

Oust les mauvaises odeurs !



De nos jours, le monde de la parfumerie cherche à se démarquer pour attirer le plus de consommateurs. Pourquoi ne pas s'inspirer des produits ménagers qui font de suite penser à une bonne odeur. Moschino s'est donc inspiré du célèbre produit à vitre de la marque Ajax. A première vue, le produit ne fait pas du tout penser à un parfum, mais l'innovation attire. Cela permet aussi de présenter une nouvelle façon de se parfumer car il fonctionne comme un produit à vitre classique.

L'emballage, que ce soit la forme, la texture ou le visuel, ainsi que l'eau de toilette bleu vif permettent un rapprochement direct avec le produit ménager pour le consommateur qui se retrouve donc surpris de pouvoir le trouver dans le rayon parfumerie. On peut donc penser que quelque soit sa place en rayon, le consommateur le verra et examinera le produit même si il ne l'achète pas.

L'étiquette permet elle aussi de faire référence à ce fameux produit à vitre de part ses couleurs et sa structure visuelle. Le mot « fresh » écrit en rouge, gras et en gros caractère attire et rappelle la typographie de la marque Ajax. Ce mot laisse aussi sous entendre que l'eau de toilette s'oriente vers une odeur de menthe, de fraîcheur, tout comme la couleur bleu du produit souvent associée à la menthe.

La marque innove aussi sur l'utilisation du produit, car en effet, il s'utilise en pressant la gâchette et non en appuyant sur le dessus, ou en se la versant dans la main comme une eau de toilette classique.

Cet emballage a aussi l'inconvénient de la place, car en effet, quelque soit le format choisis, le vaporisateur de style pistolet prend plus de place qu'un vaporisateur classique.

Le monde la parfumerie va d'innovation en innovation et n'a donc pas fini de nous surprendre, dans un futur proche nous nous parfumerons peut être avec un feutre incolore qui sait !