

EN RAYON

# LES CRÈMES FRAÎCHES ET UHT

**Incontournable** en cuisine, la crème laitière s'expose aujourd'hui en rayon avec des propositions répondant à la praticité, mais aussi à la tendance du « fait maison ».

## LE POT TRÈS EN FORME

Une offre de pots en polypropylène très dynamique avec de nombreuses nouveautés, au sein de laquelle on remarquera la crème d'origine protégée avec un habillage haut de gamme totalement en rupture, aux effets de bleus irisés. La gastronomie est aussi représentée avec une autre crème « trois étoiles ». Côté allégés, on notera cette nouveauté conditionnée dans un pot allongé vantant la praticité de son versage. Enfin, référencé en tant qu'alternative, ce dernier pot se distingue par sa forme et celle de son couvercle.



## 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 en collaboration avec Zainab Bensalah, Julia Cheisson et Damien Corre, étudiants en Master 2 « Marketing et Design du Packaging » au CEPE d'Angoulême

## LE VERRE

La crème d'appellation reste le plus souvent conditionnée dans un pot en verre, matériau ancestral synonyme d'authenticité et de tradition. La plupart des distributeurs ont développé leur marque propre, y compris les hard-discounteurs, avec la volonté de se positionner sur le haut de gamme, par les illustrations, le choix de la typographie et l'insertion de différents labels. Le consommateur, plongé au cœur du terroir, est certain de l'origine du produit qu'il choisit, dans la tendance actuelle qui promeut les produits régionaux.



## LA BRIQUE

Au rayon frais ou UHT, les briques se diversifient et se présentent sous différentes formes. Allant de 20 à 100 cl, certaines présentent des fantaisies en termes de design volume comme ce galbe sur un des angles de cette crème fleurette. Côté nouveauté, la brique de 20 cl prend une forme plus allongée, avec un toit incliné et un large bouchon; les bénéfiques sont listés sur le côté, la prise en main est facilitée et le versage est censé se faire jusqu'à la dernière goutte. Autre vecteur de différenciation, le bouchage, de plus en plus à vis.



## LA BOUTEILLE

La bouteille ou « bidonnette » se décline également sous différentes formes et types de plastiques. La marque de distributeur ici présentée pour une crème bio est habillée d'un sleeve sur un flacon offrant une bonne prise en main. Toujours en 25 cl, une crème fleurette revendiquée ses origines bretonnes illustrées par une Bigoudène sur fond vert évoquant la certification bio. Enfin la crème fluide à la petite fleur se présente dans un format 40 cl plus souple en PET blanc opaque, habillé d'une étiquette plastique thermorétractable.



## SANS OUBLIER...

... l'incontournable Doypack qui commence à se faire une place au sein du rayon et qui, aseptique, présente l'avantage de porter à 15 jours la conservation du produit après ouverture.

