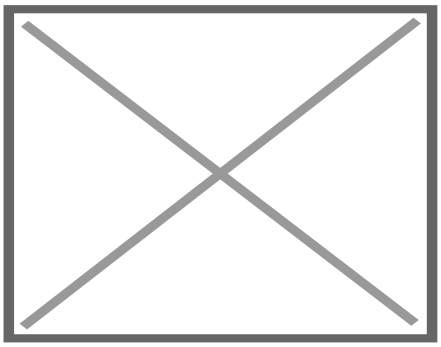
février 2019

Norton et Flexovit

Accueil / BBI / Fournisseurs / Abrasifs

Des packagings innovants

Il y a plusieurs mois, de nouveaux packagings développés par Norton et Flexovit pour leurs disques fins de tronçonnage en 125 mm de diamètre faisaient leur apparition chez leurs distributeurs.



Ces boîtes rondes en matière plastique se sont désormais totalement substituées aux boîtes en carton préexistantes. Elles sont particulièrement plébiscitées par les utilisateurs qui apprécient que le niveau de performance sortie d'usine soit préservé jusqu'à l'utilisation du disque, et que les disques soient protégés d'éventuels chocs dans les ateliers. Depuis le début de l'année 2019, ces boites rondes sont donc les seules à être utilisées pour le conditionnement des disques des deux marques Norton et Flexovit, pour deux références de disques de tronçonnage : 125 mm x 1,6 mm, le cœur du marché français, et 125 mm x 1 mm.

« L'idée première qui a présidé à la mise au point de ce nouveau packaging est de bloquer le vieillissement naturel des disques, grâce à un emballage hermétique à l'air jusqu'à sa première ouverture. » explique Charles-Edmond Esnault, directeur marketing de Saint-Gobain Abrasifs.

Outre cet avantage, ces packagings en matière plastique recyclée non poreuse, réutilisables et/ou recyclables après utilisation, possèdent une empreinte carbone inférieure à celle des boîtes carton, un aspect de plus en plus souvent pris en compte par les industriels et les distributeurs.

Facilitateurs de communication

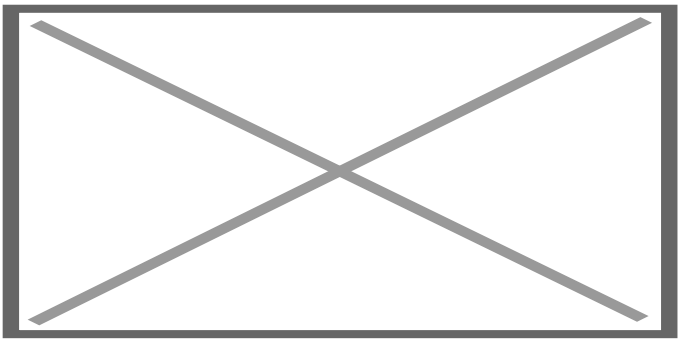
« *Un autre atout majeur de ces nouveaux packagings est qu'ils sont vecteurs de communication* » souligne M. Esnault, « *A commencer par la notion d'innovation qu'ils véhiculent en se différenciant nettement des traditionnelles boîtes en carton utilisées depuis toujours sur le marché, un aspect apprécié des distributeurs toujours à la recherche de la nouveauté.* »

Ces boites rondes aux couleurs des deux marques : jaune pour Flexovit et bleu pour Norton, sont empilables, ce qui facilite la mise en avant des produits dans le point de vente où elles peuvent être disposées dans diverses formes (colonne, pyramide...) et attirer ainsi l'attention du visiteur, sans avoir besoin de recourir à des présentoirs spécifiques.

Elles peuvent aussi faire l'objet d'une personnalisation, par exemple à l'occasion d'actions promotionnelles portant sur les disques qu'elles contiennent. De telles opérations ont déjà été organisées par Saint-Gobain Abrasifs lors du lancement de ces nouveaux packagings ou encore à l'occasion de la dernière Coupe du monde de football. Plus récemment, une vaste opération commerciale baptisée « Tempête sur les cadeaux » et orchestrée par Saint-Gobain Abrasifs a débuté le 21 janvier et se poursuivra jusqu'au 15 mars prochain. Elle porte, parmi d'autres produits, sur les disques fins de tronçonnage conditionnés dans ces packagings performants et attractifs.

Dominique Totin

Des disques Norton avec des buvards sur les deux faces



L’usine Saint-Gobain Abrasifs d’Amboise, une unité de fabrication spécialisée dans la fabrication des meules minces de tronçonnage qui fêtait en 2018 ses 70 ans, s’est récemment dotée d’un procédé innovant qui permet d’appliquer un second buvard (étiquette) au verso de ses disques.

Depuis le début de l’année 2019, chaque disque de tronçonnage Norton d’un diamètre de 125 mm et d’une épaisseur de 1,6 mm est ainsi revêtu de deux buvards. Certaines caractéristiques du disque sont portées sur une face du produit, comme le veut la réglementation, tandis que l’autre face constitue un espace de communication supplémentaire pour la marque. Au même titre que les nouveaux packagings en plastique, cet espace est personnalisable et peut servir de relais de communication aux distributeurs partenaires de la marque. Cette nouvelle opportunité offerte aux distributeurs leur permet de renforcer leur notoriété avec une grande flexibilité.