



## FOCUS THÉMATIQUE AVRIL 2011

wallonie design

### Packaging, la check-list

- ▶ Quel est le nom du (ou des) produits concernés par le packaging ?
- ▶ Quelle est la nature de ce(s) produit(s) ?
- ▶ Quelles sont les variétés actuelles et futures ?
- ▶ Quelles sont les habitudes de consommation de ce produit ?
- ▶ Quelles sont les habitudes d'achat de ce produit ?
- ▶ Description d'un profil moyen : acheteur et consommateur ?
- ▶ Connaissent-ils déjà bien votre entreprise/votre organisation, vos produits et/ou services, ou la (les) découvrirent-ils à cette occasion ?
- ▶ Quelle est la promesse faite au consommateur ?
- ▶ Quelles sont les similitudes et les différences avec les produits du même type ?
- ▶ Quel est le circuit de distribution ?
- ▶ Quel est le prix de vente ?
- ▶ Quel est le nom de la marque ?
- ▶ Quelle est l'image de marque actuelle/souhaitée ?
- ▶ Description/échantillon des packagings actuels... et ceux de la concurrence ?
- ▶ Les objectifs qui vous semblent prioritaires

Nouveauté/originalité

Caractéristiques du 'plus' produit

Différenciation des variétés

Identification du produit

Connotation de qualité

Aspect attractif

Conformité avec la gamme actuelle

- ▶ Y a-t-il des contraintes liées

à la conservation du produit ?

à l'utilisation du produit ?



## FOCUS THÉMATIQUE AVRIL 2011

wallonie design

aux manipulations (stockage, remplissage, fermeture...) ?

au gerbage ?

à la fonction en linéaire ?

- Quelles sont les limites techniques de production ?
- Avez-vous une préférence/des exigences par rapport à la matière utilisée ?
- Avez-vous une échéance précise pour la réalisation de votre packaging ?
- Date de lancement du produit ?
- Souhaitez-vous organiser une étude et un test par rapport au projet de packaging ?

[www.unpasplusloin.com](http://www.unpasplusloin.com)

L'agence Un pas plus loin est une agence full services qui a fait le choix de développer quatre compétences prioritaires : corporate identity, packaging, pub et web & digital marketing. Elle a pour clients des PME en croissance et des organisations dynamiques aux métiers complexes qui cherchent des solutions de communication simples générant des résultats rapides. Elle développe une expertise dans quatre secteurs d'activités : agroalimentaire, organisation, construction et business to business.

Mission : Comprendre, créer, agir. Concevoir et développer des marques.

**Emmanuel Briard**

Est un Namurois de 43 ans qui a créé l'agence Un pas plus loin en 2002.

Il est passionné par la traduction de concepts marketing en outils de communication. Dans ce cadre, il s'est notamment intéressé de plus près au Social Media Marketing et à publié « Entrez dans la toile de mon réseau » chez Edipro en collaboration avec Audrey Bontemps.

Avant ça, il avait notamment dirigé le marketing et les ventes du Journal Le Soir (Rossel) et du Groupe L'Avenir (Corelio). Il est également « Lecturer » (professeur invité) à l'Ecole de Journalisme de Lille et consultant agréé par la Région Wallonne dans diverses matières.

