Revitalisation de marque : Tutti Gourmet

OPPORTUNITÉ

L’histoire de cette petite entreprise familiale détenait tout les ingrédients pour faire de ses produits un succès. D’abord la qualité exceptionnelle des produits faits à la main, dans un segment de marché santé en pleine expansion méritait rien de moins qu’une identité à la hauteur de la passion de ses artisans propriétaires. Sur le marché depuis à peine quelques années, cette marque a su retenir l’attention des investisseurs de l’émission Dragon’s Den mais elle peinait pourtant à se démarquer sur les tablettes auprès des consommateurs.

MANDAT

Créer une nouvelle identité visuelle pour soutenir la promesse du produit et une plateforme d’emballage pour accroître l’impact et la mémorabilité de la marque et de ses 3 gammes de produits sans gluten.

APPROCHE

Audit de la catégorie et des univers concurrentiels - territoires de marque occupés, marchandisage au lieu de vente - stratégie de branding et création de l’identité et des nouveaux emballages.

LIVRABLES

- Stratégie de branding
- Conception et création de la nouvelle identité
- Design des plateformes d’emballages
- Réalisation, photographie et production

RÉSULTATS

- Nouvelle distribution pan-canadienne chez les principaux détaillants de l’alimentation, réseau traditionnel et épicerie santé spécialisée

PIGEON BRANDS ÉTUDES DE CAS - 2017 - CONFIDENTIEL

Tutti gourmet

Artisan contemporain

PIGEON BRANDS ÉTUDES DE CAS - 2017 - CONFIDENTIEL

Tutti gourmet

Une histoire de coeur et de passion

PIGEON BRANDS ÉTUDES DE CAS - 2017 - CONFIDENTIEL

Tutti gourmet

Une identité plus forte et significative

Tutti c’est pour tous!

Avant

Après

PIGEON BRANDS ÉTUDES DE CAS - 2017 - CONFIDENTIEL

Tutti gourmet

Un descriptif générique qui portait ombrage à la marque elle-même, qui se voyait diluée dans un univers de textures. Un emballage couleur en déficit d'impact et de différenciation en tablette.
Tout ce qu'on voyait, c'était le produit.

Avant

PIGEON BRANDS ÉTUDES DE CAS - 2017 - CONFIDENTIEL

Tutti gourmet

Une nouvelle identité, forte, assumée, au premier niveau hiérarchique, dans un univers gourmand, toujours artisanal, mettant en vedette les ingrédients et les bénéfices santé.

Après

PIGEON BRANDS ÉTUDES DE CAS - 2017 - CONFIDENTIEL

Tutti gourmet

Après

Un élément mnémonique puissant

PIGEON BRANDS ÉTUDES DE CAS - 2017 - CONFIDENTIEL

Une palette de couleurs vibrantes facilitant la navigation et l’identification des saveurs.
Communique le plaisir des saveurs. C’est SANS GLUTEN, mais c’est SAVOUREUX!

PIGEON BRANDS ÉTUDES DE CAS - 2017 - CONFIDENTIEL

Avant

Gamme collation - l’offre produit n’était pas comprise des consommateurs

PIGEON BRANDS ÉTUDES DE CAS - 2017 - CONFIDENTIEL

Après

Une offre produit clarifiée - Des bouchées collation!

Tutti Gourmet

Une nouvelle collection de craquelins a été introduite.
Le principe est de faire découvrir les formidables ingrédients cultivés au Canada. Le caractère de la terre à la table était important à communiquer pour ce segment de produits des plus innovants!

PIGEON BRANDS ÉTUDES DE CAS - 2017 - CONFIDENTIEL

Tutti gourmet : reconnaissance d'une marque fière

maintenant facile à identifier et repérer d'un segment de produit à l'autre

PIGEON BRANDS ÉTUDES DE CAS - 2017 - CONFIDENTIEL