

Le Packaging

De tous temps, les hommes se sont inspirés des emballages créés par la nature : gousse, écorce, peau, coquille ... En effet, si nous observons l'écorce d'un arbre, la peau d'une orange ou la coquille d'un œuf nous mettons en évidence des systèmes d'emballages tout à fait remarquables : ils conservent, protègent, abritent de la lumière et ferment parfaitement ce qu'ils contiennent.

"Pour les Japonais, chaque objet physique est bien plus qu'une simple matière puisqu'il contient la présence &une "existence". Ainsi, pour les Japonais, non seulement la création d'un emballage sert à envelopper un objet matériel, mais signifie aussi qu'ils donnent un abri au cadeau rempli de vie. Cette profondeur japonaise particulière amène à la conclusion que tous les objets tentent sans relâche de s'échapper de leur enveloppe trop étroite ... * 1

La création d'un objet ou d'un produit, dans notre société de consommation, s'envisage la plupart du temps, avec son emballage, son conditionnement.

On appelle PACKAGING ce secteur d'activités.

L'emballage sert à protéger le produit, à l'identifier ainsi qu'à faciliter son transport. L'emballage a pour rôle d'aider et de renforcer la perception du produit, il est d'ailleurs toujours conçu dans la continuité des codes visuels (formes, couleurs) de la gamme ou de la ligne de produits dont il est un élément parmi d'autres. Le consommateur doit le reconnaître, aussi, le produit doit se distinguer des autres.

L'emballage fait partie de la stratégie de communication de l'entreprise. il arrive parfois, que l'emballage prenne une importance démesurée par rapport au produit lui-même, il sera le facteur déterminant de l'achat. Si la marchandise n'est pas de bonne qualité, elle ne sera vendue qu'une fois.

Une bonne communication doit utiliser des moyens publicitaires et graphiques appropriés au message à transmettre..