

NEWS

Emballages

Comme de l'eau fraîche



Photo : Lutz Herrmann Design

Lutz Herrmann Design | Après **Boss Bottled**, **Boss in Motion** avec ses éditions spéciales limitées et **Boss Selection** l'agence Lutz Herrmann Design, basée à Hambourg, vient de sortir également le design du nouveau parfum pour hommes **Boss Pure**. Comme le promet déjà le nom du parfum, le design mise sur les lignes épurées et les formes toutes en retenue. Le bouchon et le flacon se fondent en une unité qui concentre le regard sur la couleur bleu clair du parfum. Les matériaux coordonnés avec soin comme le verre et le métal renforcent

Jouer avec l'eau : nouveau design de parfum pour hommes

l'impression d'une surface réfléchissante avec la fraîcheur et la clarté de l'eau pure. Le packaging reprend le bleu clair du parfum. Un revêtement satiné apporte de la profondeur supplémentaire et une fine ligne argentée se retrouve sur l'ensemble de la gamme de produits.

Rouge à lèvres glacé

Coolit | La société Coolit présente un petit réfrigérateur de poche qui protège efficacement les rouges à lèvres de la chaleur. Le **CoCon Lipstick Cooler** en forme d'œuf, disponible dans des couleurs attrayantes, se place au congélateur pendant plusieurs heures avant utilisation. On enfonce ensuite le rouge à lèvres dans l'emplacement prévu à cet effet et on visse les deux parties du Cooler l'une à l'autre. Le rouge à lèvres est ainsi protégé de la chaleur estivale pendant

quatre à six heures environ. Une fois le liquide refroidisseur décongelé, l'isolation du conteneur suffit quand même à protéger le rouge à lèvres pour encore plusieurs heures avant qu'il ne se réchauffe. Le Cooler se fixe directement sur le sac grâce à une attache. La forme de l'espace intérieur peut être adaptée à tous les rouges à lèvres vendus dans le commerce et peut également être modifiée pour conserver des fluides, des crèmes ou des médicaments précieux.

Le CoCon Lipstick Cooler en forme d'œuf



Photo: Coolit

Packaging interactif

ColepCCL | ColepCCL a développé, en coopération avec le spécialiste de l'étiquetage OP3, une nouvelle technologie qui permet au consommateur d'accéder directement à de précieuses informations sur son téléphone portable. Le programme Shotcode, qui fonctionne avec les téléphones portables compatibles dotés des fonctions appareil photo et Internet, permet de lire le ShotCode (sorte de code à barres) imprimé sur l'emballage du produit et oriente directement le consommateur sur l'adresse Internet correspondante qui peut comporter toutes sortes d'informations. Par ce biais, le consommateur peut participer, par exemple, à des jeux-concours ou télécharger des sonneries, des informations sur les produits et d'au-



Des informations supplémentaires sur les produits à télécharger avec son téléphone portable

Photo : ColepCCL

tres données promotionnelles. Chaque ShotCode n'étant attribué qu'une seule fois, cela permet par exemple au fabricant de mieux suivre les réactions aux campagnes marketing ou d'atteindre ses cibles commerciales avec plus de précision.

Nouveaux packagings en plastique



Photo : Merck

Ensemble de flacons en PET : interaction du contenu et du packaging

Merck | En association avec des leaders de la plasturgie, Merck a développé de nouveaux produits de démonstration expressifs pour le marché des cosmétiques. Des corps de flacon à la couleur changeante et un coffret de films présentent l'efficacité des nouvelles combinaisons de pigments à effets des lignes **Miraval**, **Colorstream** et **Iriodin** sur les surfaces en plastique. Un ensemble de flacons en neuf parties décliné en quatre coloris a ainsi vu le jour en collaboration avec le fabricant de masterbatches **Finke**. Les flacons sont rehaussés de pigments à effets par coextrusion et se prêtent particulièrement bien, avec leurs couleurs changeantes selon l'angle de vision, aux produits solaires, de soins capillaires et cosmétiques pour

hommes. L'objectif d'une série supplémentaire de modèles avec onze flacons en plastique de différentes couleurs est de souligner esthétiquement l'interaction entre le contenu du flacon et le packaging. Pour cela, les tablettes de couleur ajoutées au flacon et qui se dissolvent dans l'eau simulent des liquides de différentes couleurs. L'impression véhiculée par l'emballage en PET varie en fonction de la couleur. Le concept de couleur des flacons en PET fabriqués par l'entreprise néerlandaise **PET Power** fait référence à des coloris d'ingrédients naturels à l'image positive. La collaboration avec **AW**, basé à Lichtenfels, et **Ultrapolymers**, basé à Augsburg, a en outre abouti à un coffret de films coextrudés qui montre, sur la base de 27 combinaisons d'effets colorés, comment mettre en scène des emballages de tubes spécialement conçus pour les produits cosmétiques. Le procédé de coextrusion donne une couche poreuse dotée d'un fort pouvoir couvrant sur laquelle une deuxième couche de couleur avec pigments à effets est extrudée. Les couches superposées donnent des créations de couleurs inédites qui confèrent au produit une allure individuelle.



Photo : Neopac

Les tubes ovales ouvrent de nouvelles possibilités de design et de facing

Les tubes ovales aux effets métalliques

Neopac | Le tube **Polyfoil-e** Neopac, disponible également en PE, existe désormais sous forme ovale. Combiné aux effets métalliques, le tube ovale apporte une touche de nouveauté. Les tubes sont disponibles en diamètres 40 et 50 mm, ce qui correspond à une forme ovale de 46,5x31 mm et 58x40 mm et à une capacité de 75 à 300 ml. Des bouchons visseurs et une fermeture à charnière sont proposés en standard. Une membrane pourra également intervenir à partir de l'été 2008. Polyfoil fait typiquement office d'excellente barrière protectrice pour les contenus sensibles. Les tubes sont imprimables tout autour et leur forme reste stable jusqu'en fin de consommation, ce qui permet une bonne lisibilité du texte et de l'image.

NEWS

Emballages

Sous vide pour être mince



Photo : Airlessystems

Nouvel emballage sous vide pour produits anti-âge dans le segment luxe

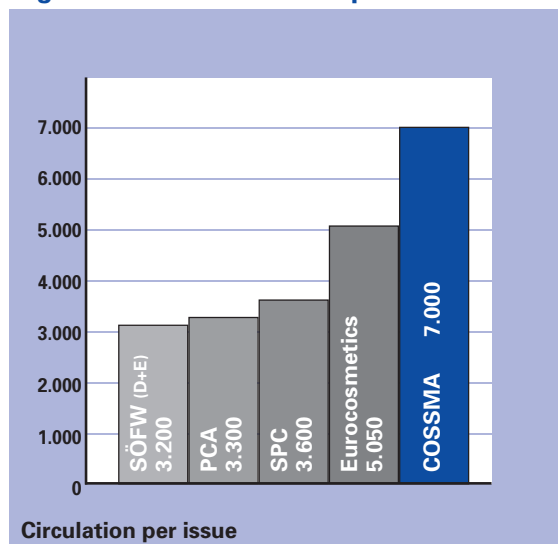
Airlessystems | est un emballage sous vide aux contours affinés et en matériaux nobles qui garantit au consommateur une protection optimale du produit. Le contenant en PP, dans son enveloppe extérieure en SAN, protège la formulation de l'oxygène, de la

lumière et des contaminations extérieures. Le système à piston standard de 30 ml est adaptable sur mesure sous de multiples formes : un bouton poussoir coloré ou mat, un col galvanisé, un capuchon gravé ainsi qu'un marquage à chaud et une sérigraphie pour l'enveloppe extérieure sont proposés. Le montage de l'emballage sous air ou sous vide est simple : la pompe, le col et le bouton poussoir sont livrés pré-montés et forment la partie supérieure de l'emballage. Le fond est constitué du conteneur, du piston et de l'enveloppe extérieure. Le capuchon est posé sur l'enveloppe extérieure. L'étanchéité absolue de l'ensemble conteneur-enveloppe extérieure est testée pour garantir un fonctionnement parfait. Les deux parties et le capuchon s'assemblent d'un simple clic.



There are a lot of good arguments to go for the **NEW COSSMA**:

Highest circulation in Europe



Circulation per issue

Get two adverts for the price of one



Contact: Dorothea Michaelis
Health and Beauty Business Media GmbH
Karl-Friedrich-Str. 14-18
D-76133 Karlsruhe
dorothea.michaelis@health-and-beauty.com
phone: +49 (0)721 165-144 ■ Fax: -150
www.cossma.com/newconcept

You want to know more?

Check www.cossma.com/newconcept
or call +49 (0)721 165-144

COSSMA

COSMETICS
SPRAY TECHNOLOGY
MARKETING

Ingrédients

Soins capillaires :
La tendance anti-âge

Développement de produits

Emulsions :
Le boom des
formulations « vertes »

Marketing

Protection solaire :
Anti-UV au poignet



VIP du mois

Dr Gerhard Nohynek
de L'Oréal présente les
découvertes les plus récentes
en nanotechnologies

Pleins feux sur les ingrédients

COSSMA France
www.cossmma.fr