

EN RAYON

BRASIL !

Coupe du monde oblige, les marques surfent sur l'événement pour lancer des éditions limitées. Outre les licences officielles, on observe essentiellement des packs spécifiques dans le domaine alimentaire.

LE CHAMPAGNE OFFICIEL

Deux univers réunis au sein d'un même packaging. Le monde des bulles et du football s'associent dans cette nouvelle création signée Taittinger, champagne officiel de la Coupe du monde 2014. Symbole de fête et d'universalité, cette cuvée « collector » est présentée sous trois formats : bouteille, magnum et jéroboam. À cette occasion, Taittinger innove en proposant sa première étiquette en 3D. Par sa dorure, son liseré vert, le logo de l'événement et ses ballons, celle-ci mêle technicité et couleurs brésiliennes. L'étui arbore lui aussi un visuel spécifique où les ballons de football remplacent les habituelles bulles de champagne.



PHOTO DR

dp Institut National
du Design Packaging

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

L'ÉPICERIE SALÉE

Nouveaux goûts aux saveurs du Brésil, packagings aux couleurs de la Coupe du monde et des noms adaptés pour l'occasion. Les marques ont rassemblé tous les éléments pour célébrer au mieux l'événement. Des packagings colorés avec une prédominance de vert et de jaune et des déclinaisons de noms : Apérofoot, les Pringles devenant Pringooals et les Knacki Ball des Knacki Football qui pour l'aventure ont revêtu un fumage spécifique.

LE LIQUIDE

Après une publicité aussi remarquée qu'attachante pour le Super Bowl, Budweiser, sponsor officiel, s'attaque désormais à la Coupe du monde. La célèbre marque de bière a créé tout spécialement pour l'événement une édition limitée de couleur or, mettant en avant le trophée sur une des facettes. Autre sponsor de la FIFA, Coca-Cola a conçu des bouteilles représentant chaque pays. De plus, la firme valorise le « street art » brésilien sur ses canettes, grâce à la collaboration de différents artistes.

L'ÉPICERIE SUCRÉE

La Coupe du monde rassemble tous les âges. Que ce soit à partager entre amis ou en famille, chacun trouvera son bonheur au rayon sucré. Les packagings décorés pour la Coupe du monde font ressortir le partage et la convivialité. Des packs aux couleurs vives, proposant des cadeaux et jeux concours, mais également des « collectors », comme les M&M's. La marque a créé un pack événementiel en déguisant ses personnages aux couleurs locales et en regroupant un mug ainsi qu'un sachet refermable en édition limitée.

PHOTOS DR

