

Design packaging :



Atlantpack

Le concours national de design «Libérez l'emballage des vins et spiritueux», organisé cet automne par l'Institut national de design packaging (INDP) sis à Cognac, a récompensé 8 lauréats sur 78 participants. Six d'entre eux sont étudiants dans la cité mondiale des eaux-de-vie, soit en Génie supérieur packaging, soit en Marketing et design packaging. Ces deux formations bac + 3, respectivement ouvertes en 2002 et 2003, au sein des lycées Louis-Delage et Jean-Monnet,

1^{er} prix : Ambré, emballage en frêne. L'objet, imaginé, en partie sculpté et réalisé par Yohan Curtan et Hugues Chaillot (lycée Jean-Monnet) enferme et libère une carafe de cognac.

sont nées d'un environnement spécifique, lui-même lié à l'histoire du cognac. Ces deux filières financées par la Région et l'Europe ont en effet directement à voir avec les verreries, les cartonneries, les bouchages, les imprimeries ou les agences de design qui font une large part de l'économie locale.

Grâce à l'intervention de l'INDP, les établissements scolaires y puisent les intervenants compétents, théoriques ou techniques, et les élèves y trouvent des terrains de stage, puis des emplois. Au lycée technique Louis-Delage, les étudiants issus de BTS, notamment de Mécanique et automatismes industriels, dispensé sur place, seront plus tard les chefs de projet censés faire le lien entre le bureau d'études ou le design et la réalisation d'un produit. Ils connaissent les matériaux, savent concevoir et tester un emballage. Leur département abrite de surcroît le centre de test (humidité, transport, écrasement...) d'emballage d'Atlantpack, destiné aux entreprises de la filière. «C'est vraiment une formation qui nous permet de quitter le domaine solaire, témoigne un étudiant. Nous avons la possibilité de créer et grâce au matériel, nous sommes en contact avec la réalité de terrain.»

Les batteries du futur seront construites à Châtelleraut

La première usine européenne de batteries au lithium-métal-polymère (LMP) sera construite à Châtelleraut et devrait commencer à fonctionner au début de l'année 2006. L'entreprise canadienne Avestor, filiale de la compagnie d'électricité québécoise Hydro-Québec et du groupe américain d'Oklahoma City Kerr McGee Chemical LLC, spécialisé dans l'énergie et les produits chimiques inorganiques, a annoncé un investissement de plus de 200 millions d'euros pour cette unité de production qui devrait employer environ 600 salariés.

La technologie de ces batteries de nouvelle génération est l'aboutissement de recherches lancées par Hydro-Québec dès 1979 et qui ont nécessité un investissement global de l'ordre de 500 millions de dollars US. Ces batteries, dont le coût actuel est de quatre à cinq fois supérieur aux batteries au plomb, ont l'avantage d'offrir des performances cinq à six fois supérieures en termes d'encombrement, de poids et de puissance, ainsi qu'une durée de vie qui dépasse dix ans. Elles sont utilisables dans les télécommunications, l'industrie et les véhicules électriques.

C'est après de long mois de négociations avec Ouest Atlantique que les dirigeants de l'entreprise québécoise, qui avaient visité plusieurs sites possibles en Europe, ont choisi le Poitou-Charentes. La proximité du pôle de sciences pour l'ingénieur de l'Université de Poitiers et de l'usine Heuliez de Cerizay, qui a une longue expérience dans la production de voitures électriques (associé avec le constructeur d'avions Dassault pour étudier un nouveau projet de véhicules électriques), a pesé dans leur décision. «Je crois à l'avenir du véhicule électrique, et la région est très avancée dans ce domaine, dit Tadek Borys, P-DG d'Avestor. Nous travaillons depuis plusieurs années avec Heuliez et Dassault sur ce sujet, et il est intéressant pour nous d'être à proximité d'un constructeur.» Avestor est à l'heure actuelle le seul fabricant au monde des batteries LMP dans son usine de Boucherville construite en 2002 près de Montréal, et destinée à alimenter le marché nord-américain. «Le marché de la batterie rechargeable représente, dans le monde, un chiffre d'affaires de 35 milliards de dollars, note Tadek Borys, et notre objectif à dix ans est de réaliser un chiffre d'affaires de 3 milliards de dollars.» Pour entrer dans les faits, la construction de l'usine de Châtelleraut est cependant encore suspendue à la conclusion par le groupe québécois de contrats significatifs en Europe.

Jean Roquecave



3^e prix : Laedium, boîte métallique lumineuse pour bouteille de cognac, habillée d'un zip. Maud Beucher et Emilie Mazeau (lycée Jean-Monnet) ont combiné un matériau simple : une boîte de conserve, éventuellement réutilisable en lampe, et le précieux attaché au luxe du cognac.

L'option cognaçaise

Au lycée Jean-Monnet, la nouvelle Formation complémentaire d'intérêt local (FCIL) Marketing et design packaging a attiré les diplômés de BTS Action commerciale. Ils seront, dans leur futur poste, chargés de coordonner les compétences, internes et externes à l'entreprise, participant à la création d'un emballage. Ces futurs responsables de projets acquièrent donc de solides bases dans des domaines divers : marketing, design, matériaux, aspects techniques, logistiques... La formation, sans équivalent en France, fait aussi une large place aux interventions de professionnels et aux stages.

Astrid Deroost



UNE RÉFÉRENCE NATIONALE

L'Institut national du design packaging, émanation du pôle régional de l'emballage Atlanpack, est né voici quelques mois à Cognac. Ses rôle et objectif : soutenir la créativité et l'innovation dans l'emballage, dans tous les secteurs d'activité. Et devenir le lieu français de référence pour ses adhérents – marques, distributeurs, fabricants d'emballage, designers – ainsi que le site national, unique, de référencement des emballages. Dès 2005, 5 000 emballages seront engloutis dans une banque de données mise à disposition des adhérents de l'INDP. «Le fabricant désireux de sortir un nouveau pot de yaourt pourra consulter la base et y trouver toutes les créations intéressantes avant de lancer son

2^e prix : *Glass box*, boîte de rangement pour six verres à long drink. Présenté par Jean-François Labrunie et Thomas Blanchard, le coffret en carton ou en plastique est le fruit d'un travail collectif au sein de la promotion Génie supérieur packaging du lycée Louis-Delage. Priplak, société de l'Oise, souhaite lancer l'industrialisation du coffret en plastique.

produit», explique Jean-Christophe Boulard, délégué général de l'INDP, en précisant que 35 000 nouvelles références de produits apparaissent chaque année sur le marché français. Par ses actions (Pack d'or, concours national Freepack, expositions thématiques itinérantes) et ses animations (lettres d'infos, colloques), l'INDP souhaite proposer des réflexions communes aux différents acteurs de la filière. Par exemple, sur la notion d'éco-label lors des rencontres professionnelles organisées le 6 avril à Angoulême sur le thème «Design, technologie et développement durable».

L'INDP entend également développer le conseil, la formation continue et initiale. «A Cognac, nous avons la responsabilité pédagogique des interventions professionnelles pour les formations packaging et nous allons lancer Créapack, un parcours pédagogique destiné aux primaires», poursuit Jean-Christophe Boulard. Avec Jean Balle, personnage dessiné par un auteur BD de l'atelier Sanzot d'Angoulême, les enfants inventeront l'emballage de leur choix.

Consommation enfantine : le champ du CEPE

La filière produits de l'enfant, créée à Angoulême en 1997 par l'Institut d'administration des entreprises (IAE) de l'Université de Poitiers, est devenue Centre européen des produits de l'enfant (CEPE). Ce nouvel intitulé souligne l'assise grandissante de ce pôle universitaire et l'unicité de ses formations en gestion liées à la consommation enfantine.

A la prochaine rentrée, les diplômés délivrés par le CEPE s'aligneront sur le nouveau schéma européen avec une licence des sciences de gestion et un master science du management. Ces titres remplaceront les actuels MST et DESS. A Angoulême, les futurs chargés d'études ou responsables marketing, chefs de produits, de marque, agents de licences abondent et croisent toutes les facettes de l'univers enfantin, le jouet, la mode, la

presse jeunesse, les jeux vidéo, les CD-Rom, le dessin animé ou l'audiovisuel ainsi que les règles de la norme ou de la propriété intellectuelle. Ils ont surtout, au regard d'autres formations commerciales, une spécificité forte.

«Nous formons des responsables qui ont une réelle connaissance de l'enfant, de son développement psychologique, moteur, de la manière dont il se socialise. Et les entreprises apprécient cet aspect sciences humaines que leur apportent nos étudiants», explique la directrice, Inès de la Ville, en se référant aux industriels qui mènent de réelles réflexions pour «développer des marques et un capital-confiance auprès des parents ou des enseignants».

Le CEPE, animé par une équipe pluridisciplinaire, vient d'être doté de locaux plus vastes et adaptés, avec notamment une

salle permettant d'observer le comportement de jeu des enfants ; et le centre de documentation constitue un fonds unique. Ces outils ont aussi pour vocation de favoriser le développement de la recherche. «Les masters professionnels doivent s'appuyer sur la recherche», poursuit la directrice, initiatrice de l'équipe Mesig (Marchés enfants stratégies industries globales), reliée au laboratoire Cerege (Centre de recherche en gestion) de Poitiers. Une publication *Management et consommation enfantine* doit d'ailleurs sortir cette année. Fin mars à Angoulême, le premier colloque, «Regards croisés sur la consommation enfantine», organisé par le CEPE, a rassemblé des professionnels des produits de l'enfant, des chercheurs, des responsables de programmes audiovisuels, venus d'Europe et d'outre-Atlantique.

Astrid Deroost

Le CEPE bénéficie du soutien du conseil général de la Charente, de la ville d'Angoulême, de la région Poitou-Charentes et de différents partenaires professionnels. 186, route de Bordeaux, Angoulême. 05 45 21 23 26