



PUKKA

Analyse Packaging

Etienne Bertet
2019

Présentation de la marque

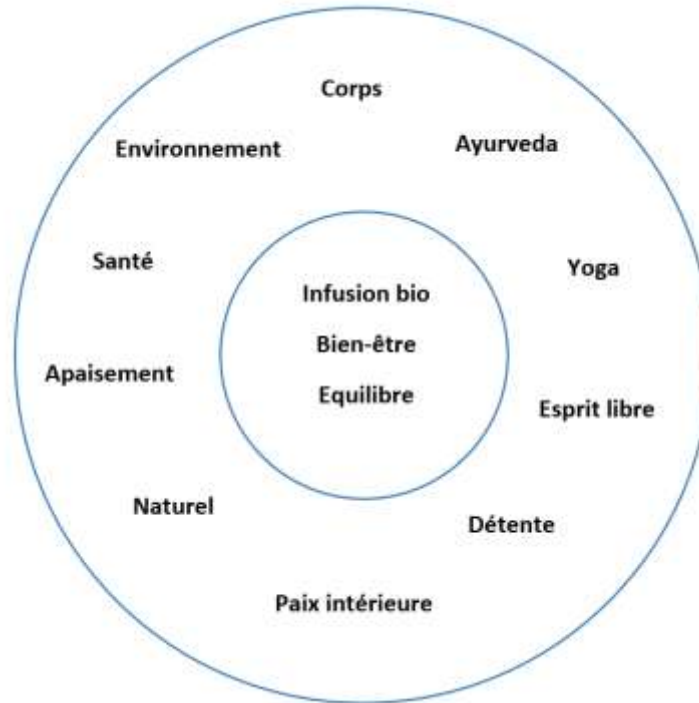


Marché : Créée en 2001, Pukka est une marque de thés et de tisanes labellisés biologiques. Leurs principaux concurrents sont Les Jardins de Gaïa, La Route des Comptoirs, Yogi Tea, Le Palais des Thés, Jardin Bio.

Positionnement : Pukka se positionne en tant que marque experte des bienfaits des plantes pour prendre soin de son corps et de son esprit de façon naturelle. Elle base son expertise sur un ancien savoir indien comme l'ayurveda et adopte une démarche pédagogique d'éducation des consommateurs à ce savoir.

Cibles : Pukka cible des amateurs de thé qui désirent en savoir plus sur les effets de cette boisson. Ce sont des individus soucieux du cycle de consommation au niveau spirituel et environnemental. Ces sont des personnes qui s'intéresse à la spiritualité et souhaitent vivre l'harmonie entre le corps et l'esprit et l'individu et la nature.

Noyau de marque



Les différences entre Pukka et ses concurrents

Les principaux concurrents de Pukka sont **Les Jardins de Gaïa**, **La Route des Comptoirs**, **Yogi Tea**, **Le Palais des Thés**, **Jardin Bio**.

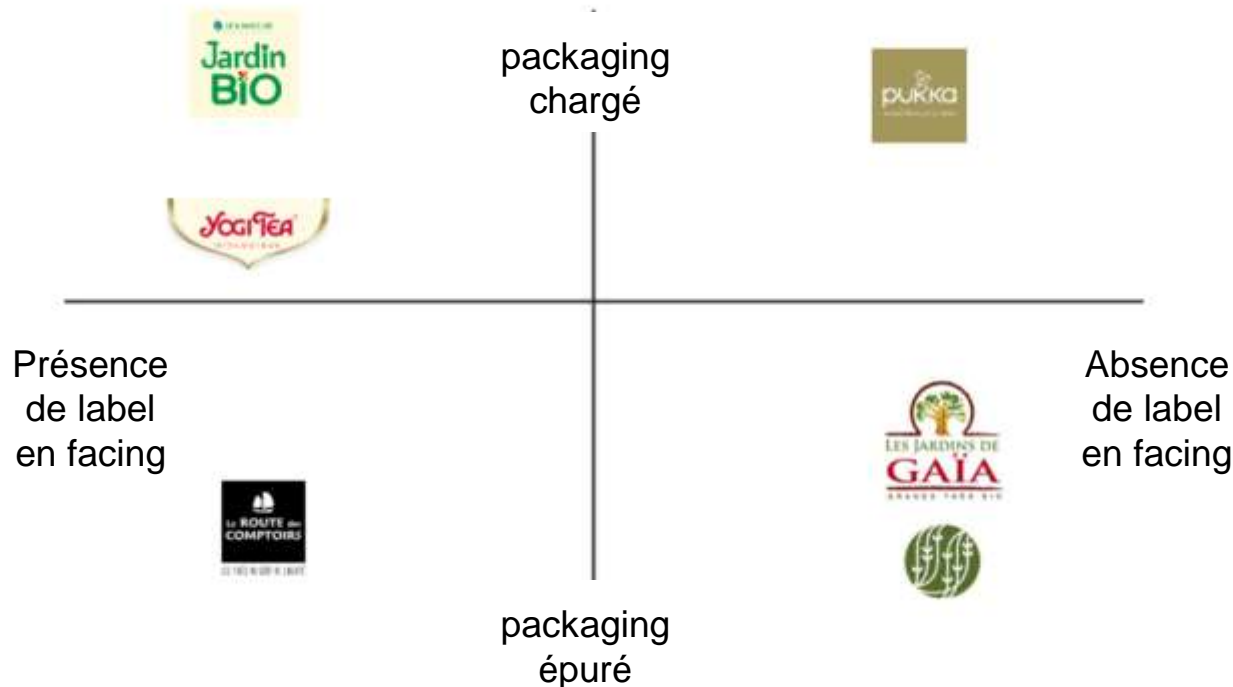
Pukka a la particularité de toujours utiliser le même packaging, une boîte en carton fin très esthétique, alors que ses concurrents utilisent parfois des boîtes en métal, des sachets en papier ou des boîtes en carton épais.

Pukka fait le choix de ne pas placer ses labels sur le facing de la boîte et de donner plus d'importance à l'esthétique.



Cartographie conceptuelles des packaging concurrents

Nous avons choisi d'évaluer les différents packaging en fonction de leur esthétique et de leur utilisation des labels.



Quel est son engagement environnemental?

Pukka présente 6 labels :

- **1% for the planet** est pour la protection des coraux de l'Île Maurice.
- **Fair for Trade** assure le commerce équitable.
- **Agriculture Biologique Européenne** est censé prouver une agriculture biologique mais ce label est très critiqué actuellement pour sa souplesse.
- **Certified B Corporation** inclut Pukka dans un groupe de lobbying pro-environnement composé d'entreprises à forte RSE.
- **FairWild** protège les plantes sauvages de la surexploitation et de la destruction.
- **Soil Association** prouve que la marque prend soin des sols où elle cultive.



Quel est son engagement environnemental?

Pukka présente sur son site web des actions environnementales qu'elle a mené avec ses partenaires :

- **1% for the planet**, protection des coraux.
- **Sustrans** : déploiement de pistes cyclables favorisant la biodiversité en Angleterre.
- Partenariat avec **WWF**.
- **The Eden Project** : installation pédagogique de sensibilisation à l'environnement.



Comment est-ce perçu par le consommateur?

Au cas où l'on ne soit pas certains, “biologique” est écrit en gros sur le facing.

Etonnement, les labels de Pukka ne sont pas imprimés sur le facing de l’emballage. Pour les trouver, le consommateur doit se poser la question, vouloir vérifier et regarder sur le côté. Cela est cohérent avec le choix de la marque de privilégier la distribution spécialisée où les standards sont différents.

Pour en savoir plus, le consommateur doit chercher sur Internet.

