

## Relooking de la bouteille

### Objectif :

Comprendre l'importance stratégique du packaging dans le secteur des vins  
Connaître toutes les étapes pour faire un relooking de packaging pertinent  
S'inspirer d'autres secteurs pour innover dans le vin

### Contenu :

Le packaging, un outil stratégique sous-exploité dans le secteur des vins

1. Les différentes notions de packaging
2. Les composantes du packaging
3. Les différentes fonctions du packaging : d'une fonction logistique à une fonction de communication
  - \_ Fonctions logistique : protection, de transports,... (illustrations)
  - \_ Fonctions de communication : alerte, identification, reconnaissance, positionnement, informations,...
4. Le packaging : 1 élément du mix produit
5. Le packaging dans le secteur des vins : comparaison et diagnostic
  - \_ panorama des packagings des vins français (2 exemples : 1 dans le bordelais, 1 en Alsace)
  - \_ Panorama des packagings des vins du nouveau Monde
  - \_ Analyse de linéaires vins en grande distribution
  - \_ Diagnostic des packagings français
  - \_ Illustration de packagings français réussis

Relooker son packaging : Pourquoi et Comment ?

1. La loi Evin : un environnement légal qui rend le packaging encore plus stratégique
2. Quels sont les objectifs visés par un changement de packaging ?
  - \_ Intégrer une nouvelle cuvée dans une gamme existante
  - \_ Changer son image
  - \_ Lancer un packaging événementiel
3. Les étapes d'un travail packaging
  - \_ La méthodologie « puriste » (+ illustration)
  - \_ Le brief
  - \_ Les retours de l'agence design
  - \_ Le choix final du client : études qualitatives et quantitatives
  - \_ Post-test : études qualitatives et quantitatives
  - \_ L'adaptation de la méthode à des budgets plus réduits
  - \_ Le brief
  - \_ Les retours de l'agence ou de l'imprimeur
  - \_ Les critères de sélection

4. Faut-il adapter son packaging à l'export ? (illustration sur le marché chinois)

- \_ Les éléments intangibles
- \_ Les éléments obligatoires
- \_ Les autres éléments secondaires mais primordiaux

**Moyens pédagogiques :**

Supports papiers, vidéoprojecteur, Participation interactive, Petits ateliers de travail et réflexion, Possibilité de travailler à partir de leurs propres packagings

**Mode de validation des acquis :**

Attestation de suivi de la formation, modèle pouvant servir dans le montage d'un dossier VAE.

**Intervenant :** Laurence BERTHET-CHAO Kanpei marketing

**Durée :** 2 JourS

**Dates :** 6-7 février 2012

**Lieu :** Rouffach

**Tarif 2012 :**

<b><u>Statut</u></b>	<b><u>Tarif 2012</u></b>
Chef d'exploitation cotisant au VIVEA *	90 €
Salariés cotisant au FAFSEA	447 € (faire une demande individuelle au FAFSEA)
Autres fonds de formation (AGEFOS, OPCA2, OPCALIA...)	447 €

\* si prise en charge par le comité VIVEA et justificatif de cotisation à jour.