

## LE CONCOURS #LABELicious 2024 - CAHIER DES CHARGES

### CONFIDENTIEL : HUMANDATE lance une nouvelle marque : SEXTY SOMETHING®

Par le biais de ce cahier des charges, nous invitons la plus jeune génération de designers d'étiquettes et d'emballages à proposer des designs intelligents, créatifs et durables pour cette gamme de produits durable et attrayante destinée aux consommateurs seniors. La date limite d'inscription est fixée au 7 janvier 2025.

Le 1<sup>er</sup> septembre 2025, **HUMANDATE**, la maison des marques durables par leur design, lance une nouvelle gamme sous le nom de **Sexty Something®**.

#### 1. HISTOIRE DE LA MARQUE SEXTY SOMETHING®

SEXTY SOMETHING® est une nouvelle gamme - qui arrive bientôt sur le marché - destinée aux consommateurs nés avant 1955, qui s'habillent de glamour, conduisent avec style et rêvent à leur avenir. Bien qu'ayant dépassé la soixantaine, ils croquent la vie à pleines dents, vivent comme des légendes et se sentent loin de la ligne d'arrivée.

En matière de durabilité, ils estiment qu'il est de leur devoir de faire de meilleurs choix de consommation. Et ce qui les attire tout particulièrement, ce sont les produits plus sains pour leur corps, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur.

Mais s'il y a bien une chose que ces consommateurs détestent par-dessus tout, ce sont les produits durables qui sont conçus pour déclarer au monde entier « *je suis écolo* » et qui, comme l'a dit un membre du groupe de recherche, donnent l'impression « *que quelque chose est mort avant même d'avoir été créé* » (fin de citation).

C'est pourquoi, à la suite d'une étude sur le nom de la marque et d'une analyse par un groupe de pairs, nous avons déposé la marque **SEXTY SOMETHING®**. Il s'agit d'un jeu de mots sur la façon dont les « plus de 60 ans » répondent généralement lorsqu'on leur demande leur âge (« 60-something » [la soixantaine]). Passé les soixante ans, ils ne comptent plus les années, car ils se sentent « tout aussi jeunes qu'à 60 ans »... et sexy ! D'où le nom... **SEXTY SOMETHING®**

Pour autant, n'allez surtout pas penser que ces consommateurs sont clichés, ringards ou dépassés. En fait, leur pouvoir d'achat est en pleine expansion et ils préfèrent acheter des produits haut de gamme par défaut. Ils font preuve d'une grande fidélité et jouent le rôle d'ambassadeurs actifs de marques qui font désormais partie de leur identité.

#### 2. LA GAMME SEXTY SOMETHING®

Dans notre premier cycle de commercialisation (T3, 2025), notre gamme de produits se composera de :

- **Base SEXTY SOMETHING®** : un sirop biologique pour préparer des boissons énergisantes maison (5 saveurs).
  - o (Bouteilles en verre transparent de 500 cl, avec bouchon à visser en bambou ; modèle à déterminer)
- **Soin SEXTY SOMETHING®** : crèmes corporelles enrichies en minéraux pour nourrir les peaux matures.

- (Bocal en verre transparent avec couvercle en bambou et étiquette adhésive de fermeture de la marque ; modèle à déterminer)
- **SEXTY SOMETHING® plus** : 6 compléments vitaminiques différents mis au point pour les métabolismes des seniors.
  - (Sachet multicouche aux propriétés barrières)
- **Préservatifs SEXTY SOMETHING®** : conditionnés par 6 dans une unité.
  - Il s'agit d'un produit accessoire, qui sera utilisé pour notre guérilla marketing.  
« Les premiers produits pour une sexualité sûre que les consommateurs réclameront à tue-tête et afficheront fièrement à la caisse du magasin. »

### 3. INFORMATIONS SUPPLÉMENTAIRES POUR LE CAHIER DES CHARGES RELATIF AU DESIGN

Parallèlement à la mise au point de la gamme de produits pour notre premier cycle de mise sur le marché (T3, 2025), notre défi prioritaire est l'image de marque et l'étiquetage de cette nouvelle gamme de conditionnement de produits.

Nous lançons un défi à la plus jeune génération de designers d'étiquettes et d'emballages de proposer des designs intelligents, créatifs et durables pour cette gamme de produits destinée aux consommateurs seniors. Nous les invitons à combiner les informations sur ce groupe de consommateurs avec leurs connaissances et ambitions en matière de conception créative et technique. La date limite d'inscription est fixée au **7 janvier 2025**.

En plus de l'histoire de la marque **SEXTY SOMETHING®**, nous avons recueilli les informations suivantes :

- Les recherches nous ont appris que ce public de seniors est davantage guidé par l'image que par l'information, que ce soit au cours du processus d'achat ou d'utilisation.
- Pour autant, en raison de leur âge physique, ils ont des exigences spécifiques en matière de lisibilité, d'utilisation du contraste des couleurs, de types et de taille de police, etc.
- En dépit des légendes urbaines, ils sont dans une certaine mesure férus de technologie. Ils utilisent des smartphones au quotidien, ils sont inscrits sur les réseaux sociaux et utilisent les moteurs de recherche, ils sont des utilisateurs actifs d'applications, etc. Le tout à trois conditions : cela doit être intuitif, fonctionnel et apporter une valeur ajoutée.

Selon nous, les étiquettes **SEXTY SOMETHING®** ont différents rôles :

- Représenter l'identité de la marque (visibilité en linéaire, information produit pour le consommateur, interactivité avec l'utilisateur (ex : conseils santé...), en utilisant les spécificités de l'impression, de la technologie pré- et post-impression) ;
- Avoir un rôle d'emballage fonctionnel (fermeture d'une ouverture dans l'emballage, scellé de sécurité, etc.) ;
- Avoir un rôle de processus d'exploitation fonctionnel (identification à des fins logistiques, identification à des fins de sécurité, identification à des fins d'authenticité, de conformité et de lutte contre la contrefaçon, à des fins de sécurité alimentaire, etc.).

La couleur (indication) de la gamme de produits **SEXTY SOMETHING®** fait partie du défi du designer et n'est actuellement pas définie comme une restriction de marque. Nous attendons avec impatience votre argumentaire, axé sur les perceptions des couleurs des générations seniors qui sont en accord avec les valeurs de la marque **SEXTY SOMETHING®**.

Conformément à notre accent sur « l'utilisation fonctionnelle des technologies intelligentes » et sur « l'autonomisation » de nos clients, nous visons à faire un bond en avant dans l'intégration d'autres fonctions intelligentes dans les étiquettes à des fins de marquage et fonctionnelles. Nous vous invitons à fouiller Google pour trouver des technologies qui pourraient faire partie de votre design : Technologie des capteurs imprimés, Technologie de connectivité, Technologie biométrique,

Technologies de traitement des données, Technologies Blockchain, Technologies d'impression numérique, Technologies de personnalisation, Technologies RA/RV, etc.

En tant que marque biologique moderne, nous accordons une grande importance aux aspects de durabilité et pensons qu'un bon design doit évoquer une approche holistique de la durabilité pour l'emballage tout en offrant une expérience de marque passionnante. Les aspects spécifiques de la durabilité que nous valorisons peuvent s'intégrer à divers processus tels que la construction technique d'une étiquette, l'utilisation de matières premières pour la production d'étiquettes, la production physique de l'étiquette, l'application de l'étiquette ou le recyclage de l'étiquette.

#### 4. PRODUITS

**Sélectionnez (au moins) 2** des 4 gammes de produits mentionnées précédemment :

- **Base SEXTY SOMETHING®** (base pour boisson énergisante)
- **Soins SEXTY SOMETHING®** (produit pour la peau)
- **SEXTY SOMETHING® plus** (suppléments vitaminiques)
- **Préservatifs SEXTY SOMETHING®**

**FACULTATIF** : Si vous proposez de nouvelles options d'emballage qui ne sont pas incluses dans les exigences ci-dessus, à l'aide d'étiquettes ou de pochettes, vous pouvez les ajouter comme matériel bonus. Il ne s'agit pas d'une exigence indispensable, mais d'une exigence facultative.

**Produire l'identité graphique unique de la marque pour la conception de l'étiquette** de la ou des gammes de produits sélectionnées pour la marque **SEXTY SOMETHING®**, reflétant l'essence de la marque et les exigences spécifiques du public et la description de l'emballage générique de la ou des gammes de produits.

Produire la description technique de l'étiquette (construction de l'étiquette, substrat, forme, par exemple, découpe à l'emporte-pièce, etc., recto et verso, capuchon, collerette en option, étiquette adhésive de fermeture de marque, etc., le cas échéant).

Décrire et expliquer explicitement le rôle fonctionnel intelligent (par exemple, température, identification des allergènes, interface de communication, fonction de sécurité, etc.).

**Soumettre le concept original** (par exemple, conception créative, conception technique, etc.) sous la forme d'un visuel A3 300 dpi au format PDF ou JPG. Le concept soumis étant un fichier numérique, il ne sera pas retourné au Participant.

**Écrire une description en anglais** de la façon dont le cahier des charges a été traduit dans la solution soumise (y compris les commentaires sur l'élément innovant, l'angle de durabilité et l'aspect faisabilité de la soumission) via le formulaire en ligne (250 mots maximum).

**Vous retrouverez les modalités de soumission sur [www.labelicious.eu/submissions](http://www.labelicious.eu/submissions)**

#### 5. CRITÈRES D'ÉVALUATION

##### **Facteur d'innovation (35 %)**

- Dans quelle mesure le concept soumis dépasse-t-il les solutions connues/existantes ?

##### **Facteur d'impact (25 %)**

- Dans quelle mesure le concept soumis constitue-t-il une solution ou conception percutante tant pour la valeur de la marque que pour la durabilité ?

**Facteur fonctionnel (20 %)**

- Dans quelle mesure le concept soumis répond-il aux exigences fonctionnelles stipulées dans le cahier des charges ?

**Facteur de faisabilité (20 %)**

- Dans quelle mesure le concept est-il réalisable techniquement, là où le jury encourage à penser au-delà des limites de l'exécution technique ?

## **6. INFORMATIONS PRATIQUES RELATIVES AU CONCOURS**

Le site Web de la campagne, <http://www.labelicious.eu/>, contient toutes les informations complémentaires.

L'un des documents qui s'y trouvent contient les conditions générales complètes pour participer au concours.

Pour toute question, merci de contacter le Secrétariat FINAT (info@finat.com ou +31-70-3123910).