

EN RAYON

LES AIDES CULINAIRES

Segment très coloré, le marché des aides culinaires affiche une très bonne santé, dynamisé par le goût des Français pour la cuisine alliant praticité et diversité. Un rayon qui jusqu'ici ne cesse de se réinventer sous l'impulsion de trois acteurs historiques.

CUBES ET TABLETTES

La forme déshydratée reste un incontournable du rayon. Le point commun de ces tablettes est la feuille aluminisée or ou argent, mais la nouveauté réside en l'habillage graphique d'une référence arrivée il y a peu sur le marché. Celle-ci présente une autre particularité : son emballage secondaire en film en plastique, alors que le carton reste le plus traditionnel. On remarquera d'autre part la présence graphique forte d'une marque patrimoniale française, qui a su jouer sur la typographie et les déclinaisons de couleurs. Enfin, le co-branding est présent sur ce segment par un partenariat avec un oléiculteur de renom.



PHOTO DR



L'INDP

Expert en conception et en création, l'Institut national du design packaging livre chaque mois le fruit de ses réflexions.
www.indp.net



PAGE RÉALISÉE EN COLLABORATION AVEC MELANIE BLANCHARD, SANDRA CHAUVÉAU, SALOMÉ PARDESSUS : ETUDIANTES EN MASTER 2 « MARKETING PLURIMÉDIA ET CONSOMMATION - PARCOURS DESIGN DE COMMUNICATION ET PACKAGING » - CEPE ANGOULÊME - IAE DE POITIERS (PROMOTION 2015).

PAPILLOTES

Le sachet plat multicouche est un format d'emballage commun mais avec des services rendus différents : dans le segment des papillotes, on trouve aussi bien des feuilles spéciales poêle, des sachets pour cuisson au four, ainsi que des sachets marinade. Ces deux derniers ont la particularité d'être bi-compartmentés avec le sachet vide plié en partie haute, et les aromates en partie basse. Sur le plan graphique, on remarquera le « Spécial grillades » aux codes très « Yankee ».

SACHETS

« Pratique et simple d'utilisation : le sachet-dose à infuser » : il s'agit de l'allégation présente sur cet étui carton cubique à la forme de découpe complexe, permettant un empilement droit. Celui-ci contient un sachet hermétique regroupant dix sachets à infuser en papier de type sachets de thé. Ce produit n'est pas sans rappeler une marque japonaise haut de gamme, qui travaille également sur l'infusion. D'autre part, on trouve, sous forme de sachets fraîcheur, des mélanges d'épices au design graphique très « vintage » présentés en rayon sous blister.

CAPSULES

Avec un développement rapide de leur présence au sein du rayon, les capsules et autres marmites intègrent maintenant l'offre en marques de distributeurs (MDD). En par six ou par huit, l'étui en carton est doté d'une fenêtre permettant au consommateur d'entrevoir le format de la coupelle en plastique transparent operculé et donc le produit lui-même. Sa forme gélifiée se rapproche de celle d'un bouillon maison qui offre une montée en gamme ainsi qu'une seconde jeunesse à toute la catégorie.



PHOTO DR