

EN RAYON

CONFITURES ET DÉRIVÉS

Mature en France, le marché est dominé par les MDD. Soutenue par l'importance donnée au petit-déjeuner, devenu un véritable moment de plaisir, l'offre tend à monter en gamme incitant les marques à innover.

LE SQUEEZE

Un flacon en polymère avec un bouchon à valve stop-goutte spécialement imaginé pour cette pâte à tartiner à la fraise : le concept permet de verser facilement le produit sur les tartines ou dans du fromage blanc et de recycler facilement le contenant. Pratique, propre, simple d'utilisation et adapté à tous les segments de consommateurs, le design volume est ici très épuré. Le squeeze est habillé d'une étiquette adhésive sur laquelle l'image des fruits mis en avant constitue le code d'identité classique du marché.



LES CLASSIQUES

Sur le marché de la confiture, le pot en verre est considéré comme l'emballage type, avec un allègement notable ces dernières années. Bien que la forme des pots soit généralement cylindrique, ceux-ci se différencient aujourd'hui au niveau du design volume et du graphisme. Même si certaines marques n'ont pas besoin d'incorporer les fruits en tant qu'identité visuelle, ceux-ci sont utilisés sur des étiquettes adhésives ou encore sur sleeve. On peut s'attendre à voir apparaître les pots en polyéthylène téréphtalate (PET), déjà très répandus sur d'autres segments de produits de grande consommation.

LES PREMIUMS

Le luxe s'empare également de ce produit si populaire. Généralement vendus en épicerie fine, ces différents pots de confiture proposent des packagings à l'image du marché haut de gamme. Pots cylindriques, carrés ou hexagonaux, on note un design qui se distingue des confitures classiques, de même qu'un graphisme très épuré. Les mentions sont particulièrement réduites, utilisant une charte graphique digne d'un grand créateur d'éditions limitées.

LES BIOLOGIQUES

Depuis quelques années le développement durable est omniprésent dans les rayons. Les entreprises ont ainsi développé des produits répondant au mieux aux exigences environnementales. L'alimentation saine, devenue une préoccupation essentielle, a permis de développer le secteur des confitures biologiques et artisanales. Un code couleur les identifie, allant du vert au rouge ; de même que leur habillage, tel un napperon ceinturé de raphia. Enfin, on note une nouvelle tendance, celle des petits pots de confiture qui varient les plaisirs tout en limitant le gaspillage.

PHOTO DR

 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

Cepe
 IAE Poitiers

PAGE RÉALISÉE EN COLLABORATION AVEC CHUAN WU, HERVÉ EDIMA MFOMO, ET CHAO CHEN; ETUDIANTS EN MASTER 2 « MARKETING PLURIMÉDIA ET CONSOMMATION - PARCOURS DESIGN DE COMMUNICATION ET PACKAGING » CEPE ANGOULÊME - IAE DE POITIERS (PROMOTION 2015).

PHOTOS DR

