

## HYGIÈNE ET BEAUTÉ

# La crème douche de Dove

Les nouveaux flacons de la gamme de crème douche Dove présentent une bande translucide en face avant. Celle-ci est réalisée directement à l'extrusion soufflage grâce à la technique de la coextrusion. Une démarche packaging qui s'inscrit dans une bonne harmonie.

### 1. CHEZ L'INDUSTRIEL

Ce nouveau flacon n'a pas entraîné de modification majeure du principe de conditionnement du produit. Il permet à la marque de décliner de façon visible son offre tout en conservant un seul et même flacon blanc. Le blanc est la couleur emblématique de Dove, il exprime l'origine et le concept fondateur de la marque : « 1/4 de lait ». C'est la couleur de la formule du produit qui devient le code de différenciation entre chacune des références.

#### Le commentaire de Fabrice Peltier :

**Des codes de marque respectés, une segmentation produit renforcée sans la moindre incidence sur la chaîne de conditionnement...**

### 2. CHEZ LE DISTRIBUTEUR

Le simple apport d'un grand bandeau de couleur sur toute la hauteur du flacon procure une meilleure lisibilité de l'offre Dove en rayon. Le consommateur perçoit immédiatement la différence entre chacune des références qui lui sont proposées par l'enseigne. De plus, il visualise la couleur et la texture de la formule qu'il achète sans avoir à ouvrir le flacon.



**Le commentaire de Fabrice Peltier :**  
**Une meilleure différenciation des références en linéaire par l'apport de la couleur, sans avoir à en ajouter une à l'impression...**



## VERS UN EMBALLAGE HARMONIEUX...

Chaque mois, **Fabrice Peltier**, président de P'Référence Dynamiseur de marques, présente un produit qui, à ses yeux, a su par la bonne combinaison du travail



des designers, du marketing et des industriels, apporter des solutions efficaces pour se montrer plus performant dans l'ensemble de ses quatre cycles de vie : chez

l'industriel, de la création à la production; chez le distributeur, de la sortie du carton à la mise en linéaire; chez le consommateur; enfin, lorsqu'il devient déchet.

### 3. CHEZ LE CONSOMMATEUR

Outre son côté informatif pendant l'acte d'achat, ce bandeau translucide permet au consommateur de contrôler la quantité de produit qui lui reste dans le flacon, que celui-ci soit posé sur sa base ou sur son bouchon. Ainsi, il n'a plus à attendre que l'emballage soit complètement vide pour penser à en acheter un autre.



**Le commentaire de Fabrice Peltier :**  
**Un simple service rendu au consommateur pour qu'il gère au mieux sa consommation...**

### 4. A LA POUBELLE

Alors que des effets semblables avaient déjà été réalisés avec un flacon translucide et un sleeve imprimé, cette innovation n'a entraîné aucune complication majeure dans la composition du flacon et n'a nécessité aucun ajout de matériau supplémentaire pour composer l'emballage.

**Le commentaire de Fabrice Peltier :**  
**Un flacon entièrement recyclable. Il est à noter que l'écorecharge serait la bienvenue, car la visibilité du niveau de produit contenu permet aussi d'éviter de le faire déborder au remplissage...**