

«Packaging»

L'oeuf a la cote

Contexte : Alors que nous ne cessons de tirer la sonnette d'alarme notamment concernant le 7ème continent de plastique évoluant au nord de l'océan pacifique faisant six fois la taille de la France, le suremballage continue de faire rage dans les rayons de nos magasins.

Pour contenir, protéger, faciliter le transport ou déclencher l'achat du consommateur, l'emballage joue de multiples rôles dans la vie d'un produit mais il a aussi de lourdes conséquences pour l'environnement.

Devenue une des priorités de la transition éco-durable de nos habitudes alimentaires, le suremballage est le point devenu préoccupant de l'industrie agro-alimentaire.

Brief : Tetra Pak est le premier concepteur mondial de solutions de process et d'emballage de produits alimentaires. Dans son souci du respect de l'environnement, la firme souhaite lancer sur le marché un nouveau concept : «une deuxième vie pour le packaging», une autre manière de recycler... collectionner.

Le marché de l'emballage de l'oeuf vient se positionner au premier plan des process de conditionnement (avec le lait).

Mission: Vous devez créer un conditionnement / packaging pour un ensemble de 1 à 6 oeufs.

Promesse : «l'Oeuf a la cote», c'est une deuxième vie pour votre emballage.

Segment : Cadre, urbain, à tendance «bobo» 25/40 ans

Objectif : Créer un réel engouement pour ce nouveau packaging qui vivra une deuxième vie dans votre quotidien, boîte de rangement, objet déco, jouet, collector...

Benchmark : <http://www.topito.com/top-packaging-insolite-original-design>

Ton : Surprenant, drôle, inattendu, étonnant, collector, design, déco, engageant, amusant

Méthode : Papier, crayons, encre, feutres, cutter, colle puis infographie du pack dans illustrator, PDF pour BAT imprimeur, échelle 1, 300 ppp, CMJN, Profil pré presse europe.

Supports : Packaging façonnage papier couché (grammage 300/350 si possible)

Promotion : Réalisation d'un clip 20' de promotion du produit de conditionnement en 3D puis export vidéo.