

EN RAYON

LES SAUCES CHAUDES

Une catégorie portée par l'innovation, avec une diversification des recettes et des usages tendant vers la gourmandise et la premiumisation.

LES DOYPACKS

Le sachet souple tenant debout a fait son apparition au rayon frais avec, notamment, des recettes spécifiques à l'accompagnement des viandes, référencées en tant que produits additionnels. Il présente différents avantages: la conservation, la micro-ondabilité et la facilité du service. Praticité également avec le bouchon à vis refermable et donc utilisable sur plusieurs jours. À noter que le sachet de type Doypack se trouve également en longue conservation, mais encore peu représenté au profit des conditionnements ci-dessous.



PHOTOS DR



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 Malauray Mazal, Mélanie Gelin et Ismail Mahdi, étudiants en Master 2 - Marketing et Design du Packaging - au CEPE d'Angoulême

LES SACHETS

Les bases déshydratées pour sauces occupent toujours actuellement une large part du rayon, même si elles demandent un minimum de préparation. Des marques ombrelles ont été développées par les principaux acteurs du marché avec, ici, deux positionnements différents: la cuisine de tradition avec la mise en avant des mentions «sans colorant, sans conservateur» et le haut de gamme avec des recettes gastronomiques. Ces sachets plats présentent de belles qualités d'impression avec notamment l'utilisation de vernis sélectifs.

LES POTS EN VERRE

Nombreuses sont les innovations dans ce type de conditionnement: des recettes toujours plus élaborées avec des présentations de plus en plus élégantes et premiums, le packaging tendant à mettre en valeur le produit de façon sobre et cohérente. On observe une grande variété de design volume et par ailleurs une forte présence de sleeves au détriment des étiquettes adhésives. Le conditionnement familial («2 adultes + 2 enfants») couplé à l'allégation santé («1 portion de légumes par portion de sauce») cible les mères de famille par son message et les enfants par son design graphique.

LES BRIQUES

Autre déclinaison des marques ombrelles proposées en sachets plats pour les sauces liquides prêtes à l'emploi: la brique. Cette offre de conditionnement gagne du terrain aux dépens de la boîte métal qui a moins les faveurs des consommateurs. Facile à transporter et à manipuler, proposée en différents formats, elle dédie une bonne moitié de son facing à la «suggestion de présentation» et la représentation des ingrédients; elle met en avant de manière évidente la saveur, prenant le pas sur la marque.



PHOTOS DR