



L'AGENCE GENEROUS ACCOMPAGNE COMET DANS LE DÉVELOPPEMENT DE SA MARQUE.

COMET MEETINGS PROPOSE DES SALLES DE RÉUNION ET DE SÉMINAIRE « À LA GOOGLE » OU « À LA FACEBOOK » À DESTINATION DES 99% D'ENTREPRISES QUI NE SONT NI GOOGLE, NI FACEBOOK. EN PARTENARIAT AVEC LE CABINET D'ARCHITECTURE ARTDESK, L'AGENCE GENEROUS A ACCOMPAGNÉ UN NOUVEL ACTEUR DES ESPACES DE SÉMINAIRE DANS LA CONCEPTION DE SA MARQUE.

Un projet entier : attraper les bonnes idées lors du séminaire grâce à la mise en scène de l'ingéniosité.

Inscrit dans un contexte de marché où les tiers lieux de réunion/séminaire sont à forte majorité des sous-sols lugubres d'hôtels, non professionnels, peu qualitatifs et sans âme, Comet Meetings a pris le parti de se différencier en redonnant ses lettres de noblesse à la réunion et à son environnement. Comet Meetings se distingue par la conception d'un lieu inspirant et intelligent, situation dans laquelle l'agence est intervenue sur les domaines de :

- plateforme de marque et positionnement,
- naming
- identité
- story-telling
- supports de communication
- parcours client et design mobilier spécifique (desk d'accueil, consoles et détails atypiques).

COMET, un nom de marque accélérateur d'idées.

Le nom COMET est une marque d'engagement pour l'efficacité et la productivité au travail qu'incarne le lieu. C'est aussi un nom à double évocation :

- * la comète : les idées créatives sont comme des comètes, autant d'instants qu'il faut savoir saisir pour leur donner vie.
- * CO-MET pour « co-meeting » ou la rencontre collaborative car les meilleures idées se trouvent généralement à plusieurs.

La comète au cœur de l'identité de marque.

L'univers graphique reprend le registre de l'espace dans un design contemporain et qui fait sens au parcours des utilisateurs.

La marque s'exprime également à travers des outils de commercialisation (brochure commerciale, manifeste, cahiers).

La signalétique du lieu reprend la simplicité et les codes du logotype avec les 3 bandes, c'est aussi un support de communication rappelant les valeurs de COMET.

Toujours dans ce sens la borne d'accueil et des outils intuitifs de conférence (tablettes, télécommandes) ont été pensés pour permettre une bonne prise en main du lieu, pour des usages pratiques et efficaces.

Generous a aussi imaginé des distributeurs de boules anti-stress bleues qui reprennent l'idée des comètes. Un esprit et une identification que l'agence a également apporté dans le design de la façade en utilisant les codes de la marque.

Un story-telling fondé sur l'engagement.

Generous Branding a pensé un story-telling où la marque est en harmonie avec ce que le lieu propose : « comme les comètes, les bonnes réunions fusent et marquent les esprits longtemps après leur passage...pourvu qu'on ait su les capter. ». Un engagement qui s'accompagne d'un ton militant tel que « non aux réunions non productives – et oui aux réunions réussies ». Pour que l'expérience client lors de cette journée pas comme les autres se transforme en véritable philosophie professionnelle.

Outils de communication et COMET expérience.

Afin de permettre aux clients de COMET une expérience la plus simple et productive possible, l'agence a conçu un ensemble d'outils de communication.

Ainsi, plan du lieu, passeport individuel comprenant codes wifi et conseils pratique, petites cartes postales, cahiers et crayons sont autant d'outils qui offrent en complément de la signalétique un territoire d'expression à la marque COMET tout en apportant de la praticité et du gain de temps.

Un parcours client conçu avec une ergonomie très fluide.

L'efficacité étant mise à l'honneur, l'agence a contribué au développement d'un rituel de marque type pour faciliter et optimiser au maximum l'usage du temps des participants aux réunions. Ce rituel inclue la réservation en ligne en passant par un save the date et une partie de la signalétique dans les lieux.

Un design de détails mobiliers.

Conçu pour incarner l'esprit de productivité en reprenant les codes de la marque, le mobilier reste fidèle à l'esprit de la marque, tourné vers l'univers spatial.

Dans ce sens, le « desk » d'accueil simple et épuré permet sur la droite du Forum, espace d'accueil, de manière ludique, d'être accueilli par l'équipe Comet Meetings et de récupérer les boules anti-stress en passant la main à travers des tendeurs. Une ergonomie très fluide mettant l'accent sur la décontraction et l'efficacité, dont la réponse de l'agence se trouve dans une conception design très épurée, à l'instar du meuble console qui centralise dans chaque salle de réunion l'intégralité des outils technologiques ou de bureautique pour animer une session sans heurts. Dans chaque salle de réunion se retrouvent de petites turbines d'avion designées par l'agence, posées sur un mur, qui permettent aux participants de déposer leur portable. L'objectif est d'inciter les collaborateurs à ne pas être perturbés par leur téléphone mais de se concentrer sur leur réunion et ses objectifs.

Enfin, le branding a été poussé jusqu'aux sets de tables qui incitent à écrire pendant les pauses déjeuner. Car, à l'instar des comètes, c'est n'importe quand que peut surgir une bonne idée. Les sets imaginés par l'agence sont autant d'outils qui permettent d'attraper les meilleures idées.

Une ambition internationale.

Comet Meetings est un projet né à Paris et financé par des investisseurs de premier rang (dont Pierre Kosciusko-Morizet). Le premier site Comet vient d'ouvrir ses portes au 8 rue Torricelli, dans le XVIIème et a pour vocation de s'étendre dans les grandes capitales européennes.

A propos

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. 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, ses parcours clients et ses concepts marchands.