



## Organisation du lancement d'un emballage nouveau

<p><b>Objectifs :</b> Connaître les points de passage obligés pour développer un emballage. Avoir des moyens de contrôle du bon avancement des travaux.</p>	<p><b>Personnes concernées</b> Personnel du Service Emballage.</p> <p><b>Pré requis :</b> Aucun.</p>
<p><b>PROGRAMME</b></p>	
<p><b>INTRODUCTION</b></p> <p><b>LES DIFFERENTES PHASES D'UN LANCEMENT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les circonstances du développement</li> <li>• Les principes de la démarche</li> <li>• S'organiser pour les lancements</li> </ul> <p><b>LA PERIODE DE GESTATION</b></p> <p><b>PHASE DE RECHERCHE</b></p> <p><b>RECHERCHE ET SYNTHESE DES INFORMATIONS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le cahier des charges Marketing</li> <li>• La recherche des autres contraintes</li> <li>• L'émission du dossier d'orientation</li> </ul> <p><b>RECHERCHE ET PROPOSITION D'UN PRINCIPE DE SOLUTIONS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Choix des voies techniques</li> <li>• Réalisation des maquettes d'aspect</li> <li>• Evaluation de La faisabilité technique</li> <li>• Evaluation des coûts</li> <li>• Recommandation emballage</li> </ul> <p><b>PHASE DE MISE AU POINT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construction du chemin critique</li> <li>• Essais et tests de laboratoire sur échantillons</li> <li>• Tests d'acceptabilité auprès des consommateurs</li> <li>• Contribution au Choix des équipements de conditionnement</li> <li>• Emission des spécifications préliminaires et consultation</li> <li>• Développement, approbation et essai des matériaux de préséries</li> <li>• Emission des spécifications, de la liste des matériaux approuvés et des méthodes de conditionnement provisoires</li> </ul> <p><b>PHASE D'INDUSTRIALISATION</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Développement des graphismes</li> <li>• Développement et approbation des moyens de production des emballages</li> <li>• Définition des échantillons standards</li> <li>• Réception et 'bon pour production'</li> <li>• Emission des spécifications définitives</li> </ul> <p><b>LES DIFFERENTS CAS DE LANCEMENT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'expansion d'une ligne de produits</li> <li>• Les offres spéciales</li> <li>• Les projets d'économies</li> <li>• Le développement de nouveaux fournisseurs</li> </ul>	<p><b>PEDAGOGIE</b></p> <p><b>Le Formateur</b> Consultant expert en emballage.</p> <p><b>Méthodes pédagogiques</b> Travail sur des cas pratiques tirés du quotidien des participants. Adaptation aux besoins des participants. Méthode active et expositive. Support de cours.</p> <p><b>Modalités d'évaluation</b> Tests de contrôle des connaissances à l'aide de QCM.</p> <p><b>Intra entreprise</b> Lieu de formation : dans la ville de votre choix.</p> <p><b>Inter entreprises</b> Tarif par personne</p>
<p><b>2 jours</b></p> <p><b>1 150 €</b></p>	
<p>Réf : AC118</p>	

**Organisme de formation PROFORMALYS – Formation Achats partout en France**