Une société de biens de consommation emballés décide d'utiliser PantoneLIVE pour standardiser sa stratégie de gestion des couleurs

Le défi

L'une des plus importantes sociétés de biens de consommation emballés (BCE) au monde, réunissant de multiples marques et responsables de marques, avait mis au point une bibliothèque de couleurs propriétaires pour gérer les couleurs de ses marques. Se rendant compte des limites de son système, elle était à la recherche d'une méthode plus uniformisée pour créer, communiquer et gérer ces couleurs.

La solution

La société a fait appel à X-Rite Pantone pour mettre en adéquation sa bibliothèque de couleurs avec les couleurs Pantone et rationaliser son référentiel de couleurs, afin d'éliminer les couleurs considérées comme étant trop semblables, tout en ayant la possibilité d'en créer de nouvelles si des couleurs propres à certaines marques ne correspondaient à aucune entrée Pantone.

Les résultats

La société a réduit sa bibliothèque de couleurs de 2 090 à 1 035 couleurs. À l'exception de 100 d'entre elles, toutes ces couleurs existaient déjà dans le nuancier Pantone. Parmi ces 100 couleurs spéciales, 60 ont été ajoutées à la bibliothèque Pantone, tandis que les 40 autres sont restées, pour diverses raisons, la propriété de la société BCE. Ce changement de processus a contribué à simplifier et améliorer la sélection et la communication des couleurs à travers la base étendue de designers, d'agences, de responsables de marques et d'imprimeurs/transformateurs d'emballages de l'entreprise, tout en permettant à cette dernière de réduire ses coûts.

Standardisation de la gestion des couleurs des marques

« Nous nous sommes rendu compte que notre bibliothèque de couleurs exclusives n'était en grande partie qu'un doublon du travail que Pantone réalise depuis plus de 50 ans pour uniformiser la spécification et la communication des couleurs », a confié le porte-parole d'une société de biens de consommation emballés (BCE). « À chaque nouveau projet, c'est comme si nous inventions une nouvelle couleur, semant la confusion à travers notre chaîne de production mondiale. »

Ce problème très fréquent chez les sociétés BCE engendre des coûts supplémentaires substantiels et allonge les délais de commercialisation des produits. Et il ne se limite pas au processus créatif. Le porte-parole de notre société BCE explique ainsi qu'à chaque fois qu'une nouvelle couleur était demandée, son fournisseur d'encre principal créait la formulation, la soumettait pour validation et la testait afin de vérifier son adéquation à l'usage prévu (l'encre devant être sans danger pour la peau d'un bébé ou approuvée pour le contact direct avec les aliments, par exemple). Il s'agissait d'un processus onéreux et laborieux qui se traduisait par une hausse des coûts de développement des produits et un délai de commercialisation allongé. En outre, il était difficile de communiquer ces couleurs exclusives à travers la chaîne de production. « Nous disposions d'un espace en ligne qui permettait à nos imprimeurs et transformateurs d'emballages de demander des échantillons physiques, a-t-il expliqué, afin de les aider à satisfaire exactement les attentes des clients. Cela nous coûtait environ 25 dollars par échantillon, soit un montant annuel colossal ! Et même si notre fournisseur d'encre réalise un formidable travail dans la production de ces épreuves physiques, il pouvait y avoir de légères différences entre les échantillons, augmentant le risque de variabilité d'un imprimeur à l'autre. Nous en sommes arrivés à la conclusion que nous devions mettre un terme à ces épreuves couleur personnalisées et améliorer la précision globale des couleurs à travers l'ensemble de notre chaîne de production. »

Pour éradiquer ces problèmes et standardiser le développement, la communication et la gestion des couleurs des marques, la société a choisi de collaborer avec X-Rite Pantone.

Rationalisation de la bibliothèque de couleurs

La rationalisation est un service qui analyse une bibliothèque de couleurs et unifie les couleurs dont les variations sont si ténues qu'elles sont en fait identiques. Le jeu restreint de couleurs est ensuite mis en correspondance avec les couleurs du système Pantone Matching System® (PMS) standard et avec les références dépendantes de PantoneLIVE. Si des couleurs de marques ne correspondent à aucune nuance du système PMS, ces couleurs spéciales peuvent être ajoutées à la bibliothèque PantoneLIVE et attachées à une marque particulière.

« La première chose que nous avons faite a été de prendre la bibliothèque de couleurs physiques de la société, qui contenait quelque 2 090 couleurs, et de collecter les valeurs numériques de chaque couleur », a expliqué Brian Ashe, en charge du projet, Solutions Architect chez X-Rite Pantone. « Nous avons ensuite mis en correspondance chacune de ces valeurs spectrales avec les couleurs Pantone. La tolérance de variation maximale fixée par le client était de 2 delta E. Sur la base de ces valeurs numériques, nous avons donc mis en correspondance ses couleurs avec les couleurs Pantone et sommes parvenus à réduire le nombre de couleurs de 33 %. Il y avait par exemple 28 nuances de blanc quasi-identiques, que différents donneurs d'ordres ou designers avaient créé eux-mêmes au lieu de rechercher une couleur similaire dans les classeurs d'épreuves disponibles, ce qui s'apparentait à un processus laborieux, il est vrai. C'était tout simplement plus facile de créer une nouvelle couleur. »

Lors de la mise en correspondance des couleurs du client avec les couleurs Pantone, trois scénarios se sont présentés :

1. La couleur correspondait à une couleur Pantone. Dans ce cas, c'est la teinte Pantone qui a été privilégiée.
2. La couleur ne correspondait à aucune couleur Pantone dans la tolérance autorisée et le responsable de marque ne voulait pas en changer. Pour chacune de ces couleurs (100 au total), une nouvelle couleur Pantone a été créée. Soixante ont été importées dans la bibliothèque Pantone, devenant ainsi des couleurs Pantone standard. Les 40 autres sont restées la propriété de la société.
3. La couleur ne correspondait pas exactement à une couleur Pantone, mais comme les décideurs préféraient la couleur Pantone, c'est cette dernière qui a été validée.

Les couleurs ont été évaluées en comparant les échantillons imprimés de chacune d'elles, les nuanciers de la société et les guides Pantone, en conditions d'éclairage contrôlées.

Outre la mise en correspondance et la rationalisation des couleurs afin de réduire la taille de la bibliothèque, la société a décidé de mettre PantoneLIVE à la disposition de tous les intervenants nécessitant un accès à son référentiel de couleurs. PantoneLIVE est un portail dématérialisé conçu pour gérer et déployer des ressources colorimétriques destinées à l'emballage, sur différents sites et pour différents utilisateurs. Il repose sur des standards master, qui correspondent aux valeurs spectrales, c'est-à-dire l'ADN, d'une couleur donnée. Avec PantoneLIVE, la spécification des couleurs franchit un cap supérieur grâce aux standards dépendants, qui permettent aux utilisateurs de vérifier si la couleur qu'ils choisissent peut être véritablement reproduite sur le support cible, avec la technologie d'impression et le système d'encre voulus. Dans de nombreux cas, la spécification des couleurs sera différente du standard master et nécessitera un ajustement de la formulation d'encre afin de l'adapter aux contraintes du support. Ainsi, une couleur imprimée sur du carton kraft brun et du carton blanc brillant n'aura pas le même rendu.

Les designers ont également pu bénéficier de PantoneLIVE Visualizer, une application qui leur permet de simuler virtuellement le rendu d'une couleur donnée sur différents supports et dans différentes conditions d'éclairage.

Implication de la communauté d'impression

Après avoir rationalisé son référentiel de couleurs et standardisé leur spécification, la société s'est attelée à améliorer sa méthode de communication des exigences en matière de couleurs auprès de sa base étendue d'imprimeurs et de transformateurs. « Par le passé, les imprimeurs et transformateurs qui souhaitaient une confirmation exacte des exigences colorimétriques devaient suivre un processus long et coûteux (pour la société) afin d'obtenir des épreuves couleur physiques », a poursuivi le porte-parole. « Nous avons alors décidé de mettre en place une procédure numérique de communication des couleurs dans le but d'accélérer les choses et d'améliorer la régularité globale des couleurs. Ce besoin de changement est venu notamment du constat qu'un pourcentage très élevé de notre production excédait nos tolérances. En migrant vers les références Pantone et en communiquant la couleur par voie numérique via PantoneLIVE, nous avions bon espoir d'améliorer significativement nos processus. »

Dans le cadre d'un projet pilote, des fournisseurs de la société ont fourni des échantillons résultant d'un tirage type. « Nous avons constaté d'importantes erreurs », a déclaré Brian Ashe. « Sur un tube de dentifrice, par exemple, nous avons relevé des variations comprises entre 2 et 12 delta E, avec une variation moyenne de 5 delta E et un écart-type s'élevant à 2 delta E. Nous étions clairement en dehors de notre plage de tolérance. »

En fournissant aux fournisseurs une référence numérique sur laquelle ils pouvaient baser leur mesure, la société a observé une nette amélioration, enregistrant des variations désormais comprises entre 0,5 et 2 delta E, avec une variation moyenne de 0,98 delta E environ et un écart-type s'élevant à 0,2 delta E. « Nous avons amélioré notre qualité d'un impressionnant facteur 10 », s'est enthousiasmé Brian Ashe.

Brian Ashe a ajouté que les imprimeurs continuaient tout de même d'utiliser les références physiques Pantone, même s'ils s'en remettaient aux références numériques pour les mesures. « Les références physiques sont tout aussi importantes que les références numériques », a-t-il indiqué. « En fait, les deux se complètent. L'énorme avantage de ce programme est que les imprimeurs et les transformateurs d'emballages ont pu utiliser les guides Pantone standard comme références physiques lorsqu'ils en avaient besoin, éliminant la nécessité de produire des épreuves physiques pour les couleurs spéciales. En outre, au vu du nombre relativement restreint de couleurs spéciales (40), il n'a pas été compliqué de produire et distribuer une palette exhaustive d'échantillons physiques. »

Procédures opérationnelles normalisées

Au terme d'un projet pilote couronné de succès, la société a commencé à déployer ce processus à travers toute sa chaîne de production mondiale. « Nous disposons aujourd'hui d'un ensemble de procédures opérationnelles normalisées, bénéficions de l'expertise d'X-Rite Pantone dans le domaine de la couleur et avons considérablement amélioré notre niveau de qualité », a conclu le porte-parole. « Cela s'est traduit par un délai de commercialisation réduit et une diminution des coûts globaux. Et quand Pantone enrichit ses bibliothèques de nouvelles couleurs, nous en profitons également, tout en ayant la possibilité de créer des couleurs spéciales si cela s'avère nécessaire. Ce programme a significativement contribué à améliorer notre qualité et notre efficacité globales. Nous n'aurions pas pu y parvenir sans leur assistance. »

X-Rite est une marque commerciale ou déposée d'X-Rite, Incorporated, aux États-Unis et /ou dans d'autres pays. PANTONE®, PantoneLIVE et d'autres marques de commerce Pantone sont la propriété de Pantone, LLC. Toutes les autres marques commerciales ou déposées appartiennent à leurs propriétaires respectifs.
© X-Rite, Inc. 2017. Tous droits réservés.
L7-630-FR (03/17)

www.xrite.com

AMÉRIQUE : +1 800-248-9748
EUROPE/AFRIQUE/MOYEN-ORIENT : + 800-700-300-01
ASIE : + 86-21-6448-1155