

EN RAYON

LES CHEWING-GUMS

Débarqué des États-Unis à la libération, le chewing-gum est aujourd'hui un secteur très dynamique au sein du marché confiserie ; particulièrement segmenté par catégories d'âges avec les tendances santé bucco-dentaire et nutrition qui se détachent.

LES PORTEFEUILLES

La tendance du marché est sans aucun doute dans le format «portefeuille» aux multiples avantages : compact, facile à transporter ; et surtout disposant d'une large surface de communication. Ouverture verticale, horizontale ou encore par simple rabat ; les systèmes d'ouverture sont multiples et permettent aussi de s'éloigner des codes traditionnels avec des styles graphiques très différents ; allant même jusqu'à citer des grands auteurs ou à s'appuyer sur les réseaux sociaux numériques.



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 en collaboration avec Tabatha Bautista, Vincent Voisin et Salm Bannouna, étudiants en Master 2 « Marketing du Design et du Packaging » au CEPE d'Angoulême - IAE de Poitiers

CARTON

Les étuis carton occupent toujours une part importante du rayon, qui voit arriver les marques de distributeurs. Le design graphique est difficilement aussi créatif que celui des marques nationales, mais use d'attributs tels que les effets métallisés. La principale variante entre les boîtes concerne le système d'ouverture et donc la forme de découpe. La différenciation passe uniquement par le graphisme, le style typographique et le jeu de couleurs ; qui sont parfois déclinés sur le film de regroupement.

PEHD

Les packs monomatériaux présentent l'avantage de pouvoir être facilement triés et recyclés. Leurs contenances sont diverses, ainsi que leurs formes plus ou moins ergonomiques avec un travail appuyé sur la préhension permettant à la boîte d'être ouverte et refermée d'une seule main. Ce type d'emballage a l'avantage de s'adapter à la consommation à domicile, en voiture, ou bien d'être transporté dans un sac à main. Côté décor, on trouve principalement des étiquettes adhésives.

BLISTER

Dans la course à la diversité, certaines marques s'éloignent des codes traditionnels de la grande distribution et se positionnent sur les codes pharmaco avec un système de distribution des dragées conditionnées sous blister. Les valeurs d'efficacité et de respect d'une bonne hygiène bucco-dentaire sont présentes. Nous sommes bien loin ici de l'univers ludique et de la créativité débridée des parfums ; mais dans une recherche de caution et de signes rassurants pour le consommateur attentif à sa santé.

NOTRE COUP DE CŒUR...

va à ce pack qui, à l'occasion des 60 ans de la marque Hollywood, nous offre ce flash-back rétro dans l'Amérique des fifties avec ses célèbres pin-up.



PHOTOS DR