



Juillet 2018

LA NOUVELLE MARQUE LES 300&BIO SE LANCE À LA CONQUÊTE DU BIO AVEC LONSDALE.

A l'issue d'une compétition, le Groupe Coopératif EURIAL – la branche lait du Groupe AGRIAL - choisit Lonsdale, l'agence indépendante de branding et de design, pour la création de sa nouvelle marque de produits laitiers bio en ultra-frais : Les 300&bio.

Avec la volonté d'émerger en linéaire et devenir la marque référente en ultra frais, la coopérative Les 300&Bio fait le choix d'un nom mémorable et engagé pour affirmer sa singularité. C'est dans cette optique que le groupe Eurial confie à Lonsdale la stratégie créative et la conception de l'identité visuelle et packaging de sa nouvelle marque.

Sur la base d'une plateforme de marque, Lonsdale crée une identité avec une forte dimension didactique accompagnée de la signature « 300 laitiers unis en coopérative ». L'identité capitalise sur une icône de marque majeure, traitée en illustration au sein d'un macaron, pour incarner les valeurs de ses 300 personnalités, optimistes, chaleureuses et bienveillantes. La typographie manuscrite et différemment colorée en fonction du produit, contribue à personnaliser la marque.

Sur un marché du bio en pleine croissance (+17% en 2018), l'identité Les 300&bio bouscule et revisite les traditionnels codes du bio en ultra-frais – ni austère ni fantaisiste – la marque affirme son savoir-faire et sa contemporanéité avec une gamme colorielle vibrante qui exprime la personnalité de la marque et une volonté de ton disruptif. Elle souligne par ailleurs les qualités organoleptiques et la palette gourmande de ses produits.

La nouvelle marque Les 300&bio qui fait de la gourmandise son fer de lance, starifie ses ingrédients - lait entier et touche de crème ! – avec des visuels produits généreux ... « On parie que vous allez les aimer ! »

La marque prévoit un lancement en France avec une gamme de 13 références ; de l'étuvé nature aux yaourts à la grecque en passant par les crèmes desserts... De quoi ravir tous les gourmands !

« Les 300&bio c'est surtout un état d'esprit, mais c'est aussi 300 éleveurs laitiers de l'Ouest de la France, unis en Coopérative pour fabriquer les produits laitiers les plus généreux. Ce sont des hommes optimistes, généreux, passionnés et cet amour de la vie se retrouve dans nos produits. » souligne Sophie Dautet - Directrice Marketing Eurial Ultra-Frais.

« Nous avons fait de la coopérative et de ses hommes un atout pour la marque avec des codes d'authenticité et de vérité, à la hauteur de la qualité des produits. L'ambition de la marque a nécessité une certaine audace créative, inattendue dans la catégorie Ultra Frais » précise Philippe Delmotte, directeur de création Lonsdale.

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...