinger/ 007 / Planet Design et les multiples bénéfices que la marque peut en tirer. Ou comment passer, grâce à la création d'objets exclusifs en édition limitée à l'image du plus célèbre des agents secrets, d'une collaboration à un véritable partenariat en exploitant une licence qui permet la valorisation de la marque 007 en même temps Bollinger. L'objet n'est ici plus un simple outil promotionnel mais, traité comme un produit, doté d'une véritable fonction, au design affûté devient un vecteur fort de communication permettant d'emmener la maison de champagne vers un statut de marque à part entière bien au-delà du Champagne.

