

LE PRODUIT

BOUTEILLE DE CHAMPAGNE MUMM

La maison Mumm crée une nouvelle bouteille à son image et bouscule les codes traditionnels du champagne en faisant une économie de matériau d'emballage...

1. CHEZ L'INDUSTRIEL

Pour une maison de champagne qui s'apprête à fêter son 140^e anniversaire, se lancer dans la création d'une nouvelle forme de flacon aurait pu s'apparenter à une véritable utopie. En effet, outre les conventions bien ancrées qu'il faut oser transgresser dans cet univers ultracodifié, on est très vite rattrapé par des aspects techniques incontournables, car la forme du flacon accompagne le processus d'épanouissement du vin. C'est pourtant le défi que Mumm a su relever avec brio grâce au travail du designer anglais Ross Lovegrove et de Didier Mariotti, le chef de caves de la maison, assistés par une équipe restreinte de collaborateurs, tous rigoureusement tenus au secret. Effectivement, entre les premiers coups de crayon du designer et la mise sur le marché des bouteilles, il s'est écoulé près de quatre années, dont deux nécessaires à la maturation du champagne, avec ses étapes de remuage et de dégorgement, à l'abri de la lumière et des regards indiscrets. C'est courant 2016 que cette bouteille au col élancé et aux lignes sobres, qui se distingue par son ruban rouge incrusté dans l'épaisseur du verre, est sortie des caves de la maison. Au-delà de la prouesse technique que constitue la mise en œuvre de ce flacon, c'est aussi la capacité d'une marque à s'offrir, même après plusieurs décennies d'existence, un emballage « iconique » en parfaite adéquation avec son image, qu'il convient de souligner. Aujourd'hui, la bouteille est directement ornée d'un ruban rouge, ce qui offre au passage un bel obstacle à la contrefaçon.

Le commentaire de Fabrice Peltier

Un emballage original sur un marché quelque peu figé par la tradition.

2. CHEZ LE DISTRIBUTEUR

La nouvelle bouteille Mumm Grand Cordon se démarque grâce à son grand ruban rouge laqué. Elle offre un accident visuel dans le rayon qui attire l'attention au milieu de toutes les autres bouteilles qui portent des étiquettes. De plus, la forme creuse, arrondie et sensuelle du ruban invite au « toucher ». C'est un véritable atout en termes d'attractivité, car si le sens dominant de l'être humain est la vue, il est aussi très « tactile ».

Le commentaire de Fabrice Peltier

Un emballage qui se démarque et séduit instantanément.

4. À LA POUBELLE

Le poids d'une bouteille champenoise de spécialité se situe aux alentours de 950 g, voire plus. Celui d'une bouteille standard « allégée » est quant à lui de 835 g. La nouvelle bouteille Mumm Grand Cordon ne pèse que 830 g, ce qui démontre une fois de plus que le design permet de faire mieux avec moins...

Le commentaire de Fabrice Peltier

Un emballage premium qui peut se targuer d'avoir été allégé.

**FABRICE PELTIER**

Expert du design, Fabrice Peltier livre chaque mois le fruit de ses réflexions.

www.fabrice-peltier.fr

www.diadeis.com

3. CHEZ L'UTILISATEUR

L'utilisation de ce flacon Mumm Grand Cordon ne modifie en rien le rituel d'ouverture d'une bouteille de champagne. Cependant, le creux du ruban dans l'épaisseur du verre permet aux doigts de mieux agripper la bouteille lors du service.

Le commentaire de Fabrice Peltier

Un emballage qui offre une meilleure préhension lors de l'utilisation.

