

Le Touchpoint Packaging, source d'inspirations nouvelles

■ TEXTE: ERIK KRUISSELBRINK - PHOTO: MESSE DÜSSELDORF ■

Le secteur de l'emballage est considéré par beaucoup comme le moteur de l'industrie graphique. Rien d'étonnant dès lors à ce que la Drupa, plus grand salon mondial de l'industrie graphique qui se tiendra du 28 mai au 7 juin à Düsseldorf, accorde une telle attention au monde de l'étiquette et de l'emballage. Avec, par exemple, un «Touchpoint Packaging» qui lui est dédié au Hall 3.

Comment les marques peuvent-elles déployer leur plein potentiel à travers la conception et la production de leurs emballages? C'est pour répondre à cette question que l'organisateur de la Drupa propose le Touchpoint Packaging, un «hotspot» où seront abordées diverses thématiques relatives à l'avenir des emballages.

«Les acteurs de l'industrie, du commerce et du monde académique, les designers, les fournisseurs de matériaux, les imprimeurs et les transformateurs, tous se donnent rendez-vous au Touchpoint Packaging de la Drupa 2024. L'endroit où il faut être pour discuter de l'avenir des emballages, présenter des projets conjoints et surtout offrir aux marques une perspective sur les possibilités de l'imprimé pour les emballages ainsi que sur les technologies de pointe.»

Des experts de l'emballage issus de toute la chaîne de valeur, de l'achat des matériaux jusqu'à la conception, la production et la finition, sont des partenaires et des participants actifs à la Drupa. Avec 4evergreen, Actega, Adobe, Esko, Heidelberg, Henkel, HP, Huber Group, Hybrid Software Group, Koenig & Bauer, Landa, Leonhard Kurz, Linked2Brands, Manroland Goss, Mayr-Melnhof, Mondi, Saueressig, STI, X-Rite et Zecher, pas moins d'une vingtaine de leaders du marché ont répondu présent. L'initiative recouvre aussi des projets ambitieux et des innovations passionnantes, tous dans le domaine de l'emballage. Mintel et Packaging Europe partageront également leur expertise en tant que pourvoyeurs de contenu et partenaires médias.



Le Touchpoint Packaging invite les visiteurs à soulever un coin du voile sur l'avenir du secteur de l'emballage.

Sous l'invite «Prêt à redéfinir le packaging?», le Touchpoint Packaging fournira des informations précieuses spécialement focalisées sur les besoins des consommateurs, les évolutions techniques, le cadre légal et, en particulier, le potentiel des emballages pour le marketing. «Les visiteurs pourront trouver des solutions et de l'inspiration pour leurs marques food, non food, pharmaceutiques et cosmétiques», promet Messe Düsseldorf. Ajoutant que: «En tant que marché en croissance, le secteur de l'emballage joue un rôle clé pour l'industrie graphique et est en outre également considéré comme un moteur de l'innovation.»

Messe Düsseldorf s'est de nouveau associée à l'EPDA (European Brand & Packaging Design Association) pour fournir un soutien conceptuel et opérationnel au salon. L'EPDA promeut le dialogue entre les agences de design, l'industrie de l'emballage et les propriétaires de marques.

DE LA «NÉO-ÉCOLOGIE» À LA «GLOCALISATION»

«Quels sont les principaux aspects à prendre en compte dans la conception de designs d'emballages écoresponsables et comment l'intelligence artificielle devient-elle un moteur d'innovation dans la conception et la production d'emballages?», s'interroge l'organisateur. «L'accent du Touchpoint Packaging sera surtout mis sur les mégatendances du développement durable et de la digitalisation. S'appuyant sur les conclusions d'acteurs mondiaux tels qu'Heineken, Ritter Sport et Lego concernant les principaux défis en matière d'emballages, le Touchpoint Packaging a été conçu comme une plate-forme d'inspiration couvrant cinq domaines: 'Néo-écologie' pour l'économie circulaire et la durabilité; 'Connectivité' sur les technologies de pointe; 'Glocalisation', qui propose des idées pour trouver l'équilibre entre efficacité globale et pertinence locale; 'Consumer Mind', sur les principales tendances de consommation; et 'Réglementations futures', qui fournit des informations sur les nouvelles exigences en matière de développement durable.»

Les partenariats ont souvent conduit par le passé à l'écllosion de solutions créatives et soutenables, dit l'organisateur. «C'est pourquoi le Touchpoint Packaging promeut cette année encore des projets de partenariat à forte valeur ajoutée. L'école de design NABA et ses partenaires industriels Mondi, Landa et Koenig & Bauer vont ainsi coprésenter les résultats de leurs travaux. Les meilleures associations produit-emballage issues de ce projet seront produites et exposées au salon. Les visiteurs pourront par ailleurs découvrir les projets lauréats du Future Packaging Award de l'EPDA.

LARGE ÉVENTAIL D'EXPERTISES

Le programme du Touchpoint Packaging prévoit des exposés journaliers, des débats et des tables rondes, avec un exposé de Mintel en point d'orgue. Le bureau d'études de marché analyse les tendances consommateurs, les lancements de produits et les nouveaux emballages partout dans le monde, de manière à fournir à ses clients une connaissance et une expertise exclusives qui lui permettent de conserver l'avance sur la concurrence. À la Drupa 2024, l'accent sera mis sur l'IA en tant que moteur d'innovation pour l'industrie de l'emballage. Benjamin Punchard, Global Packaging Insights Director chez Mintel, évoquera les technologies d'intelligence artificielle, comme l'apprentissage automatique (machine learning) et l'automatisation par la robotique qui optimisent les chaînes de production et d'approvisionnement tout en rendant possible un packaging design durable et orienté consommateur. Des pionniers comme Nestlé et Coca-Cola utilisent déjà l'IA pour améliorer leur assurance qualité et leur marketing.

CONFÉRENCIERS RÉPUTÉS

Karel Golta, CEO d'Indeed Innovation, se présentera à la Drupa comme un «rebelle de l'innovation». Dans son intervention, il entend souligner l'importance de l'économie circulaire pour promouvoir un écosystème mondial durable. Golta appelle les entreprises à repenser l'innovation et à prendre des mesures audacieuses pour améliorer l'avenir de toute forme de vie sur terre. Un processus dans lequel la puissance du design joue un rôle essentiel, dit-il.

Le Dr Stefan Köhler, Head of Circular Innovation de STI Group, et Sonja Bähr, Packaging Analyst chez TILISCO, évoqueront les aspects à prendre en compte pour que les emballages durables soient conformes au règlement européen sur les emballages. L'accent sera surtout mis sur la conformité légale et la promotion de la durabilité dans l'industrie de l'emballage.

À la faveur d'un échange inspirant, Stefan Hilß, CEO de Linde d2Brands, et Güneri Tugcu, Senior Partner Manager d'Amazon, expliqueront comment les emballages imprimés – un point de contact classique pour les consommateurs – peuvent devenir une plateforme unique visant à intégrer les consommateurs dans une expérience de la marque fortement individualisée grâce au pouvoir de transformation.

INNOVATION WALK

À côté de l'offre d'événements du Touchpoint Packaging, une visite guidée de tout le salon sera proposée sous le thème des solutions d'emballage visionnaires, connectées et intelligentes. Lors de cette «balade de l'innovation» qui se répétera sur plusieurs journées, les visiteurs trouveront avant tout l'inspiration qui les aidera à trouver points de contact, projets et possibilités de réseautage. ■

De plus amples informations sur la visite guidée et le programme annexe complet du Touchpoint Packaging sont d'ores et déjà disponibles et seront régulièrement mises à jour sur la page www.drupa.de/de/Programm/Foren/touchpoint_packaging

Production de poudre, de bout en bout

