

ETUDE DE CAS

Print Boutique à œufs

Inspirations

Univers, Tendances, Formes, Couleurs, ...

Benchmark

Concurrence, Secteur

Ambiance de marque

Moodboard, Logo & Environnement graphique

Gamme d'oeufs

Variantes, Conditionnement

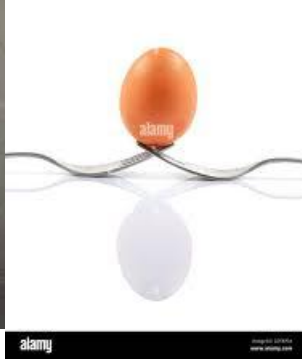
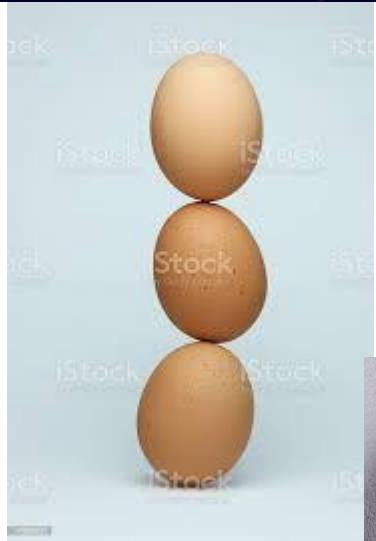
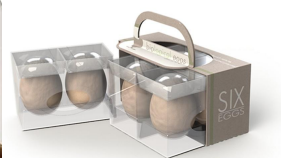
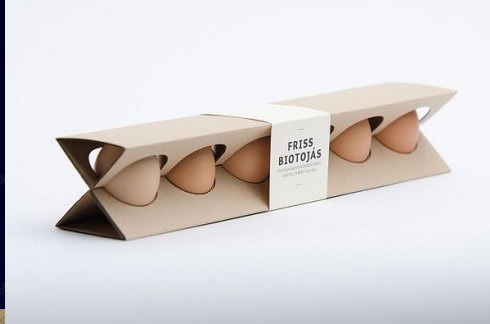
Mise en situation

Documents, Packaging, Stand, Plaquette



Inspirations

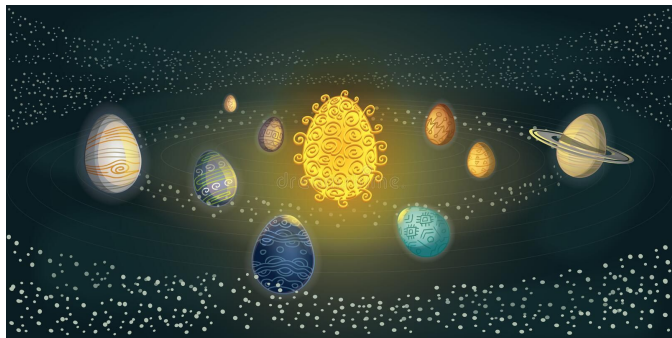
Univers, Tendances, Formes, Couleurs, ...



tamago sando



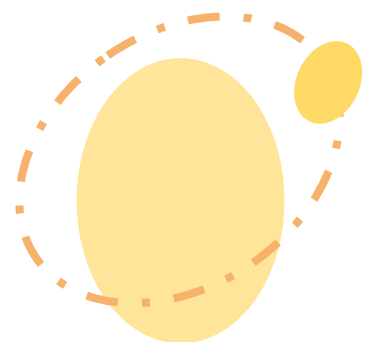
Graviter autour de l'œuf...



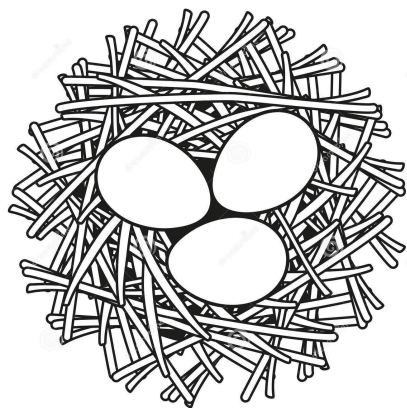
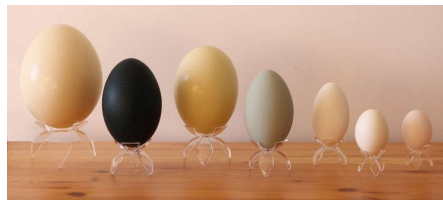
FARM EGG
TAGLINE HERE



FARM EGG
TAGLINE HERE

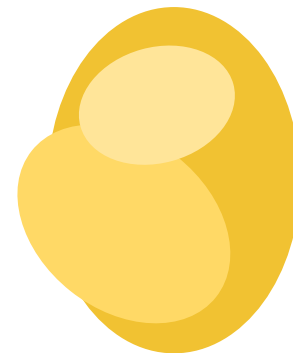


Nid une ni d'œuf... 3 minimum par semaine



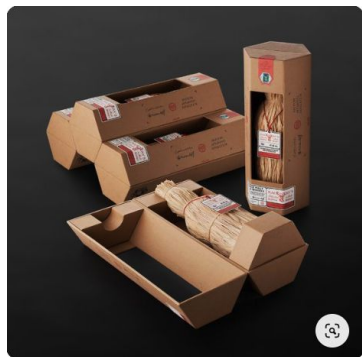
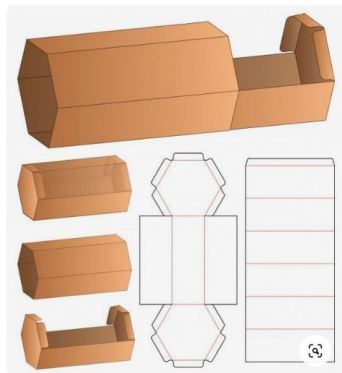
Download from
Dreamstime.com

100000000
Diga-Matthew-Stockholm/Dreamstime.com



Lien oeuf bleu

<https://www.araucana-clubdefrance.fr/Loeuf-bleu/>



Pour des boissons ?



Emballage ludique pour les enfants



Packaging impression 2 couleurs



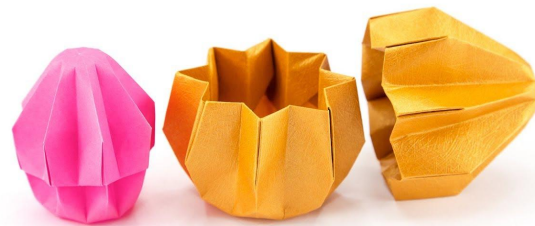
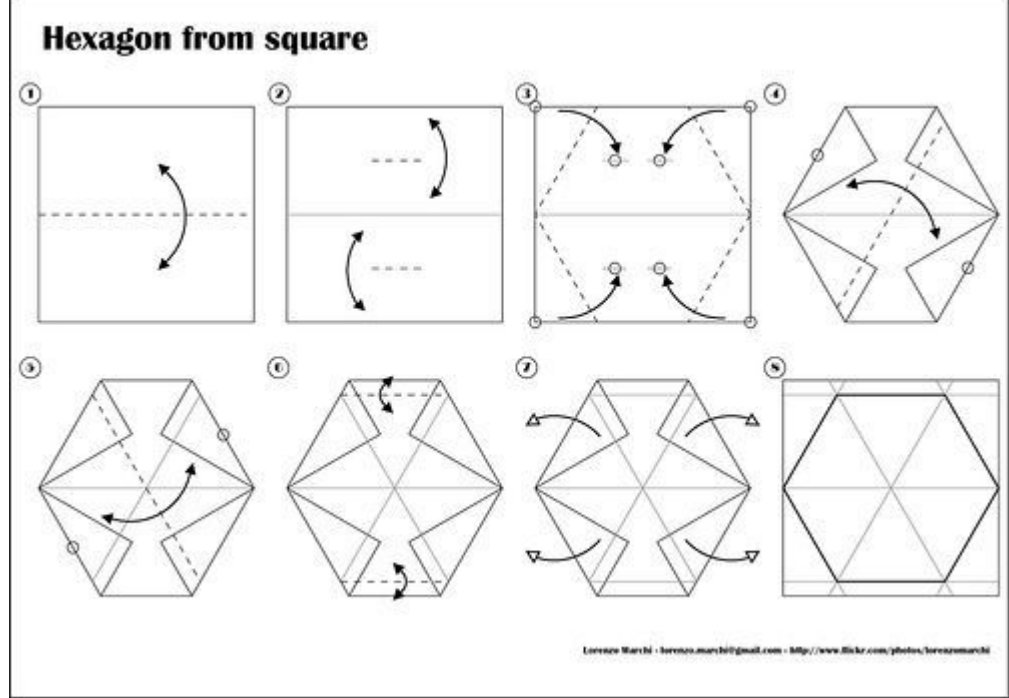
Forme hexagone = FR
Alvéoles

Tiroir carton

Origami



origami
egg
box



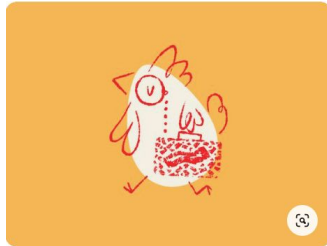
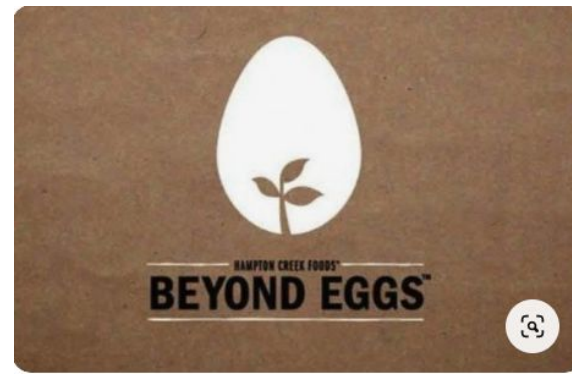
Origami Easter Egg Box



Impression bague

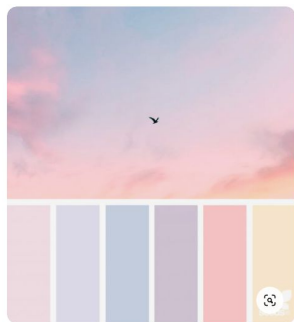


Sorbet oeuf



Idées logo oeuf

Nuancier pastel



TOYONCHI NO TAMAGO



Logo 1 couleur



Packaging bois, impression noir
sur bois = haut de gamme







Packaging plastique = moins
prestigieux, industriel



Benchmark

Concurrence, Secteur

Producteurs & Revendeurs directs	TOYONCHI NO TAMAGO 	Flandr'oeufs 	Oeufs Belair 	Les oeufs de julien 
Méthode de communication Canaux Cibles Valeurs Tons	Site internet Instagram Boutiques physique (11) Valeurs : Gastronomie, sécurité, tranquillité d'esprit Oeufs haut de gamme	Site internet, Facebook Réunit les éleveurs et les distributeurs Hauts-de-France Entreprise familiale Valeurs : Proximité, traçabilité et sécurité	Site internet Packaging boîtes d'œufs et cartons de livraison. Valeurs : ferme familiale, produits locaux respect de l'animal. Produits de qualité fermière. Traçabilité. Cible locale à 60km autour de la ferme. Vente à la ferme et livraisons alentour. Ton rouge vert jaune	Type de société : Eleveur de poules pour des oeufs haut-de-gamme Canaux : Site web, Facebook (800 followers, < 5 posts / mois) Cibles : toutes tranches d'âge, autour des grandes villes proches de la ferme Tons : vouvoiement, mais de proximité avec langage courant ("ne tardez pas TROP !!!!") Valeurs : Qualité, Hygiène, Proximité
Ergonomie des supports Grands thèmes Arborescence du site Organisation du contenu	Site vitrine + shop en ligne Service livraison à domicile	Proche de la nature, des éleveurs & distributeurs Site vitrine, présentation des 3 gammes d'œufs, de l'entreprise, des éleveurs, des engagements, prise de contact	Site internet responsive. Peu d'arborescence (3 entrées seulement) Présentation de l'élevage, types d'œufs. Services (livraison, contenants, techniques) Contact Contenu clair et minimaliste. Pratique	Menus principaux : Accueil Nos oeufs Nos revendeurs Les professionnels de la restauration Contact Contenu très aéré
Pertinence charte graphique Logo et pictos Couleurs Organisation du contenu	Logo 2 couleurs (rouge et blanc) Packaging avec matière noble : bois & carton Packaging pour enfant + "emballage recette" en plastique	Logo 2 couleurs, esprit "proche de la nature" = dessin au trait, moderne Jaune & marron Pictos formes rondes, contour Typo manuscrite, marqueur, empattements légers Trio de couleurs pour les 3 différentes gammes : vert, orange, bleu. Teintes douces mais pas pastel.	Logo trois couleur, vieillot qui induit le côté grand-mère, et authentique Couleurs tristes et peu harmonisées (rouge, vert, jaune) Picto carré façon vieille carte postale ou vieille pub. Typo manuscrite en gras. (courgette pour les titres du site)	Logo prônant l'authenticité, l'artisanat Couleurs mêlant marron/beige/noir (tradition, rural), à du vert flashy (moderne, dynamique) 2 Typos dans les 2 thèmes des couleurs, avec effet irrégulier et empattement pour l'un, sans empattement et moderne pour l'autre

<p>Autres acteurs du secteur de l'oeuf</p>	<p>Shake eat Oeuf</p>  <p>SHAKE EAT OEUF La Simplicité a du goût</p> <p>https://www.facebook.com/SHAKEEATOEUF/?ref=page_internal</p>	<p>Paul</p> 	<p>Liot</p>  <p>https://www.oeufs-liot.fr/project/progres/</p>
<p>Produits</p>	<p>Restaurant qui cuisine uniquement des plats à base d'œufs à Bordeaux.</p>	<p>Boulangier / Pâtissier / Traiteur Sandwiches, wraps, salades, quiches Macarons, choux, tartelettes, gâteaux, flans</p>	<p>Ovoproduits lyophilisés : oeufs entiers ou blanc, conservés 6 mois par un procédé thermique</p>
<p>Méthode de communication Canaux Cibles Valeurs Tons</p>	<p>Facebook Instagram Site internet Flyers</p> <p>Cible: tous ceux qui aiment les œufs. amateurs de cuisine familiale et de brunch. Abordable.</p> <p>Valeurs : bien manger, convivialité, simplicité</p> <p>Tons : Jaunes déclinés, blanc, noir.</p>	<p>Site internet</p> <p>Facebook, Instagram, LinkedIn</p> <p>Packaging pain, flyer, affiche</p> <p>Cible : voyageur, étudiant, ouvrier, travailleur</p>	<p>Site web</p> <p>Cibles : Restauration hors domicile, Boulangeries-pâtisseries et traiteurs</p> <p>Valeurs : Traçabilité, Qualité</p> <p>Tons : bleu et jaune</p>
<p>Ergonomie des supports Grands thèmes Arborescence du site Organisation du contenu</p>	<p>Thèmes : menus & formules - accueil et présentation - commandes - Site très simple et ergonomique</p>	<p>Site vitrine Produits, menu, valeurs, engagements, histoire, contact</p>	<p>Menus : Société, Qualité, Nos marques, Produits, Recettes, Actualités, Contact</p> <p>Contenu très aéré</p>
<p>Pertinence charte graphique Logo et pictos Couleurs Organisation du contenu</p>	<p>Logo jaune sur fond blanc. Très graphique, et simple.</p> <p>Sur le site seulement du blanc, du noir et des jaunes déclinés.</p> <p>typo : <code>dinnezeitgrotesklw01-_812426, sans-serif</code></p>	<p>Logo noir & or, carré</p> <p>Typo empattement, classe & épuré</p> <p>Beige</p> <p>Picto effet gravure</p>	<p>Logo : Jaune vif, effet oeuf dans le O rempli de son jaune, typo arrondi extra-bold, baseline "le meilleur de l'oeuf..."</p> <p>Couleurs : très blanc, orange brique, bleu foncé</p>

Méthode de communication : Authenticité et Proximité

Canaux : Site web, Réseaux sociaux (Facebook, Instagram). Utilisation du print rare

Cible : Tout le monde

Valeurs : Focus sur la traçabilité

Ton : Langage courant relativement générique pour s'adresser au plus grand nombre

Ergonomie des supports : Simplicité et Clarté

Structure : site vitrine standard > menu en haut de page, présentation de l'entreprise, des produits, des valeurs

Grands thèmes : Accueil, Producteurs, Produits, éventuellement Boutique en ligne

Pertinence charte graphique : Rustique et Tendances

Logos et pictos : Logos rustiques

Couleurs : Jaunes, déclinaisons de bruns, verts, rouge, noir, voire couleurs vives plus tendances



Ambiance de marque

Moodboard, Logo & Environnement graphique



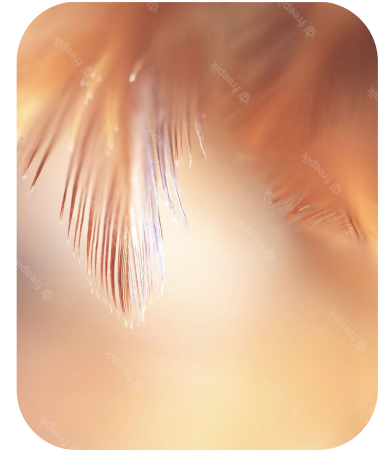
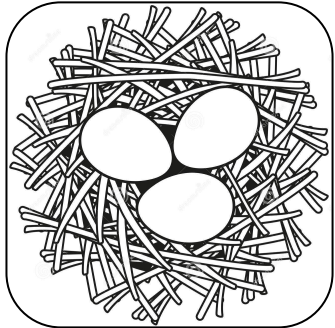
Douceur



Plaisir



EQUILIBRE



Au départ des valeurs

ÉQUILIBRE

Environnement

- Traçabilité
- Bio
- Limiter la viande

Bien-être

- Alimentation saine
- Animal
- Haut-de-gamme

DOUCEUR

Simplicité

- Style Japandi
- Naturel
- Essentiel

Délicatesse

- Formes rondes
- «Marcher sur des oeufs»

PLAISIR

Préparation

- Casser un oeuf
- Cuissons subtiles
- Mélanges de saveurs

Dégustation

- Produits dérivés
- Textures
- Températures

...au travers d'un ton

vouvoiement

- marque résolument haut-de-gamme

langage courant

- produit de base de l'alimentation

certaine proximité

- interpeller puis fidéliser le client

...d'un nom

oeufori

oeuf

- produit principal

euphorie

- joie, plaisir, jeu de casser un oeuf

ori...gami

- jeu de pliage, emballage en hexagone

...d'une baseline

Quoi de n'oeuf ?

neuf

- marque résolument haut-de-gamme

quoi de neuf ?


- langage courant, clin d'oeil

quoi... ?


- interpeller puis fidéliser le client



3 Couleurs principales

 **Jaune d'or** #f4b22d
titres, fond principal

 **Noir élégant** #000000
logo, textes principaux

 **Blanc cassé** #e8e5d6
fond secondaire, motifs

et 2 secondaires

 **Terre cuite** #d76620
> fonds mockup, pictos

 **Vert nature** #93c47d
> label bio, puces

2 familles de Typographies (3 styles)

Berkshire Swash Regular

sans serif : moderne
cursive et variantes d'épaisseur : élégance du haut-de-gamme
> usage : logo, baseline, titres

Quicksand Bold

régulière : très lisible
arrondie jusqu'aux extrémités : forme de l'oeuf, symbole de douceur
> usage : logo, sous-titres, mots en surbrillance

Quicksand Regular

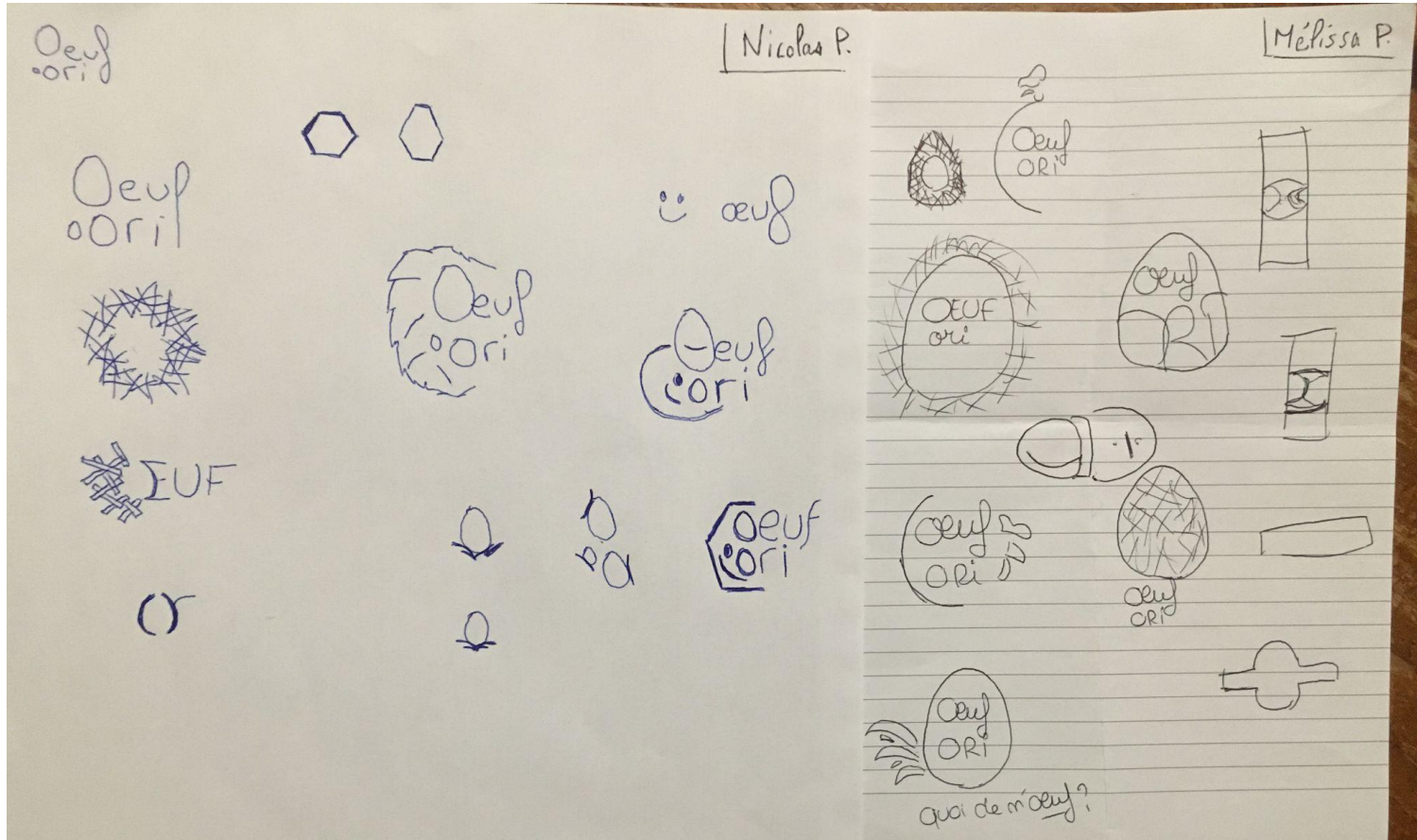
> usage : textes principaux

1 Motif

Herbe ou Nid, rappelle le côté naturel, la douceur et le haut-de-gamme
> usage : en cadre de la carte de visite ou sommaire, en assise d'autres contenus



Environnement graphique > Logos brouillons sur papier



œuf œuf ori ● ori



Quoi de n'œuf ?

Quoi de n'œuf ?

Quoi de n'œuf ?

Quoi d'n'œuf ?

Quoi de n'œuf ?



1 Logo

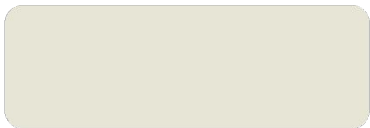
1 œuf, renfermant le nom, jeu du f souriant jusqu'au point du i dessous

2 typographies, jeu de dualité rappelant jaune et blanc

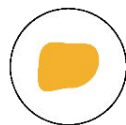
3 plumes... ou un nid



Barre de titre



Cadre de titre



Le Jaune
et son Blanc tournant d'espacement

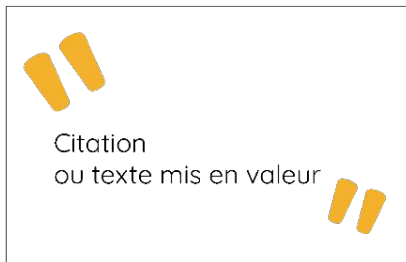
Titres débordant sur le blanc

Espacement de texte et puces



Titre principal

Titre 1



Citation
ou texte mis en valeur



Logo habillé
avec baseline
et site web



Motif mis en forme



Photo



Gammes d'œuf



Illustrations



Label Bio



Pictogrammes

Pagination



Gamme d'oeufs

Variantes, Conditionnement

3 types d'œufs sont proposés à la base, nommés sur le thème des recettes plus ou moins élaborées :



Conditionnement :

- achat possible à l'unité
- mais **boîtes uniques par 6** œufs, afin d'inciter à prendre en volume

De plus, la race de poule «Poule Cream Legbar» et ses œufs à la teinte bleue inédite, permettra de proposer bientôt **2 autres types d'œufs spécifiques**, d'Alimentation bio ou standard.

Mise en situation

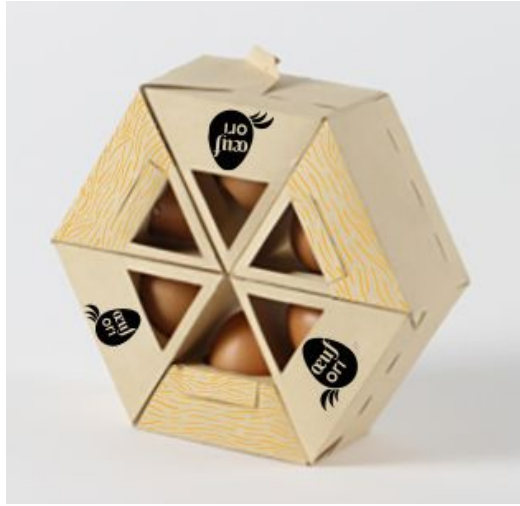
Documents, Packaging, Stand, Plaqueette



En-tête de lettre



Carte de visite



Boîte à œufs



Bague de sandwich



Tampon des 3 types d'œufs



Vue stand extérieur



Zoom sur l'étal





Sommaire

NOS VALEURS	P03
NOTRE HISTOIRE	P04
NOTRE CONCEPT	P05
NOTRE GAMME	P06
POURQUOI NOUS REJOINDRE ?	P07
NOS POINTS DE VENTES	P08



Notre histoire

2010 Udam quisepe quid que vellant dolerito blandisens.

2014 Udam quisepe quid que vellant dolerito blandisens.

2016 Udam quisepe quid que vellant dolerito blandisens.

2018 Udam quisepe quid que vellant dolerito blandisens.

2023 Udam quisepe quid que vellant dolerito blandisens.

4

Notre concept

- 1 Min explit lauti omiam harberum, cum doloro ricit qui si in repellibus delect.
- 2 Min explit lauti omiam harberum, cum doloro ricit qui si in repellibus delect.
- 3 Min explit lauti omiam harberum, cum doloro ricit qui si in repellibus delect.
- 4 Min explit lauti omiam harberum, cum doloro ricit qui si in repellibus delect.

5

Notre gamme

- Parfait**
œuf ori
Ovit quossedii dolorest riscuande num qui dolore debet inumenis conest, velluptis dollitatem illupstat. Rit eos volor am.
- Nid**
œuf ori
Ovit quossedii dolorest riscuande num qui dolore debet inumenis conest, velluptis dollitatem illupstat. Rit eos volor am.
- Cocotte**
œuf ori
Ovit quossedii dolorest riscuande num qui dolore debet inumenis conest, velluptis dollitatem illupstat. Rit eos volor am.

6

Pourquoi nous rejoindre ?

- N°1 Ovit quossedii dolorest riscuande num qui dolore debet inumenis conest, velluptis dollitatem illupstat. Rit eos volor am.
- N°2 Ovit quossedii dolorest riscuande num qui dolore debet inumenis conest, velluptis dollitatem illupstat. Rit eos volor am.
- N°3 Ovit quossedii dolorest riscuande num qui dolore debet inumenis conest, velluptis dollitatem illupstat. Rit eos volor am.
- N°4 Ovit quossedii dolorest riscuande num qui dolore debet inumenis conest, velluptis dollitatem illupstat. Rit eos volor am.

7

Nos points de ventes



Udam quioepe
Ovit quiosedi dolorest
Nisclundae num
Rit ees volior am

Udam quioepe
Ovit quiosedi dolorest
Nisclundae num
Rit ees volior am

Udam quioepe
Ovit quiosedi dolorest
Nisclundae num
Rit ees volior am



Quoi de mi-oeufs ? ;-)

Merci pour votre attention !