



PACKAGING

Maurane Kutzner, Sacha HAPKA, Seys Gwendal, Léo Briere

I) Présentation de la marque :

Cointreau est une marque de liqueur, un spiritueux à base d'écorces d'oranges douces et amères, et plus spécifiquement une liqueur triple sèche. Créée à Angers en 1849 par Édouard Cointreau, la marque appartient depuis 1989 à la société Cointreau filiale de Rémy Cointreau (cotée en Bourse).

Cette marque ne se limite pas à sa portée nationale. En effet, elle réalise aujourd'hui, 90% de son chiffre d'affaires à l'étranger.

Depuis 2004, Cointreau a adopté une stratégie dite de « valeur » en visant le haut, voir le très haut de gamme.



II) Présentation de l'événement :

L'événement en question est une collaboration entre la marque Cointreau et une région du Japon, Kumamoto, productrice majoritaire de l'orange Sumo.

Pour cet événement, la marque veut surprendre le consommateur, sortir de la recette traditionnelle en mixant les cultures.

Avec cette collaboration, c'est à la fois l'occasion de faire découvrir un nouveau fruit et de nouvelles saveurs aux consommateurs, mais également de leur proposer un nouveau pack premium, avec un nouveau design, produit spécialement pour l'occasion.



III) Présentation du produit :

Ce nouveau produit est le résultat d'une réflexion poussée sur les caractéristiques de notre produit original. Nous nous étions d'abord penchés sur le Yuzu, mais il s'est avéré que celui-ci était trop fort, trop amer.

Pour un alcool comme le Cointreau, nous nous sommes donc plus rapprochés d'un agrume avec des caractéristiques complémentaires et notamment un goût sucré, plus doux que l'alcool en lui-même. C'est donc l'orange Sumo qui a su nous convaincre et c'est sur ce fruit que notre collaboration s'est poursuivie.



IV) Créations :

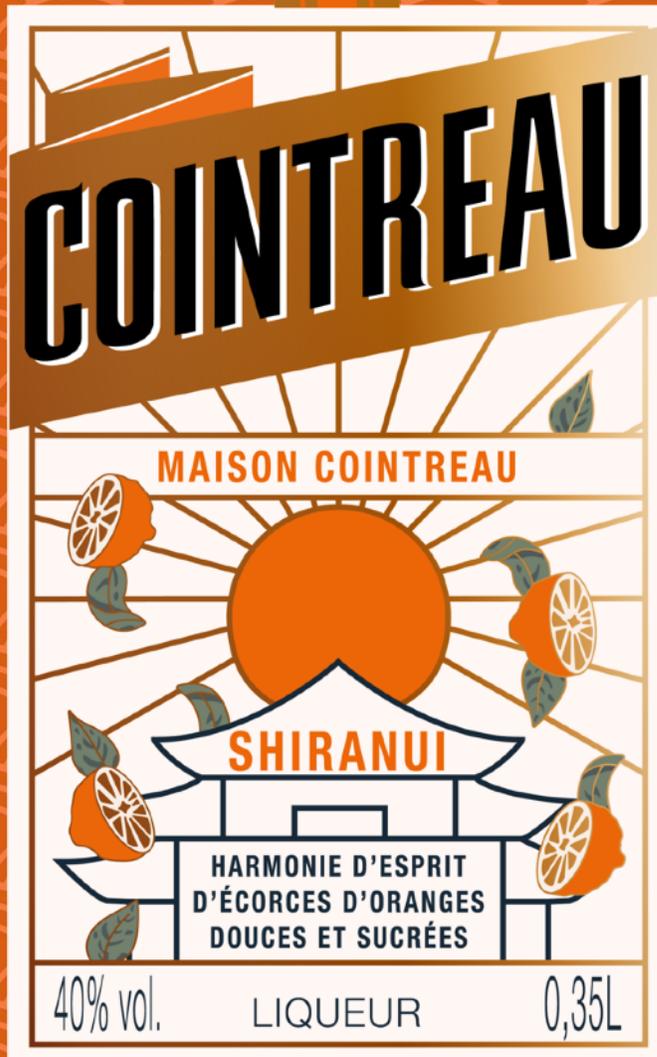


Étiquette arrière :

Pour l'étiquette arrière de la bouteille, nous avons évidemment repris les informations légales obligatoires, comme les ingrédients, le poids, le degré d'alcool, les informations de tri etc.

Nous sommes également partis sur un design très similaire à la bouteille de Cointreau d'origine, avec notamment des noms de cocktails réalisables avec cet alcool mais surtout un QR code qui donne accès aux recettes de ces fameux cocktails.

IV) Créations :



Étiquette avant :

En ce qui concerne l'étiquette avant de la bouteille, nous avons appliqué plus de changements que pour celle du dos.

Même si nous sommes partis sur les mêmes idées, nous avons appliqué le mélange de culture présent dans notre recette afin de revisiter le design de l'étiquette.

La maison mère de la société est devenue une pagode traditionnelle japonaise, les agrumes sont devenus des oranges Sumo et un grand soleil est présent au centre du design.

IV) Créations :

Vignette :



Cette vignette présente sur la bouteille est un symbole traditionnel présent sur certaines fenêtres japonaises.

IV) Créations :

Intérieur pack:

L'intérieur du pack est composé d'une étiquette expliquant l'origine et les caractéristiques de l'orange Sumo.

Le reste est designé avec des motifs japonais et des illustrations de l'orange Sumo.



IV) Créations :

Extérieur pack:

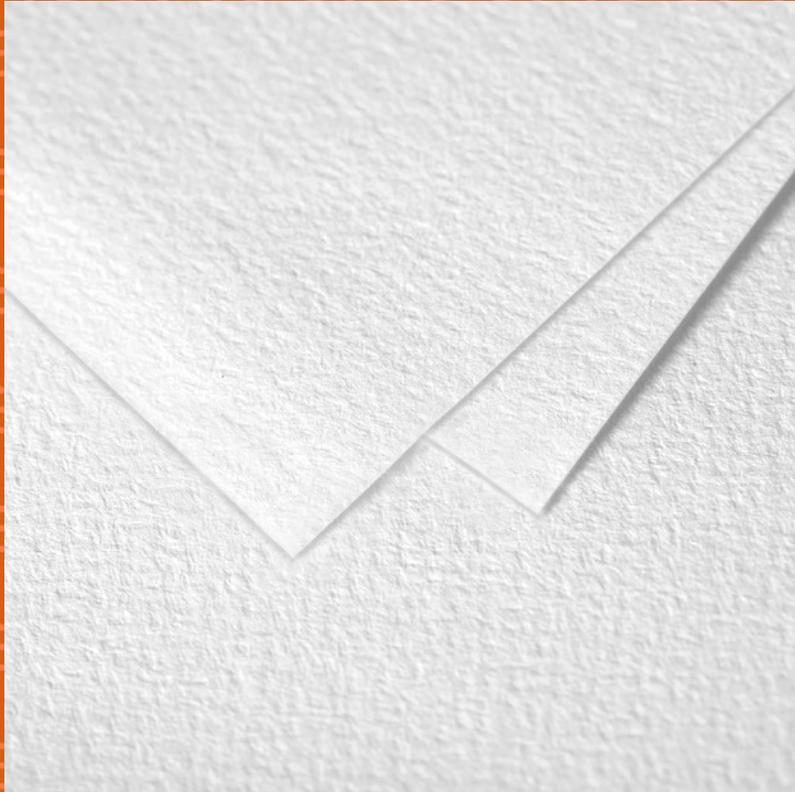
L'extérieur du pack contient sur toutes ses faces latérales un design de paravent japonais

On retrouve également un oranger d'oranges Sumo et évidemment le facing avec les informations principales du produit.



V) Fabrication :

Matériaux et impression :



En ce qui concerne la fabrication du packaging, nous avons choisis d'utiliser du carton mat avec un finition soft touch.

Cette finition permet d'avoir une sensation semblable à un tissu très doux ce qui rappelle le tissu japonais et apporte un aspect premium.

Alors que pour les étiquettes, l'impression se fera sur un papier texturé type grain de pollen rappelant la texture de la peau des oranges Sumos.

L'impression quant à elle est en quadrichromie.

VI) Maquette :

