

EN RAYON

LES CÉRÉALES

Les céréales présentent une certaine stabilité parmi les offres du petit-déjeuner, avec une tendance en faveur du muesli.

DOYPACK REFERMABLE

Exit le traditionnel étui carton : nouveauté rime aujourd'hui avec Doypack, qui permet une différenciation efficace en rayon. Ciblants les adultes en première intention, on le trouve maintenant dans la catégorie enfant, notamment sur des références produites en agriculture biologique. Afin de préserver le goût et le croustillant, ils sont refermables grâce à leur zip, avantage fréquemment mis en avant sur sa partie supérieure. Outre l'aspect de jeu de textures, ce type de conditionnement permet au consommateur d'apercevoir le produit par une fenêtre transparente.



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

PHOTOS DR

LICENCES ET MASCOTTES

Dans le rayon des enfants et adolescents, chaque recette de céréales est associée à un personnage, le plus souvent animalier : chien, lapin, tigre, abeille, lion, singe... , avec pour point commun une extrême gourmandise. Chez le leader du marché, une nouvelle référence fait une entrée remarquée en présentant le dernier « blockbuster » des productions Disney. La grande taille des trois personnages occupant l'ensemble du facing confirme la puissance de leur impact face à la marque, réduite à une surface minimale. Autre succès récent du grand écran, les « Minions » font leur apparition dans et sur plusieurs paquets, dont une recette sur laquelle on remarque la cohérence de ces derniers avec la mascotte de la marque. Côté marques de distributeurs (MDD), différentes enseignes ont opté pour un paquet porteur de rainages latéraux qui facilitent la fermeture du paquet.

BIOLOGIQUES ET SOBRES

Au rayon des produits issus de l'agriculture biologique, on constate un vrai parti pris pour les sachets à trois soudures de type flowpack, le plus souvent d'un poids moindre. Ce format, plus adapté à un rythme de consommation occasionnel, évite au produit de perdre ses qualités et, pour le fond du paquet, de finir à la poubelle. Comme pour le Doypack, ils ont l'avantage de pouvoir être transparents dans leur totalité ou grâce à une fenêtre donnant au consommateur la possibilité de voir ce qu'il achète. La couleur verte prédomine, les univers graphiques sont plus sobres et plus discrets, notamment sur les recettes pour enfants et adolescents, même si les mascottes y font aussi leur apparition.

SAINS ET EN RUPTURE

Toujours conditionnées en étui en carton, certaines céréales se démarquent par un style en rupture avec les codes du rayon. Premier exemple avec ce produit sans gluten, dont l'habillage graphique sur fond blanc lui confère une certaine pureté ainsi qu'une touche d'innocence par le choix typographique et le style de l'illustration. Un paquet qui donne confiance et offre l'image d'un producteur jouant la transparence. Également sur fond blanc, mais dans un objectif de minimalisation du décor, on remarque ce pack dont le message est la non-conformité grâce au logo Les Gueules cassées (voir page 62). Les céréales proviennent, en effet, des déchets de production destinés au rebut. Mises en vente sous l'emblème d'une pomme édentée, elles s'inscrivent dans une démarche antigaspillage. Ces mueslis sans sucres ajoutés nous emmènent dans un univers naturel, sain et serein.

