

EN RAYON

# LE CHOCOLAT DE DÉGUSTATION

**Secteur dynamique**, les tablettes de chocolat de dégustation représentent à elles seules un tiers du marché selon le Syndicat du chocolat. Pour répondre davantage à nos envies et à nos attentes, les industriels cherchent sans cesse à innover.

## DÉGUSTATION DE POCHE

Depuis peu sur le marché des tablettes de chocolat de dégustation, des formats de poche s'installent en linéaires : pauses gourmandes des petits et des grands, elles sont proposées dans différents emballages. Une version classique en carton et aluminium pour une gamme au format plus étroit ou encore sous forme de sticks en plastique souple refermable. Les codes couleurs identitaires des marques sont repris pour décliner ces nouveautés.



PHOTOS DR

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



PAGE RÉALISÉE EN COLLABORATION AVEC CÉCILE DELFIEU, SALMA ELASSALI ET JESSICA HERAULT, ÉTUDIANTES EN MASTER 2 « MARKETING PLURIMÉDIA ET CONSOMMATION - PARCOURS DESIGN DE COMMUNICATION ET PACKAGING » CEPE ANGOULÊME - IAE DE POITIERS (PROMOTION 2016).

## CLASSIQUES

Pour les tablettes de chocolat de dégustation classiques, les marques jouent le plus souvent sur des fonds sombres avec des contrastes de couleurs pour mettre en évidence les déclinaisons de chocolat noir aux différents pourcentages de cacao. Intensité et séduction sont au rendez-vous. Les nouveautés reposent sur la forme en elle-même du chocolat : elle peut être courbée comme pour mieux épouser la forme du palais ou, au contraire, sans forme, laissant toute liberté de fractionnement.



PHOTOS DR

## RECETTES GOURMANDES

Sur ce marché, l'objectif des marques est aussi d'innover par l'élaboration de nouvelles recettes, afin de répondre à toutes les envies des consommateurs. Cela passe par des attributs tels les fruits secs, les agrumes ou des cœurs fourrés, mis en scène en facing et soutenus par des messages jouant la différenciation. Les marques s'imposent avec des packagings aux couleurs vives, des typographies originales et une iconographie réaliste, toujours plus attractive.



## PREMIUM

Sobriété absolue pour les marques présentes dans les épicerie fines, s'inspirant du monde du luxe pour leurs tablettes de chocolat de dégustation. Leur design est souvent épuré et élégant, notamment pour la marque parisienne Angelina. On distingue davantage d'effets avec des matières texturées comme des vernis sélectifs et des gaufrages visibles chez Valrhona. Ces marques positionnées haut de gamme dévoilent rarement une représentation graphique du produit sur leur facing.

