

ALIMENTATION

Kinder Happy Time

Ferrero France invente une nouvelle génération de desserts pour les enfants qui bougent. Le packaging original de ce nouveau produit ne passe pas inaperçu dans les rayons. Fonctionnel et sûr, cet emballage permet aux petits garnements de se régaler jusqu'à la dernière goutte...



1. CHEZ L'INDUSTRIEL

Kinder Happy Time de Ferrero est un dessert gourmand composé de lait et de glace finement mixée. Résultat : une texture onctueuse et un goût inimitable, à boire sans modération... Outre des qualités organoleptiques à vous faire fondre sur place, ce nouveau produit se distingue par un packaging qui présente une rupture totale avec les autres acteurs du marché. L'emballage de Happy Time a la forme d'un petit cône de glace surmonté par un couvercle hermétique en forme de volute de crème. Ce dernier est muni d'une pré-découpe à son centre pour laisser entrer une paille qui, elle-même, vient perforer un opercule en aluminium scellé entre les deux parties en plastique de l'emballage. Ainsi le contenu gourmand est parfaitement protégé et son accès sécurisé. Une fois le conditionnement perforé par la paille, grâce à la double fermeture, la crème ne peut pas se renverser et couler, même si le pot est manipulé par des « enfants terribles ». Il s'agit d'une unité d'utilisation originale, pratique et propre, idéale pour une consommation ambulatoire.



Le commentaire de Fabrice Peltier

Un nouveau produit conditionné dans un emballage innovant qui se démarque de la concurrence et qui offre aux enfants une nouvelle gestuelle de consommation...

2. CHEZ LE DISTRIBUTEUR

Kinder Happy Time est présenté en rayon dans une barquette en carton découpé qui contient douze unités et permet d'exposer trois facings. Le produit ne peut pas être vendu sans son présentoir car l'emballage n'est pas assez stable pour tenir debout tout seul sur le linéaire. Ce mode de présentation peut poser quelques problèmes lorsque la vente ne se conclut pas. En effet, un client ne prendra jamais le temps de bien replacer le produit dans son emplacement s'il se rétracte. Une étude récente réalisée par Exxon Mobil Chemical divulgue que seulement 90 % des produits pris en main sur le rayon finissent au fond du caddie... Néanmoins, ce type de barquette PLV améliore sensiblement la visibilité de l'offre en linéaire et facilite l'implantation en linéaire par le personnel du point de vente.

Le commentaire de Fabrice Peltier

Un emballage indissociable de sa barquette de présentation sur le lieu de vente...



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

L'emballage de Kinder Happy Time est résolument étudié pour le petit consommateur. Il est très sûr est très facile à utiliser. Le système de couvercle avec un trou pré-découpé permet de glisser la paille puis de percer l'opercule sans avoir à viser et sans risquer de glisser comme cela arrive parfois avec d'autres types d'emballages à perforer. Sa forme en cône est particulièrement préhensible par une main d'enfant. Cependant, elle n'est pas pratique à ranger dans le réfrigérateur familial.

Le commentaire de Fabrice Peltier

Un emballage pratique, parfaitement adapté à la consommation d'un enfant...



4. À LA POUBELLE

Kinder Happy Time n'est pas un emballage exemplaire en terme de respect de l'environnement. En effet, l'opercule en aluminium caché sous le plastique pose un problème pour le recyclage de ce déchet d'emballage. De plus, il serait souhaitable d'expliquer à l'enfant, directement sur l'emballage, comment et où il doit jeter les différents éléments composant le produit après avoir consommé son contenu. L'éducation à bien jeter doit commencer au plus jeune âge !

Le commentaire de Fabrice Peltier

Un emballage qui gagnerait en citoyenneté s'il communiquait sur l'acte ultime de la consommation : bien jeter...