

**RAPPORT
SUR LES**

TENDANCES

SPECTOR & CIE.

2024



Dans le paysage consumériste actuel, la durabilité rencontre la sophistication, les marques intégrant de manière transparente l'écoconscience et le style. La personnalisation et l'empathie approfondissent les relations entre les marques et les consommateurs, tandis que la simplicité et le minimalisme redéfinissent l'esthétique du design. De l'emballage persuasif aux clin d'œil nostalgiques, chacune de ces tendances reflète un changement consciencieux vers un engagement significatif et un impact durable sur un marché en évolution constante.

Clin d'œil nostalgique
PAGE 4

Une touche sur mesure
PAGE 6

Moins, c'est plus
PAGE 8

Le chic durable
PAGE 10

Éclat d'été
PAGE 12

Harmonie neutre
PAGE 14

Emballage persuasif
PAGE 16

INTRO



Clin d'œil Nostalgique

La nostalgie est devenue un puissant outil de marketing, en particulier pour attirer les jeunes consommateurs. En exploitant l'esthétique rétro et classique, les marques évoquent un sentiment d'émerveillement et d'authenticité propre aux enfants. En adoptant des supports peu technologiques ou en s'inspirant d'objets analogiques tels que les disques vinyles et les jeux vidéo, les marques réconfortent les consommateurs en les transportant vers des temps plus simples. Les clin d'œil nostalgiques évoquent non seulement de bons souvenirs, mais créent également des liens émotionnels, favorisant la fidélité à la marque et la résonance dans une ère numérique au rythme effréné.



polaroid

G1282
ALIX
STYLO À BILLE



polaroid

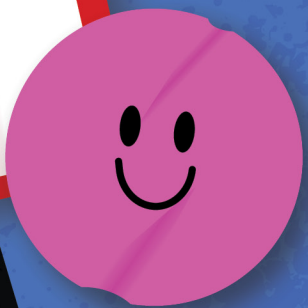
DW309
EYE CANDY
BOUTEILLE DE 600 ML (20 OZ)
EN ACIER INOXYDABLE



CLIN D'ŒIL
NOSTALGIQUE

BONJOUR,
je m'appelle

ELODIE



BONJOUR,
je m'appelle

LOUIS

UNE TOUCHE SUR MESURE

La personnalisation et l'infusion d'une touche sur mesure sont devenues primordiales pour améliorer les relations entre les marques et les consommateurs.

En personnalisant les marchandises et les emballages, les marques créent des moments d'intimité qui trouvent un écho profond chez les individus. Des thèmes centrés sur la sympathie et l'empathie sont intégrés dans les messages, favorisant des liens qui vont au-delà des simples transactions. Les marques intègrent des messages détendus, des jeux de mots astucieux et des répliques originales pour attirer l'attention et établir une identité distincte sur un marché de plus en plus encombré.



ST4471
NEOSKIN
COMBO A COUVERTURE SOUPLE



DW402
GOBELET DE 600 ML (20 OZ)
EN ACIER INOXYDABLE



CELINE

M O I N S , C ' E S T P L U S



DW302
TREND SETTER REFLECTION
BOUTEILLE DE 600 ML (20 OZ) EN ACIER INOXYDABLE



La tendance à la simplification et aux designs minimalistes souligne une évolution vers la réduction du bruit et l'adoption d'une esthétique plus raffinée. Le langage graphique et l'image de marque ont évolué pour incarner la simplicité et la sophistication, permettant ainsi aux produits de parler d'eux-mêmes. Les stratégies de marque créatives donnent la priorité au parcours numérique et émotionnel plutôt qu'à une image de marque tapageuse, laissant une impression durable qui transcende les interactions éphémères.



BG124
VANGUARD SAC A DOS

LE CHIC DURABLE

Dans le domaine du chic durable et de l'élégance écologique, on s'éloigne de l'esthétique "écologique" stéréotypée. Les marques adoptent plutôt une **approche plus sophistiquée** de la durabilité, où la conscience écologique s'intègre parfaitement au style.

Il s'agit de créer des **marchandises à valeur ajoutée** qui donnent une seconde vie aux produits et d'utiliser des **matériaux circulaires** qui minimisent les déchets et favorisent un cycle de vie plus durable. Les **consommateurs font de plus en plus de choix conscients et éclairés**, privilégiant les produits qui non seulement leur sont bénéfiques mais contribuent également à la régénération de la nature, inaugurant ainsi **une nouvelle ère de consommation réfléchie** et de gestion environnementale.

accenture

DW105
DAYDREAMER
530 ML / 18 OZ BOUTEILLE
EN PLASTIQUE RECYCLE

BGR105
NOMAD MUST HAVES - RENEW
SAC A DOS

ÉCLAT D'ÉTÉ

Entrez dans le monde vibrant de "Summer Splash", où chaque teinte est une célébration des jours d'insouciance et des vacances pleines de nostalgie. Cette tendance incarne l'essence de l'été avec des couleurs amusantes et vibrantes qui évoquent des souvenirs de journées de plage paresseuses et de cocktails rafraîchissants. Des pastels ludiques aux teintes tropicales audacieuses, les détaillants insufflent aux espaces un sentiment de détente et de spontanéité, invitant les clients à adopter l'esprit décontracté de la saison. Qu'il s'agisse de décoration fantaisiste ou de mode, "Summer Splash" évoque la joie de l'été, promettant une évasion de l'agitation quotidienne et un retour à l'insouciance.



BGR800
NOMAD MUST HAVES - RENEW SAC EN BANDOULIERE

DW325
BIG SWIG SR. BOUTEILLE EN D'ACIER INOXYDABLE
1240 ML / 42 OZ



DW700
PERFECT STORM 650 ML / 22 OZ GOBELET TRITAN™



Neutre Harmonie

L'évolution vers des tons neutres et des matériaux feutrés transforme les espaces en havres de sérénité. En adoptant une esthétique épurée, les détaillants trouvent la beauté dans l'ordinaire, en rehaussant les articles de tous les jours avec une sophistication discrète de la texture. Ce luxe discret en dit long, offrant aux consommateurs un répit dans le bruit de la vie moderne tout en célébrant l'élégance subtile que l'on trouve dans la simplicité.



I128
GLACIO STYLO À BILLE/STYLET



ST3102
LINEN JOURNAL AVEC COUVERTURE SOUPLE



✓ PRIORITY MAIL

EMBALLAGE PERSUASIF



DW309
EYE CANDY
BOUEILLE DE 600 ML (20 OZ) EN ACIER INOXYDABLE
(AVEC L'EMBALLAGE DU TUBE OPTIONNEL)



L'emballage persuasif est devenu un aspect crucial de l'expérience du consommateur, les marques tirant parti de **technologies innovantes** et de **matériaux durables** pour renforcer l'engagement. Les **emballages intelligents**, qui intègrent des codes QR et des fonctions technologiques, constituent un point de contact important avant l'interaction avec le produit. Les marques explorent des **alternatives naturelles pour l'emballage** et les matériaux de rembourrage intérieur, s'alignant ainsi sur les préférences des consommateurs soucieux de l'environnement. La **rédaction créative** et l'attrait des expériences de déballage alimentent le contenu généré par les utilisateurs, amplifiant la visibilité et la fidélité à la marque.



MERCI