

PRO CARTON/ECMA CARTON AWARD

JURY REPORT 2010



INTRODUCTION PAR RICHARD DALGLEISH



Avec toute l'agitation économique qui a affecté récemment les marchés, il n'est pas très étonnant que le nombre de produits en compétition ait été plus faible cette année que lors des deux années précédentes. Moins deancements de nouveaux produits et un niveau d'investissement plus faible se traduisent – j'en suis certain – par moins de nouveaux développements. Bien que le nombre de produits se soit quelque peu réduit, il a toutefois été très encourageant de constater que la qualité n'en subissait pas les conséquences. L'émotion initiale de voir près de 100 cartons présentés au jury a véritablement été gratifiante. De nouveaux concepts, de nouvelles formes, des changements d'affectation, un meilleur passage en machine – des éléments pris en compte par le Jury qui, une fois encore, a eu certaines difficultés à sélectionner les lauréats de cette exposition impressionnante.

Je suis de nouveau redevable aux Juges du rude labeur qui a été le leur pour parvenir à des décisions. La tâche n'a pas été facile dans la mesure où nous leur avons demandé d'analyser en détail tous les cartonnages en tenant compte des conseils de notre expert en emballages en carton plat - Peter Klein Sprockelhorst - afin qu'ils comprennent et évaluent pleinement les avantages des produits en compétition. Au nom de Pro Carton et de l'ECMA qui parrainent ces distinctions, j'adresse mes plus vifs remerciements au Président du Jury Satkar Gidda, à Pascal van Beek et à Burgunde Uhlig pour toutes leurs évaluations complexes ainsi qu'à Peter pour ses connaissances et les conseils fournis au Jury.

J'aimerais également remercier toutes les entreprises qui ont concouru. Quinze pays étaient à l'affiche cette année - un chiffre plus élevé que lors des éditions précédentes. Compte tenu des marchés difficiles sur lesquels les fabricants de cartonnages opèrent, je tiens à remercier toutes les entreprises qui ont pris le temps et la peine de concourir en présentant des produits d'une telle qualité. Malheureusement, le niveau des produits présentés dans la catégorie pharmaceutique a été très faible cette année. Aucun produit ne s'étant distingué selon les critères d'évaluation établis, le Jury a décidé de ne remettre aucune distinction dans cette catégorie en 2010.

Le niveau des produits en compétition dans les autres catégories a répondu aux attentes et, comme vous le découvrirez dans les pages qui suivent, les lauréats ont véritablement fait preuve d'innovation, de talent et d'excellence. Bon nombre de décisions prises par le Jury ont été mûrement réfléchies et ce n'est qu'à l'issue de longues discussions que les Juges sont parvenus à un accord final.

Une autre facette particulièrement encourageante des distinctions de cette année a été le nombre de produits en compétition à clairement souligner leurs caractéristiques en matière de durabilité. Beaucoup de cartonnages ayant été spécifiquement conçus pour remplacer d'autres matériaux ou pour permettre une utilisation moindre de matériel, les produits peuvent désormais être emballés plus en conformité avec cette notion de durabilité. Cette évolution très prometteuse prend constamment de la vitesse et les utilisateurs d'emballages ainsi que les entités spécifiques sont de plus en plus nombreux à identifier les avantages liés à l'utilisation d'emballages en carton plat.

Je tiens encore une fois à remercier toutes les entreprises qui ont concouru et à féliciter les lauréats. J'espère que vous lirez avec plaisir cette brochure. Comme par le passé, tous les lauréats, les finalistes et les autres participants sont sur notre site Internet à l'adresse suivante: www.cartonawards.com.

Richard Dalglish
Zurich, septembre 2010

PRESIDENT DU JURY COMMENTAIRES DE SATKAR GIDDA

LE JURY

La légère baisse cette année du nombre de participants a fort heureusement été compensée par des cartonnages d'une qualité égale, voire supérieure à 2009.

Pour apprécier la qualité des produits en compétition, il suffit d'observer les divergences d'opinion quant aux lauréats et candidats présélectionnés qui règnent parmi les Juges et qui ont donné lieu, dans de nombreuses catégories, à un débat sur les mérites individuels de chaque cartonnage.

Comme indiqué précédemment, les meilleurs cartonnages ne sont pas nécessairement les plus complexes. La simplicité de la structure, l'attrait pour le consommateur, l'interaction avec le consommateur, l'impact dans les rayons et la simplicité de fabrication ne sont que quelques-uns des facteurs que nous avons pris en compte. Pour les emballages «Premium», notre tâche consiste à aller au-delà d'une apparence souvent impressionnante et à déterminer les qualités individuelles de chaque cartonnage, indépendamment de la valeur du produit qu'il contient.

Les cartonnages conçus intégralement par design graphique ont été les plus spectaculaires en démontrant la force que peut avoir un design graphique et structurel intégré comme élément de communication de la marque. Les cartonnages très attrayants pour le regard se sont avérés encore plus impressionnants au toucher ou en les désassemblant pour mieux comprendre le concept de base.

L'économie mondiale mentionnée à juste titre encore une fois a incité certains propriétaires de marques à délaisser d'autres matériaux au profit du carton plat pour ses divers avantages ou à réduire la quantité de carton plat utilisé. Les consommateurs ayant tendance à préférer des emballages plus durables, les propriétaires de marques sont ainsi mieux perçus. Ces consommateurs étant très conscients de l'impact des emballages sur l'environnement, l'industrie du cartonnage est la mieux placée pour répondre à cette demande.

Satkar Gidda
Londres, septembre 2010

Satkar Gidda
Siebert Head



Pascal van Beek
Unilever



Burgunde Uhlig
Magazine Brigitte



**CONSEILLER SPÉCIAL
AUPRÈS DU JURY**

Peter Klein
Sprockelhorst



FINALISTES

BEAUTÉ ET COSMÉTIQUE



NOM OFFICIEL DU PRODUIT EN COMPETITION:

EOIPSO VERKAUFSVERPACKUNG MIT MAGNETVERSCHLUSS

FABRICANT DU CARTONNAGE:
CHESAPEAKE STUTTART GMBH

CARTON PLAT PRODUIT PAR:
GMUND

BOISSONS



NOM OFFICIEL DU PRODUIT EN COMPETITION:

COFANETTO RISERVA LUNELLI

FABRICANT DU CARTONNAGE:
PUSTERLA 1880 SPA

CARTON PLAT PRODUIT PAR:
GMUND

BOISSONS



NOM OFFICIEL DU PRODUIT EN COMPETITION:

MULTIPACKUNG FÜR NICHT ETIKETTIERTE BIERFLASCHEN

FABRICANT DU CARTONNAGE:
VAN GENECHTEN PACKAGING

CARTON PLAT PRODUIT PAR:
KORSNÄS

NOM OFFICIEL DU PRODUIT EN
COMPETITION:
WELCOME HOME

FABRICANT DU CARTONNAGE:
VAN GENECHTEN PACKAGING

CARTON PLAT PRODUIT PAR:
NON SPÉCIFIÉ



CONFISERIE

NOM OFFICIEL DU PRODUIT EN
COMPETITION:
XMAS TREE GIFT BOX RANGE

FABRICANT DU CARTONNAGE:
FIRSTAN LTD

CARTON PLAT PRODUIT PAR:
KORSNÄS



CONFISERIE

FINALISTES

ALIMENTAIRE



NOM OFFICIEL DU PRODUIT EN COMPETITION:
FRENCH FRIES TAKE & GO HOLDER

FABRICANT DU CARTONNAGE:
ISTRAGRAFIKA D.D. CROATIA

CARTON PLAT PRODUIT PAR:
MAYR MELNHOF KARTON

ALIMENTAIRE



NOM OFFICIEL DU PRODUIT EN COMPETITION:
MY MÜSLI PORRIDGE

FABRICANT DU CARTONNAGE:
SMURFIT KAPPA BADEN
PACKAGING GMBH

CARTON PLAT PRODUIT PAR:
SMURFIT KAPPA BADEN KARTON

**NOM OFFICIEL DU PRODUIT EN
COMPETITION:**
FALTSCHACHTEL MIT INTEGRIERTEM
STEGEINSATZ, ABNEHMBARER KLAPPARTE

FABRICANT DU CARTONNAGE:
KARL KNAUER KG (COPACO)

CARTON PLAT PRODUIT PAR:
KORSNÄS



NON ALIMENTAIRE

**NOM OFFICIEL DU PRODUIT EN
COMPETITION:**
VERPACKUNG PORTUGAL SPEZIAL

FABRICANT DU CARTONNAGE:
SCHELLING AG

CARTON PLAT PRODUIT PAR:
STORA ENSO



NON ALIMENTAIRE

**NOM OFFICIEL DU PRODUIT EN
COMPETITION:**
PLOPPER

FABRICANT DU CARTONNAGE:
ACKET DRUKKERIJ KARTONAGE BV

CARTON PLAT PRODUIT PAR:
IGGESUND



NON ALIMENTAIRE

NOM OFFICIEL DU LAURÉAT: TOMMY HILFIGER, SUMMER FRAGRANCE, MEN , WOMEN
FABRICANT DU CARTONNAGE: CD CARTONDRUCK AG
PROPRIÉTAIRE DE LA MARQUE: ESTÉE LAUDER COMPANIES
TYPE DE CARTON: TRUCARD MATT
CARTON PLAT PRODUIT PAR: TULLIS RUSSELL

STYLE

INTERCONNEXION GLOBALE POUR UNE EXPERIENCE INOUBLIABLE

Ce cartonnage exceptionnel est le résultat d'un travail en équipe transatlantique étroitement mené. CD Cartondruck en Allemagne a élaboré le concept en collaboration avec le groupe de design d'Estée Lauder aux USA. Mise en place depuis longtemps, la coopération fructueuse a donné naissance à de nombreux autres projets.

Les spécifications de Lauder étaient les suivantes: (1) un thème nautique, (2) ancre et gouvernail tout comme (3) une apparence tridimensionnelle. Et un autre challenge de taille est venu compléter la liste: le fond devait ressembler à une voile.

L'effet visuel en 3D a été créé par l'interaction novatrice de la cavité intérieure et les éléments décoratifs estampés (l'ancre et le gouvernail). Les contours complexes et les découpages délicats autour du gouvernail requièrent une production extrêmement précise. Associée au matériel mat, la structure spéciale estampée confère au cartonnage une touche textile spécifique qui complète parfaitement l'apparence globale.

Le design graphique étaye l'impression de haute qualité et de valeur: les zones sombres à l'intérieur contrastent clairement avec les zones claires extérieures et renforcent ainsi l'effet tridimensionnel. Le style élégant et intemporel se marie à la perfection avec le caractère maritime du parfum. La valeur suprême va ici de pair avec une présentation visuelle exceptionnelle et l'utilisation de matériaux écologiques.

COMMENTAIRES DU JURY

Les Juges ont été étonnés par la simplicité apparente de ce cartonnage qui cache des techniques hautement sophistiquées. Le découpage judicieux avec un fond coloré qui met en valeur le cartonnage a été obtenu en utilisant une feuille individuelle de carton plat, permettant ainsi un remplissage facile avec une apparence à effet majeur qui attire davantage l'attention. Les lignes nettes et le design, l'impression de lin estampée et le motif sont présents tout autour du pli du cartonnage.





NOM OFFICIEL DU LAURÉAT: BOLSO VERNISSAGE
 FABRICANT DU CARTONNAGE: BOXMARCHE SPA
 PROPRIÉTAIRE DE LA MARQUE: OENOFOROS
 TYPE DE CARTON: BIANCO KRAFT PATINATO CKB 250 GM²
 CARTON PLAT PRODUIT PAR: STORA ENSO



PREMIÈRE
EMBALLAGE POUR VIN AVEC NOUVELLE SILHOUETTE

L’emballage pour vin «Vernissage» a déjà été lancé sur le marché suédois – sous forme de système «Bag-In-Box» carré – en avril 2008. Le groupe visé était les consommateurs de vin blanc en Suède, en majorité des femmes de plus de 25 ans. Attrayant et élégant, l’emballage a été élaboré en blanc et doré – impressionnant mais conventionnel.

Le propriétaire de la marque, Takis Soldatos, et la designer graphique, Sofia Blomberg, avaient eu un moment l’idée de concevoir et de commercialiser un sac très spécial pour les consommatrices. En collaboration avec leur fournisseur d’emballages, BoxMarche, ils ont examiné les possibilités techniques pour une telle solution novatrice et conçu une «Bag-In-Box» complètement nouvelle sous forme de sac à main. Fait étonnant: la production du nouvel emballage est aussi simple que pour l’ancien. Seul le remplissage requiert légèrement plus d’effort.

Lancé début 2010, le nouveau «Vernissage» a connu un succès extraordinaire. Jusqu’en juillet, les ventes ont augmenté de 500%! Et il semblerait que les choses ne vont pas s’arrêter là. En automne, le nouvel emballage sera commercialisé sur le marché allemand. Il est prévu d’élargir la ligne avec des coloris rouge et rosé. Une extension du concept à succès est également en cours d’élaboration.

COMMENTAIRES DU JURY

Le système «Bag-In-Box» pour le vin existe depuis une trentaine d’années, mais c’est la première fois que les membres du Jury voyaient un design si novateur sur ce marché. Les boîtes utilisées sont pour la plupart rectangulaires, une forme que l’on remarque et qui, associée à l’excellence du design graphique, a permis à la boîte de parvenir à un nouveau niveau susceptible de plaire davantage aux femmes que les boîtes conventionnelles. Ils ont également estimé que ce pourrait être un joli cadeau qui catalyserait l’attention dans les rayons. Avec sa forme en sac à main, les Juges ont déclaré que ce produit redéfinissait pratiquement l’emballage «Bag-In-Bag»!

NOM OFFICIEL DU LAURÉAT: CADBURY ROSES TIN REPLACEMENTS
 FABRICANT DU CARTONNAGE: CHESAPEAKE BRANDED PACKAGING
 PROPRIÉTAIRE DE LA MARQUE: CADBURYS
 TYPE DE CARTON: INVERCOTE DUO
 CARTON PLAT PRODUIT PAR: IGGESUND



DURABILITÉ

LES TEMPS CHANGENT DU CARTON PLAT PLUTOT QUE DU METAL

L'objectif était aussi clair que difficile – élaborer un cartonnage pliable de haute qualité offrant tous les avantages des emballages en fer-blanc. L'équipe de design de Chesapeake a alors élaboré une solution parfaitement adaptée à la confiserie. Néanmoins, il n'a pas été facile de trouver une entreprise de confiserie disposée à s'engager avec ce nouveau concept. Finalement, une «Journée de l'innovation» a convaincu Cadbury.

Mais la voie vers le succès a été longue. Un carton plat adéquat pour cette application a été sélectionné après de nombreux tests approfondis. Puis, il a fallu trouver une solution rentable d'assemblage mécanique des cartonnages pour produire les tirages relativement faibles destinés aux premiers essais de vente chez un détaillant au Royaume-Uni.

Les volumes augmentant, une plus grande équipe de développement de Chesapeake a veillé à ce que le carton plat relativement épais puisse être collé de manière rentable. D'un point de vue graphique, il a été décidé d'opter pour une combinaison de vernis mat et brillant. Un troisième vernis a également été appliqué pour conférer des propriétés antidérapantes, de manière à ce que les paquets ne bougent pas sur la palette pendant le transport. Tous les vernis ont été soumis aux normes

rigoureuses de tache et d'odeur de Cadbury.

Une fois quatre obstacles surmontés, les résultats se sont avérés plus que positifs:

- Marketing: un cartonnage attrayant qui renforce la différenciation du paquet
- Calcul des coûts: économies importantes sans compromettre les valeurs de la marque
- Technologie: innovation dans la lignée de l'initiative de Cadbury «Purple Goes Green»
- Production: réductions substantielles des coûts des palettes.

COMMENTAIRES DU JURY

Le Jury a été impressionné par ce produit en compétition qui a démontré de quelle manière les cartonnages peuvent remplacer d'autres matériaux d'emballage en présentant un avantage écologique. Dans cette ligne de confiserie importante, le métal de l'emballage a été remplacé par du carton plat. Ce faisant, le propriétaire de la marque a associé la couleur pourpre de son entreprise et les bénéfices écologiques de ce changement en utilisant le slogan «Purple goes green» (le pourpre devient écologique). Le design général étant semblable à l'emballage précédent, il conservera son impact dans les rayons tout en vantant désormais les avantages à utiliser un matériel renouvelable et facilement recyclable et en proposant aux consommateurs un emballage plus adapté à l'environnement.

NOM OFFICIEL DU LAURÉAT: MARC O'POLO FRAGRANCE MEN AND WOMEN
 FABRICANT DU CARTONNAGE: CARL EDELMANN GMBH
 PROPRIÉTAIRE DE LA MARQUE: BEAUTY BRANDS INTERNATIONAL
 TYPE DE CARTON: UZ 1 350 G/M² DELOS SATIN
 CARTON PLAT PRODUIT PAR: PAPETERIES CANSON SAS



PROFIL
 UNE APPARENCE PRÉCIEUSE ET UNE LOGISTIQUE PARFAITE

Les instructions étaient précises: définir clairement le type de parfum, le groupe cible, les exigences visuelles et le concept marketing. Une réunion de projet complète incluant l'agence de design, l'entrepreneur pour la confection, le fabricant de cartonnages, le fournisseur de verre, le fabricant de l'embout et le client, a été organisée. Pour Edelmann, un point de départ idéal pour convertir l'image «robuste» de la marque en concept global intégré.

La série d'emballages des parfums pour homme et pour femme a une apparence extrêmement solide. La base, le couvercle, le bouchon et le col du flacon sont renforcés par un double matériel conférant la résistance d'une boîte rigide. L'emballage est livré à plat et pré-collé pour économiser les coûts de transport et de stockage: les composants individuels peuvent être montés, pliés et assemblés sans avoir à les recoller. Ce concept variable permet d'utiliser le même emballage extérieur pour différentes tailles de flacons (homme et femme).

Le design du cartonnage reflète le flacon. D'apparence robuste, le flacon et l'emballage sont rectangulaires avec une surface évidée sur la partie frontale où figure l'inscription Marc O'Polo. Le cartonnage est imprimé et les composants intérieurs sont estampés avec structure doublée (noir pour homme et blanc pour femme), conférant ainsi une sensation agréable.

Le nouveau cartonnage a été bien accepté – que ce soit par les propres magasins Marc O'Polo ou les parfumeries. Cela n'est guère étonnant dans la mesure où il se distingue parfaitement des autres produits dans les rayons

COMMENTAIRES DU JURY
 Les Juges ont été extrêmement impressionnés par l'aspect sophistiqué et élégant de ces cartonnages qui attireront assurément l'attention dans les rayons sur un marché qui abonde en emballages de qualité. La relative simplicité de l'apparence cache la complexité du design et le panneau découpé sur la partie frontale donne une impression de profondeur très attrayante. Le cartonnage est en accord avec le flacon, donnant ainsi une image de cohérence au consommateur. Le design n'est pas complexe mais très efficace. Qualité et élégance sont les impressions d'ensemble de ce produit.

NOM OFFICIEL DU LAURÉAT: CESTA DE VINO
 FABRICANT DU CARTONNAGE: A&R CARTON BREMEN GMBH
 PROPRIÉTAIRE DE LA MARQUE: WEINGÄRTNERGENOSSENSCHAFT LEHRENSTEINSFELD E.G.
 TYPE DE CARTON: 425 GM² KORSNÄS CARRY
 CARTON PLAT PRODUIT PAR: KORSNÄS



BOISSONS

CARTON DE VIN CARTONNAGES POUR VIN POUR PROMOUVOIR LES VENTES

La vente des vins a considérablement évolué au cours des dernières années et le marché du vin est âprement disputé. Les détaillants souhaitent des emballages plus faciles à manipuler dans leurs magasins. Toutefois, les cartons de vin doivent également attirer visuellement le consommateur, fournir des informations et être convaincants. L'emballage doit être facile à assembler sur le point de vente, facile à ouvrir et facile à transporter.

A & R Carton a identifié la nécessité d'innover et lancé auprès de ses designers en 2008 un concours interne qui a abouti à la création du carton de vin qui contient six bouteilles, semblable aux cartons ouverts utilisés pour la bière aux USA. La forme du carton lui confère une apparence attrayante. La poignée bien positionnée permet de transporter le carton en toute commodité, même avec de lourdes bouteilles de vin. Le couvercle pré-collé empêche les bouteilles de tomber et offre une stabilité complémentaire.

WG Lehrensteinsfeld, un négociant en vins de taille moyenne du Bade-Wurtemberg, a montré immédiatement un grand

intérêt pour le carton avec son fort potentiel de présentation. La manipulation simple du carton de vin qui est fourni pré-collé, a constitué un autre avantage. Le design graphique, qui reflète les couleurs de l'entreprise (rouge, doré et noir), complète l'aspect harmonieux de l'ensemble.

Le concept n'en est encore qu'à ses débuts. À la fin du mois de mars de cette année, WG Lehrensteinsfeld a présenté au salon ProWein de Düsseldorf le carton de vin qui a fortement intéressé le commerce.

COMMENTAIRES DU JURY

Bien que les Juges aient déjà vu des types d'emballages similaires pour le vin, ils ont estimé que celui-ci constituait un développement intéressant et sophistiqué. L'élément additionnel en carton plat placé sur la partie supérieure des bouteilles donne non seulement plus de solidité à l'ensemble – un aspect essentiel pour un pack pesant (6 bouteilles de 75 centilitres), mais offre également de meilleures opportunités au design graphique supplémentaire de contribuer à la promotion et à la vente du produit. Ce produit, qui impactera assurément dans les rayons, peut aussi être utilisé après son usage initial pour garder des bouteilles ou même pour éliminer les anciennes bouteilles.

NOM OFFICIEL DU LAURÉAT: INSPIRIERENDE PREMIUMVERPACKUNG FÜR HÜPPEN-SPEZIALITÄTEN
FABRICANT DU CARTONNAGE: PAWI VERPACKUNGEN AG
PROPRIÉTAIRE DE LA MARQUE: GOTTLIEBER SPEZIALITÄTEN AG
TYPE DE CARTON: KEAYKOLOR
CARTON PLAT PRODUIT PAR: ARJO WIGGINS



PUR PLAISIR REPOSITIONNEMENT D'UN PRODUIT TRADITIONNEL

Les «Hüppen» – une sorte de gaufrettes roulées – sont vendues en Suisse depuis plus de deux cents ans. La «Gottlieb Hüppenmanufaktur» cherchait de nouvelles idées pour attirer de nouveaux groupes cibles pour cette spécialité traditionnelle. Le design pour le remodelage de la marque a été confié à l'agence Packthis et le nouveau cartonnage a été fourni par le partenaire éprouvé PA WI Packaging, dont les références sont excellentes comme spécialiste des chocolats.

Le client s'est servi de PA WI comme «antagoniste» pour l'élaboration de l'emballage: PA WI Packaging a rempli les exigences en matière de design pour les matériaux, de structure et de finition conformément aux spécifications du client. Le résultat: une ligne exclusive de produits «Premium».

Le cartonnage avec son couvercle articulé et la paroi intérieure creuse est le même pour les trois variétés «Premium» de gaufrettes. Elles se différencient par une bande qui ferme le couvercle articulé et souligne – visuellement et sous forme

imprimée – la variété de gaufrettes. Le cartonnage marron dégage une aura chaleureuse et élégante. Une fois la bande retirée, le couvercle peut s'ouvrir de deux façons, comme un livre. On peut lire à l'intérieur du couvercle du livre l'histoire de la compagnie. Les gaufrettes «Hüppen» enroulées sont disposées les unes à côté des autres et protégées par un fin papier de soie dans une boîte aux parois creuses.

L'emballage ayant été bien accepté sur le marché, une production additionnelle a été lancée.

COMMENTAIRES DU JURY

Un emballage véritablement élégant qui reflète parfaitement la haute qualité du contenu. Bien qu'il semble apparemment simple au départ, l'amour du détail a attiré l'attention des Juges. La ligne dorée sur la boîte se retrouve également à l'intérieur. Une fois le couvercle retiré, la boîte peut être utilisée comme présentoir de table élégant des gaufrettes, dont l'emballage doré et marron rappelle l'emballage principal. Un excellent design pour cadeaux avec un cartonnage qui indique clairement qu'il s'agit d'un produit de qualité.

NOM OFFICIEL DU LAURÉAT: DAVIDOFF CARTON DISPENSER FOR MINI CIGARILLOS
 FABRICANT DU CARTONNAGE: GANTENBEIN AG
 PROPRIÉTAIRE DE LA MARQUE: OETTINGER IMEX AG
 TYPE DE CARTON: ZELLULOSEKARTON GC1, 330 GM2
 CARTON PLAT PRODUIT PAR: M-REAL



PRÊT-À-VENDRE ET PLV

ATTRAYANT TECNOLOGIE DE PRÉSENTATION MULTIFONCTIONNELLE

Pour ses activités sur les points de vente, le client souhaitait un distributeur économique, attrayant, voyant et solide tout en étant petit qui incite les consommateurs à acheter des mini-cigarillos. Dans les instructions initiales, une tour unique pour un seul produit avait été envisagée, mais le prototype élaboré conjointement par les entreprises Gantenbein et Balcart a tellement bien été accepté par les clients qu'il a été possible de réaliser une présentation contenant jusqu'à trois marques.

La liste des exigences pour l'emballage du présentoir défini comprenait les éléments suivants:

- L'assemblage et le remplissage devaient être faciles
- Il devait être stable et ne pas basculer
- Il ne devait pas se rompre une fois la partie frontale ouverte (d'où une déchirure par perforation)
- Les tours devaient être rechargeables (par le haut)
- la séquence des tours devait être optionnelle
- Il devait pouvoir être possible de placer 3, 2 ou seulement 1 tour (d'où une perforation à la base)
- Le détaillant devait pouvoir voir immédiatement combien il restait de paquets dans la tour (d'où une fente visuelle à l'arrière)
- La brochure informative devait être facilement accessible et retirable (d'où un distributeur articulé).

Etant donné que tous ces détails devaient fonctionner à la perfection sur le marché, de nombreux tests et prototypes ont été réalisés. Dans la phase finale d'élaboration, l'emballage a été confié à un designer graphique qui a conçu les surfaces, puis à des imprimeurs. Le succès rencontré sur le marché a prouvé que l'équipe chargée du design avait vu juste.

COMMENTAIRES DU JURY

Le produit en compétition s'est distingué parmi tous les autres dans sa catégorie. Les Juges ont senti qu'il avait fallu beaucoup de réflexion pour le rendre le plus polyvalent possible. Il peut être installé comme présentoir à trois sections. Toutefois, les perforations simples permettent de le séparer sous forme de présentoir en un ou deux éléments. Le Jury a également estimé qu'il avait été judicieux d'avoir inclus un support au dos qui permet de présenter individuellement des mini-cigarillos. L'emballage a aussi été conçu pour pouvoir être facilement rechargé, ce qui le rend très convivial sur le point de vente.

NOM OFFICIEL DU LAURÉAT: SPECIAL. T BY NESTLÉ
 FABRICANT DU CARTONNAGE: LIMMATDRUCK/ ZEILER (COPACO)
 PROPRIÉTAIRE DE LA MARQUE: NESTLÉ SUISSE SA / NESTLÉ SPECIAL.T
 TYPE DE CARTON: IBIS 300 GM2
 CARTON PLAT PRODUIT PAR: BUCHMANN GMBH



HARMONIE
 LOGISTIQUE ENTIÈREMENT NOUVELLE POUR LE THE VIA INTERNET

Nestlé va lancer un nouveau système de capsules pour les adeptes du thé. Le produit «Special.T» symbolise la qualité suprême et la commodité, des valeurs précisément véhiculées par les plateaux et l'emballage en carton plat fabriqués par Limmatdruck/Zeiler: tout simplement exquis.

L'emballage est composé d'un cartonage avec deux plateaux contenant respectivement cinq capsules. Les ouvertures qui maintiennent les capsules de thé en forme de goutte dans le plateau ont une forme ondulée nouvellement élaborée avec un estampage spécial. Les plateaux offrent une protection parfaite durant la logistique et le transport – un aspect particulièrement important dans la mesure où le produit est envoyé par courrier postal. Inodores et à faible migration, les encres et les vernis utilisés sont conformes aux nouvelles réglementations rigoureuses en matière de produits de consommation.

La manipulation de l'emballage est extrêmement simple. Le paquet, qui s'ouvre par déchirure à l'aide d'une perforation, comporte une fermeture de sécurité. Le produit a été lancé cette année en France et en Suisse romande, suivies d'autres pays comme l'Allemagne et l'Italie. L'entreprise Limmatdruck/Zeiler a non seulement conçu le cartonage et les plateaux, mais elle a également contribué au design graphique, à l'emballage extérieur (emballage de transport) et à la technologie d'emballage. Toutes les encres et les vernis sont inodores et de faible migration.

COMMENTAIRES DU JURY

Ce nouveau produit a eu un grand impact sur le marché. Le design et l'aspect global sont attrayants et, en ouvrant les accessoires intérieurs, bien conçus pour maintenir les capsules individuelles de thé. Se présentant sous forme de petits tiroirs, les plateaux sont faciles à retirer, un détail qui selon le Jury devrait séduire intuitivement les consommateurs et être bien accepté. Le design souligne la facilité de remplissage du cartonage et le design graphique retiendra assurément l'attention sur le point de vente.

NOM OFFICIEL DU LAURÉAT:SCHATULLENBOX
 FABRICANT DU CARTONNAGE: STI GROUP
 PROPRIÉTAIRE DE LA MARQUE: LEICA CAMERA AG
 TYPE DE CARTON: GD 2 - 230 GM² AUF F-WELLE
 CARTON PLAT PRODUIT PAR: MAYR-MELNHOF/ KOLB



AUTRE NON ALIMENTAIRE

PRESTIGE
 RENDEMENT MAXIMAL DANS UN DESIGN COMPACT

Les fabricants des prestigieux appareils photo Leica ont lancé pour la première fois un appareil photo compact «Made in Germany». Pour mettre en valeur le produit de haute qualité, l'équipe de l'emballage du groupe STI a conçu un prestigieux coffret type écran en étroite collaboration avec Leica. «Le client souhaitait présenter fièrement son nouvel appareil photo à la famille et aux amis dans l'emballage nouvellement élaboré». En tout, le développement a pris un an.

Le coffret noir mat se différencie sciemment des composants d'emboutissage conventionnels et des inserts en polystyrène expansé pour refléter la valeur de l'appareil photo. Très pratique, il permet de garder le produit et ses accessoires. Le contenu est organisé sur trois niveaux: la partie supérieure du coffret est pour l'appareil photo et l'étui rigide. Le tiroir du milieu offre un espace pour le mode d'emploi et d'autres informations sur le produit. Le tiroir d'en bas est réservé aux câbles et autres accessoires.

De fins cordons ont été prévus pour ouvrir chaque section individuelle et les aimants intégrés garantissent la bonne fermeture du coffret. La finition du cartonnage imprimé en noir avec une cellophane mate spéciale antiéraflures et testée spécialement à cet effet par STI garantit une bonne adhérence et une résistance aux éraflures. Ainsi, le produit est constamment protégé dans une solution d'emballage de haute qualité.

COMMENTAIRES DU JURY
 Emballage de qualité pour un produit de qualité, c'est ainsi que se résume ce produit lauréat. Le cartonnage a non seulement belle apparence avec son design discret, mais il est également extrêmement pratique pour ranger et montrer l'appareil photo, sans compter les deux tiroirs spacieux conçus spécifiquement pour garder le mode d'emploi et les divers câbles et accessoires nécessaires. La simplicité de son design graphique et les couleurs utilisées renforcent l'attrait du cartonnage et donnent immédiatement l'impression qu'il s'agit d'un produit de qualité, démontrant ainsi que des cartonnages bien conçus et fabriqués peuvent efficacement mettre en valeur la qualité.

NOM OFFICIEL DU LAURÉAT: HAPPY MEAL 3D
 FABRICANT DU CARTONNAGE: VAN GENECHTEN PACKAGING
 PROPRIÉTAIRE DE LA MARQUE: HAVI GLOBAL SOLUTIONS
 TYPE DE CARTON: TOPCOLOR
 CARTON PLAT PRODUIT PAR: MAYR-MELNHOF

MARCHÉ DE MASSE



NOUVELLES DIMENSIONS
 DURABILITE DANS LA LOGISTIQUE, LA PRESENTATION
 ET LA PROTECTION ENVIRONNEMENTALE

La nouvelle série de films «Shrek» a donné l'idée à McDonalds d'incorporer des lunettes 3D à ses boîtes traditionnelles «Happy Meal». Les instructions pour l'emballage relevaient pratiquement de «Mission Impossible» – intégrer des lunettes 3D dans une boîte «Happy Meal» sans affecter sa manipulation dans le restaurant. Encore pire: l'entreprise Van Genechten a dû accepter un délai de livraison de 8 semaines pour la production de 12 millions de cartonnages.

Le concept a été mis sur pied en une seule semaine: une boîte «Happy Meal» avec des lunettes incorporées et une nouvelle méthode de production brevetée. Les exigences étaient extrêmement complexes. Les lunettes étant destinées à des enfants, elles devaient être faciles à manipuler. Les lentilles devaient être aptes au contact direct avec des produits alimentaires et présenter des valeurs de transmittance appropriées pour les écrans d'ordinateurs et les cartonnages imprimés. Toutes les réglementations en matière de santé et de sécurité devaient être respectées pour garantir son approbation en tant que jouet.

À tout point de vue, les résultats ont été meilleurs que si l'on avait acheté des lunettes 3D toutes faites: la facilité de manipulation a été absolument convaincante. Les lentilles se composent d'une fine pellicule d'acétate et peuvent être recyclées avec le papier dans la mesure où elles sont intégralement biodégradables. Pour permettre une impression des deux côtés, les lentilles sont insérées entre deux couches de cartonnage.

Des instructions ne sont pas nécessaires et l'avenir est assuré: avec cette nouvelle invention, les lunettes peuvent être intégrées à tous les types de cartonnages à un très faible coût.

COMMENTAIRES DU JURY
 Les Juges ont été stupéfaits par le design de ce cartonnage qui permet d'intégrer complètement dans la boîte des lunettes 3D. Produit de masse, ce cartonnage d'une seule pièce au design intelligent incluant des lunettes peut être fabriqué et utilisé en grandes quantités et à grande vitesse. Les lunettes pouvant être retirées facilement de l'emballage à l'aide de la perforation, cette boîte est également très conviviale. En résumé, une excellente solution d'emballage.



AR Carton Kuban



AR Carton Kuban



AR Carton Kuban



Schut Hoes Cartons bv



Gantenbein AG



Smurfit Kappa Zedek BV



Smurfit Kappa Zedek BV



A&R Carton AB



rlc | packaging group



A&R Carton Oy



Papierwerk Landshut
Mittler GmbH & Co. KG



Chesapeake Branded Packaging



Chesapeake Branded Packaging



Chesapeake Branded Packaging



A&R Carton Bremen GmbH



Mayr-Melnhof Packaging
International GmbH



Mayr-Melnhof Packaging
International GmbH



Mayr-Melnhof Packaging
International GmbH



Mayr-Melnhof Packaging
International GmbH



Mayr-Melnhof Packaging
International GmbH



Mayr-Melnhof Packaging International GmbH



Mayr-Melnhof Packaging International GmbH



Mayr-Melnhof Packaging International GmbH



Mayr-Melnhof Packaging International GmbH



Mayr-Melnhof Packaging International GmbH



Mayr-Melnhof Packaging International GmbH



A.C. Schmidt A/S



Van Eerd b.v.



A&R Carton - Werk Frankfurt



topac GmbH



GPP Industrie Grafiche Spa



STI Group



Acket drukkerij kartonnage bv



Model PrimePac AG



Model PrimePac AG



STI Group



Limmatdruck/ Zeiler (COPACO)



Limmatdruck/ Zeiler (COPACO)



STI Group



Venk Ofset Ltd.



Chesapeake Stuttgart GmbH



colordruck Baidersbronn
W. Mack GmbH & Co. KG



STI Group



Edelmann Group



Carl Edelmann GmbH



Carl Edelmann GmbH



Edelmann Group



Carl Edelmann GmbH



Carl Edelmann GmbH



PAWI Verpackungen AG, Schweiz



Höhn Displays + Verpackungen GmbH



STI Group



Firstan Limited



Firstan Limited



Mayr-Melnhof Packaging
International GmbH



Nampak Cartons B.V. Hoogerheide



Alzamora Packaging S.A.



Styl. S. Koskinidis S.A.



STI Group



August Faller KG



Fratelli Roda SA



Schelling AG, Oensingen



Schelling AG, Oensingen



Schelling AG, Oensingen



Schelling AG, Oensingen



Schelling AG, Oensingen



Schelling AG, Oensingen



BOXMARCHE spa



Lucaprint s.p.a.



Lucaprint s.p.a.



Lucaprint s.p.a.



Lucaprint s.p.a.



Aug. Heinrigs Druck +
Verpackung GmbH & Co. KG



Aug. Heinrigs Druck +
Verpackung GmbH & Co. KG



Aug. Heinrigs Druck +
Verpackung GmbH & Co. KG



Karl Knauer KG (COPACO)



Karl Knauer KG (COPACO)



Karl Knauer KG (COPACO)



Van Genechten Packaging



Van Genechten Packaging



Van Genechten Packaging



Van Genechten Packaging



Van Genechten Packaging



Van Genechten Packaging



Pusterla 1880 Spa



August Faller KG



Stora Enso Oyj



Istragrafika d.d. Croatia



Istragrafika d.d. Croatia



Smurfit Kappa Baden Packaging GmbH



Smurfit Kappa Baden Packaging GmbH



Smurfit Kappa Baden Packaging GmbH



Smurfit Kappa Baden Packaging GmbH



Smurfit Kappa Baden Packaging GmbH



CD Cartondruck AG



CD Cartondruck AG



CD Cartondruck AG



CD Cartondruck AG



A&R Carton - Werk Frankfurt



PRO CARTON



TUTTE LE FOTO, IL TESTO E IL PDF DA SCARICARE IN INGLESE, TEDESCO,
FRANCESE, ITALIANO E SPAGNOLO SU WWW.PROCARTON.COM



PRO CARTON
www.procarton.com
info@procarton.com



www.ecma.org
mail@ecma.org