

. . ecrins de saveurs . .

Le blog du packaging de luxe dans le secteur alimentaire



Est-ce que vous whiffez? Salon du Chocolat – Partie 1 •22

octobre 2009 • Laisser un commentaire

Du 14 au 19 octobre a eu lieu le salon du Chocolat à Paris, porte de Versailles. L'occasion pour moi de découvrir quelles nouveautés les chocolatiers nous ont réservées. Comme je m'intéresse au packaging, j'ai été très raisonnable sur les dégustations ! Aujourd'hui, je vais vous présenter une nouveauté qui va devenir très tendance dans les mois à venir : le WHIF.

Je voudrais remercier chaleureusement tous les exposants qui m'ont accueillie sur leurs stands et qui se sont montrés disponibles pour répondre à mes questions.

Tout d'abord, il y a le stand, dans des tons de gris argenté, magenta et bleu turquoise. Puis ce mot étrange : WHIF.

Et enfin, ce petit tube, qui est en fait un inhalateur, et cette signature marketing : « *Le premier produit de la cuisine aérienne* ». Exit donc la cuisine moléculaire, place à la cuisine aérienne !

Il s'agit d'une nouvelle approche dans la dégustation du chocolat. On ne le croque pas, on l'inhale. On ne mange pas tout le contenu de la tablette mais on prend seulement quelques bouffées. On ne prend pas de kilos superflus mais moins d'une calorie par inhalation. Et n'ayez crainte ! Les molécules de chocolat sont trop grosses pour se disperser dans vos poumons mais assez pour vous emplir la bouche d'une délicieuse sensation.

Autour des trois mots d'ordre du produit (« léger, facile, fun ») a été élaboré un vocabulaire spécifique : le whif (nom masculin) et le verbe « whiffer » qui se conjugue à tous les temps et toutes les personnes ! « Je whiffe, tu whiffes, il whiffe »...

Le produit se présente sous la forme d'un tube qui s'ouvre pour inhaler le chocolat. Il est à peine plus grand qu'un tube de rouge à lèvres et se glisse facilement dans une poche ou un sac. Il est conditionné par trois ou dix-huit pièces. Le paquet de trois est grand comme une boîte de chewing-gum, pratique, léger et peu encombrant. C'est donc un produit nomade, que l'on peut partager à volonté.

Donc, dans les prochains mois, pour être tendance, whiffez !

A PROPOS DE MOI

Après plusieurs expériences en tant qu'assistante communication, j'ai eu envie de passer de l'opérationnel à la mise en place des stratégies de communication. J'ai donc repris mes études à l'Université de Paris 13 à la rentrée 2009 afin d'obtenir le Master Communication des Entreprises. Challenge que je relève avec délectation ! Je serai disponible pour un stage de trois mois du 1 février au 30 avril.

ECRINS DE SAVEURS

RSS - Posts

LES DERNIERS ARTICLES

Est-ce que vous whiffez? Salon du Chocolat - Partie 1

Un tour d'horizon du secteur de l'emballage

CATÉGORIES

Choisir une catégorie

BLOGROLL

WordPress.com

WordPress.org

LES BLOGS DE MES CAMARADES DE PROMOTION

Celebrity Marketing - Le blog de Julie

Com'Verte & Entreprises - Le blog d'Aurore

Communication associative, l'exemple des Restos du Coeur - Le blog de Sarah

Communication théâtre public - Le blog de Marie

Condom'munication - Le blog de ...

Email + marketing = email marketing - Le blog de Yanping

La communication des crèmes



L'inhalateur de chocolat

Pour aller plus loin dans la réflexion liée au packaging, Julie Protière, responsable de la communication de la société « Le Laboratoire », a bien voulu répondre à quelques questions :

Aurélié Demotier : Pouvez-vous nous expliquer le processus de création de votre packaging ?

Julie Protière : Nous sommes passés par plusieurs étapes. A l'origine, nous étions sur des Whif Single, c'est-à-dire un whif par étui. Nous avions des petits sachets en forme de coussinets, gonflés, à l'intérieur duquel se trouvait le Whif. Nous nous sommes alors rendus compte que les gens avaient plutôt envie de le faire partager et de whiffer à plusieurs reprises. Nous sommes alors passés sur des paquets de trois et de dix-huit, conditionnés par parfum ou bien un assortiment des trois parfums proposés.

Avec ce nouveau conditionnement, nous sommes allés plutôt vers des boîtes cartons, avec une démarche plus écologique. C'est du papier, plus facilement recyclable que le whif single qui était dans une matière plastifiée.

A.D. : Quels réseaux de distribution utilisez-vous ?

J.P. : Comme c'est un produit nouveau, nous distribuons dans notre boutique, rue du Bouloi, à Paris, et dès la fin de cette semaine chez Galeries Lafayette Gourmet et Colette. Nous avons déjà travaillé avec Colette car ils avaient été très intéressés par le Whif Single et étaient en rupture de stock tout le temps.

A.D. : Vous vous situez donc sur un marché haut de gamme ?

J.P. : Comme nous sommes un produit nouveau, il est nécessaire de se faire connaître d'abord. Colette et Galeries Lafayette Gourmet sont un bon moyen d'atteindre par la suite de grands réseaux de distribution.

Source : <http://www.lewhif.com/fr/index.html>

Publié dans Design packaging

Un tour d'horizon du secteur de l'emballage • 20 octobre 2009 • Un commentaire

Avant de nous lancer à corps perdu dans l'étude du packaging de luxe alimentaire, il convient de faire un petit tour d'horizon du secteur de l'emballage, qui fait partie intégrante de notre vie quotidienne et que l'on néglige bien souvent de voir.

Mais tout d'abord, pourquoi le choix de ce sujet ?

J'ai été très sensible, lors de mon expérience d'assistante communication chez un verrier haut de gamme, au soin apporté aux décors des bouteilles. Certaines relèvent de l'œuvre d'art tant par la bouteille elle-même que par le décor. Dans ce domaine, beaucoup de techniques permettent d'obtenir des finitions magnifiques, qui n'ont de limites que celles de l'imagination. Depuis, je n'ai eu de cesse de remarquer, au détour de mes pérégrinations, les packagings originaux.

L'idée du blog sur le thème du packaging de luxe alimentaire s'est donc imposée d'elle-même.

cosmétiques - Le blog d'Hinda

La communication politique par Internet - Le blog de Benjamin

Les enfants et la publicité télévisée en France - Le blog d'Elodie

Model' de Com' - Le blog d'Alexandra

Stéréotypes raciaux et diversité ethnique dans la publicité - Le blog de Charlotte

Wedding Planner : le mariage comme stratégie de communication - Le blog de Krystel

MES LIENS

ChocoClara - le blog culinaire de Sabrina

Marie Hervieu- Marketing - Stratégies de marques - Communication

J'espère ainsi vous faire partager ma passion et vous permettre de découvrir un univers d'émerveillement.

Le packaging est un terme anglais qui décrit la « technique de l'emballage et du conditionnement des produits¹ ». En France, en 2008, le secteur de l'emballage a représenté un chiffre d'affaires de 19 milliards d'euros², tous matériaux confondus (papier carton, plastique, verre, métal, bois). L'alimentaire représente à lui seul 65%² de ce CA. Autant dire que les marques positionnées sur le secteur ne jouent pas avec l'image de leurs produits. En effet, un bon packaging est un packaging qui vous donne l'effet d'être un matin de Noël : autant de plaisir pour le contenant que pour le contenu. Et qui, bien sûr !, suscitera l'achat.

Mais le secteur doit répondre à de nombreux défis : celui de l'environnement tout d'abord, qui l'oblige à réfléchir à de nouvelles habitudes. Celui de la sécurité alimentaire : l'emballage doit répondre aux critères de normes toujours plus sévères. Et enfin, celui de la rentabilité et du positionnement sur le marché.

Toutes ces interrogations nous conduisent donc à la problématique de ce blog : comment le secteur du packaging de luxe intègre-t-il toutes ces données afin de satisfaire toujours et encore les consommateurs les plus exigeants ? Comment, en terme de communication, le packaging de luxe est-il traité et qu'est-ce qui le rend spécifique ? Et comment résiste-t-il à la crise ?

A travers de nombreux exemples, nous nous efforcerons de répondre à ces interrogations et de décrypter les nouvelles tendances du secteur.

Bonne visite sur le blog !

Sources :

¹ *Le Petit Larousse*

² *Ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi, L'industrie française de l'emballage en chiffres, édition 2008.*

Publié dans Secteur
