



Août 2018

LE CENTRE COMMERCIAL RÉGIONAL CAP 3000 CHANGE D'IDENTITÉ VISUELLE AVEC LONSDALE.

CAP 3000, le centre commercial régional – du groupe Altarea Cogedim ouvert à Saint-Laurent-du-Var depuis 1969 - a confié à Lonsdale, et son pôle Architecture et Retail Lonsdale AKDV, la création de sa nouvelle identité et territoire d'expression ainsi que son application signalétique.

Situé près de Nice et face à la mer, le centre commercial **CAP 3000 figure parmi les premiers centres français** en CA/m². La rénovation entamée en 2014 et son extension depuis ont ouvert une nouvelle page de son histoire, elle est l'occasion de dévoiler un positionnement et une **nouvelle identité plus en phase avec sa clientèle premium**. Au terme de ce remodeling, CAP 3000 offrira un nouvel angle de vue sur la mer Méditerranée et abritera 300 boutiques et restaurants (vs 180 actuellement) sur une surface de 135 000 m².

Pour réaffirmer toutes les valeurs qui sont les siennes, **la nouvelle identité visuelle développée par Lonsdale s'est inspirée de l'univers du yachting avec la volonté d'attirer une clientèle toujours plus importante, et capter plus largement un public international déjà séduit par le centre.**

Lonsdale a créé l'identité visuelle, le territoire d'expression de la marque ainsi que la signalétique du centre, en l'abordant comme un lieu de vie, de rencontres, de promenade, de plaisir et de détente.

La nouvelle identité aux **couleurs bleu outremer et sable doré invite à l'évasion et s'inscrit dans l'histoire de la Côte d'Azur** ; la création d'une typographie capitalisant sur le mot **CAP dessine une ligne azurée entre ciel et mer.**

A la manière d'une griffe, le logotype valorise l'origine du lieu « la côte d'azur » comme ancrage, et la parfaite rondeur des chiffres « 3000 » rappelle celle des hublots de bateaux. Par sa stature, le logo contribue à **recréer l'imaginaire et l'art de vivre du yachting où glamour et luxe signent le « Made in Côte D'azur ».**

La nouvelle identité et le territoire graphique seront déployés sur l'enseigne, la signalétique et tous les supports de communication on et off line dans les prochains mois.

Contact

Hélène GOSSET

Brand Director

+33 1 43 12 67 09

06 72 58 34 96

h.gosset@lonsdale.fr

LONSDALE.FR



[@lonsdaledesign](https://www.instagram.com/lonsdaledesign)

À propos de LONSDALE

Lonsdale, première agence de branding et design en France, accompagne les marques - corporate, produit et enseigne - dans la définition de leur singularité et construit avec elles des expériences omnicanales engageantes à destination de leurs publics.

Agence indépendante forte de 240 talents dont 120 architectes et designers, Lonsdale a été élue Agence de Branding Stratégique de l'Année 2017 et accompagne des marques comme Auchan, Carrefour, Ferrero, Harmonie Mutuelle, Henkel, Ipeca, Lagardère Travel retail, L'Oréal, Nestlé, Orange, PSA, Smartbox, Société Générale, Sodial, Unilever...

Contact**Hélène GOSSET**

Brand Director

+33 1 43 12 67 09

06 72 58 34 96

h.gosset@lonsdale.fr**LONSDALE.FR**[@lonsdaledesign](https://www.instagram.com/lonsdaledesign)**À propos de LONSDALE**

Lonsdale, première agence de branding et design en France accompagne les entreprises, les marques produits et les enseignes et, construit avec elles les preuves de leur singularité qui garantissent leur pertinence auprès de leurs publics.

Élue Agence de Branding Stratégique de l'Année 2017 et à deux reprises «Agence de Design de l'année», Lonsdale emploie 230 collaborateurs dont 120 designers et architectes, et réalise un chiffre d'affaires de 30M€.

Lonsdale accompagne aujourd'hui des marques telles que : Altarea Cogedim, Auchan, AXA, BNP Paribas, CCI Paris, Coca-Cola, E.Leclerc Optique, Engie, Hammerson, Groupe PSA, Harmonie Mutuelle, Havas Voyages, Henkel, JDE, Kiloutou, L'Oréal, Nestlé, Nexity, Metro Germany, Orange, Paris Aeroport, Smartbox, Samsung...