



PARFUM-PACKUNGEN

gebräuchlichen Packungen machen kann, hier zwei Päckchen zeigen, die die französische Staatliche Zigarettenmanufaktur für billige Zigarettenmarken herstellt. Fraglos sind diese Packungen bei weitem nicht so interessant wie die, die man in vielen anderen europäischen Ländern, besonders aber in Deutschland, verwendet; wer aber die alten Zigarettenpackungen der französischen Staatlichen Manufaktur gekannt hat, wird zugeben müssen, daß hier doch leichte Ansätze zu einer originelleren und gefälligeren Gestaltung vorhanden sind.

Auch für eine Bleistiftmarke »L'Atlantide« zeige ich eine von Loubok geschaffene Schachtel, die nicht uninteressant ist.

Packungen für Edelfabrikate.

Im Gegensatz hierzu sind die Schöpfungen für Edelfabrikate außerordentlich interessant, vielfältig und oft sehr originell. Dies liegt einerseits daran, daß die Riesenkonkurrenz für diese Artikel in Paris die verschiedenen Hersteller zwingt, ihre an sich immer ähnlichen Waren dauernd von einander zu unterscheiden — es liegt aber andererseits auch daran, daß die Verpackung eines Luxus- oder Toiletteartikels irgendwie einen Teil der Ware selbst bildet, und daß man diese sehr oft

d'Europe, et en particulier en Allemagne. Mais, pour ceux d'entre vous qui connaissent les anciens paquets de cigarettes vendus par l'État français, il faut convenir qu'il y a eu là un léger effort pour faire quelque chose de plus original et de plus visible.

Vous verrez également, pour une marque de crayons, »l'Atlantide«, une boîte créée par les établissements Loubok, et qui ne manque pas d'intérêt.

Les paquetages destinés aux produits »nobles«.

De ce côté, au contraire, les productions sont extrêmement intéressantes, nombreuses, et souvent fort originales. Cela tient, d'une part à ce que la concurrence très développée dans l'article de Paris, oblige les divers commerçants à différencier constamment leurs produits, des produits similaires. Cela tient, d'autre part à ce que l'emballage d'un produit de luxe ou de toilette, fait en quelque sorte partie du produit lui-même, et que c'est souvent sur son aspect extérieur qu'il sera jugé, choisi, et acheté. Enfin les étalages, et d'une façon générale, toute la publicité qui se rapporte à ces articles, sont forcés de prendre une allure publicitaire artistique et par conséquent les fabricants se voient obligés de faire appel au concours d'artistes ou d'éditeurs d'art.

C'est le cas, par exemple, des produits Innoxa