

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

Session : **hiver 2017**

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/cours-hiver-2016.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 est intimement liée 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 et exercices. 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

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 :

Exercice	10 %
Projet 1	30 %
Projet 2	30 %
Projet 3	30 %
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 2015.

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
PROJET 1					
1	10-11 01	plan de cours et projets	historique de l'emballage discussion sur des emballages	description du projet 1 exercice 1	
2	17-18 01	styles	critique de l'exercice 1 tournage documentaire (18 jan.)	rencontres en petits groupes	exercice 1
3	24-25 01	raconter une histoire	présentation des moodboard (projet 1)	rencontres en petits groupes	
4	31-1 01-02	cours conférence (gr 20-30)	invitée : Geneviève Dionne ÉEQ		
5	7-8 02		rencontres individuelles sur rendez-vous prototypes semi-finaux		
PROJET 2					
6	14-15 02	cycle de vie	remise et critique du projet 1	description du projet 2	projet 1
7	21-22 02		présentation recherche (recherche, matériaux, produit)	rencontres des équipes	
8	28-1 02-03		SEMAINE DE LECTURE		
9	7-8 03	matériaux et cycle de vie	prototypes semi-finaux	rencontres des équipes	
10	14-15 03	expérience usager	présentation et critique du projet 2 description du projet 3		projet 2
PROJET 3					
11	21-22 03	écodesign	présentation des sujets choisis		
12	28-29 03	écodesign	rencontres par petits groupes		
13	4-5 04	cours atelier	rencontres par petits groupes		
14	11-12 04	cours atelier	rencontres individuelles		
15	18-19 04	critique finale	bilan et critique du cours		
					projet 3

BIBLIOGRAPHIE

Librairie

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
Pepin Press	Structural Package designs	ISBN 90 5496 051 5

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

KD | la boîte réinventée

Le sujet

Le Kraft Dinner ou Dîner Kraft, aussi connu sous le nom de Macaroni et fromage Kraft ou Macaroni au fromage Kraft, est un mélange de pâtes (habituellement macaroni) et de poudre au fromage, originaire du Canada. Le produit a été introduit en 1937 aux États-Unis par la compagnie maintenant connue sous le nom de Kraft Foods Group.

Les premiers dîners macaronis et fromage de Kraft sont apparus dans les marchés au Canada en 1937. Ces boîtes coûtaient alors seulement 0,19 \$ chacune. Lors de la Deuxième Guerre mondiale, il y avait plusieurs restrictions sur le fromage et sur la viande au Canada. Les gens trouvaient donc que les macaronis au fromage Kraft étaient une nourriture très consistante et comme c'était très peu coûteux, ils les ont rapidement adoptés.

En 2015, le Kraft Dinner change de nom, et devient KD. Selon la multinationale, 80% des Canadiens (anglais) désignent déjà Kraft Dinner sous le nom de KD : « Nous avons simplement voulu simplifier le nom du produit pour plaire à nos consommateurs », selon la directrice de marque de KD au pays, Kristen Eyre. <http://www.lagrandegourmandise.org/blogue-disp.asp?i=43>

La tâche

À partir des mêmes informations contenues sur la boîte actuelle, vous devez créer un nouvel emballage répondant à un nouveau critère qui vous sera imposé.

La boîte en carton devra être du même format.

Le logo peut être modifié ainsi que tous les éléments graphiques. L'emballage doit rester appétissant et référer au produit sans nécessairement présenter le produit dans l'assiette.

Pour inspirer votre démarche, vous pourriez choisir de mettre une emphase sur un aspect alimentaire, culturel, un rituel ou un autre aspect auquel vous pourriez associer le produit.

Échéancier :

17-18 janvier 2017

Remise et présentation de la boîte originale et du nouveau design

Tournage d'un documentaire :

Le KD est le sujet d'un documentaire produit par DBCom média pour la chaîne TV5. L'équipe de tournage sera présente le mercredi 18 janvier 2017 pour filmer vos résultats. Tous les étudiants des 3 groupes sont cordialement invités à venir assister au tournage selon leur disponibilité.

Un produit local et bien de chez nous

Sujet	Commencez d'abord par choisir un produit alimentaire typiquement familial ou local. Le produit peut aussi référer à une recette de famille, une légende, ou un ingrédient unique, un savoir faire secret, une utilisation particulière, un rituel associé à un personnage particulier de votre famille proche, élargie ou inventé. La communication visuelle doit valoriser le produit local, la qualité des ingrédients et un mode de distribution local.								
Création	Le projet consiste à développer une marque et un emballage ce produit. Le produit, la marque, la typographie, les illustrations et tous les autres éléments visuels doivent en évoquer l'histoire, le lieu de fabrication et l'origine. <i>*Le produit alimentaire choisit doit avoir une grande pérennité ou être simulé pour pouvoir se conserver sans risque de fermentation, détérioration ou décomposition. (merci :-)</i>								
Recherche	La recherche doit être envoyée au professeur en format pdf la veille ou le jour même de la remise. La première page du pdf doit en un paragraphe décrire le produit, et en définir la spécificité locale, l'histoire ou le rituel associé etc. La deuxième page consiste en une description claire en un paragraphe (50-60 mots) du concept d'emballage et de l'image graphique. La troisième page de la recherche doit être le moodboard qui servira de référence tout au long du développement du projet. Le moodboard peut être mis à jour tout au long du concept et doit être présenté en version imprimée à chaque rencontre avec le professeur. Dans la recherche finale, le moodboard devrait témoigner de l'évolution du projet incluant les changements majeurs. Comparables, esquisses, maquettes préliminaires etc.								
Échéancier :	<table> <tr> <td>1. Présentation choix du produit, histoire et moodboard</td> <td>17-18 janvier 2017</td> </tr> <tr> <td>2. Présentation du concept et moodboard</td> <td>24-25 janvier 2017</td> </tr> <tr> <td>4. Présentation des prototypes préliminaires + image de marque</td> <td>7-8 février 2017</td> </tr> <tr> <td>5. Remise et présentation du projet final</td> <td>14-15 février 2017</td> </tr> </table>	1. Présentation choix du produit, histoire et moodboard	17-18 janvier 2017	2. Présentation du concept et moodboard	24-25 janvier 2017	4. Présentation des prototypes préliminaires + image de marque	7-8 février 2017	5. Remise et présentation du projet final	14-15 février 2017
1. Présentation choix du produit, histoire et moodboard	17-18 janvier 2017								
2. Présentation du concept et moodboard	24-25 janvier 2017								
4. Présentation des prototypes préliminaires + image de marque	7-8 février 2017								
5. Remise et présentation du projet final	14-15 février 2017								

Avant | Après

Équipe

Il s'agit d'un projet en équipe de 2 personnes

Recherche

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, alimentaire, etc.) Créer une grille d'analyse en format PDF en prenant en compte tous les éléments d'évaluation présentés plus bas sur cette page.

À partir de cette grille d'analyse, déterminer les aspects à être améliorés 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)

La tâche

Concevoir un nouvel emballage qui serait une alternative répondant à des 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.

La marque du produit/emballage peut être complètement modifiée graphiquement, mais le produit doit être le même ou offrir le même service. *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.*

Échéancier :

1. création des équipes et mises en commun des recherches d'emballages	14-15 fév. 2017
2. moodboard / concept préliminaire / remise de l'analyse	21-22 fév. 2017
3. SEMAINE DE LECTURE / développement du concept	28 fév.-1 mars. 2017
4. prototype semi-final + visuel	7-8 mars. 2017
5. Remise et présentation des projets finaux	14-15 mars 2017

À remettre :

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

EXPÉRIENCE UTILISATEUR et RÉUTILISATION | Packplay II

Description

Ce projet s'inscrit dans le cadre du projet et concours international Packplay2.

Il consiste à créer un emballage centré sur l'utilisateur et offrant une valeur ajoutée, un service ou une deuxième utilisation.

Une description plus élaborée du projet sera disponible d'ici la mi-session.