

EN RAYON

LÉGUMES DE 4^{ÈME} GAMME

Sur un marché aujourd'hui bien installé mais toujours en croissance, les marques nationales innovent pour répondre à la concurrence des marques de distributeurs (MDD).



POUR DEUX

Les portions individuelles viennent compléter la gamme des sachets de salade de tous formats. Ce sachet en polypropylène au format carré permet de se démarquer des sachets habituels et de rompre la monotonie du rayon. La quantité précise est symbolisée par un pictogramme représentant une assiette entourée de couverts.

A EMPORTER

Un pot rigide qui rompt avec les présentations de crudités en sachets, avec un couvercle contenant une sauce d'accompagnement. Celui-ci est maintenu par un adhésif assurant également la garantie de première ouverture. Ce format en fait un en-cas sain, en phase avec de nouvelles habitudes de consommation.



PHOTOS DR



PLATEAU APÉRITIF

Un plateau en polystyrène noir comportant quatre compartiments à légumes et deux pots de sauce en polypropylène, le tout refermé par un film thermo soudé transparent. Celui-ci est glissé dans un étui carton illustré sur fond blanc, avec la reprise des couleurs de la marque, le vert et le bleu, tout en évoquant la fraîcheur et l'aspect santé du produit.



SACHET MÉTALLISÉ

Un sachet de salade reconnaissable du premier coup d'œil grâce à son film métallisé violet. De plus, l'impression verticale centrée laisse une importante surface visible pour la salade, sur les cotés. Les différentes typographies utilisées apportent glamour et raffinement à ce produit positionné haut de gamme.

BARQUETTE REFERMABLE

Cette barquette en polypropylène innovante dispose d'une ouverture refermable avec témoin de première ouverture. La fin de vie du produit a été travaillée afin de minimiser l'encombrement grâce à un système de plis. Surprise pour le consommateur : un message apparaît au fond de la barquette une fois vide, imprimé au verso de la contre étiquette.



SACHET SEVENTIES

Des couleurs vives ou des pastels, de grosses fleurs façon « flower power » et surtout juste quelques feuilles de salades en photo afin d'illustrer les variétés contenues dans ce sachet. La fenêtre suffit à montrer la fraîcheur du produit en toute simplicité. Les codes couleurs de la gamme cassent la monotonie du rayon.

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



Page réalisée avec la contribution des étudiants en master Marketing Stratégique du Design et du Packaging du CEPE d'Angoulême.

