

# 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.

*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.*



■ Tripack Esterlin, une création Spinnler

## 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 vente 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.

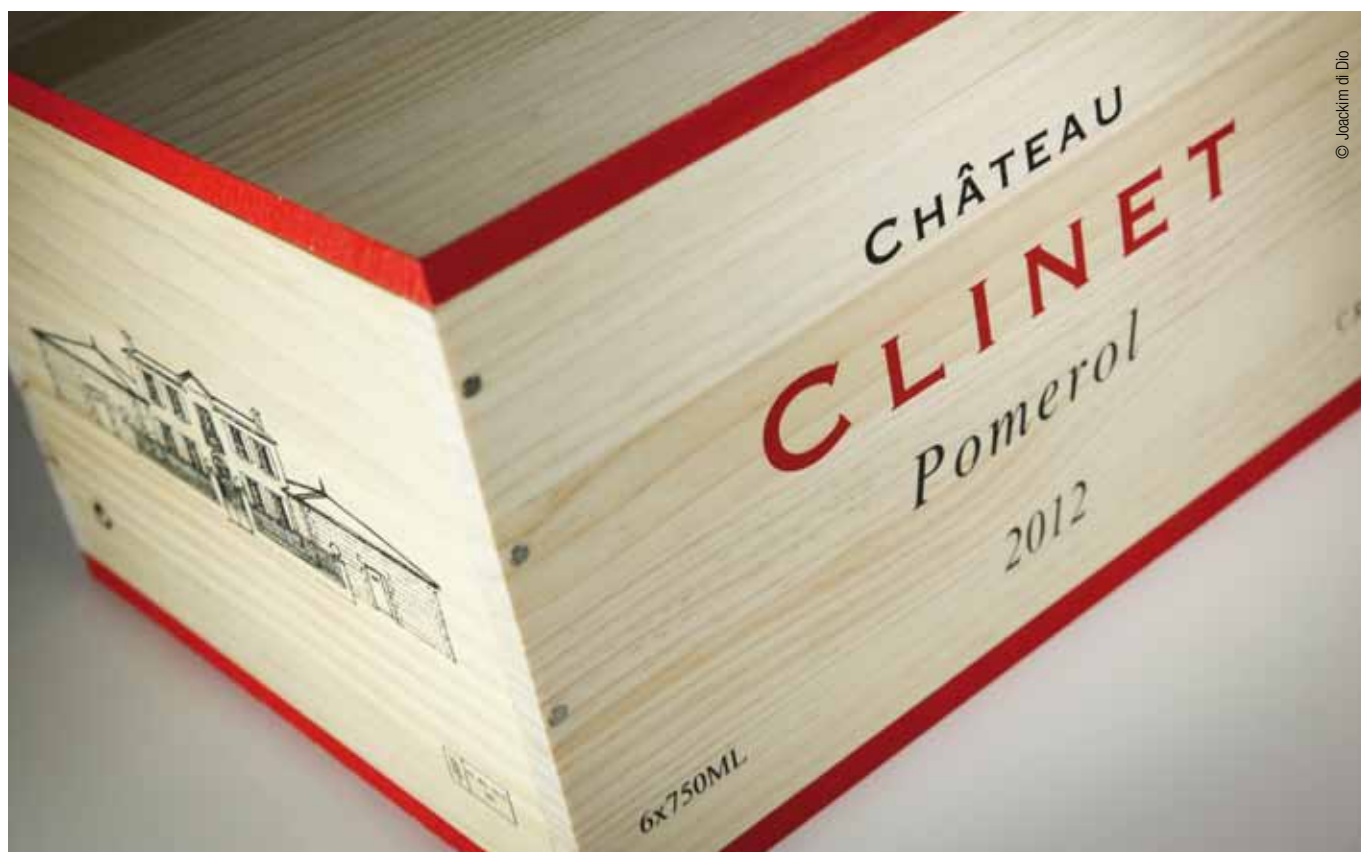
*Eager to innovate, the company takes pride in joining tradition with modernity, all while crafting made-to-order packaging solutions. One such example is the recently updated packaging line for the famous Pomerol Château Clinet, which features the use of the brand's famous bordered red label coupled 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.

## LES ENJEUX DU PACKAGING



■ L'emballage pour mignonettes Courvoisier by Thibault Bergeron

La société Thibault Bergeron, bien connue pour ses boîtes à bonbons raffinées et élégantes, a mis son savoir-faire au service des professionnels des spiritueux depuis une quinzaine d'années. Bouteilles et mignonettes de cognac, whisky ou rhum bénéficient de véritables écrins pour un rendu haut de gamme. L'entreprise Spinnler, quant à elle, joue la carte de la nouveauté, en proposant un pack cylindrique pour trois demi-bouteilles de Champagne Esterlin. Élégalement présenté, dans un seau à Champagne, ce pack associant carton et métal est surmonté d'une poignée de transport pour allier esthétique et sens pratique. L'intérieur du seau contient un tube de polychlorure de vinyle pour résister à l'eau lors de l'utilisation comme seau à glace.

#### LA ROBUSTESSE DU MÉTAL

Le canister métallique s'adapte particulièrement bien à la protection et à la mise en valeur d'une bouteille unique. La robustesse du matériau, la diminution de son poids depuis une cinquantaine d'années, sa facilité de recyclage sont des atouts incontournables. Enveloppant une bouteille unique, la forme cylindrique du canister offre une prise en main aisée. Habilement décoré dans l'esprit du produit, il offre un packaging idéal pour un achat cadeau. Leader de l'emballage métallique pour les produits de grande consommation, Crown Packaging a su apporter de la noblesse à ce matériau pour un fini haut de gamme. Les boîtes métalliques conçues pour le Champagne Nicolas Feuillatte en sont un bon exemple.



■ La Mail Box Clicquot, une création originale Virojanglor

## PACKAGING CHALLENGES

To create specially-adapted covers, cases and boxes, wood branding and hot printing are the most popular ways to create traditional outcomes and an «aged» effect. The choice of wood, a sliding or fixed lid, sealed or not: these options allow suppliers to deliver the desired effects in their finished product.

#### CARDBOARD: ADAPTABILITY

Light, workable, and resistant, cardboard offers a range of possibilities for the production of covers, cases and casing tubes for wines and spirits, whether sold individually or in batches. The material can be used on its own or paired with paper or textile coverings, or indeed plastic or metal elements. Thibault Bergeron, a company well known for its refined and elegant traditional sweet boxes, has been putting its expertise to work for the spirits industry for the last fifteen years. Bottles and mini-bottles of cognac, whiskey or rum are all presented in display boxes to lend a high-end aspect to the finished product. The Spinnler group, meanwhile, is focusing its efforts on new developments, offering clients a cylindrical pack designed to house three half-bottles of Esterlin Champagne; elegantly presented in a Champagne bucket, this pack uses both cardboard and metal and is topped with a carry handle in order to combine aesthetics with practicality. The bucket's interior is lined with PVC, making it waterproof for use as an ice receptacle.

#### METAL: ROBUSTNESS

Metallic canisters are particularly well-adapted for the protection and distribution of individual bottles. The material's strength, recyclability and reduction in weight over the last 50 years are significant assets. Encasing a single bottle, the cylindrical shape of the canister makes it easy to pick up and hold. A casing that can be decorated in the style of the product itself, this packaging option is ideal for gift purchases.



Les coloris noir profond et or satiné mixés dans deux versions différentes, la mise en relief des motifs et la finition lustrée offrent à ces boîtes une aura de prestige, totalement en adéquation avec la marque Nicolas Feuillatte.

#### LES AXES DE DÉVELOPPEMENT

Dans l'univers concurrentiel de l'emballage, l'originalité des formes ou des matériaux et l'interactivité avec le consommateur semblent être des axes porteurs de développement.

#### DES EMBALLAGES QUI FONT LA DIFFÉRENCE

Les professionnels du secteur des vins et spiritueux sont bien souvent sensibles à l'aspect traditionnel de l'emballage pour ne pas dérouter le consommateur. Tout l'enjeu réside dans l'alliance de la tradition et de l'innovation pour parvenir à se démarquer des emballages classiques. Par exemple, un coffret de présentation pour trois bouteilles peut très bien avoir la forme originale d'un baricaud en bois et renvoyer, ainsi, au consommateur, la sensation d'un savoir-faire ancestral, via l'image du tonneau. Du côté des matières, le textile peut apporter une touche sophistiquée tout en restant dans un emballage traditionnel adapté aux vins et spiritueux. Des rajouts de housses ou rubans sont susceptibles d'ajouter une note discrète de raffinement en adéquation avec le contenu.

#### LE PARTI PRIS DE L'ORIGINALITÉ

Virojangler fabrique avec audace et savoir-faire des emballages incroyables. Grâce à la maîtrise de l'embossage 3D ou le micro embossage, les reliefs et effets d'illusion sont surprenants. La cage conçue pour la cuvée rosée du Champagne Laurent-Perrier est un véritable objet d'art qui galvanise la bouteille. De même, la Mail Box, réalisée pour la maison Veuve Clicquot, représentant une boîte aux lettres américaines, casse tous les codes traditionnels de l'emballage des bouteilles de Champagne.

*A leading company in metallic packaging for large-scale retail products, Crown Packaging has perfected methods of bringing out the material's inherent elegance in order to create a high-end finish. The metal display boxes created by the company for Nicolas Feuillatte Champagne are among the most notable examples; the deep black and gold satin colourings used in the two different versions of the box, as well as the accentuation of the patterns and glossy finish give these boxes an aura of prestige that marries perfectly with the Nicolas Feuillatte brand image.*

#### DEVELOPMENT CHANNELS

*In the competitive world of packaging, originality in terms of design and materials, as well as interaction with the consumer, both appear to be key areas of development.*

#### PACKAGING THAT MAKES THE DIFFERENCE

*Professionals working in the wines and spirits sector are often sensitive to the traditional aspects of their packaging, and are wary of putting customers off.*



## LES ENJEUX DU PACKAGING

## PACKAGING CHALLENGES



■ Le seau en pierre de lave, une création Makao

Makao surprend par un choix insolite de matériau pour la réalisation d'un seau à champagne. En effet, la société a eu l'idée de créer un prototype en pierre de lave de Volvic, retenue, à la fois pour son inertie et son aspect brut, naturel et minéral, en osmose avec l'image prestigieuse du Champagne. L'intérieur du seau est émaillé pour un rendu coloré sympathique et festif.

#### L'INTERACTIVITÉ : VERS UN EMBALLAGE INTELLIGENT

Les nouvelles technologies ouvrent une porte vers l'évolution de l'interactivité entre une marque et le consommateur, via les emballages connectés. Par l'intermédiaire de QR codes ou de puces NFC implantés dans l'emballage, le consommateur a la possibilité d'avoir un accès immédiat à de nombreuses informations sur le produit. En lien direct avec le consommateur, la marque va alors proposer, selon la stratégie adoptée, des promotions, des jeux ou des sondages afin de mieux connaître ses clients et de les fidéliser.

Du côté de la réalité augmentée, l'aspect ludique de cette technologie est un véritable atout pour enrichir l'emballage et séduire le client. Par exemple, un écrin pour une bouteille de spiritueux peut proposer des recettes de cocktails ou un coffret à vins va apporter des suggestions de plats adaptés à la boisson.

*The crux of the challenge lies in uniting tradition with innovation in order to distinguish your product from classic packaging designs. For example, a presentation box holding three bottles could be shaped like a small barrel, evoking associations of traditional, ancestral expertise in the mind of the consumer. In terms of materials, textiles can bring a touch of sophistication to packaging without upsetting the traditional packaging designs associated with wines and spirits. The addition of cloth covers and ribbons may bring a discreet note of refinement, matching that of the product itself.*

#### EMPHASISING ORIGINALITY

*Virojanglor produces incredible packaging designs with audacity and savoir-faire in equal measure. Using both 3D and mirco-embossing, the reliefs and illusory effects produced are stunning; as an example, the cage designed for Laurent-Perrier Champagne's vintage rosé is a genuine work of art that galvanises the bottle itself. Similarly, the «Mail Box» design for Veuve Clicquot (based on the classic tunnel-shaped American mail box) breaks away from all the traditional design codes associated with champagne bottles. Elsewhere, Makao has surprised users with its novel choice of materials for the production of a champagne bucket. The company had the idea of creating its prototype using volcanic rock from the Volvic region, valued both for its inertia and rugged appearance, with its natural and mineral qualities mirroring the prestigious image of Champagne. The interior of the bucket is ceramic, allowing for a fun, colourful and festive finish.*

#### INTERACTIVITY: WORKING TOWARDS INTELLIGENT PACKAGING

*New technologies are opening the door to evolving interactivity between brands and consumers, with connected packaging acting as the conduit between the two.*

