

## EN RAYON

### LES PROTECTIONS SOLAIRES

Avec l'été qui approche, les protections solaires font leur apparition en linéaire. Ce marché propose aujourd'hui une offre large qui s'est fortement diversifiée ces dernières années grâce à l'utilisation de différents types de conditionnement.

#### AÉROSOLS

Ces deux boîtiers « aérosol » en aluminium sont fermés par un bouchon spray jaune orangé. Graphiquement, on retrouve les couleurs du marché des protections solaires: le blanc, le bleu et l'orangé. De plus, on peut noter un bénéfice packaging d'utilisation multi-position, illustré sur les deux conditionnements dans un même cartouche. Les flacons se différencient sensiblement par leur forme cintrée à des niveaux différents, ce qui favorise une meilleure prise en main du produit. Deux conditionnements quasiment identiques pour deux marques concurrentes: sans doute l'effet groupe L'Oréal!



#### TUBE-STICK

Teinté blanc et bleu, ce combiné de crème de protection solaire et de stick à lèvres est très pratique pour les sports d'hiver. Il est constitué de deux parties: un tube en plastique souple contenant la crème protectrice et un stick fixé au bouchon, lui-même protégé par un capot transparent.



PHOTOS DR

#### FLACON

Ce flacon de 200 ml reprend les codes couleurs jaune et blanc, restant ainsi en adéquation avec le reste du marché des protections solaires. De forme assez basique, avec un capuchon refermable, ce flacon illustre l'une des stratégies des marques de distributeurs (MDD): la simplicité.



#### SPRAY

Ce flacon à pompe de 200 ml est facilement préhensible, grâce aux stries sur ces côtés. On retrouve ici la couleur phare de la marque, affirmant néanmoins une part de masculinité; avec une fenêtre laissant entrevoir le produit.



#### MONOÏ

Un flacon jaune orangé au spray marron, deux teintes évoquant un bronzage assuré. Sa forme, en taille de guêpe, rappelle une silhouette féminine. Le terme « Monoï » est mentionné plusieurs fois sur la face avant du flacon.



### 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](http://www.indp.net)



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

