

EN RAYON LES GLACES

Avec une hausse des ventes de près de 4 % en valeur, le bilan 2008 est plutôt positif malgré un été plutôt mitigé. Cette année, on peut voir en rayon un bon nombre de nouveautés, notamment sur le segment enfants.

POT

Un pot en carton pelliculé d'un demi-litre pour la marque engagée dans le développement durable. On retrouve l'univers de celle-ci dans l'habillage du pot, à la fois naïf, gourmand et ludique, avec un côté « cartoon » ; mais au message environnemental très clair.



CARTON

Pour les cornets, une traditionnelle boîte en carton prédécoupée. Le violet, couleur employée de plus en plus dans l'univers du chocolat, occupe l'essentiel de l'habillage. Associé au noir et simplement agrémenté d'étoiles et d'images de cônes, l'ensemble est sobre et qualitatif.



GOURDE

Inspirées du rayon compotes et associées à des licences fortes, les glaces sont désormais proposées en gourdes. Conditionnement nomade et pratique, ce sachet muni d'un bouchon à vis facilite la consommation des sorbets par les jeunes enfants, qui pourront enfin consommer à leur rythme sans risquer d'en faire couler sur eux !



PHOTOS DR



BAC

Solide, hermétique et économique ; le bac de glace reste le conditionnement le plus acheté. Ici cet artisan glacier propose un double compartiment permettant de conserver le produit plus longtemps sans altération. Celui-ci est habillé d'un étui fourreau au graphisme tout en fraîcheur.

ETUI

Un écrin plus qu'un étui, cet emballage haut de gamme confirme le positionnement premium de la marque, avec une impression très sophistiquée. Chaque bâtonnet est individuellement conditionné dans cet étui doté d'une languette d'inviolabilité et distribué en lot de trois.



VERRE

Des coupes en verre offrant une seconde vie au contenant, pour ces glaces italiennes fermées par un couvercle en plastique transparent. Les verres sont regroupés par deux avec une cartonnnette dont le décor ne laisse aucun doute quant à l'origine du produit.



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

