

La Paris Packaging Week affirme son statut de premier salon de l'innovation avec une hausse de 30% de visiteurs

C'est l'heure du bilan pour ADF, PCD, PLD et Packaging Première, les salons de la Paris Packaging Week qui a fermé ses portes le 26 janvier dernier après 2 jours de rencontres très intenses. Pour la première fois de son histoire, **cet événement international**, organisé par Easyfairs, réunissait, Porte de Versailles à Paris, non pas 3, mais **4 grands salons dans le domaine de l'innovation packaging** : PCD pour les produits de beauté, PLD pour les boissons premium, ADF pour les aérosols et systèmes de dispensing, et le nouveau Packaging Première pour les produits de luxe. Ce rendez-vous incontournable des acteurs de l'emballage a attiré, durant deux jours, **12 747 personnes, soit 8 988 visiteurs, une augmentation de 30% par rapport aux éditions de juin 2022 et janvier 2020, représentant plus de 2 500 marques et agences de design**. Tous sont venus s'inspirer, networker ou présenter leurs dernières innovations, confirmant le statut de leader de la Paris Packaging Week sur son secteur.

“

Nous sommes extrêmement satisfaits des résultats de cette édition, qui renouait avec son calendrier historique après deux années perturbées par la pandémie. Nous avons, une nouvelle fois, démontré la pertinence de ce rendez-vous pour les professionnels du packaging et les marques qui font appel à eux. Le nombre de visiteurs est en constante augmentation et l'arrivée de Packaging Première, dédiée à l'univers du luxe, a suscité l'intérêt de grands noms qui n'étaient pas encore venus sur cet événement. Entre les exposants, les conférences et les Awards, Paris Packaging Week a ainsi fait vivre l'innovation packaging dans ses allées, avec professionnalisme et enthousiasme.

”



souligne
Josh Brooks,
Directeur marketing
de la Paris
Packaging Week.

Paris, capitale du packaging

Plus de 2 500 marques, dont les plus grands noms tels que LVMH, L'Oréal, Chanel, Gucci, Unilever, Estée Lauder, Pernod Ricard, Diageo, Rémy Cointreau et bien d'autres ont envoyé leurs équipes (responsables des achats, du design, de l'innovation, du marketing, de l'emballage, de la logistique...) **sur la Paris Packaging Week. Leur but** : identifier de futurs partenaires parmi les fabricants et exposants présents; s'inspirer des lauréats des Packaging Innovation Awards; découvrir les dernières nouveautés dans le domaine de l'emballage primaire et secondaire; s'informer et débattre lors des nombreuses conférences et talks organisés durant les deux jours de l'événement.



Pour son édition 2023, la Paris Packaging Week réunissait 4 grands salons, dont, pour la toute première fois dans la capitale, Packaging Première, dédié à l'emballage dans l'univers du luxe, de l'épicerie fine, des accessoires, de la joaillerie et de la mode. Cette nouveauté a attiré des fournisseurs et grandes marques qui n'étaient pas encore présentes sur l'événement, tandis que les salons historiques ont réédité leurs succès des années précédentes :



PCD
THE FUTURE OF PERFUME
COSMETICS & PERSONAL
CARE PACKAGING

PCD,
le premier salon
d'innovation
packaging pour les
parfums, cosmétiques
et produits de soins.



PLD
THE FUTURE OF
PREMIUM DRINKS
PACKAGING

PLD,
le salon
incontournable
pour l'emballage
des boissons
premium.



ADF
THE FUTURE OF
AEROSOL & DISPENSING
PACKAGING

ADF,
le seul événement
mondial dédié à
l'innovation des
aérosols et systèmes
de dispensing.



**PACKAGING
PREMIÈRE**
THE FUTURE OF
LUXURY
PACKAGING

Packaging Première,
le salon parisien
dédié à l'emballage
des produits de luxe.

ADF a également profité d'un accord inédit avec la FEA, la Fédération Européenne des Aérosols, qui regroupe 28 associations nationales de l'industrie des aérosols dans le monde. En combinant, pour la première fois, son salon bi-annuel Global Aérosol Events avec ADF, elle a permis d'en renforcer l'impact et l'attractivité.



L'évènement où s'imagine le futur de la filière

Bien plus qu'un lieu d'exposition, la Paris Packaging Week se veut avant tout un espace d'innovation.

Parmi ses animations incontournables, **ADF, PCD et PLD ont une nouvelle fois créé l'évènement**. Incarnant les compétences et talents exceptionnels des marques et fabricants, les **27 lauréats 2023 récompensés** dans 3 catégories correspondant aux salons ADF, PCD et PLD, ont été dévoilés lors de cérémonies très suivies. Leurs innovations, ainsi que celles de l'ensemble des 55 finalistes, ont été mises à l'honneur au sein de la Galerie des Innovations Awards.



Voici les lauréats des Awards décernés par les trois jurys :

PCD Innovation Awards

- Armani Code Le Parfum - **L'Oréal**
- L'Eau D'Issey Pour Homme - Eau&Cèdre - **Shisiedo et Quadpack**
- Paco Rabanne Fame - **PUIG**
- Dries Van Noten - **PUIG**
- Les Exclusifs Coffret d'Exception Extrait Sycomore **Chanel Parfums**

Beauté

- MAC Holiday 2022 Advent Calendar - **The Estée Lauder Companies et Knoll Packaging**

- Mascara Noir Allure - **Chanel Parfums Beauté**
- Rouge Allure Extrait Lipstick - **Chanel Parfums Beauté**
- Elgydium Bio - **Pierre Fabre**

- Dispenser With Ultralight Sustainable Ecorefill - **L'Occitane En Provence**

- Future Fully Recyclable et Mono-Material Pump **Dermologica et Aptar**

Beauty + Home

- N°1 De Chanel Crème Revitalisante - **Chanel Parfums Beauté**

ADF Innovation Awards

- Biore U The Body - **Kao**
- Paco Rabanne Fame déodorant - **PUIG & ENVASES GROUP**
- Refillable Bag-on-Valve - **Coster Group**
- Foil2Can - **TUBEX et Isimat GmbH Siebdruckmaschinen**
- Eco Dropper - **Yonwoo**
- CG-HP40 Multigun - **Novatech et Altachem et Lindal Group**

PLD Innovation Awards

- Degustation Kit Perrier-Jouët - **Pernod Ricard**
- Havana Club 7 Años x Burna Boy Limited VIP Edition - **Havana Club, Pernod Ricard**
- Découverte Perpétuelle, Distillerie Piron - **Maison Linéa**
- Single Malt Whisky Loyal Bandit, Draup Spirits - **Maison Linéa**
- Noblige - **Martell, Pernod Ricard**
- Etui Crayères Dom Ruinart - **Dom Ruinart, Pusterla 1880 et James**

Cropper

- Alfred & Joe - **Edmond de Rothschild et SAS Bemad**
- Veuve Clicquot Ice Jacket - **Veuve Clicquot et ATS**
- Dom Pérignon x Lady Gaga End of Year Edition - **Dom Pérignon et Pusterla 1880**
- XO End of Year 22-23 Edition - **Rémy Martin, Groupe Rémy Cointreau et Hucais Packing Arts Europe**



Les résultats complets
des Innovations Awards
sont à retrouver ici :
parispackagingweek.com/awards



Faire découvrir la nouvelle génération de designers

La Paris Packaging Week 2023 a également été l'occasion de **valoriser la nouvelle génération de designers au travers de la 7^{ème} édition du concours des étudiants**, conduit en partenariat avec l'ESEPAC et l'ESP. Les jeunes créatifs ont été inspirés par un **brief** préparé par la marque Estée Lauder sur le thème : « **Comment créer des expériences de consommation uniques pour les fragrances et le maquillage, en mettant en avant l'artisanat pour les consommateurs du luxe** ».

Un autre défi, mené cette fois avec les élèves de l'ESIREIMS, a **interrogé le design de l'emballage secondaire du rouge à lèvres « Liquid Matte » et du packaging primaire du parfum « Kayali », de la marque Huda Beauty**. Là-aussi, les étudiants ont su faire preuve d'ingéniosité et de créativité pour réinventer ces contenants au regard des **grands enjeux environnementaux**.

Pour davantage d'informations sur les projets, visiter www.parispackagingweek.com



Les visiteurs ont également fait le plein d'inspiration en matière de **design packaging**, en visitant **la galerie des Pentawards**, réunissant le meilleur de l'innovation dans ce domaine, avec une **présentation des créations des lauréats** ayant marqué l'édition 2023, sélectionnées parmi les plus impactants au monde.



Plus de 100 intervenants pour des talks inspirants

Pour faire vivre le débat dans ses allées, la Paris Packaging Week a multiplié les rendez-vous, parmi lesquels ses quatre théâtres de talks. **Plus de 100 intervenants influents, experts de renommée mondiale, ont proposé un contenu technique et inspirant de grande qualité aux visiteurs.**

Parmi les thèmes abordés cette année : produire de façon plus durable ; résoudre les problèmes d'approvisionnement dans un contexte de pénurie et de hausse du coût des matières premières ; intégrer l'inclusivité et la diversité dans le design des packagings ; l'intelligence artificielle et son rôle dans le design...

Sans oublier les sujets réglementaires, autour des plastiques et de l'emballage à usage unique. **Ce sont ainsi toutes les thématiques d'actualité ou plus prospectives qui ont été abordées dans les univers de la beauté, du luxe, des boissons et des aérosols.**



Pour poursuivre les débats, les visiteurs ont pu se retrouver dans les **nombreux espaces de networking** balisant le salon, faisant de la **Paris Packaging Week, un véritable laboratoire d'idées.**

Enfin, parce que l'emballage durable est au cœur de la préoccupation des marques, les **Eco-Tours** ont une nouvelle fois été plébiscités, permettant de **faciliter la mise en relation entre les marques et les fournisseurs pour imaginer les produits qui façonneront l'avenir.**

Les prochaines rencontres de la Paris Packaging Week, déjà très attendues par les participants et visiteurs, se dérouleront les 17 et 18 janvier 2024, à Paris Expo Porte de Versailles.

À propos d'Easyfairs

Easyfairs organise et accueille des événements visant à rassembler des communautés et à leur offrir une vision de l'avenir. Le groupe organise actuellement 200 événements dans 14 pays (Algérie, Belgique, Danemark, Finlande, France, Allemagne, Italie, Pays-Bas, Norvège, Portugal, Espagne, Suède, Suisse et Royaume-Uni) et gère huit halls d'exposition en Belgique, aux Pays-Bas et en Suède (Anvers, Gand, Malines-Bruxelles Nord, Namur, Gorinchem, Hardenberg, Malmö et Stockholm). Les équipes d'Easyfairs sont animées par la volonté de faciliter la vie de leurs clients, d'augmenter le retour sur investissement et d'optimiser leur temps grâce à des formules « all inclusive », une technologie avancée et une approche centrée sur le client. Ses produits et outils digitaux offrent à ses communautés d'excellentes occasions de nouer des contacts efficaces et de faire des affaires tout au long de l'année. Le groupe Easyfairs emploie 700 talents très engagés, déploie les meilleurs outils marketing et technologiques et développe des marques attrayantes et pertinentes pour ses communautés. En 2018, Easyfairs a été élu « Entrepreneur of the Year » en Belgique et certifié « Great Place to Work ». En 2022, il s'est vu décerner le titre de « Best Managed Company » par Deloitte pour la quatrième année consécutive. Easyfairs est fier de faire partie du top 20 des organisateurs de salons dans le monde, selon le classement annuel de l'AMR.

Visitez le futur avec Easyfairs et découvrez-en davantage sur le groupe : <https://www.easyfairs.com/>