

fais briller ta marque

**Ton produit est bon,
mais invisible ?**

**Pourquoi l'image de marque
et le packaging sont essentiels
pour te démarquer**



Ton produit est bon, mais est-ce qu'on le remarque ?

Tu as travaillé fort sur ton produit. Tu l'as testé, ajusté, peaufiné.
Tu sais qu'il est bon, qu'il est le meilleur. Mais en épicerie, au marché
ou en ligne, il n'attire pas l'attention. Il passe inaperçu. Pourquoi ?

Parce que ce n'est pas la qualité du produit qui attire l'œil.
C'est l'image. **Le visuel. L'emballage.**

Et là, tu te dis peut-être :

« **C'est secondaire, je vais m'en occuper plus tard.** »

Erreur. Tu viens de perdre une opportunité de faire bonne impression.

Ce guide est là pour t'aider à prendre conscience de l'impact
immense que peuvent avoir une image de marque claire et
un packaging stratégique sur la réussite de ton produit.

Parce qu'aussi bon soit-il, même le meilleur produit a besoin
d'un branding et d'un emballage qui en reflètent la qualité –
sinon, il risque de passer inaperçu.



Ton image de marque : ton premier vendeur



Avant même de goûter, les gens regardent. Et ce qu'ils perçoivent, c'est ton image de marque.

C'est ce qui raconte, sans mot, qui tu es, ce que tu fais, et pourquoi ton produit mérite leur attention.

Une bonne image de marque...

✦ Inspire confiance

Elle envoie le signal que tu es pro, sérieux-se et que ton produit est de qualité.

✦ Positionne ton produit dans un marché clair

Elle indique à qui tu t'adresses, dans quel univers tu joues.

✦ Crée une première impression forte

Elle capte l'attention rapidement et donne envie d'en savoir plus.

✦ Différencie ton offre de celle des autres

Elle te rend reconnaissable et mémorable, même dans une allée surchargée.



Le packaging : ton vendeur silencieux



Ton produit ne parle pas. Ton emballage, oui.

Dans une allée bondée, c'est ton packaging qui fait le travail d'attirer l'œil, de transmettre les bonnes infos, et de provoquer un geste d'achat.

Un bon emballage...

✿ Est visuellement cohérent avec ta marque

Il reflète ton identité visuelle et ton positionnement dès le premier coup d'œil.

✿ Met en valeur les forces de ton produit

Il met l'accent sur ce qui te distingue (ingrédients, fabrication, bénéfices...).

✿ Respecte les contraintes réglementaires

Il est conforme aux normes en vigueur, ce qui inspire confiance aux distributeurs comme aux consommateurs.

✿ Donne envie de goûter (et d'acheter)

Il séduit visuellement, suscite la curiosité et déclenche l'envie d'essayer.



C'est ton meilleur outil de persuasion, directement sur la tablette.

Les conséquences d'une image négligée



Ne pas prendre le temps de construire ton image, c'est accepter...

De passer inaperçu

Ton produit se fond dans la masse, sans se démarquer ni attirer l'œil des consommateurs.

De rebuter les distributeurs

Un branding brouillon ou amateur peut nuire à ta crédibilité et décourager les points de vente de te référencer.

De devoir toujours tout réexpliquer

Si ton image ne communique pas clairement ta proposition de valeur, tu dois compenser en justifications... encore et encore.

D'être mal positionné en rayon

Sans une image forte, ton produit peut être placé au mauvais endroit ou mal interprété par les consommateurs.



Le trio gagnant : clarté, cohérence, conformité



Une marque forte repose sur trois piliers essentiels :

✱ Clarté

Ton client cible comprend qui tu es et ce que tu offres.

✱ Cohérence

Ton logo, tes couleurs, le ton, ton emballage racontent tous la même histoire.

✱ Conformité

Tu respectes les normes d'étiquetage, les formats, les exigences de mise en marché.

Ce n'est pas (que) de l'esthétique.
C'est de la stratégie

▶ Projet réalisé par Tadam Studio Créatif pour Passion Beverage, Geloso Group avec la collaboration de Majestic Wine

Comment savoir si ton image actuelle fonctionne (ou non)?



Pose-toi ces questions :

- ✿ Est-ce que les gens comprennent d'un coup d'œil ce que je vends?
- ✿ Est-ce qu'on m'a déjà dit que mon produit était bon... mais que l'emballage avait l'air «fait maison»?
- ✿ Est-ce que je me compare trop souvent à mes concurrents, sans vraiment savoir ce qui me rend unique?
- ✿ Est-ce que je suis fier·ère de mon packaging? Est-ce qu'il me représente?

Si tu as répondu «non» ou «je ne sais pas» à plus de 2 questions...
il est temps de creuser!



Et maintenant ?



Si tu veux que ton produit soit remarqué, compris et choisi, tu dois lui donner les bons outils pour se présenter. Et ça commence par une image de marque forte et un emballage intelligent.

Tu n'as pas besoin d'un budget d'agence nationale ni d'une armée de spécialistes. Ce qu'il te faut, c'est :

- ★ Une stratégie claire, ancrée dans la réalité de ton marché
- ★ Un regard extérieur pour structurer et valoriser ton image
- ★ Un design pensé pour séduire ton client idéal, sans sacrifier ta vision ni tes contraintes

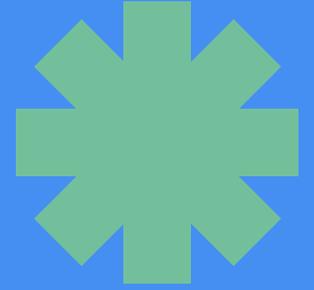
Ce guide est ton point de départ. Relis-le. Observe ton produit. Pose-le sur une tablette fictive, aux côtés de tes concurrents. Et demande-toi honnêtement :

- ▶ Est-ce que mon produit attire autant qu'il s'amène bien à table ?
- ▶ Est-ce qu'il raconte ce que j'ai à offrir... ou est-ce qu'il reste silencieux ?

tu veux en discuter ?

On peut en parler autour d'un café (virtuel ou réel), sans pression.

[PRENDRE CONTACT](#)



**envie d'en
connaître plus
sur tadam?**

DÉCOUVREZ NOS EXPERTISES

