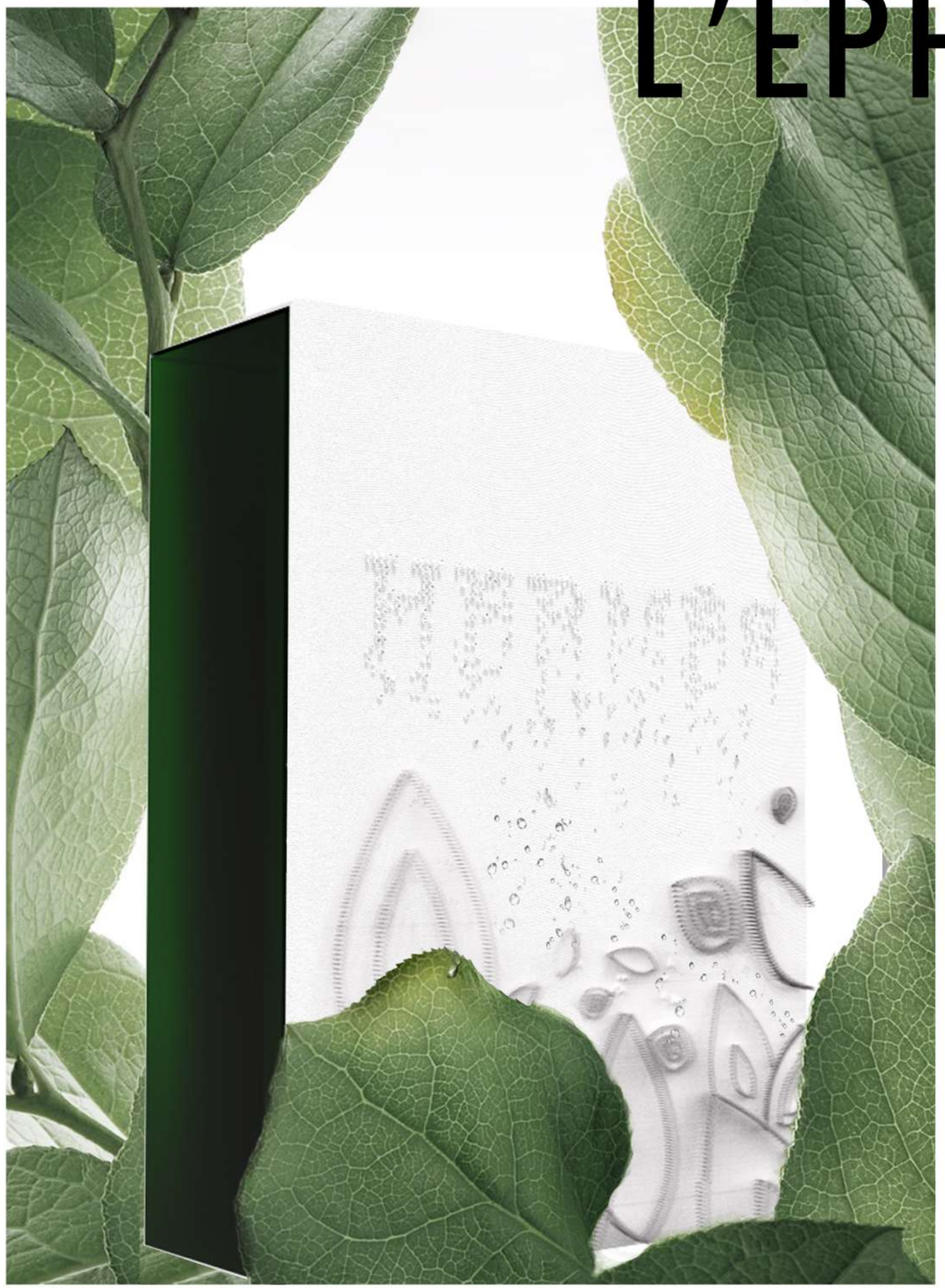
L'ÉPHÉMÈRE

Souvenir d'une rosée matinale



Les gouttes qui reflètent la lumière sont magnifiques, mais cette beauté reste souvent fugitive, étant observée en tant que phénomène naturel instantané. C'est une simple coïncidence qui nous fournira l'occasion de contempler la beauté luisante des feuilles encore humide de la rosée du matin ou celle de la pluie tombant de l'auvent d'une maison. J'ai cherché ici à mettre en valeur ce phénomène fugace et magique en le recréant sur le packaging d'un parfum floral.

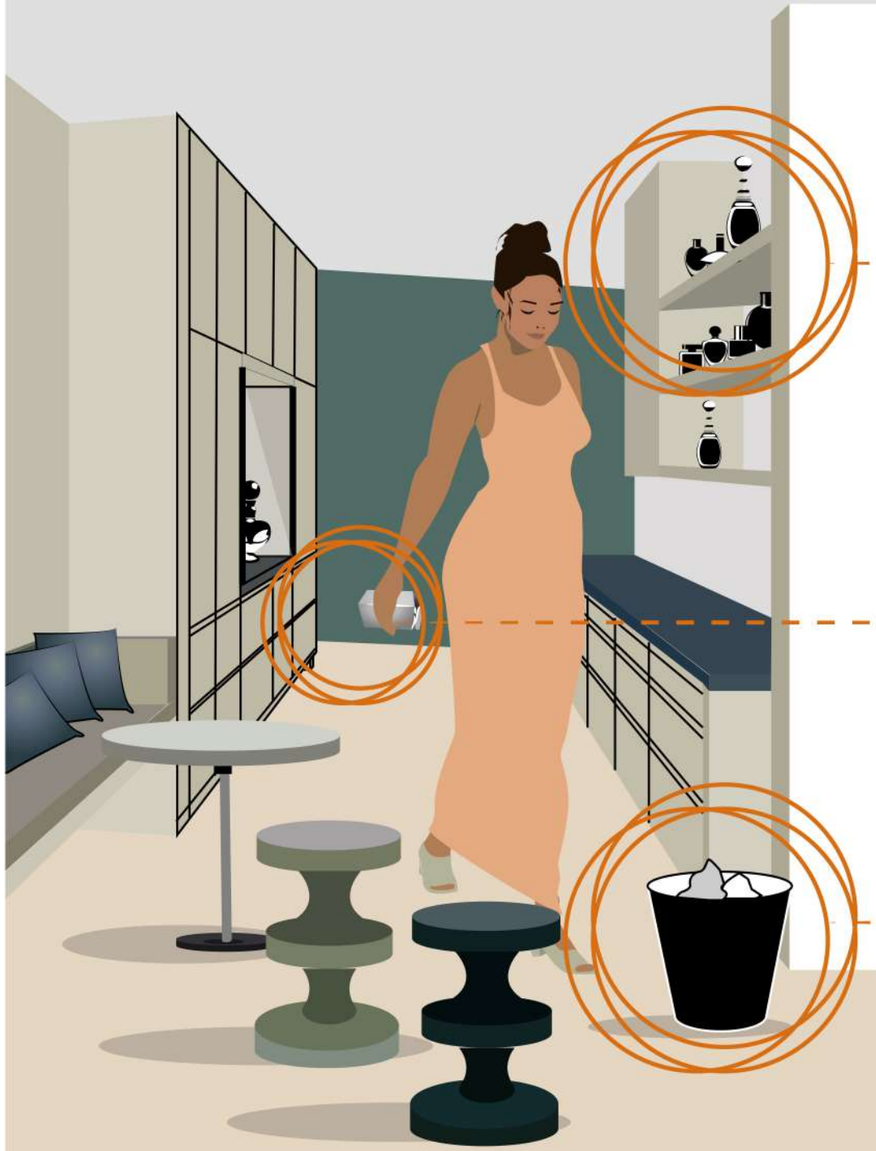
Ce projet s'intéresse donc à l'art de la parfumerie et à la mise en valeur du produit au sein de son packaging.

GAINERIE 91

Laura Thulièvre

L'ÉPHÉMÈRE

Constats & Enjeux



Avant de le découvrir par notre odorat, nous approchons le parfum d'abord par le regard, à travers l'image qu'il nous transmet.
Véritable madeleine de Proust, le flacon est souvent gardé comme objet décoratif.

Le packaging fait partie intégrante de l'expérience client, que cela soit d'un point de vue esthétique ou d'un point de vue fonctionnel. En parfumerie, le packaging est bien souvent une boîte en carton qui présente le logo de la marque.

Si le flacon réussi à provoquer bien souvent un réel lien affectif avec le consommateur, le packaging des parfums est bien souvent jeté dès son déballage.

DURABILITÉ

Valoriser le packaging dans l'acte d'achat pour éviter qu'il finisse à la poubelle. Valoriser par ce biais la durabilité du produit et lutter contre le gaspillage.

LIEN AFFECTIF

Créer un véritable lien avec le consommateur en mettant en scène le packaging. Capter l'essence d'un moment en diffusant un parfum.

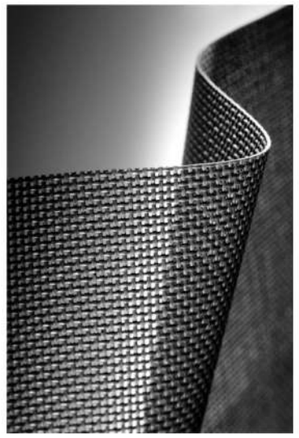
POÉSIE

Travailler le packaging comme une expérience poétique: jouer avec les mécanismes de la mémoire olfactive et proposer de se créer consciemment un souvenir olfactif.

L'ÉPHÉMÈRE

Note d'intention

La fibre, le fil et l'étoffe. Beaucoup de matière textiles sont utilisées dans l'industrie, notamment celles de haute technologie qui s'emploient souvent comme matériaux ou éléments de produits dans des endroits invisbles, tels le coeur ou les vaisseaux artificiels, le fuselage d'un avaion ou l'hélice d'une éolienne. Rechercher et essayer les différents moyens d'utilisations de ces textiles intelligents dans une nouvelle perspective, élargissant leur domaine d'utilisation.

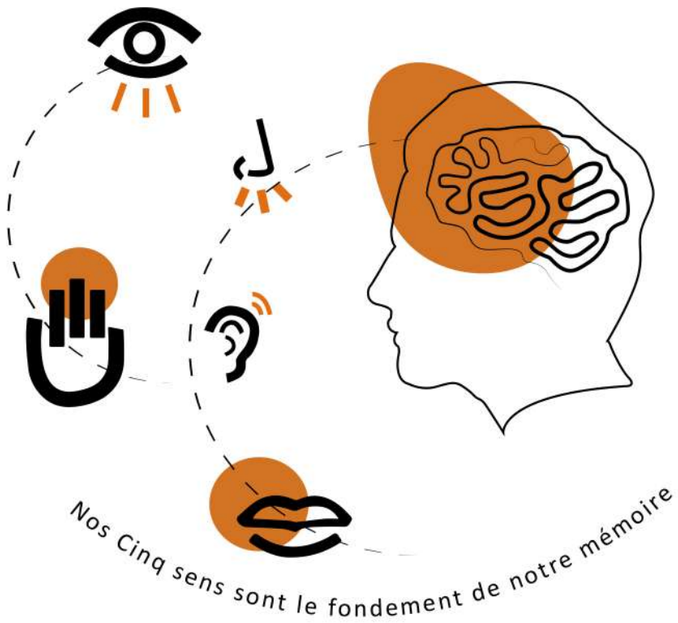


GAINERIE 91

Laura Thulièvre

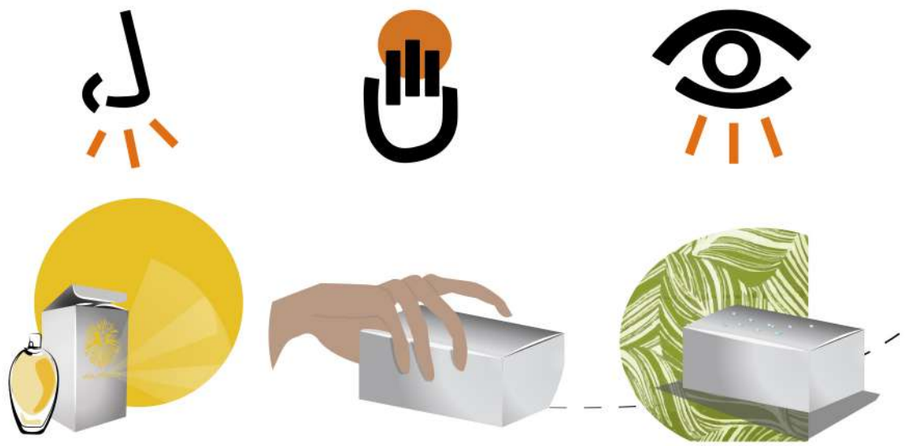
L'ÉPHÉMÈRE

Mise en place du projet



L'odorat est notre sens le plus ancien. Il est pourtant celui que l'on maîtrise le moins. Nous entretenons un rapport très intime avec les odeurs. Elles peuvent être à l'origine d'émotions très fortes et évoquer des souvenirs que l'on croyait oubliés.

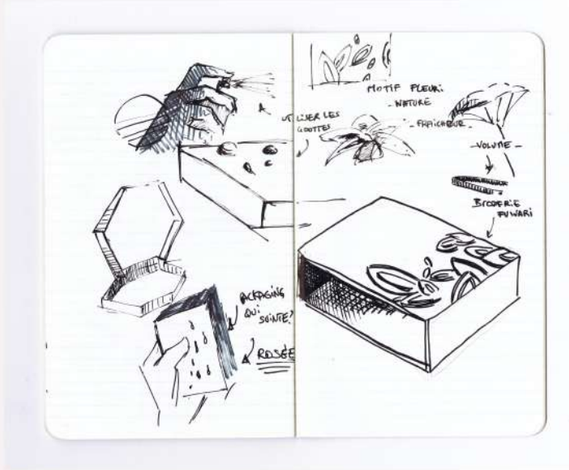
Ce projet envisage le packaging comme vecteur entre l'art des «Nez» et notre nez. Il tente de connecter une odeur à une émotion, à un événement fugace et éphémère, celui d'une rosée matinal sur notre jardin.

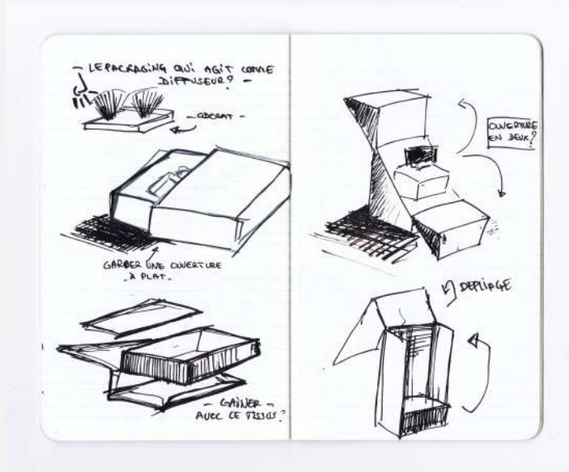


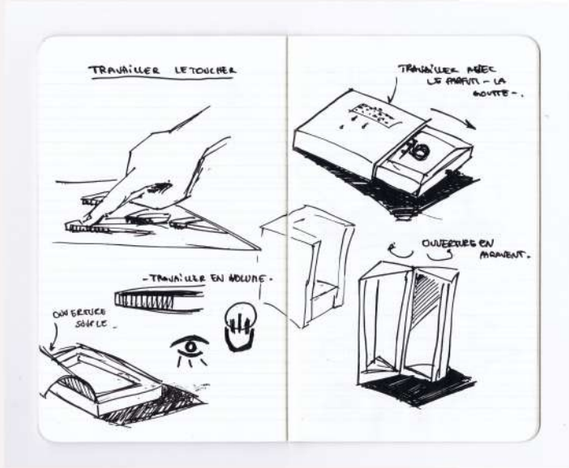
Un packaging travaillé comme un diffuseur. Utiliser le produit (parfum) comme fondement de l'expérience du packaging.

Travailler la texture du packaging en volume. Rechercher une texture différente en utilisant du textile.

Travailler un visuel surprenand qui agisse comme une «madeleine de Proust». Tenter de recréer un phénomène naturel.







GAINERIE 91

Laura Thulièvre

L'ÉPHÉMÈRE

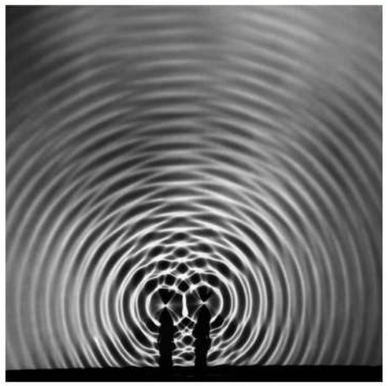
Inspirations & Tendances

GAINERIE 91

Laura Thulièvre

L'ÉPHÉMÈRE

Inspirations & Tendances



GAINERIE 91

Laura Thulièvre

L'ÉPHÉMÈRE

Choix de la marque

HERMÈS
PARIS

Le parfum est présent dans l'histoire de la maison Hermès depuis les années 30.Dans la bibliothèque des parfums Hermès, chaque création raconte une histoire, ouvre un imaginaire. A la fois artisan et artiste, Hermès témoigne dans ses créations de l'excellence de son savoir-faire et d'un style, audacieux et harmonieux, intemporel et élégant.

Un jardin sur le Toit

« Un jardin de fête, un jardin qui n'en fait qu'à sa tête, arrosé de lumière. »

«Un Jardin sur le Toit est une nouvelle vive et piquante. Ce parfum raconte un jardin secret, niché au coeur de la ville, à Paris. Un jardin suspendu, perché sur le toit de l'immeuble de la maison Hermès, au 24, faubourg Saint-Honoré. Un pommier, un poirier, un magnolia dans l'air de Paris, des herbes folles créent ce parfum de lumière et de plaisir, croquant et rieur.»

Un parfum floral qui s'inscrit dans une dynamique jeune et nouvelle.

Un parfum qui rappel la nature rafraichissante.

Le packaging actuel en carton, simple.

L'ÉPHÉMÈRE

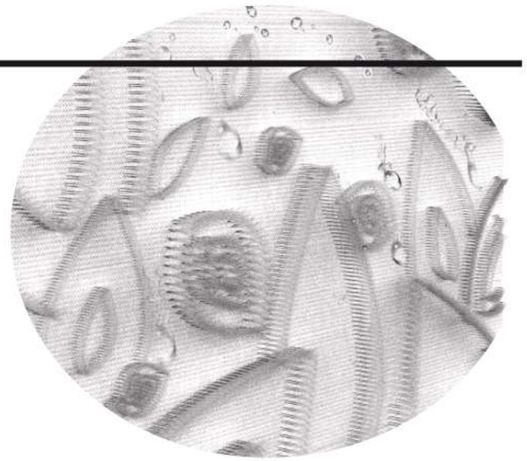
Présentation du projet

GAINERIE 91

Laura Thulièvre

L'ÉPHÉMÈRE

Scénario d'utilisation

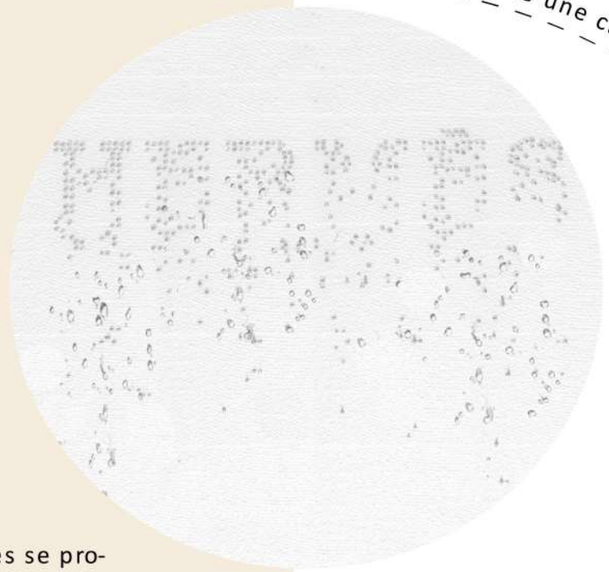


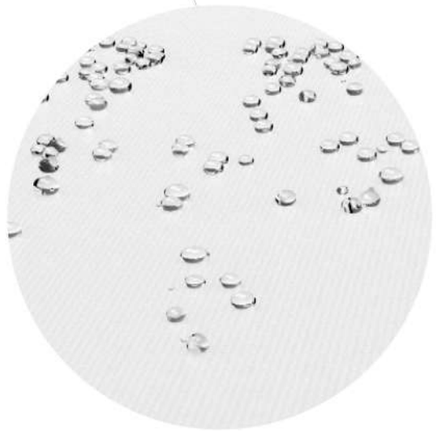
L'émergence des gouttes. Le parfum suinte au travers le tissu. En grandissant petit à petit, les gouttes se rangent en forme du logo Hermès. Elles resteront sur le tissu, tant que celui -ci n'est pas manipulé. Le parfum émane du tissu qui restera imprégné dans le packaging, agissant comme un diffuseur de la fragance.

L'ÉPHÉMÈRE

Principe fonctionnel

Une scène de gouttes se jetant comme une cascade de lumière.





Sur le tissu, les gouttes se profilent en reflétant la lumière. Le parfum suinte à travers le tissu et tombe, en se déformant en plusieurs dimensions.

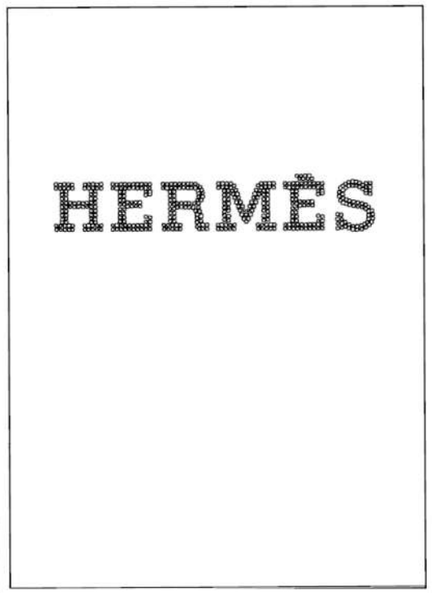
Une scène de gouttes se jetant comme une cascade de lumière.

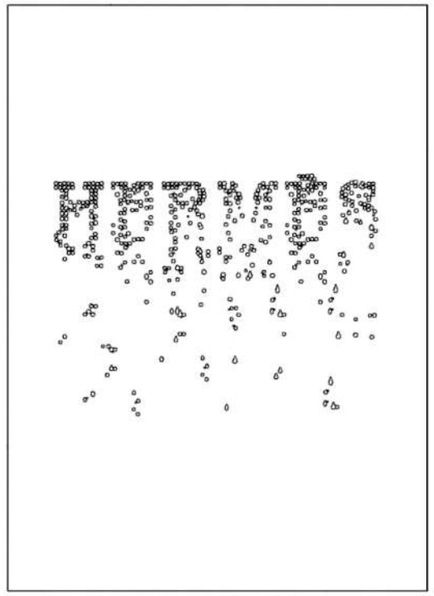
GAINERIE 91

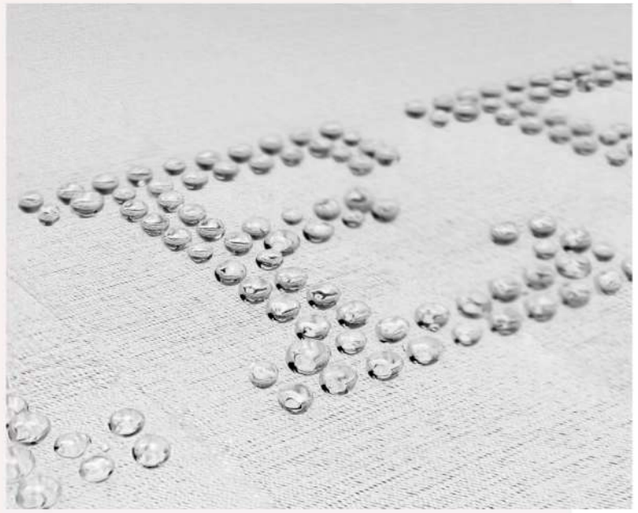
Laura Thulièvre

L'ÉPHÉMÈRE

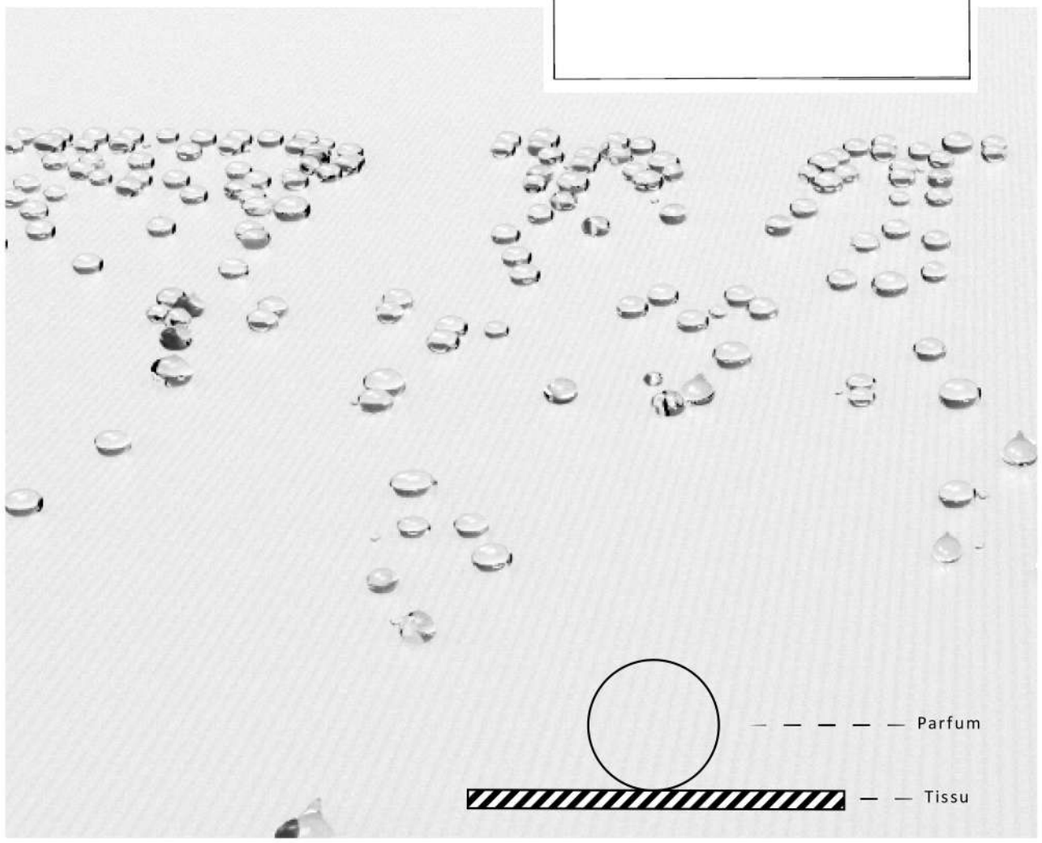
Principe fonctionnel







Le tissu apprêté selon le procédé à l'échelle du nanomètre (1/100millions). Différent de l'enduction ordinaire du polymère appliqué sur la surface, ce processus agit directement sur chaque fibre constituante et conserve au tissu son toucher et sa porosité. Le liquide est repoussée de la surface et transformée en gouttes quasi-sphériques, et sans pénétrer dans le tissu, tombe comme une boule sur la moindre pente. Le parfum se trouve ainsi maîtrisée sous une forme sphérique.



Le phénomène de rosée très fugace est ici reproduit grâce à la mise en oeuvre de la technique de super-hydrofugation, qui permet de repousser entièrement les liquides de la surface des matières. Sur le tissu blanc auquel est appliquée cette technique, les gouttes de parfum brillantes se rangent de manière ordonnées, en dessinant la marque de parfum. Les gouttes émergent les unes après les autres et chuteront de la surface du tissu si celui-ci est manipulé, comme une feuille humide que l'on manipule. Tombant de la surface hydrophobe, le parfum est récupéré et absorbé dans la matière, inversement hydrophile.

L'ÉPHÉMÈRE

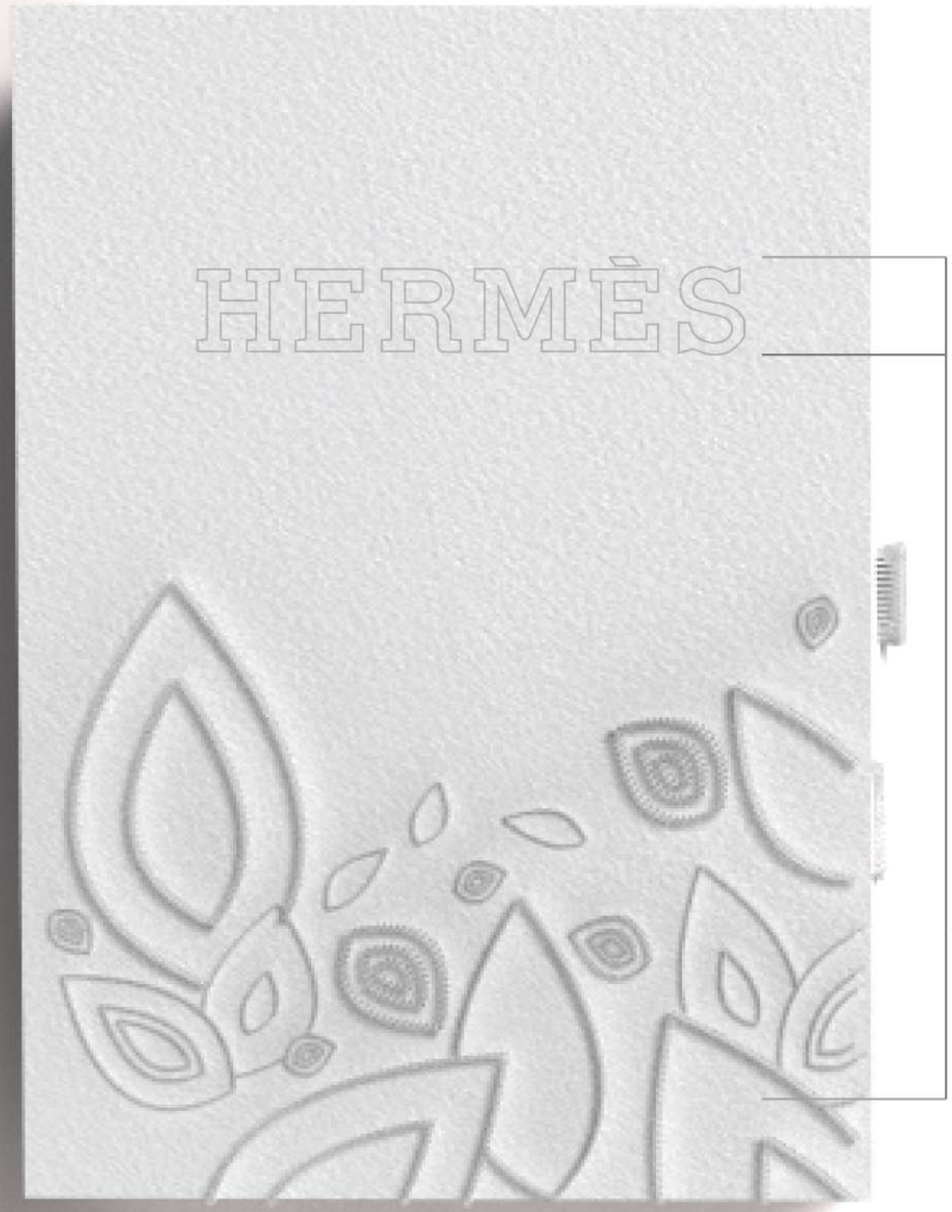
Principe fonctionnel

Cette technique, mise au point au Japon en 2008, a commencé à sortir de la confidentialité en 2015, notamment suite à l'utilisation qu'en a faite Kenzo sur ses collections de sweat-shirts. Ce procédé de broderie à poils relevés se présente en effet comme un petit paillasson très doux, qui concurrence avantageusement le flocage. Les poils y sont beaucoup plus hauts et bien plus réguliers. De plus, ils sont pris dans le tissu, et non collés dessus. Le fuwari est réalisé avec une machine à broder sur un support matelassé. Lorsque la broderie est terminée, le tissu passe dans une lame qui fend le matelas dans l'épaisseur, à la manière de la refente du cuir.

Ce tissu, par laquelle les fibres du fil de broderie se dressent comme des poils. Les motifs brodés ainsi forment un relief - il est ici, en plus, apprêté selon la technique d'hydrofugation, qui lui confère un aspect hydrophobe.

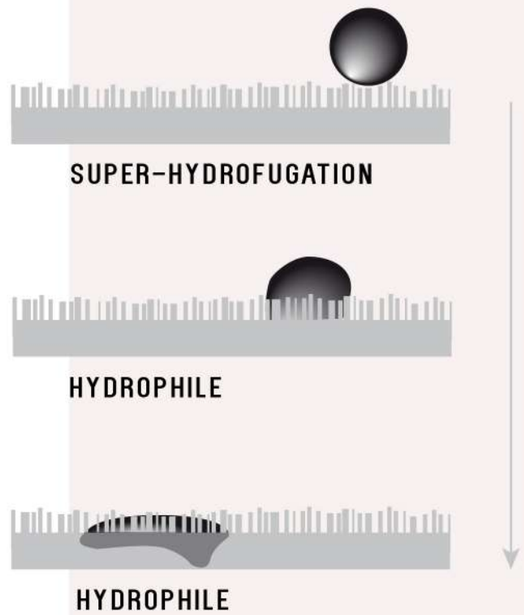
Le tissu est brodé au moyen d'un fil traité. Par cette opération, chacune des fibres redressées présente la propriété hydrofuge.

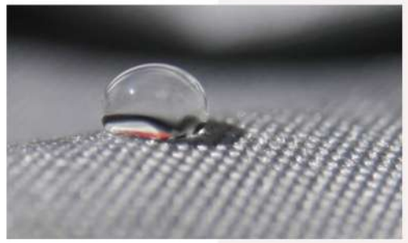
LES CARACTÉRISTIQUES TECHNOLOGIQUES



Logo Hermès: textile apprêté avec la technique «NANO-TEX» qui lui confère des propriétés de super-hydrofugation.

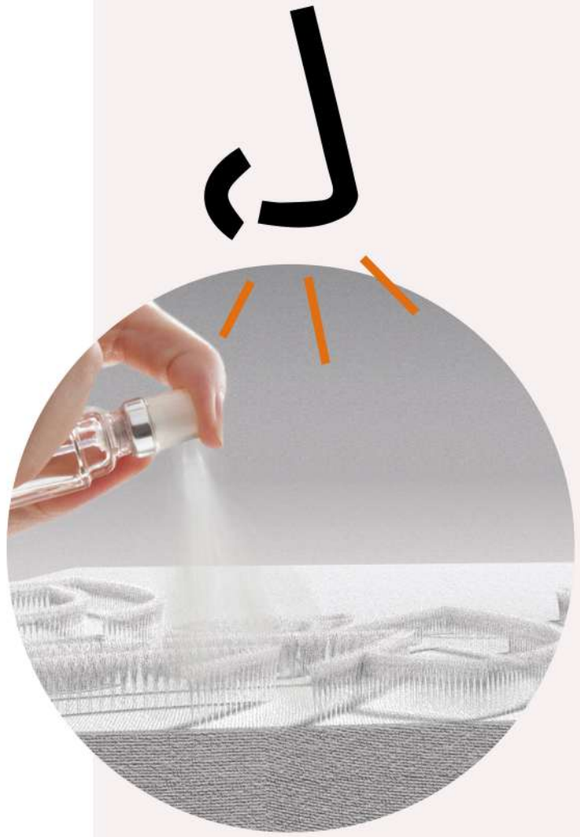
Textile non apprêté, donc hydrophile.
Agit comme diffuseur.





L'ÉPHÉMÈRE

Les sens mis en avant



L'odorat: la vaporisation du parfum sur le packaging permet de créer un lien entre la fragance du parfum et l'effet visuel des gouttes de rosée. La partie hydrophile agit comme diffuseur et permet de garder une trace olfactive du parfum sur le packaging.

Le toucher: la main de ce textile permet de faciliter une relation entre le client et e packaging. La broderie en volume ajoute de la texture et de la douceur.

La vue: sur le tissu, les gouttes se profilent en reflétant la lumière. Une scène très visuelle qui fait appel à la mémoire et à un réflexe de réminiscence intime.

L'ÉPHÉMÈRE

Caractéristiques Produit

Textile (doux type soie) apprêté avec la technique«NANO-TEX» qui lui confère des propriétés de super-hydrofugation

Textile brodé avec un fil apprêté selon le processus de la technique « Fuwari ». Chaque fil est traité avecc la technique de super-hydrofugation

Carton 300gr grainé moulé en creux

PMMA vert sablé collé par polymérisation sous UV.

GAINERIE 91

Laura Thulièvre

L'ÉPHÉMÈRE

Scénario d'utilisation

GAINERIE 91

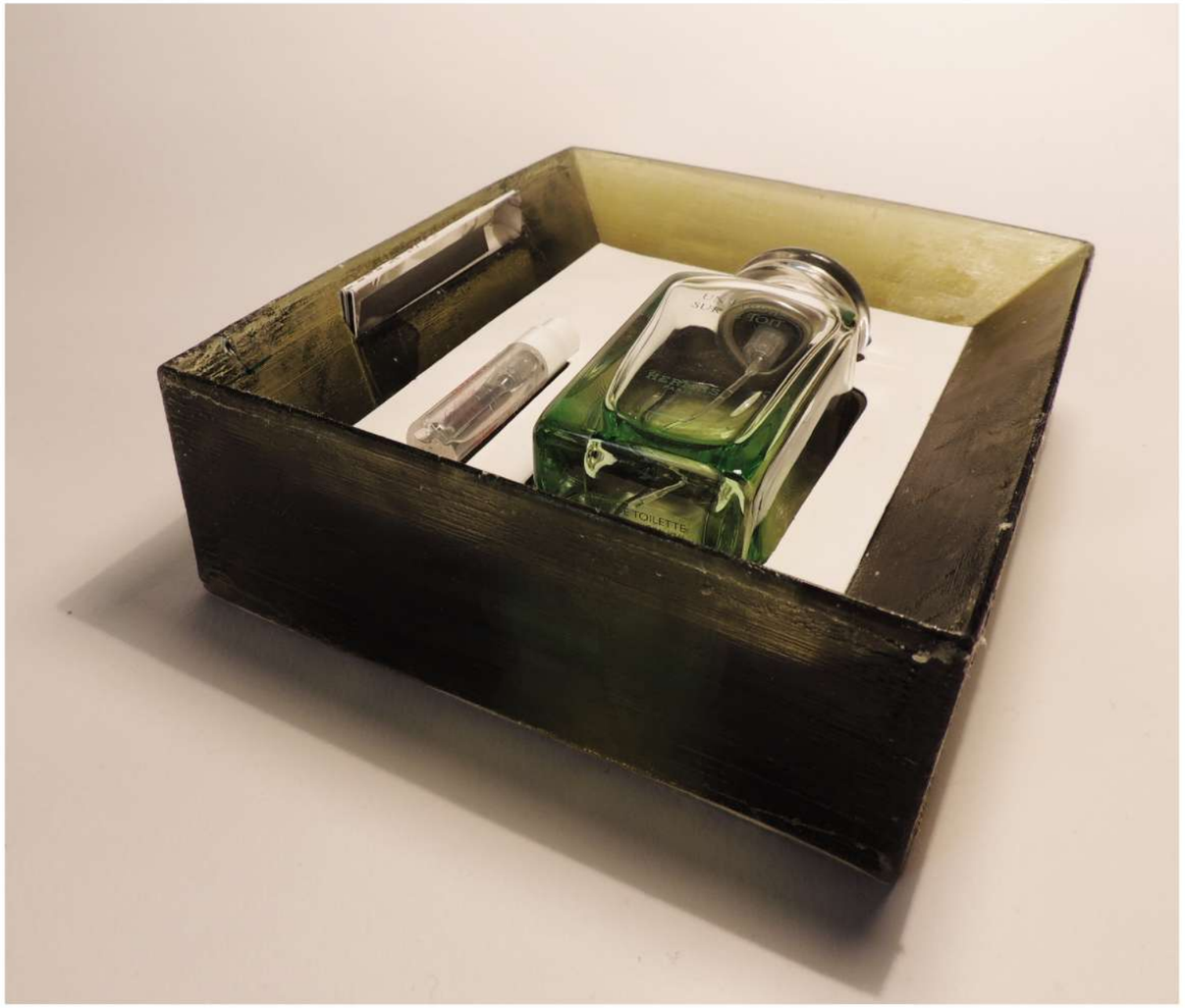
Laura Thulièvre

HERMÈS
UN JARDIN
SUR LE TOIT

HERMÈS
UN JARDIN
SUR LE TOIT

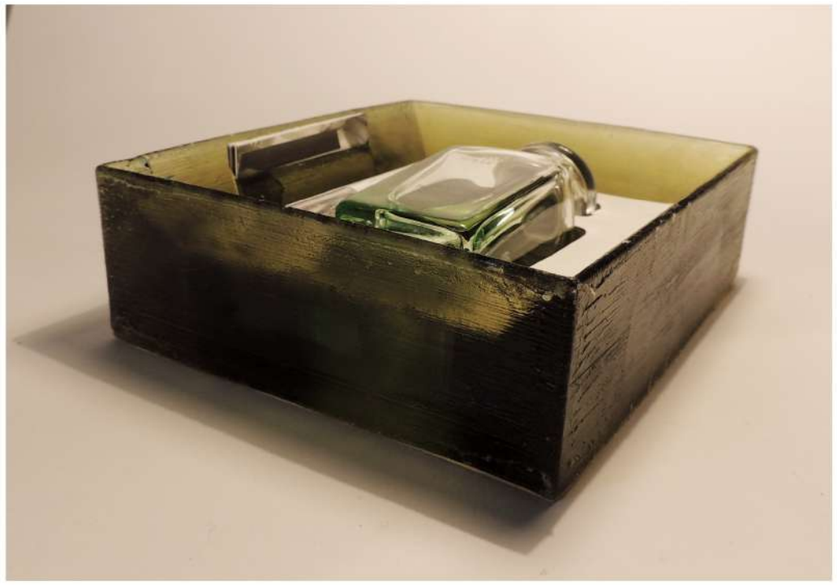
HERMÈS
UN JARDIN
SUR LE TOIT

UN JARDIN
SUR LE TOIT
HERMÈS



L'ÉPHÉMÈRE

Maquettes

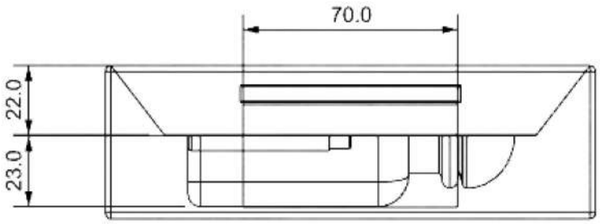


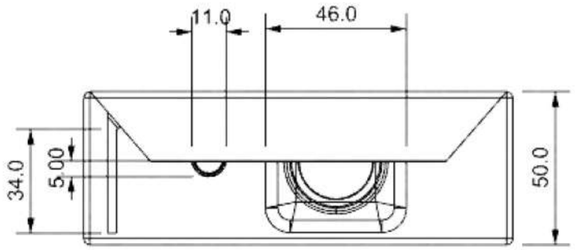
GAINERIE 91

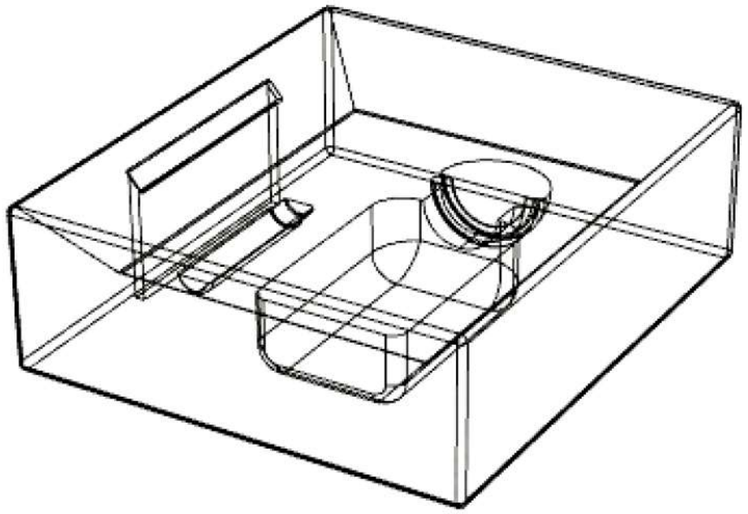
Laura Thulièvre

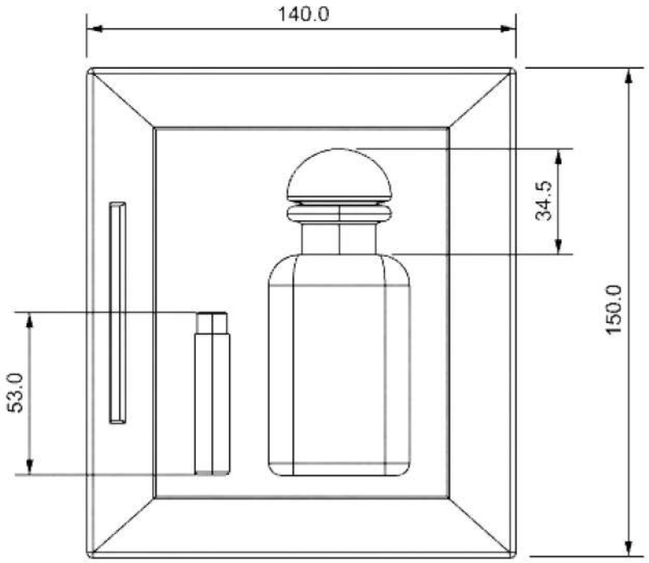
L'ÉPHÉMÈRE

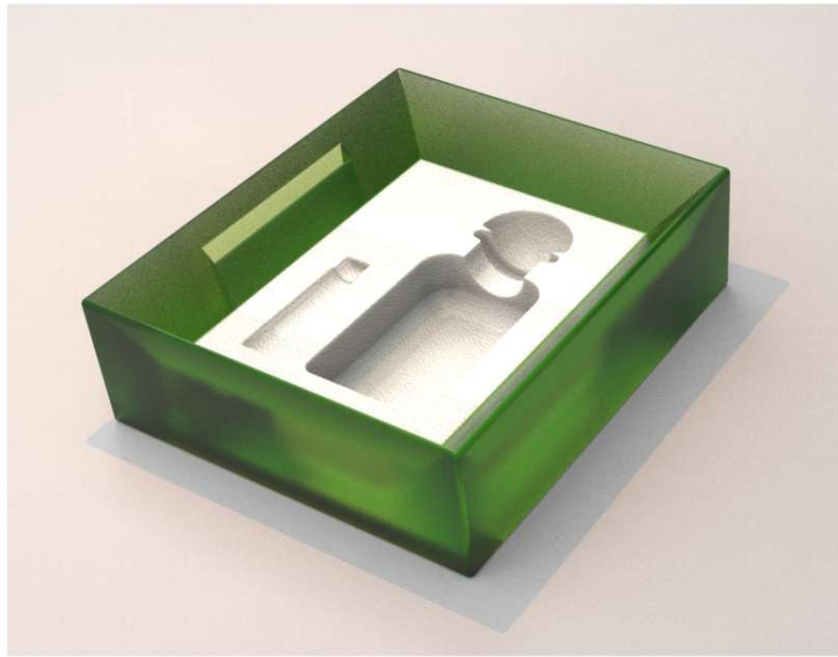
Plans Techniques











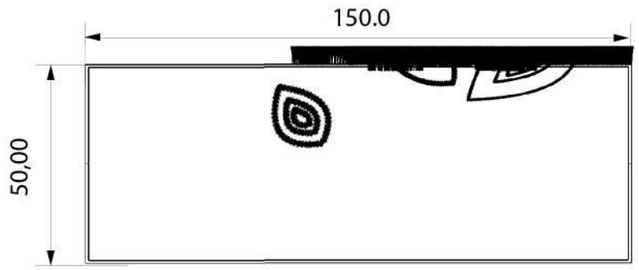
Echelle 1/2	PMMA vert sablé Carton main de 300gr	Gainerie 91	Laura Thulièvre
	Packaging intérieur Ephémère		11/03/2018
Format A3			Plans techniques 1

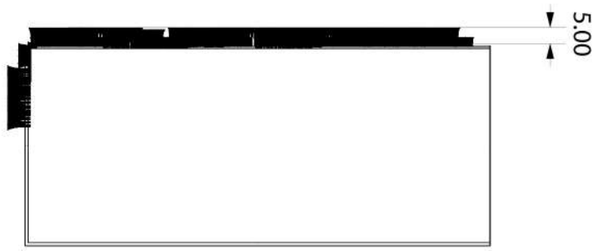
GAINERIE 91

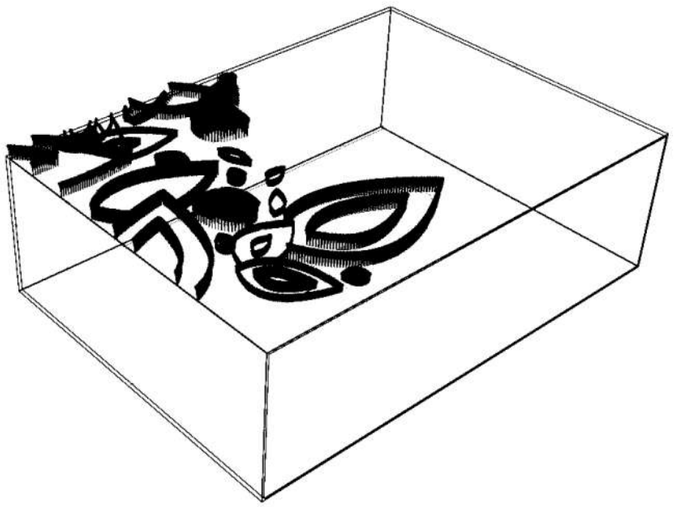
Laura Thulièvre

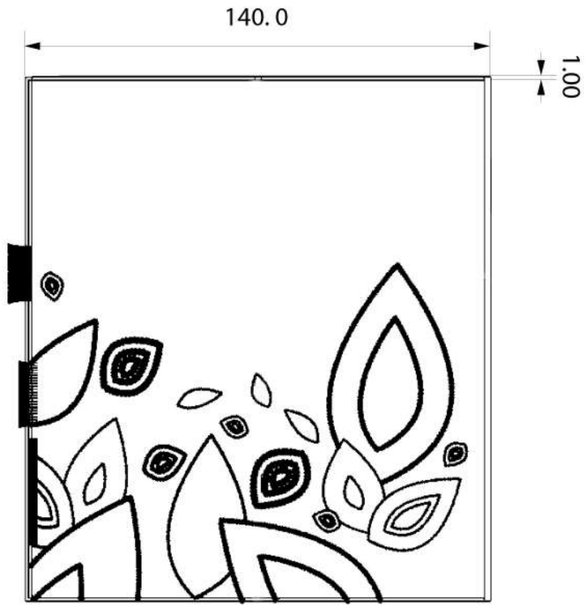
L'ÉPHÉMÈRE

Plans Techniques









Echelle 1/2	Carton gainé de textile super-hydrofuge	Gainerie 91	Laura Thulièvre
	Packaging extérieur Ephémère		11/03/2018
Format A3			Plans techniques 2