

GCE INFO

FORMATION EN INGENIERIE DU PACKAGING

IUT AVIGNON - Génie du Conditionnement et de l'Emballage, Agroparc - BP1207, 84911, AVIGNON
www.iut.univ-avignon.fr info-gce-iut@univ-avignon.fr Tel : 04 90 84 38 24 Fax : 04 90 84 38 15



LE PACKAGING : ÉLÉMENT ESSENTIEL DU MARKETING

Si le rôle "tertiaire" du conditionnement et de l'emballage est souvent abordé sous des aspects logistiques et transports (cf. le précédent bulletin G.C.E.), il convient de regarder aussi, au-delà de ses fonctions techniques, ses fonctions "marketing". En effet, l'emballage doit également répondre à trois grands objectifs : faire vendre le produit, informer le consommateur ou l'utilisateur et communiquer. De façon plus large, rappelons que le terme anglais "packaging", bien souvent privilégié à l'association emballage-conditionnement, regroupe le conditionnement, l'emballage et la valorisation à la vente d'un produit. Le packaging apparaît alors comme un des moyens de communication qui va permettre au consommateur de s'informer sur un produit, de le différencier d'autres produits concurrents et d'améliorer l'image de marque qu'il en a. Il devient ainsi un support à la mise en avant des atouts du produit par rapport aux attentes du consommateur.

Élément central de la politique commerciale de toute entreprise, qui se décline à travers les quatre constituants du marketing-mix (politiques de produit, de prix, de

distribution et de promotion), le packaging remplit quatre fonctions (José Requena, Techniques de l'ingénieur, Traité Génie Industriel). La "fonction alerte" qui doit attirer l'attention du consommateur sur le produit et l'inciter à aller vers lui. La "fonction attribution", elle, correspond à l'apparence que prend un produit sur le lieu de vente. La "fonction positionnement" qui doit transmettre au consommateur l'image que l'entreprise souhaite faire passer pour ses produits. Enfin, la "fonction information" qui, en plus des informations obligatoires, doit renseigner voire rassurer le consommateur à l'aide du nom du produit et de la marque, de la composition du produit et de son mode d'emploi, etc.

Dans un contexte de concurrence toujours plus forte et de mondialisation des échanges, on comprend donc bien que le packaging est un élément indissociable du produit et de son marketing. Ses enjeux conduisent désormais les entreprises à ne plus travailler seules sur ces aspects comme le montre le récent essor du métier de prestataires de services logistiques (PSL).

Carte d'identité

Nom : VALLA

Prénom : Julie

Promo : GCE 2003

Après un BAC S, Julie a intégré le DUT GCE en 2001. Elle nous raconte son parcours :

"Je recherchais une formation qui allie à la fois technique et créativité. Je connaissais le domaine du conditionnement et de l'emballage et j'ai trouvé que c'était un compromis intéressant entre ces deux domaines. Je me suis donc inscrite à la formation GCE de l'IUT d'Avignon. A la fin de cette formation, j'ai effectué un stage à la Société Méditerranéenne d'Emballage du groupe International Paper. A l'issue de mon stage, ils m'ont proposé un contrat d'apprentissage en tant que technicien méthodes et concepteur volume. J'ai ainsi pu suivre la formation de l'ESEPAC. Diplômée en août 2005, j'ai commencé à chercher du travail. Suite à une candidature spontanée, j'ai été appelée pour le poste de Responsable des



Études chez Seyfert Provence. Cette société fabrique du carton ondulé et le transforme en emballage. Mes fonctions consistent à mettre en place le bureau d'études (inexistant jusqu'à peu) permettant de répondre à la demande du client. Il s'agit de lui proposer des solutions packagings adaptés à ses besoins, tout en tenant compte des contraintes environnementales et de production mais aussi d'orienter la société vers de nouveaux marchés.

Je suis arrivée à mon but : allier créativité et compétences techniques, obtenir un poste avec des responsabilités, participer à l'évolution d'une société."

Sur vos agendas ...

Les dates marquantes :

- au mois de Mars 2007 le département organise une Journée Thématique sur l'Eco-Conception. Les détails sur cette journée regroupant professionnels, enseignants et étudiants dans notre prochain N°.

- Retrouvez la formation GCE au Forum des Etudes de l'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse le 03 Février 2007.

- La formation GCE est présentée dans les lycées et forums suivants : Arles (14/12), Montélimar (13/01), Nîmes (18/01), Bagnols/Cèze (27/01), Isle sur la Sorgue (17/03)...

Les Etoiles de l'Ondulé.

Cette année encore les étudiants du département GCE de l'IUT d'Avignon ont participé au concours des Etoiles de l'Ondulé. Ce concours, organisé par l'organisation interprofessionnelle du carton ondulé, met en compétition aussi bien les professionnels que les étudiants en vue de montrer le dynamisme et le savoir faire de la filière. Après le prix spécial Créativité décroché l'an dernier (créé pour l'occasion !!!), cette année 4 projets d'étudiants du département participaient à ce concours dans la catégorie "Jeune Etoile de l'Ondulé" et deux projets ont été récompensés. Il s'agit du projet de Benjamin Bossier associé à Simon

Counen et du projet de Sébastien Chardenal associé à Mounir Aroui. Les deux groupes ont travaillé sur le thème de l'emballage d'une bouteille unique. Le premier a remporté le Prix de la Créativité alors que le second a remporté la plus haute distinction : le prix de la Jeune Etoile Emballage.

Tous les résultats sur www.ondef.org rubrique "Actualités".



Le prix de la Jeune Etoile de l'Ondulé

L'idée développée consiste à présenter une bouteille unique de vin dans un emballage en carton ondulé. Cette bouteille se démarquera des autres de par l'innovation de son *package* : personnalisable en fonction de chaque type de vin.

L'emballage individuel proposé permet l'augmentation du support publicitaire par un accroissement de la surface du produit.

Bien qu'universel, cet emballage peut être décoré à façon et permet ainsi une meilleure reconnaissance du

produit par le consommateur dans les linéaires.

Cet emballage est donc particulièrement intéressant pour la communication sur un produit qui aurait besoin d'une re-dynamisation ou sur un produit nécessitant une stratégie de différenciation.

Par ailleurs, cet emballage facilite le transport et le service, du fait de la poignée. Il va de

soi que la couleur du vin est toujours facilement identifiable tout comme l'évolution du niveau dans la bouteille.

Finalement, et non des moindres, cet emballage propose une optimisation de son format "à plat" permettant de réduire les chutes.



Chez le négociant ...



... chez le consommateur.

... retrouvez l'autre projet gagnant dans notre prochain N°.

Infos pratiques...

Vous voulez :

- obtenir plus d'exemplaires pour les distribuer autour de vous
- abonner un ami, une connaissance
- recevoir cette lettre par e-mail
- recevoir chez vous un représentant du département pour une présentation : prenez contact avec le secrétariat du département
- par téléphone au 04 90 84 38 24
- par télécopie au 04 90 84 38 15
- par mail : info-gce-iut@univ-avignon.fr

Dernière minute :

- Recrutement d'exception cette année en 1^{ère} année : 34 étudiants.
- Un grand merci à Monsieur Mantoz de Cellutec et à Madame Strobbe du CTCPA Avignon pour avoir facilité l'obtention d'invitations pour l'entrée au Salon de l'Emballage de Paris du 20 au 24 Novembre. Grâce à leur action, 17 étudiants de 1^{ère} et de 2^{nde} année GCE ont pu accéder gratuitement à ce salon.