

#BUZZPACKAGING

QUAND LE PACKAGING (DESIGNER) EST ACCLAMÉ

Parfois conspué, souvent ignoré, l'emballage peut aussi susciter l'admiration pour les idées « de génie » dont font preuve les designers.

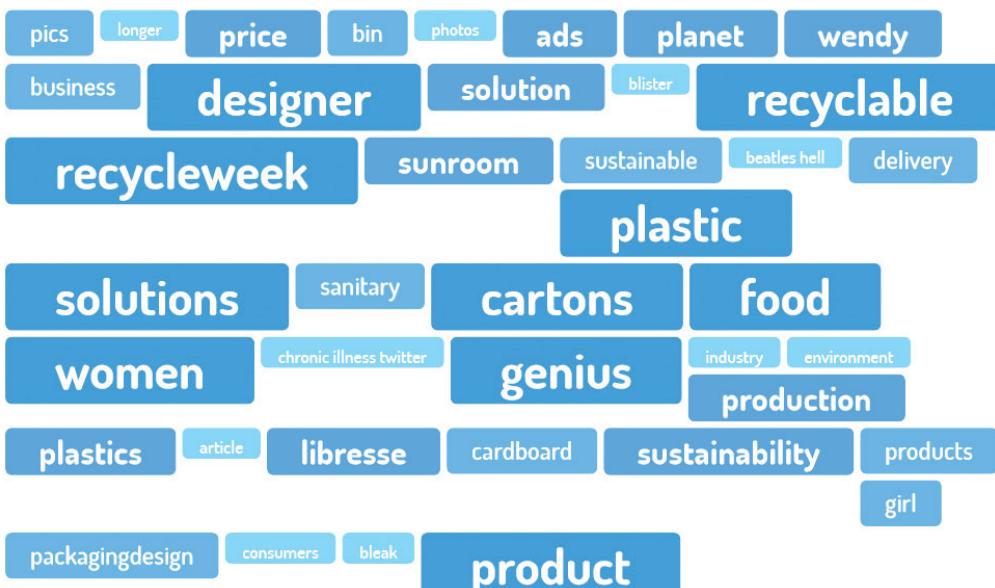


PHOTO CARL VON SCHEELE

MONIQUE LARGE

Experte en innovation et en design, Monique Large réalise une analyse massive de la perception de l'emballage sur les réseaux sociaux en partenariat avec Digimind. www.pollenconsulting.com

21 000 tweets

Parmi les 320 000 conversations en anglais sur Twitter évoquant le packaging en septembre 2021, 21 000 mentionnent le mot « genius ».

VU SUR

Un graphisme qui se déroule sur les quatre faces de la brique de lait russe Milgrad : une idée « de génie » qui a fait grand bruit début septembre sur Twitter.

La designer Vera Zvereva (Depot Branding Agency) a vu son nombre de « followers » exploser sur Instagram. Pourtant, raccorder le décor des quatre faces d'un emballage pour en composer un complet en facing n'est pas nouveau.

C'est une technique bien rodée afin d'augmenter l'impact visuel en rayon. À lire les réactions des twittos, l'engouement est tel que le consommateur souhaite également reproduire cet effet

chez lui. Ici, pas de vision idyllique d'une « suggestion de présentation » du produit, la marque offre un geste artistique, de l'émotion. Les twittos se sont aussi enflammés pour un autre packaging ingénieux, touchant là à une problématique de logistique. Le fabricant de vélos VanMoof, lassé de voir ses caisses en carton en transit malmenées, a fait imprimer l'image d'un grand écran de télévision sur ses emballages. Un effet « nudge » (incitatif) qui, mieux que d'innombrables pictogrammes, attire l'attention sur la fragilité du colis.

