

EN RAYON

LE FROMAGE APÉRITIF

Au sein du libre-service fromage, les gammes dédiées à l'apéritif sont encore peu nombreuses mais savent répondre aux nouveaux usages en proposant des produits qui dynamisent le rayon.

➤ AÉROSOL

Présentée au Sial 2012, cette gamme de quatre recettes de mousses fromagères se présente en siphons prêts à l'emploi. Innovation sur ce segment, le produit joue sur son nom et son design graphique, sans oublier son rôle premier d'aide culinaire promettant un effet garanti sur les convives grâce à des verrines irratables. Humour et capital sympathie sont véritablement la signature de cette marque.



PHOTO DR



L'INDP

Expert en conception et en création, l'Institut national du design packaging livre chaque mois le fruit de ses réflexions.
www.indp.net



PAGE RÉALISÉE EN COLLABORATION AVEC MARJISSE AHAMJAM, MAUD JEANNIÈRE ET ÉMILIE ROYER, ÉTUDIANTES EN MASTER 2 - MARKETING ET DESIGN DU PACKAGING - AU CEPE D'ANGOULÊME.

ALUMINIUM

Pionnier sur ce segment et longtemps unique opérateur, le fameux cube de fromage fondu reste le leader incontesté avec, chaque année, plus de deux milliards de portions vendues à travers le monde. Particularités de la marque : un renouvellement constant des saveurs, un esprit toujours festif et des couleurs vives. Sur le plan technique, le fromage est coulé dans des coquilles en aluminium et recouvert d'un couvercle thermoscellé, selon une méthode propre à la marque, conçue et brevetée en 1960.



PHOTOS DR

POT REFERMABLE

Les pots représentent une part de plus en plus importante au sein du rayon avec, pour point commun, l'avantage d'être refermables. Généralement en polypropylène, certains ont adopté le sleeve pour leur décor, d'autres la ceinture en carton ; mais, pour la plupart d'entre eux, il s'agit le plus souvent de sérigraphie directe. On y retrouve les marques phares du libre-service fromage, ainsi que les marques de distributeur.



PLATEAU

Prêts à l'emploi, les plateaux répondent efficacement aux attentes des consommateurs pressés en quête de goût et de présentation soignée. À chaque saison son édition limitée, avec de nombreuses saveurs et sa déclinaison de couleurs qui l'accompagne au niveau du packaging. La marque la plus ancienne sur ce créneau mise sur l'usage, avec un système refermable et des piques de service ; la seconde axant plutôt sur la qualité du produit façon traiteur.

