

SPIRITUEUX

Liqueur Costes

Sur le marché des spiritueux, le suremballage est quasiment obligatoire. Néanmoins, cette pratique est onéreuse et gourmande en matériau. De plus, elle revient à cacher une bouteille esthétique qui ne demande qu'à se montrer. La liqueur Costes enfreint cette règle : son suremballage original dévoile la beauté de ce qu'il contient.

1. CHEZ L'INDUSTRIEL

L'art du flaconnage dans l'univers des spiritueux n'a rien à envier à celui des parfums. Certains flacons d'alcool sont de véritables sculptures, des objets de designers, dignes d'être exposés dans des musées d'arts décoratifs. Cependant, sur ces deux marchés, il paraît impensable de mettre en vente le flacon nu. Celui-ci est systématiquement caché dans un étui dont l'esthétique n'a souvent rien à voir avec celle du flacon qu'il contient. Certes, ces suremballages protègent leur fragile contenu. Cependant, ils ne le mettent absolument pas en valeur. La liqueur Costes a opté pour un parti pris radicalement différent. Son étui en carton noir agit comme un véritable encadrement qui, outre son côté fonctionnel et protecteur, a pour mission de sublimer la bouteille qu'il contient. D'une simplicité déconcertante, mais d'une efficacité remarquable, ce suremballage dénote par rapport à ce que nous avons l'habitude de voir. Lui montre l'essentiel : une bouteille esthétique qui laisse apparaître en transparence la marque Costes. Un autre avantage de taille caractérise ce suremballage : il est peu consommateur en matériau d'emballage.



Le commentaire de Fabrice Peltier

Un suremballage minimaliste qui sublime le flacon qu'il contient.

2. CHEZ LE DISTRIBUTEUR

Dans son suremballage original, la bouteille de liqueur Costes est extrêmement visible et très attrayante dans les rayons. Sa poignée de portage en partie supérieure est une invitation à la prise en main.

Le commentaire de Fabrice Peltier

Un suremballage qui présente une réelle attractivité en rayon et qui est très pratique à emporter.



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.

www.p-reference.fr

3. CHEZ L'UTILISATEUR

Le suremballage, pratique pour transporter la bouteille de liqueur Costes, est aussi très facile à ouvrir. Qui plus est, il peut se refermer sur sa bouteille, si besoin est.

Le commentaire de Fabrice Peltier

Un suremballage qui offre une gestuelle d'ouverture extrêmement simple.



4. À LA POUBELLE

Le suremballage de la liqueur Costes est un exemple d'éco-conception. Il est très peu consommateur en carton. En fin de vie, c'est un déchet d'emballage recyclable, peu encombrant dans les bacs de tri sélectif.

Le commentaire de Fabrice Peltier

Un suremballage éco-conçu, facile à jeter et facile à recycler.