

EN RAYON

SOINS QUOTIDIENS DU VISAGE

Le marché des soins quotidiens, segmenté entre hydratation et anti-âge, est marqué par de nombreuses innovations produit et packaging, souvent à l'origine d'une nouvelle gestuelle.

ROLL-ON

Un nouveau packaging dans l'univers visage à la couleur rouge, apportant dynamisme et expertise au produit, tout en le différenciant au sein du rayon. Sensuel et ergonomique, ce roll-on permet une prise en main optimale et une nouvelle gestuelle au quotidien, accentuant la sensation de bien-être par le massage.



FLACON ÉPROUVETTE

Un flacon haut de gamme avec sa bague argentée et sa déclinaison de couleur ivoire nacré. Son positionnement se veut aussi d'expertise scientifique, car le nom du produit renvoie au processus de développement de la peau et des cellules. Rarement mise en avant directement sur le pack, l'innovation du flacon est ici mentionnée sur le côté de l'étui: « flacon éprouvette sans reprise d'air pour une protection optimale de la formule ».



PHOTOS DR

ALUMINIUM

Innovation majeure dans les soins hydratants, ce flacon à l'allure masculine et au toucher froid est doté d'un sachet isolant à l'intérieur qui stabilise le taux d'oxygène – d'où son nom – et ainsi préserver l'efficacité du produit. Son étui en polypropylène (PP) et carton renforce l'aspect de ce soin nouvelle génération en lui apportant une plus grande visibilité en linéaires.



TUBE

Un jeu de couleurs atypiques dans le soin du visage pour ce tube en polycarbonate, apportant au produit un positionnement plus dermatologique. Cette approche est renforcée par une typographie large avec un système d'informations par cartouches de couleurs pour la marque, la promesse, ou les informations secondaires.



FLACON-POMPE

Rose acidulé, le flacon est très féminin et pratique avec sa pompe qui facilite un bon dosage du produit. Mentionnant les gestes optimaux à réaliser pour une meilleure efficacité du soin, l'étui devient un support de conseils. La présence d'un bouchon serait un plus pour éviter les impuretés sur le bec.



DANS LE PANIER DE L'INDP

Chaque mois, l'INDP analyse les packagings d'un rayon de la grande distribution en fonction des attentes du consommateur en matière de coût, de fonctionnalité, de différenciation et d'éco-design. L'Institut national du design packaging fédère les designers, les responsables marketing ou packaging, les distributeurs et les fabricants d'emballages. www.indp.net



Page réalisée avec la contribution des étudiants en master Marketing Stratégique du Design et du Packaging du CEPE d'Angoulême.

