

Top 10 d'emballages et étiquettes hautement créatifs

Aurelia Ricciardi |

Se démarquer, séduire, capter le regard, retenir l'attention... Identité et image de marque... Telles sont les missions d'un bel emballage qui allie matériau de qualité et design créatif. Nouvelles Graphiques a déniché une série de packagings remarquables.

VINS

Une valise rétro comme paquet cadeau

pour renfermer la collection de bouteilles de vin. L'emballage a l'apparence d'une vieille malle

impression de travail artisanal. Résultat : l'emballage rétro pour bouteilles de vin de haute qualité recrée la valise originale utilisée par Jean Leon lors de son voyage comme passager clandestin vers les États-Unis. Vidé de son contenu, l'emballage peut être utilisé comme petite malle. Plus qu'une simple boîte, l'équipe responsable du développement

chez Grafopack a créé un emballage attrayant pour les points de vente tout en soulignant l'histoire de la marque.

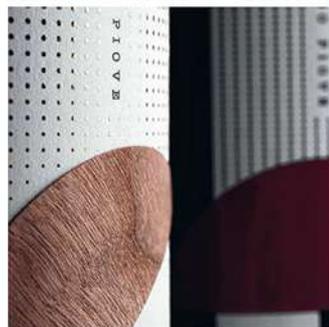
- ✓ «Call Me When It Rains»
- ✓ Marque : Valori
- ✓ Production des étiquettes : Industria Grafica Eurostampa Spa/Modulus Srl (Italie)
- ✓ Design : Spazio Di Paolo (Italie)



- ✓ Marque et design : Jean Leon (Espagne)
- ✓ Fabricant d'emballage : Grafopack (Espagne)
- ✓ Carton : Stora Enso

Pour la marque de vin espagnole Jean Leon, un paquet cadeau en forme de valise a été imaginé

en cuir vieilli avec de faux autocollants de destination. Le carton kraft CKB de Stora Enso a été combiné à un matériau microcanalé et à un film mat pour imiter l'apparence d'un vieux matériau du passé. Les mécanismes de fermeture et la poignée en cuir donnent une



Inspiration |

✓ Papier : Arconvert Materica Gesso Ultra WS + Arconvert Habana Wood

Ou «*Appelle-moi quand il pleut*» est le nom donné à la gamme de vins bio du vignoble italien Valori. Pour réaliser le design graphique des étiquettes, le studio italien Spazio Di Paolo s'est basé sur l'étude marketing et les analyses de positionnement sur le marché. Il en découle un code visuel qui rejoint la philosophie du vignoble. «Le temps est la clé de lecture de ce projet de packaging. Les parapluies colorés et les diverses pluies dorées valorisent l'histoire», détaille Spazio Di Paolo. La relation entre l'homme et les conditions climatiques ont inspiré le design des étiquettes de ces vins biologiques. Les bons viticulteurs ne pourront partager les joies familiales que lorsque la pluie les empêchera de se rendre dans les vignes. À base de papier Arconvert (Materica Gesso et Habana Wood 180 g/m²), les étiquettes sont résistantes à l'eau glacée. Le support Haba-

na Wood apporte une couche adhésive de bois véritable donnant à chaque étiquette un aspect unique. Deux imprimeries italiennes sont intervenues pour l'impression (offset et sérigraphie). L'une s'est occupée des étiquettes à double couche (papier et bois), l'autre du reste de la ligne. Dorure et pelliculage Kurz sur certains motifs finalisent les étiquettes.



ALIMENTAIRE

Collection capsule de Mutti

- ✓ Marque : Mutti
- ✓ Fabricant d'emballage carton : Artigrafiche (Italie)
- ✓ Design graphique : Auge Design (Italie)
- ✓ Carton : Kraft Avana

L'agence graphique italienne Auge Design a conçu six packs

en édition limitée pour les différents types de sauces et tomates alliant tradition italienne, qualité et design. Bouteilles en verre, tubes emballés dans du carton et conserves sont transformés en packaging haut de gamme utilisant diverses techniques graphiques : impression offset, sérigraphie, dorure. «Le produit de haute qualité est représenté graphiquement comme un dialogue entre le futur et le passé», raconte l'agence Auge Design. Des motifs puissants modernisent la marque tandis que le packaging vintage et le papier kraft soulignent le caractère traditionnel et artisanal. À partir du format original d'emballage, la gamme Mutti se pare d'un nouveau look luxueux avec dorure et couleurs vives contrastant avec le support.

«Spaghetti lunghi avvolti a mano»

- ✓ Marque : Di Martino
- ✓ Fabricant d'emballage : Grafica Nappa (Italie)
- ✓ Designer : Dolce & Gabbana



GMD

GRAPHIC MACHINERY



"Already 27 years Global Trading in Quality Remarketed Graphic Equipment"

VOUS AVEZ UNE MACHINE À VENDRE?

Quel que soit le type de machine, nous pourrions certainement la vendre pour vous.

Pour une commission décidée à l'avance, nous vendons votre machine au meilleur prix.

Nous nous occupons de tout! De l'introduction de la machine dans notre réseau mondial, du côté financier, de la rédaction de tous les documents d'exportation, de la déconnexion de la machine et du transport!

En d'autres mots, vous ne devez vous soucier de rien!

Nous achetons également des machines pour notre stock, garantissons un prix correct et un déroulement ponctuel. Vous souhaitez plus d'informations sur notre façon de travailler? N'hésitez pas à nous contacter pour en parler avec nous.

Si vous n'avez pas de machine à vendre, merci de conserver nos données pour dans le futur

Tél. 050 781 800 | info@gmdmachines.be | wim@gmdmachines.be | www.gmdmachines.be



✓ Papier : Fedrigoni Sirio White/White 90g/m²

« Spaghetti longs emballés à la main » : tel est le nom de l'emballage produit pour le producteur de pâte Di Martino, qui emballa à la main certaines de ses meilleures pâtes depuis 1912. La tradition se poursuit jusqu'à dans le nouveau design conçu par les stylistes Dolce & Gabbana avec l'incorporation des couleurs de la majolique et des symboles de l'Italie les plus célèbres. La fusion de styles et les couleurs créent un emballage chaleureux et amusant. Les spaghettis sont enveloppés dans du papier Fedrigoni, imprimé par l'imprimerie milanaise Grafica Nappa.

CONFISERIE & CHOCOLAT

Emballages cadeaux saisonniers

- ✓ Marque : Philip's biscuits
 - ✓ Fabricant d'emballage : Grafische groep Matthys (Turnhout)
 - ✓ Design graphique : Sara Gunnarsson, Quatre mains
 - ✓ Carton : Iggesund Invercote Creato 300 g/m²
- Un panier, un lapin, un œuf en

guise de formes d'emballage cadeau en carton pour valoriser les biscuits artisanaux de Philip's Biscuits, une boulangerie artisanale anversoise haut de gamme. L'agence Quatre Mains a conçu cette collection spéciale de packaging à l'occasion des fêtes de Pâques en collaboration avec le spécialiste du marquage à froid Mathtys. Imprimés en offset, les emballages de Pâques ont été rehaussés d'une finition métallique afin de capter l'attention et séduire les consommateurs. Nancy Van Dijk de Grafische Groep Mathtys justifie ce choix en citant Prof. Dr.ir. Roland ten Klooster, Professor Packaging Design & Management de l'Université de Twente (Pays-



Bas) : « Les contours du produit sont ce que nous remarquons en premier lieu. Couleur, logo, marque et graphisme sont perçus dans un second temps. Les produits se remarquent grâce à la réflexion de la lumière sur le film métallique de l'emballage, qui donne une impression de mouvement et capte alors l'attention de notre cerveau ». L'agence Quatre Mains avait déjà réalisé initialement une nouvelle identité visuelle pour Philip's Biscuits à travers un design d'emballage moderne et intemporel. Le nouveau design a été pensé pour être déclinable en divers emballages cadeaux au gré des saisons (Saint-Valentin, Saint-Nicolas, etc.). Avec la volonté d'exporter les biscuits hors Europe, le patrimoine anversois et belge a été pris en compte. La tour de la cathédrale emblématique avec son style d'illustration linéaire a inspiré le design, fait savoir Quatre Mains.

Nouveau look ludique et coloré

- ✓ Marque : Delicata, Albert Heijn
- ✓ Conception : ...,staat (Amsterdam)

Delicata est une marque de chocolat créée en 1926 par Albert Heijn, le groupe hollandais de supermarchés. Se positionnant comme un produit de qualité à prix abordable pour le large public, la marque Delicata n'a jamais transcendé son objectif fonctionnel et manquait de reconnaissance. Pour revaloriser le produit et accroître la reconnaissance de la marque auprès des consommateurs, Albert Heijn a voulu repositionner sa marque de chocolat afin de devenir plus concurrentiel. Pour ce faire, il a fallu une nouvelle idée de marque inspirante, une



identité visuelle reconnaissable et un emballage stimulant qui se démarque. Delicata mise sur le bonheur que peut provoquer le chocolat. Quatre collections pour une trentaine de saveurs ont été conçues en fonction de quatre profils de consommateurs de chocolat : quotidien, enthousiaste, aventurier et puriste. Dans l'ensemble, une marque visuelle forte, un code couleur

Inspiration |

et une identité de marque cohérente se dégagent des quatre collections. La conception générale joue avec la couleur et les graphiques afin de créer un rendu dynamique et original.

Confection artisanale et authentique

- ✓ Marque : Claudio Biscotti
- ✓ Design graphique : Dessein, Australie
- ✓ Procédé d'impression : offset et dorure

Le fabricant de biscuits Claudio Biscotti a élaboré plus de 400 recettes authentiques de biscuits



régionaux. Fabriqué à la main en petite quantité, Claudio Biscotti a étendu la commercialisation de ses produits avec cinq de ses saveurs préférées. Pour ce faire, les biscuits ont été présentés dans des emballages qui incarnent les mêmes valeurs d'amour et de soin que la confection de ses biscuits. Ils sont ainsi présentés à la fois comme friandise et comme ca-

deau artisanal. La solution a été de créer deux boîtes qui s'em-



boitent, l'une blanche et l'autre colorée. Au sommet de la boîte supérieure, un sceau sophistiqué rehaussé d'un film doré a été apposé. Sur la face avant, une découpe en forme de biscuit laisse apparaître la photographie d'un biscuit imprimée sur la boîte du dessous. La boîte de base colorée permet de distinguer les différentes saveurs, raconte l'histoire du type de biscuit et la meilleure façon de le savourer. Coloré, remarquable et contemporain, le packaging de cette gamme de biscuits reflète les valeurs traditionnelles du produit et rehausse l'expérience du déballeage avant de savourer les biscuits. Le biscuitier basé en Australie a choisi le studio graphique Dessein pour créer le look des boîtes en carton.

CARTON PLIANT PREMIUM

Un sac de luxe pour la réglisse

- ✓ Marque : Kouvolan Lakristi
- ✓ Production de l'emballage : Cadpack, Finlande
- ✓ Design de l'emballage : Metsä Board
- ✓ Papier : Metsä Board

Le producteur de réglisse finlandais Kouvolan Lakristi sou-

haitait intégrer ses confiseries à de nouveaux canaux de distribution. Pour y parvenir, il a mis les moyens dans la conception d'un emballage original en collaborant avec Metsä Board. Le résultat est un emballage doré embossé conçu pour ressembler à une pochette de luxe en cuir. L'emballage est fabriqué à partir de carton plat pliant MetsäBoard Prime FBB 355 g/m². «Nous voulions des emballages ayant un impact maximal allié à de fortes valeurs écologiques. En outre, les matières premières de notre réglisse sont pures et naturelles, tout comme le carton d'emballage», explique Timo Nisula, le propriétaire de Kouvolan Lakristi. Le carton a

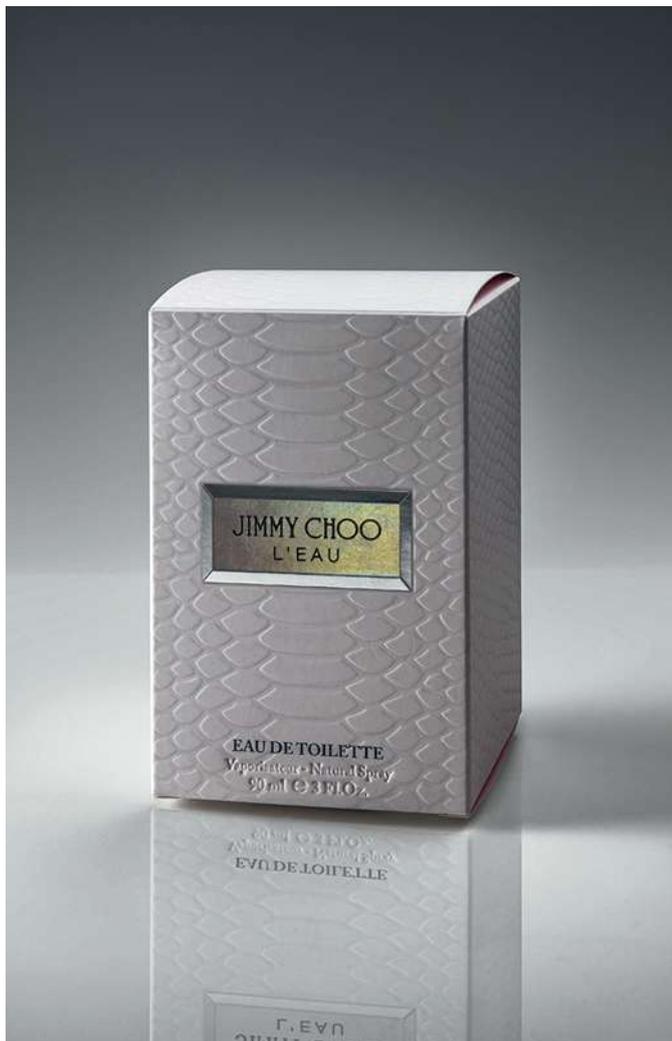
été pelliculé et a reçu plusieurs couches d'embossage. Le paquet a été produit par le Finlandais Cadpack.

Une boîte de parfum haute couture

- ✓ Marque : Jimmy Choo
- ✓ Fabricant d'emballage : Draeger Impression et Cartonage (France)
- ✓ Design : Iggesund
- ✓ Papier : Iggesund Invercote G

La boîte en carton de l'EAU de Jimmy Choo lancée en 2017 est un exemple d'emballage qui allie simplicité, minimalisme et élégance, mais qui nécessite des opérations complexes. Cet emballage uniformément rose pâle à l'exception de la marque, du nom et de la description a nécessité pas moins de 12 étapes de finition. Le transformateur français Draeger et le titulaire de la licence Interparfum ont choisi d'utiliser le carton Invercote G d'Iggesund Paperboard. L'extérieur et l'intérieur de l'emballage ont été imprimés en offset. L'extérieur de l'emballage est agrémenté d'un motif gaufré façon peau de serpent et de deux rangées de texte sur l'avant. La boîte est pelliculée d'un film doux au toucher, enduit d'un vernis mat





et gaufré avec un film argent et un film holographique. «Le choix d'utiliser l'Invercote G a été motivé par son lissé de surface qui permet une reproduction fidèle de notre design en termes de couleur et de marquage à chaud. Par la même occasion, il nous permet d'atteindre un résultat de gaufrage exceptionnel pour

le motif peau de serpent sur la totalité de l'étui», explique Axel Marot, Directeur de la Supply Chain & des Opérations chez Interparfums.

CONCEPTION ORIGINALE
Boîtes d'ampoule en forme d'insectes

- ✓ Marque : CS Electric
- ✓ Design graphique : Angelina Pischikova et Anna Orlovskaya

Pour la marque biélorusse CS Electric, des boîtes d'ampoules étonnantes de créativité ont été conçues par la graphiste Angelina Pischikova en collaboration avec l'illustratrice Anna Orlovskaya. Chaque insecte de chaque packaging est a été soigneusement choisi pour que sa morphologie colle au plus près

mis en avant en positif ou négatif sur fond blanc ou bleu nuit. Les deux artistes se sont inspirées des anciens livres de physique intégrant de nombreux schémas de circuits électriques et des illustrations d'expériences scientifiques dans le style des gravures. L'idée de comparer la lumière à des insectes vient de l'inventeur Thomas Edison qui disait que la luciole est une source idéale de lumière froide. Le concept a donné naissance à de magni-



avec la forme de l'ampoule à représenter. Libellule, abeille, scarabée... les insectes sont illustrés telles des gravures anciennes et

figues packagings illustrés où les dessins des corps des insectes sont remplacés par les ampoules visibles à travers le packaging.

PRINT ■ SIGN ■ VISUAL COMMUNICATION

EDITORIAL MANAGER:
Mr. Alain Vermeire • alain.vermeire@roularta.be

COMMERCIAL MANAGER:
Mr. Dirk Noens • dirk.noens@roularta.be

THE ONLY
BELGIAN MAGAZINE
ABOUT PRINT & SIGN