

ALIMENTATION

La Carafe Mont-Dore

S.M.D.A. Mont-Dore, filiale du groupe Danone, lance un nouvel emballage qui offre le même service qu'une carafe d'eau à la table du consommateur. Ce nouveau conditionnement casse tous les codes établis dans l'eau embouteillée.

1. CHEZ L'INDUSTRIEL

La forme révolutionnaire de « La Carafe » de 2 litres est produite comme n'importe quelle autre bouteille classique. Néanmoins, si les principes de base demeurent les mêmes que ceux d'un outil traditionnel, 18 mois auront été nécessaires à SMDA pour mettre au point cet emballage et créer sa ligne de production.

Du soufflage de la préforme de 56 grammes en PET sur une machine en linéaire, au remplissage et au bouchage sur une tourelle, jusqu'à l'étiquetage, la forme est convoyée sur sa base, col et bouchon vers le haut. C'est au moment du conditionnement, dans un carton de regroupement par trois unités, que l'emballage est posé sur une de ses parois obliques inférieures et non sur sa base comme une bouteille, il devient ainsi « La Carafe ».

Cette réalisation constitue la fierté de tout le personnel de l'entreprise. Par sa volonté de remise en cause des principes établis et sa motivation pour relever les défis techniques, S.D.M.A. démontre de façon éclatante sa capacité à innover.

Le commentaire de Fabrice Peltier :
Un conditionnement qui apporte une réelle innovation sur le marché en se jouant astucieusement des contraintes industrielles...

2. CHEZ LE DISTRIBUTEUR

« La Carafe » doit, en principe, être présentée en rayon de profil appuyée sur une de ses parois obliques inférieures. Dans cette position, avec son bouchon déporté et sa poignée qui invite à la prise en main, l'emballage montre explicitement le service qu'il rend au consommateur. Cependant, la réalité quotidienne de la mise en rayon et son objectif de combler le moindre espace vide peuvent amener à disposer « La Carafe » avec sa petite face positionnée de façon frontale sur le linéaire. Il est d'ailleurs à noter que la caisse américaine dans laquelle elle est livrée n'incite pas à la présenter de profil mais de face... Pour pallier cette éventualité de présentation moins avantageuse, la pose d'une étiquette et le nom du produit gravé sur le petit côté, comme sur le grand, pourraient s'avérer très utiles.

Le commentaire de Fabrice Peltier :
Une innovation visible et explicite lorsqu'elle est bien présentée en rayon...



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

« La Carafe » répond à de nombreuses attentes des consommateurs : singularité, facilité d'usage, convivialité, quête de sens... Visiblement, elle donne l'impression que la gestuelle de versage a été simplifiée.

À l'usage, sa poignée de préhension n'apparaît pas assez prononcée car le produit plein est assez lourd. Son format compact (172 x 227 x 90 mm) se range aisément dans un réfrigérateur. En basculant « La Carafe » sur sa face oblique supérieure et en la complétant d'un bouchage à robinet, elle peut se transformer en fontaine. À suivre ?

Le commentaire de Fabrice Peltier :
Un emballage qui apporte plus qu'une simple bouteille à son utilisateur...



4. À LA POUBELLE

Totalement recyclable, « La Carafe » vide devient néanmoins un déchet encombrant difficilement compactable. Il s'agit là, sans aucun doute, de son maillon faible.

Le commentaire de Fabrice Peltier :
Un emballage dont il conviendra d'améliorer la fin de vie en favorisant le compactage...