

Sigle du cours : **DGR-4211**
Titre du cours : **Design graphique : emballages**

Session : **hiver 2018**

Professeur : **Sylvain Allard**
Bureau : DE 3130
Courriel : allard.s@uqam.ca
Téléphone : (514) 987-3000 #2561

Groupes : **20** mardi 9:30 - 12:30 | 13:30 - 16:30
30 mercredi 9:30 - 12:30 | 13:30 - 16:30

Chargé de cours : **Louis Gagnon**
Courriel : louis.gagnon@paprika.com

Groupe : **21** mardi 18:00 - 21:00 | 21:00 - 23:30

Local de cours : **DE 3240**

Le blogue : **<http://packaginguqam.blogspot.ca/p/dgr42112018.html>**

DESCRIPTION

Étude de la création tridimensionnelle à travers la réalisation d'emballages.
Exploration des rapports formels et fonctionnels du design d'emballage.
Conception d'emballages innovants et axés sur le développement durable et éthique.

OBJECTIFS GÉNÉRAUX

Étudier le design graphique dans ses applications tridimensionnelles. Explorer les aspects formels et fonctionnels du design d'emballage. Analyser les problématiques liées à l'emballage de produits et rechercher des solutions créatives, fonctionnelles et réalistes. Réfléchir à l'importance d'une attitude environnementale responsable et proposer des solutions axées sur le développement durable.

Exploration des aspects suivants :

- Historique de l'emballage
- Nature, texture, matériaux et traitements
- Formes et fonctions
- Structures et mécanismes
- Surfaces et volumes
- Matériaux et traitements
- Image de marque
- Séduction et perception
- Développement durable
- Design responsable
- Éco-emballage

BUT DIDACTIQUE

Le design graphique ne se limite pas aux travaux bidimensionnels. Le designer doit cultiver son aptitude à concevoir des projets en trois dimensions et à étudier leurs relations dans l'espace. L'emballage fait appel à plusieurs spécialités ; le design graphique, le design industriel, le marketing, l'ergonomie, le design d'information, etc. L'emballage est un élément incontournable et essentiel du commerce.

C'est un design mesurable et ce tant, dans sa fonction (contenant) que dans sa capacité de communication (vente). Ce cours propose une exploration des grands thèmes de ce champ spécifique du design graphique.

Le cours proposera des travaux visant à explorer les différentes facettes du design d'emballage. Les connaissances acquises dans les autres cours du programme sont essentielles et permettent l'intégration de notions de graphisme, et de typographie requises pour le développement de projets d'emballages.

Le cours veut stimuler la créativité dans un contexte d'analyse, de recherche, d'exploration et d'innovation.

FONCTIONNEMENT DU COURS

La théorie se donnera sous forme de projections et de discussions.

Celles-ci sont intimement liées au développement des exercices et des projets.

Les cours proposeront tantôt une recherche sous forme d'exercices pratiques et tantôt des discussions et tantôt sous forme de recherche. Des présentations et des critiques se dérouleront lors de la remise de tous les travaux et exercices.

Retards : Sauf lorsque des circonstances incontrôlables comme une panne de métro ou une tempête de neige les retards au cours ne seront pas tolérés. Par respect pour les autres étudiants, pour le professeur et pour ne pas briser le rythme du cours, les retardataires devront attendre la pause avant d'entrer en classe. Le professeur n'est pas disposé à dispenser à nouveau sa matière que le retardataire aura à obtenir auprès de ses collègues de classe.

ATELIER ET EXERCICES

La période d'atelier aura lieu en après-midi à partir de 14h ou 21h. Les activités pour cette période sont inscrites sur le calendrier du plan de cours. Parfois, le professeur proposera des échanges critiques, et des démonstrations.

Cette période sera aussi réservée aux rencontres individuelles avec le professeur.

PROJETS

Le cours sera articulé autour des projets appliqués. Les travaux visent à explorer les différentes facettes du design d'emballage. Les projets seront réalisés dans un ordre logique et en tenant compte des notions vues en classe.

Les critères d'évaluation seront ; la recherche, l'analyse, la créativité, le respect des objectifs, le respect des échéances, la qualité du rendu et l'intégration des principes de design responsable.

À chaque étape, l'étudiant (te) rencontre le professeur et lui présente son travail.

BLOGUE

<http://packaginguqam.blogspot.ca/p/dgr42112018.html>

Le blogue est un outil pédagogique important dans ce cours. Il est une extension du cours et permet au professeur de communiquer des informations au groupe durant la semaine pour permettre une certaine flexibilité dans la progression du cours. Les étudiants ont la responsabilité de le consulter chaque semaine avant le cours.

ÉVALUATION

L'évaluation se fera de la façon suivante :

Projet 1	10 %
Projet 2 (équipe)	30 %
Projet 3	20 %
Projet 4 et 5	40 %
Total :	100 %

Critères d'évaluation des travaux :

Les travaux devront être remis à la date indiquée. (-15% / sem. de retard)
Les travaux devront être exécutés seuls sauf si indications contraires.
Les travaux devront respecter les critères demandés.

Note : Certains travaux seront conservés par les professeurs aux fins de vérification, d'expositions éventuelles et de documentation.
Ils seront disponibles à partir de mai 2018.

Note finale :

L'attribution de la note totale se fera selon l'échelle suivante :

A+	4,3	95 % à 100 %	Exceptionnel
A	4,0	90 % à 95 %	Excellent
A-	3,7	85 % à 90 %	Remarquable
B+	3,3	82 % à 85 %	Très bon
B	3,0	78 % à 82 %	Bon
B-	2,7	75 % à 78 %	Satisfaisant
C+	2,3	72 % à 75 %	Moyen
C	2,0	68 % à 72 %	Acceptable
C-	1,7	65 % à 68 %	Faible
D+	1,3	62 % à 65 %	Insatisfaisant
D	1,0	60 % à 62 %	Avertissement
E	0	0 % à 60 %	Échec

Échec :

La note finale échec pourra être donnée :

- **À tout étudiant (e) ne fournissant pas l'effort minimum exigé ;**
- **À la suite de 3 absences non justifiées ;**
- **À la suite de retards ou départs prématurés cumulatifs (9 heures) ;**
- **À la suite d'entêtement, quant à l'utilisation erronée de certains outils ou moyens de travail ;**
- **Suite à la remise tardive des travaux, en partie ou en totalité.**

Incomplet :

Il n'y aura pas de note «I» (incomplet) sauf dans les cas graves (...maladie ou autre).

Un formulaire prévu à cet effet doit être rempli par l'étudiant (e) deux semaines avant la fin de la session.

CALENDRIER

groupes 20, 21 | 30

sem.	jour mois	sujets	contenu des cours	ateliers	remises
1	09-10 01	plan de cours	historique de l'emballage	description du projet 1 et projet 2 choix d'un emballage à refaire	
2	16-17 01	écoconception :	contexte / matériaux / cycle de vie Fiche d'analyse et d'évaluation d'un emballage	présentation des emballages trouvés Formation des équipes de 2	P1
3	23-24 01	écoconception :	emballages / design / écoconception	Présentation des analyses et moodboard	
4	30-31 01	écoconception :	communication / expér. utilisateur / fin de vie et prototypes préliminaires	Présentation des concepts	
5	6-7 02	rencontres : Présentation des concepts et prototypes semi-finaux			
6	13-14 02	la marque, l'image		description du projet 3, 4 et 5	P2
7	20-21 02	raconter une histoire (storytelling)		rencontres individuelles	
8	27-28 02	SEMAINE DE LECTURE			
9	6-7 03	le discours de la marque		description du projet 4	P3
10	13-14 03	protéger, regrouper, conserver,		rencontres individuelles	
11	20-21 03	Cours atelier		rencontres individuelles	
12	27-28 03	informer, servir, interagir, séduire		description du projet 5	P4
13	3-4 04	Cours atelier		rencontres individuelles	
14	10-11 04	Cours atelier		rencontres individuelles	
15	17-18 04	Remise et critique finale			P3, P4 et P5

BIBLIOGRAPHIE

Librairie

Sylvain Allard éditeur	Avons-nous besoin d'un autre emballage? Sylvain Allard	ISBN: 978-2-920804-41-8
Sylvain Allard éditeur	Packplay Sylvain Allard	ISBN: 978-2-9814796-0-0
Viction Workshop Ltd	Eat Me: Appetite for Design intro : Sylvain Allard	ISBN: 978-9881943859
Sandu Cultural Media	The Art of Package design intro : Sylvain Allard	ISBN: 978-1-58423-434-0
Gestalten	Boxed and Labelled Two intro et textes : Sylvain Allard	ISBN: 978-3899553789
Boylston, Scott	Designing Sustainable Packaging, Laurence king	ISBN: 978-1-85669-597-8
Jedlicka, wendy	Packaging Sustainability, Wiley	ISBN: 978-1-85669-597-8
Stewart, Bill	Le design packaging, guide des métiers, Pyramyd	ISBN: 978-2-35017-140-1 / G44189
Gestalten	Boxed and Labelled, Gestalten	ISBN: 978-3-89955-252-2
Victionary	Simply Packaging, Victionary	ISBN: 978-988-98229-5-8
Peltier, Fabrice	Éco-design / chemins vertueux, IDPack, Pyramid	ISBN: 978-2-35017-085-5
Peltier, Fabrice, Lemoine, R.	La boîte / solution d'avenir, IDPack, Pyramid	ISBN: 2-35017-050-0
Cheung, Victor	It's a matter of Packaging	ISBN: 962-86504-8-3
Hargreaves, Ben	Eat Me: delicious, desirable, successful food packaging design	ISBN: 288046773X
Mono Design	This End Up: Original Approaches to Packaging Design	ISBN: 2880466482
Calver, Giles	What Is Packaging Design (Essential Design Handbooks)	ISBN: 2880466180
Fishel, Catharine	The Perfect Package	ISBN 1-59253-012-5
Fishel, Catharine	Design Secrets ; Packaging	ISBN 1-59253-006-0
Mason, Daniel	Experimental Packaging	ISBN 2-88046-509-5
Hine, Thomas	The Total Package	ISBN 0-316-36480-0
Cliff, Stafford	50 Trade Secrets of Great Design Packaging	ISBN 1-56496-872-3
Dennison, E. et Cawthray, R.	Packaging Prototypes	ISBN 2-88046-389-0
Wheeler, Alina	Designing Brand Identity	ISBN 0-471-21326-8
Terence Conray	On Design	ISBN 155 1920530
Uchida, Mitsuhashi	Interior Design	ISBN 3 89268 048 5
Peplin Press	Structural Package designs	ISBN 90 5496 051 5

PLAGIAT

Règlement no 18 sur les infractions de nature académique

Tout acte de plagiat, fraude, copiage, tricherie ou falsification de document commis par une étudiante, un étudiant, de même que toute participation à ces actes ou tentative de les commettre, à l'occasion d'un examen ou d'un travail faisant l'objet d'une évaluation ou dans toute autre circonstance, constituent une infraction au sens de ce règlement

La liste non limitative des infractions est définie comme suit :

- la substitution de personnes ;
- l'utilisation totale ou partielle du texte d'autrui en le faisant passer pour sien ou sans indication de référence ;
- la transmission d'un travail pour fins d'évaluation alors qu'il constitue essentiellement un travail qui a déjà été transmis pour fins d'évaluation académique à l'Université ou dans une autre institution d'enseignement, sauf avec l'accord préalable de l'enseignante, l'enseignant ;
- l'obtention par vol, manoeuvre ou corruption de questions ou de réponses d'examen ou de tout autre document ou matériel non autorisés, ou encore d'une évaluation non méritée ;
- la possession ou l'utilisation, avant ou pendant un examen, de tout document non autorisé ;
- l'utilisation pendant un examen de la copie d'examen d'une autre personne ;
- l'obtention de toute aide non autorisée, qu'elle soit collective ou individuelle ;
- la falsification d'un document, notamment d'un document transmis par l'Université ou d'un document de l'Université transmis ou non à une tierce personne, quelles que soient les circonstances ;
- la falsification de données de recherche dans un travail, notamment une thèse, un mémoire, un mémoire-crédation, un rapport de stage ou un rapport de recherche.

Les sanctions reliées à ces infractions sont précisées à l'article 3 du Règlement no 18

Pour plus d'information sur les infractions académiques et comment les prévenir :
www.integrite.uqam.ca

POLITIQUE 16 SUR LE HARCÈLEMENT SEXUEL

Le harcèlement sexuel se définit comme étant un comportement à connotation sexuelle unilatéral et non désiré ayant pour effet de compromettre le droit à des conditions de travail et d'études justes et raisonnables ou le droit à la dignité.

La Politique 16 identifie les comportements suivants comme du harcèlement sexuel :

1. Manifestations persistantes ou abusives d'un intérêt sexuel non désirées.
2. Remarques, commentaires, allusions, plaisanteries ou insultes persistants à caractère sexuel portant atteinte à un environnement propice au travail ou à l'étude.
3. Avances verbales ou propositions insistantes à caractère sexuel non désirées.
4. Avances physiques, attouchements, frôlements, pincements, baisers non désirés.
5. Promesses de récompense ou menaces de représailles, implicites ou explicites, représailles liées à l'acceptation ou au refus d'une demande d'ordre sexuel.
6. Actes de voyeurisme ou d'exhibitionnisme.
7. Manifestations de violence physique à caractère sexuel ou imposition d'une intimité sexuelle non voulue.
8. Toute autre manifestation à caractère sexuel offensante ou non désirée.

Pour plus d'information :

http://www.instances.uqam.ca/ReglementsPolitiquesDocuments/Documents/Politique_no_16.pdf

Pour rencontrer une personne ou faire un signalement :

Bureau d'intervention et de prévention en matière de harcèlement :
514-987-3000, poste 0886

<http://www.harcelement.uqam.ca>

Politique no 23 sur l'évaluation des enseignements

L'Université doit veiller à la qualité et à la pertinence de ses programmes de formation, des contenus des cours et des stratégies pédagogiques utilisées dans les activités d'enseignement. À cette fin et entre autres moyens, l'Université privilégie la tenue d'un processus d'évaluation des enseignements par les étudiantes, les étudiants. La viabilité de ce processus est tributaire de la participation des étudiantes, des étudiants et des professeurs, des professeurs, des chargées de cours, des chargés de cours, des maîtres de langues ainsi que de toutes les instances concernées. Une période d'évaluation sera tenue en classe à la 12e ou 13e semaine du trimestre.

Pour plus d'information :

http://www.instances.uqam.ca/ReglementsPolitiquesDocuments/Documents/Politique_no_23.pdf

Conserve | la boîte réinventée

La tâche

Choisir une boîte de conserve existante et idéalement dont le graphisme et l'image laissent à désirer.
Revoir et concevoir entièrement l'étiquette avec une approche innovatrice et créative.
Revoir l'approche graphique dans son ensemble en gardant en tête que le produit doit être reconnaissable, désirable et appétissant.

L'étiquette doit contenir la même information que l'étiquette originale.
Présenter l'originale et la nouvelle version en classe.

Échéancier :

16-17 janvier 2018

Remise et présentation de la boîte originale et du nouveau design

Avant | Après

Équipe	Il s'agit d'un projet en équipe de 2 personnes	
Recherche	<p>Analyser un emballage existant et faire ressortir les points faibles et les points plus performants. L'emballage de départ peut être dans n'importe quel secteur commercial (quincaillerie, électronique, médicale, cosmétique, etc.) Remplir la grille d'analyse en format PDF en prenant en compte tous les éléments d'évaluation présentés plus bas sur cette page.</p> <p>À partir de cette grille d'analyse, déterminer les aspects à être amélioré pour cet emballage. (S'il n'y a rien de significatif à améliorer, c'est que vous avez déjà un écoemballage et donc, il faut alors changer d'emballage)</p>	
La tâche	<p>Suite à l'analyse de l'emballage choisi, concevoir un nouvel emballage qui serait une option répondant aux critères d'écoconception. L'intervention peut proposer des matières plus écologiques, une réduction de matière, une meilleure conception, une meilleure communication environnementale, une prise de position écologique, etc.</p> <p>La marque du produit/emballage peut être complètement modifiée graphiquement, mais le produit doit être le même ou offrir le même service. <i>Exemple : S'il s'agit d'ampoules électriques de marque GE, le nouvel emballage doit proposer les mêmes ampoules électriques, mais pourrait avoir une nouvelle marque ou un nouveau graphisme pour GE.</i></p>	
Échéancier :	<ol style="list-style-type: none"> 1. création des équipes et mises en commun des recherches d'emballages 2. moodboard / concept préliminaire / remise de l'analyse 3. prototype semi-final + visuel 4. Remise et présentation des projets finaux 	<p>09-10 janv. 2018</p> <p>23-24 janv. 2018</p> <p>7-8 févr. 2018</p> <p>13-14 févr. 2018</p>
À remettre :	<ol style="list-style-type: none"> 1. L'emballage choisi et son contenu. 2. Votre grille d'analyse en format PDF 3. Un moodboard et les étapes de développement du projet 4. Le prototype final de votre concept 	

Marque et emballages | **Produit X** (sera annoncé ultérieurement)

Il s'agit d'un projet de design de marque et d'emballages pour un produit alimentaire de base proposé qui s'articule en trois temps :

- A. Projet 3 : l'identité de marque
- B. Projet 4 : une application d'un emballage de produit pour l'épicerie (transformé, conditionné)
- C. Projet 5 : une application d'emballage pour le produit dérivé (prêt à consommer, cuisiné, préparé)

La première partie du travail consiste à faire une recherche sur le produit, comment il est produit (fabriqué), dans quelle région est-il produit, pourquoi, etc. La première étape consiste à développer « l'histoire de produit ». Elle vise à construire et créer une identité forte et unique pour le produit. L'histoire réelle ou inventée peut-être anecdotique, mythique, humoristique, dramatique, métaphorique, etc.

P3 : l'identité de marque

Développer une marque et proposer une trame narrative basée sur une ou plusieurs valeurs durables fortes (biologique, équitable, écologique, sans OGM, etc.) Suite à cette recherche et à la rédaction brève de l'histoire du produit, développer un nom et une identité de marque (logotype, symbole, etc.).

Cette partie du travail sera remise format PDF (tableau horiz.) à la fin de la session, mais elle sera évolutive et sa progression sera présentée à chacune des étapes.

À la remise finale, elle comprendra les points suivants :

Histoire du produit (producteur)
 Moodboard
 Symbole, image, logotype
 Slogans, exergues autres éléments textuels et graphiques
 Remise : 6-7 mars 2018

P4 : l'emballage d'épicerie

Emballage et image pour l'épicerie
 Photos emballage de l'épicerie (P3)
 Remise : 27-28 mars 2018

P5 : l'emballage prêt à consommer

Emballage et image pour produit dérivé
 Remise : 17-18 avril 2018
 Remise finale de P3, P4 et P5 : 17-18 avril 2018