

EN RAYON

ANNIVERSAIRE BLEU ROI

À l'occasion du centenaire de sa marque phare, une prestigieuse maison de cognac a créé une édition collector de son flacon emblématique.

LE BLEU IDENTITAIRE

La forme et la couleur originales de la maison fondée en 1715 ont été préservées, renforçant ainsi le rôle identitaire des codes propres à la marque. Entièrement parée d'un laquage bleu nuit intimement lié à son histoire et à celle de son créateur, elle est parsemée d'argent grâce à un effet métallisation qui vient souligner le caractère séculaire et le positionnement ultra-premium du produit. Le nombre «100», au traité graphique évoquant l'emblème de la marque et la notion d'intemporalité, est repris jusque sur le bouchage, surmonté du sceau anniversaire.

UN COFFRET ULTRA PREMIUM

Cette édition limitée est présentée dans un coffret métallique innovant. Issu d'un long développement, il est habillé d'un damier argenté. Le coffret comprend la bouteille ainsi qu'une montre, flacon traditionnellement utilisé par le maître de chai pour la dégustation. Une sélection de vieilles eaux-de-vie spécialement assemblées par le maître de chai de la Maison est proposée. Traitées en sérigraphie, les dates qui ont jalonné l'histoire de la marque parsèment le coffret.

RETRACER L'HISTOIRE GRÂCE AU PACKAGING

L'édition de séries limitées et de collectors, c'est l'occasion de valoriser leur patrimoine et de communiquer sur les valeurs qui ont fait des marques, ces incontournables d'aujourd'hui. En rappelant ainsi leur histoire via le packaging, elles prennent toute leur légitimité dans le secteur et le segment qu'elles occupent. Elles deviennent une valeur sûre quant à la qualité des produits et la promesse qu'elles font. Un brin de nostalgie, et c'est toute une génération qui devient «collectionneuse».



100 ANS DE VALEURS INCHANGÉES

En 100 années d'existence, la marque a fait évoluer sa bouteille tout en en préservant les éléments fédérateurs emblématiques, comme la forme, les couleurs et les éléments de l'étiquette ou encore l'architecture de la marque, la positionnant sur un segment toujours premium et de tradition et permettant ainsi aux générations de consommateurs de reconnaître leur produit et de pouvoir s'identifier à lui au fil des époques. La maison de cognac a ainsi fêté comme il se doit le centième anniversaire de son produit phare avec l'ensemble de ses équipes et viticulteurs partenaires. Cet anniversaire est donc l'occasion pour elle de remercier ses aficionados ainsi que ceux à qui elle doit son prestige et sa qualité.



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

