



PROVENCE PLATS DEVIENT TERRES DE CUISINE AVEC L'AGENCE GENEROUS BRANDING

CRÉÉE EN 1972, PROVENCE PLATS EST UNE SOCIÉTÉ DE RESTAURATION COLLECTIVE INDÉPENDANTE ET RÉGIONALE AVEC COMME ACTIVITÉ LA CUISINE FAITE SUR PLACE, L'ASSISTANCE TECHNIQUE ET LA LIVRAISON DE REPAS. EN 2016, LA MARQUE AFFICHAIT 25 MILLIONS DE CA AVEC PRÈS DE 7 MILLIONS DE COUVERTS PAR AN.

Soucieuse d'apporter une attention particulière sur la qualité de ses produits, Provence Plats a fait appel à Generous Branding pour redonner du sens à la marque tout en réaffirmant ses valeurs : garantir des approvisionnements locaux, des aliments sains, dans le respect des enveloppes budgétaires des clients.

Une nouvelle dynamique & un enjeu d'image.

Plats Provence a fait appel à Generous Branding pour donner un nouveau regard sur l'alimentation tout en rappelant son engagement en faveur de l'équilibre alimentaire. L'agence a donc proposé de changer le nom et l'image de marque pour porter de manière exponentielle ses valeurs. Pour ce faire Generous a mis en place un audit de la marque afin de repenser complètement son positionnement et sa stratégie avant de concevoir son nouveau nom et sa nouvelle identité.

Un nouveau nom pour de nouveaux horizons

Historiquement ancré dans des territoires basés en Provence où la marque a effectué son développement, le nom de marque Provence Plats n'était plus porteur de la pluralité et du savoir-faire de la marque. Un nom trop associé au passé et une activité réduite à une zone géographique trop limitée. L'agence s'est alors penchée sur les valeurs « piliers » de la marque pour construire son nom et son nouveau territoire avec les mots suivants :

- Terres : synonyme de l'ancrage, d'authenticité, d'engagement, de valorisation des producteurs et de leur environnement.
- Cuisine : lien direct avec les métiers de la marque et du savoir-faire.

Des mots qui s'accompagnent d'un symbole fort : l'oiseau bienveillant, qui vient incarner le savoir-faire et les valeurs de la marque de cuisine en cuisine et de convive en convive.

Enfin, l'agence a construit tout un univers de marque avec un graphisme qui vient faire la part belle aux couleurs et au naturel que l'on retrouve dans les produits cuisinés. Un style « jungle » qui promeut une cuisine naturelle et moderne. Cet univers illustré qui milite sur un rapport à la nature qui se base sur le respect, la précaution, avec une récolte raisonnable.

A propos

A propos de Generous Branding Fondée en 2012 par Jean-Baptiste Coissac, Generous Branding est une agence de design regroupée autour d'une équipe d'experts du marketing, de l'identité visuelle, de l'architecture d'intérieur, technique et déploiement. Elle a pour vocation l'accompagnement des marques depuis la définition des fondamentaux, la stratégie jusqu'au travail de création avec l'incarnation de ses marqueurs d'identité, son merchandising et son concept marchand (on ou offline).

Contacts

GENEROUS Branding - 54 rue du Faubourg du Temple - 75011 PARIS www.generousbranding.com - 01 42 57 53 47