

EN RAYON

## LES SAVONS LIQUIDES

Avec 3,3 kg consommés par seconde en France, le savon est un produit essentiel à l'hygiène. Volant la vedette au pain, le savon liquide est aujourd'hui devenu un indispensable du quotidien.

### LES ANTIBACTÉRIENS

Le packaging participe à l'utilisation du produit grâce au distributeur automatique et à sa recharge, incontournables des linéaires. Ne nécessitant aucun contact, celui-ci évite la prolifération bactérienne. Outre l'aspect « technologique » de ce produit, on note des codes graphiques surfant sur ceux de l'univers de la santé, le vert et blanc ainsi que la croix officinale, accompagnés d'une caution scientifique mentionnée dans un cartouche. De plus, une épée triomphante figure sur le logo faisant face à l'invasion bactériologique.



PHOTO DR

**indp** Institut National  
du Design Packaging

### 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](http://www.indp.net)

**Cepe**  
IAE Poitiers

PAGE RÉALISÉE EN COLLABORATION AVEC FLORINE TRICHET, ALINE VICTOR ET LAURÈNE ZAGLIO : ETUDIANTES EN MASTER 2 - MARKETING PLURIMEDIA ET CONSOMMATION - PARCOURS DESIGN DE COMMUNICATION ET PACKAGING

### LES SOINS

Plus qu'un produit lavant, c'est un soin pour les mains que proposent plusieurs marques. Respectueux de la peau, ces produits sont hydratants, exfoliants, satinants, et antidessèchement. Ils ont pour vocation d'apporter une extrême douceur grâce à un profond respect des mains. De par leur cible, ils arborent des courbes plutôt féminines et communiquent sur les textures crème, mousse ou peeling et sur les matières premières utilisées.



PHOTOS DR

### LES JUNIORS

On rencontre de plus en plus fréquemment des produits spécifiquement destinés aux plus jeunes, sur des formats légèrement moindres et dotés de pompes plus larges pour en faciliter l'usage. Mettant en scène des personnages familiers de leurs univers, le packaging peut aussi prendre la forme d'une mascotte simplifiant, qui plus est, la préhension. Le savon devient alors sympathique et amusant : il épaulé ainsi les parents auprès de leurs enfants dans l'apprentissage des gestes du quotidien.



### LES AUTHENTIQUES

La tradition et l'authenticité sont dans la tendance actuelle du retour à la naturalité. Nombre de consommateurs recherchent des produits fabriqués à l'ancienne, souvent perçus comme moins agressifs pour la peau. Des savons identifiés d'antan, où les recettes paraissent être sorties du tiroir de grand-mère. Le « vintage » est donc de rigueur pour éveiller la nostalgie des consommateurs, par l'utilisation d'ingrédients et de modes de cuisson d'autrefois, mis en avant en facing.

