

Epibag, l'imprimé qui marche à la baguette

► Le sachet à pain est devenu un support de publicité, un emballage qui gagne du terrain et qui a été mis au point par une société cannoise.

1- Né d'un constat

Comment toucher chaque jour, de façon pertinente, par un message publicitaire, les ménages français de tous âges et de tous horizons, au sein même de leur intimité familiale ? En associant le message à un produit de très grande consommation et à un acte d'achat quotidien, le pain.

Le sachet à pain publicitaire Epibag est né voici seize ans. Il a été déposé à l'INPI par Claire Warmon, gérante de la SARL Com. Soleil. Depuis, le réseau commercial s'est étendu au-delà de nos frontières. Son partenaire pour la production est Côté Graphic (Sauzet, 30).

2- Les consommables

Pour ce qui est du papier, les sachets répondent « aux normes alimentaires requises pour l'emballage du pain. Le papier est un kraft blanchi alimentaire, sans azurant optique, biodégradable, résistant à la déchirure et à la perforation, assurant une excellente conservation du pain ».

Côté encres, « les qualités sont pigmentaires, conformes à la législation sur les emballages destinés à contenir des denrées alimentaires ».

Ces informations sont portées sur chacun des sachets.



3- Un emballage réutilisable

Beaucoup de boulangers ne fournissent pas encore de sacs à pain et enveloppent les baguettes dans un morceau de papier alimentaire. En attendant que l'usage des sacs se généralise. Ce type d'emballage pouvant contenir plusieurs baguettes pourra être réutilisé également pour un pain ou d'autres baguettes.



4- Opération avec France-ADOT 60

Pour accompagner la campagne nationale de dons d'organes qui a été organisée en juin, Epibag a réalisé une opération en amont avec l'association de la région de l'Oise, France-ADOT 60, à hauteur de 95 000 sacs commandés. Epibag a offert 45 000 pochettes. Une campagne avait été réalisée voici quelques années dans ce département ainsi que dans le Gard (30). Un coupon à retourner à l'association pour obtenir une carte de donneur a été imprimé sur le sachet, qui fournissait aussi l'adresse de son site.

5- Un média événementiel

Le sachet est devenu un support de publicité et de communication à part entière. Plusieurs modèles ont été prévus, pour une baguette individuelle, deux baguettes ou trois baguettes. Des déclinaisons de couleurs sont possibles : ci-dessous, les sachets en différents tons Pantone pour différentes offres, comme celle des TER en région Alsace.

Fiche de fabrication

■ Epibag en production

La conception et la préparation de l'emballage sont gérées par la société Côté Graphic.

● **Logo et maquette** s'adaptent au format du sachet. Pour deux pains, il est de 140x100x520 mm.

● **Les impressions** en flexographie à partir de clichés photopolymères se font en 2, 3, 4 ou 5 couleurs. Les sachets événementiels réalisés en quadri peuvent être repiqués à l'occasion d'un événement particulier.

● **Les chiffres de tirage** sont de 10 000 exemplaires minimum pour 2 couleurs, de 15 000 pour 3 couleurs et de 50 000 exemplaires minimum pour 4 et 5 couleurs.

● **Les conditionnements** se font par colis de 1 000 sacs. L'usine de sucrerie assure des livraisons en 24 et 48 heures à chaque boulanger. Un suivi informatique de chaque colis est assuré sur toute la France.

Contacts

■ Com. Soleil

Tél. 04 93 39 86 10.

Enquête : M.-C. Marquat