

ÉPICERIE

Salière La Baleine

La métamorphose de la salière La Baleine est plutôt bien réussie. Tout semble avoir été parfaitement étudié : rationalisation industrielle, meilleure étanchéité, inviolabilité, gain de visibilité en rayon, amélioration de la gestuelle d'usage, éco-conception...

1. CHEZ L'INDUSTRIEL



La précédente salière de La Baleine avait 45 ans ! Si cet âge est assez courant pour un cétacé en fin de vie, il est plutôt inhabituel pour le packaging d'un produit de grande consommation. En effet, cet emballage de 250 grammes de sel, décliné en trois couleurs – bleu, rouge et jaune –, n'a pas connu d'évolution majeure depuis 1962, date de sa mise sur le marché. S'il pouvait

encore rendre de bons et loyaux services, il ne correspondait néanmoins plus aux standards d'exigence du vingt-et-unième siècle. Modifier cet emballage-service était un challenge risqué pour les Salins du Midi, tant cet objet usuel était implanté dans la vie quotidienne de quasiment tous les foyers, tout comme il l'était dans le cycle de production et l'histoire de l'entreprise... Ainsi, les contraintes industrielles, financières et de respect d'image ne manquaient pas. Cependant la conception d'une nouvelle salière était devenue indispensable, car outre l'amélioration de son esthétique et de sa fonctionnalité d'usage, il était temps d'en simplifier la production pour faire des économies et respecter les principes fondamentaux de l'éco-conception. Quand on sait que la marque produit plus de 8,5 millions d'unités par an, la démarche était loin



d'être anodine. Autre point important, qui imposait la naissance d'une nouvelle salière, c'était l'assurance de son inviolabilité.

Celle-ci est désormais garantie au consommateur par une languette qu'il doit arracher avant le premier usage.

Le commentaire de Fabrice Peltier

Tout emballage est, un jour ou l'autre, voué à être amélioré.

2. CHEZ LE DISTRIBUTEUR

Outre son design beaucoup plus attractif, la nouvelle salière de La Baleine offre une large plage d'étiquetage. Ainsi, la marque peut exprimer pleinement son identité visuelle, d'une façon cohérente et homogène, avec les autres produits de la gamme, ce qui était impossible avec l'ancien emballage.

Le commentaire de Fabrice Peltier

Un emballage esthétique qui permet une meilleure mise en avant de la marque 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.

www.p-reference.fr

3. CHEZ L'UTILISATEUR

Le perfectionnement de la gestuelle d'usage fait passer cette salière du statut d'emballage service à celui d'ustensile moderne de cuisine. Sa forme, plus ergonomique, offre une meilleure prise en main. Son système d'ouverture « coup de pouce » pivote grâce à une simple pression vers la droite ou vers la gauche.

Un clic sonore permet de valider les deux positions « ouvert » – petit et gros flux – et « fermée ».



Le commentaire de Fabrice Peltier

Mieux qu'un emballage service : un emballage-ustensile.

4. À LA POUBELLE

La nouvelle salière de La Baleine est un peu plus lourde que l'ancienne. Cependant elle est composée de trois pièces en polypropylène, elle est donc constituée d'un monomatériau. Ainsi, une fois vidée de son contenu, elle représente un déchet d'emballage homogène totalement recyclable.

Le commentaire de Fabrice Peltier

Un emballage parfaitement éco-conçu.