

TENDANCES & EMBALLAGES

HORS-SERIE
SPECIAL
VINS ET SPIRITUEUX
WINES AND SPIRITS

EXPRESSION LIBRE
SELF-EXPRESSION



**GUY SAVOY &
PIERRE PERRET**

Les actualités techniques et pratiques de l'emballage imprimé [papier-carton, design et packaging]



[&] VINS ET SPIRITUEUX : LES ENJEUX DU PACKAGING

WINES AND SPIRITS: PACKAGING CHALLENGES

Du concepteur de l'emballage au consommateur, l'enveloppe des bouteilles de vins et spiritueux impacte, au premier coup d'œil, l'acte d'achat. De l'esthétisme à la fonctionnalité, le choix des matériaux est d'une importance capitale mais d'autres facteurs contribuent à fidéliser la clientèle : personnalisation, interactivité ou originalité de l'emballage, entre autres.

DU CONCEPTEUR AU CONSOMMATEUR

De la reconnaissance visuelle immédiate du produit à une notion purement esthétique en passant par l'aspect pratique, les enjeux des designers sont multiples.

L'IDENTIFICATION DU PRODUIT

Bien souvent confrontés à une pléthore de produits, les consommateurs de vins et spiritueux, à la recherche d'une bouteille particulière, doivent très rapidement l'identifier. Coffret ou étui, l'emballage doit permettre une reconnaissance visuelle immédiate et rester en osmose avec l'image du produit. Au delà d'un logo bien apparent, toutes les caractéristiques de l'écran sont censées renvoyer l'image du contenu. Un grand cru millésimé, par exemple un Saint-Emilion Château Cheval Blanc, un Dom Pérignon Vintage, ou encore un flacon de cognac Rémy Martin s'apparentent à des images fortes totalement différentes. Toute la difficulté de l'emballage réside dans la reproduction de ces représentations tout en parvenant à sublimer la bouteille.

Spécialiste de la transformation et de la personnalisation du carton, la société Papcart propose des étuis et coffrets pour les vins et spiritueux, facilement identifiables. La découpe sur-mesure de l'emballage afin de dévoiler un verre ou une bouteille fait partie des prestations proposées par Papcart pour renforcer, si nécessaire, la reconnaissance immédiate du produit. La réalisation des formes de découpe est assurée par l'atelier intégré à l'entreprise.



■ Tripack Esterlin, une création Spinnler

From concept designer to consumer, the impact of a wine or spirit bottle's outer packaging has an immediate visual effect on the purchasing decision. The choice of materials is of central importance both in terms of aestheticism and functionality, but there are also other factors influencing customers' loyalty to the brand, including personalisation, interactivity and packaging originality.

FROM CONCEPT TO CONSUMER

Packaging designers must juggle a number of distinct concerns, among which are immediate visual recognition of the product, practical aspects and purely aesthetic considerations.

PRODUCT IDENTIFICATION

Consumers often find themselves confronted with a plethora of products, and those searching for a particular wine or spirit must be able to rapidly identify their bottle of choice. Whether presented in a display box or soft case, the outer packaging enables immediate visual recognition in a way that is compatible with the overall product image. Going beyond the mere appearance of a logo, all the characteristics of a case are intended to carry over the brand image of the product contained within. Consider a fine wine such as a Saint-Emilion Château Cheval Blanc or a Dom Pérignon Vintage, or perhaps a flask of Rémy Martin cognac: all are associated with readily-identifiable and vastly different product images. The key challenge for packaging resides in ability to reproduce these associations while also managing to enhance the bottle itself. Specialising in the transformation and personalisation of cardboard products, the company Papcart offers cases and covers for wines and spirits that are immediately identifiable. Cut-to-measure packaging used to unveil a glass or bottle is one of the services offered by Papcart for companies wishing to reinforce immediate product recognition; the precise forms and shapes for cutting are delivered by the company's integrated workshop.

LES ENJEUX DU PACKAGING

DES ÉCRINS À FORTE VALEUR AJOUTÉE

Pour favoriser l'acte d'achat et valoriser au maximum une bouteille, les canisters sont un atout supplémentaire. Le consommateur peut être attiré par une boîte à bouteille joliment décorée et effectuer un achat coup de cœur, que ce soit pour lui-même ou pour offrir. Une bouteille présentée dans un canister d'un esthétisme raffiné apporte une véritable valeur ajoutée à la bouteille elle-même. Le groupe Massilly, spécialiste des emballages métalliques depuis plus d'un siècle, propose toute une collection de boîtes écrins. Véritables objets de décoration pour la cuisine, les récipients à farine, café ou biscuits ne se rangent plus dans les placards mais participent à l'esthétisme de la pièce. Du côté des canisters, Macilly met l'accent sur un choix important de diamètres, de 47 mm à 105 mm, de hauteurs, de 95 mm à 390 mm et de formes de couvercles associé à un graphisme sur-mesure avec possibilité d'embossage sur le corps, le tout pour parvenir à une création personnalisée.



Un canister réalisé par Massilly pour la vodka Trojka

FONCTIONNALITÉ

Au delà de l'identification immédiate du produit et de l'aspect esthétique, l'utilité première de l'emballage reste sa fonctionnalité. Le produit doit, bien sûr, être protégé et conservé de manière optimale mais aussi, être pratique et facilement transportable par le consommateur. Caisses et coffrets en bois permettent un conditionnement particulièrement adapté à la présentation et au transport de plusieurs bouteilles de vins. Premier fabricant français de packaging bois, la société Adam, créée en 1880, met son savoir-faire à la disposition des professionnels des vins et spiritueux. Soucieuse d'innover, l'entreprise met un point d'honneur à allier tradition et modernité tout en réalisant des emballages sur-mesure. D'ailleurs, la ligne de packaging mise au point pour le célèbre Pomerol Château Clinet, propose une finition originale avec la reprise du fameux liseré rouge de la marque, sur la tranche des caisses et coffrets dédiés. Fin 2015, la société Adam doublera ses surfaces de production en s'installant sur son nouveau site de Sainte-Hélène où elle envisage d'investir dans de nouvelles machines, des cabines de vernissage et de séchage ainsi que des machines de ponçage et d'égrenage.

PACKAGING CHALLENGES

CASES WITH HIGH ADDED VALUE

Encouraging purchasing decisions and adding maximum value to the bottle, presentation canisters constitute an additional asset. A beautifully-decorated bottle box may make enough of an impression on a customer to encourage a snap purchase, whether for themselves or as a gift. When presented in a canister with a highly refined design, considerable value may be added to the bottle itself. The Massilly group has been specialising in metallic packaging for over a century, and today offers a selection of presentation and storage boxes. Each is a decorative item in its own right; receptacles for flour, coffee and biscuits are no longer hidden away in cupboards but left to contribute to the kitchen's overall aesthetic. As for bottle canisters, Massilly's business model emphasises a wide choice of diameters (47mm-105mm), heights (95mm-390mm) and lid designs, each of which may be paired with made-to-order graphic designs and the possibility of embossing for the body - all of which ensures a truly personalised creation.



Le canister Rasteau by Massilly

FUNCTIONALITY

Aside from allowing customers to immediately identify a product and the associated aesthetic aspect, the primary role of packaging is a functional one. The product must be protected and conserved in the most optimum fashion, but must also be presented in a way that is practical and easy for the customer to transport. Cases and wooden boxes are way of providing a packaging solution that is particularly well-adapted to the presentation and transport of several wine bottles at once. Founded in 1880, the company Adam is France's largest manufacturer of wooden packaging materials, putting its expertise to work for professionals in the wine and spirits industry.



Ballantines - Crown packaging

PACKAGING CHALLENGES**LES ENJEUX DU PACKAGING****LE CHOIX DES MATÉRIAUX D'EMBALLAGE**

Caisse en bois, coffret en carton ou canister en métal, les matériaux d'emballage les plus courants pour contenir les vins et spiritueux ont tous des avantages certains.

LA NOBLESSE DU BOIS

Étui, caisse ou coffret, le bois est idéal pour la présentation et le transport de bouteilles. Matériau noble par excellence, il apporte une touche de prestige et une certaine noblesse aux spiritueux, vins et champagnes. D'ailleurs, lors de la revente de grands crus, les collectionneurs et amateurs ne s'y trompent pas et privilégient les bouteilles présentées dans leur caisses en bois d'origine. Garantie de la provenance du vin, la caisse aux couleurs du négociant a d'autant plus de valeur si elle est restée cerclée. Pour obtenir des étuis, caisses ou coffrets adaptés, le marquage brûlé et le transfert à chaud sont privilégiés pour un rendu traditionnel et un effet vieilli. Choix du bois, couvercle coulissant ou fixe, cerclage ou non permettent d'apporter au contenant le rendu souhaité.

L'ADAPTABILITÉ DU CARTON

Léger, façonnable et résistant, le carton offre de multiples possibilités pour la réalisation d'étuis, coffrets et tubes pour l'enrobage des vins et spiritueux, à l'unité ou en pièces multiples. Le matériau peut se suffire à lui-même ou être facilement associé à des revêtements papiers et textiles ou des parties en plastique ou en métal.

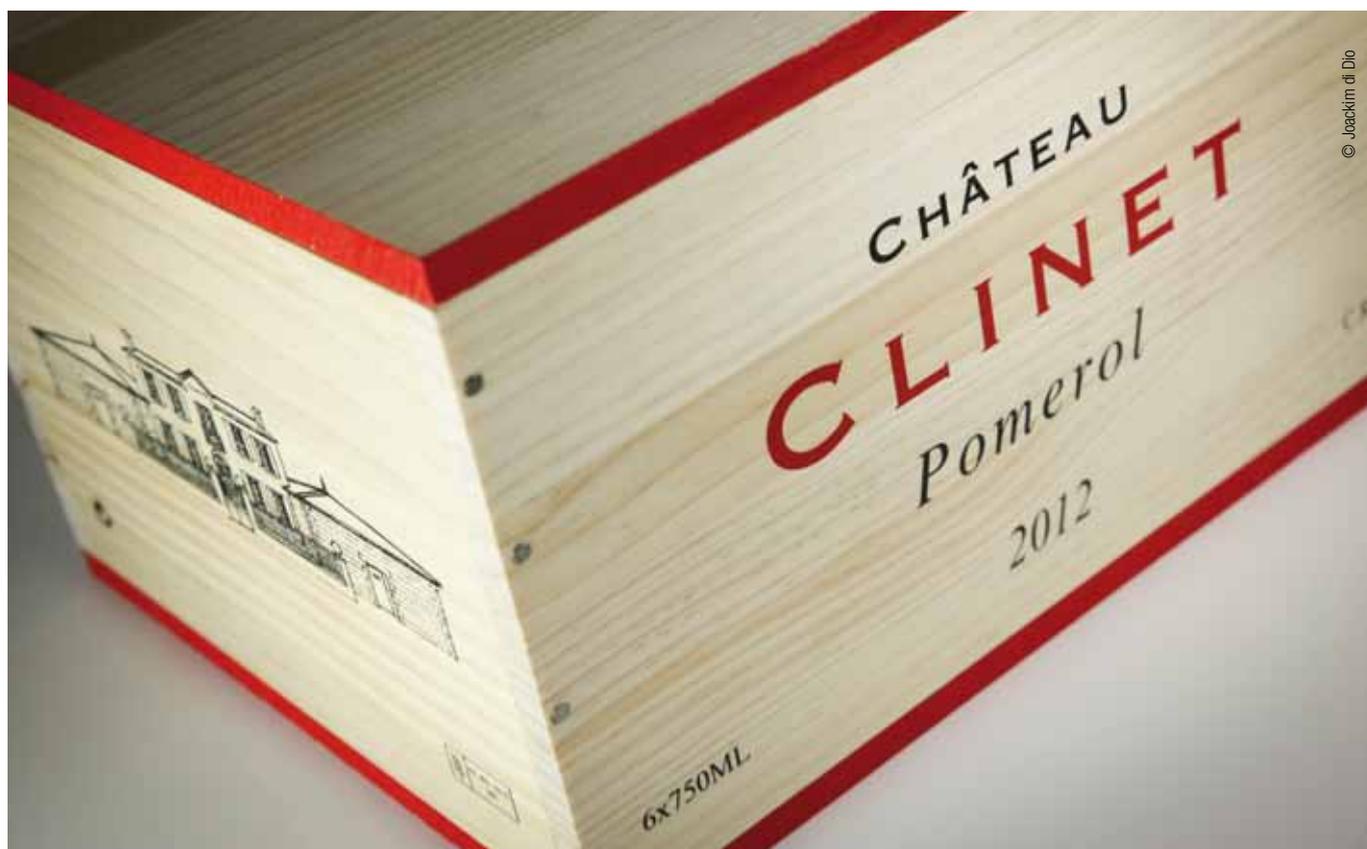
Eager to innovate, the company takes pride in joining tradition with modernity, all while crafting made-to-order packaging solutions. One such example is the recently updated packaging line for the famous Pomerol Château Clinet, which features the use of the brand's famous bordered red label coupled with an original finish, printed along the edge of specially-produced cases and wooden display boxes. At the end of 2015, Adam will double its production area when it moves to new premises in Sainte-Hélène, where the company plans to invest in new machinery, varnishing and drying booths as well as sanding and smoothing machines.

CHOOSING PACKAGING MATERIALS

Whether a wooden case, cardboard display box or metal canister, each of the packaging materials currently being used to house wines and spirits presents its own unique advantages.

WOOD: NOBILITY

Whether it's a cover, case or box, wood is ideal for presenting and transporting bottles. A high-quality natural material, wood brings a touch of class and a certain dignity to spirits, wines and champagnes. Indeed, when rare vintages are being resold, wine lovers and collectors are rarely mistaken, preferring to buy bottles that are presented in their original wooden cases. Acting as a guarantee of the wine's origin, cases bearing the colours of a wine merchant have significantly more value if they have remained unopened.



■ Caisse Château Clinet By Adam.