

Création à destination de Laurance
Début de mission octobre 2019

LAURANCE

Recherches graphiques / Le Goff & Gabarra

ÉDITION CONFIDENTIELLE *Octobre 2019*

*Ces recherches graphiques sont des créations originales Le Goff & Gabarra à l'attention du service communication de Laurance.
Les créations présentées dans ce journal sont la propriété de Le Goff & Gabarra.
La piste retenue fera l'objet d'un contrat incluant la cession de droits d'auteurs pour la création de contenu.
Impression numérique de qualité réalisée avec Paypernews.
Cahier de 32 pages couverture comprise, imprimé sur un support 60 g/m²
Édition limitée à 20 exemplaires.*

Merci

SOMMAIRE

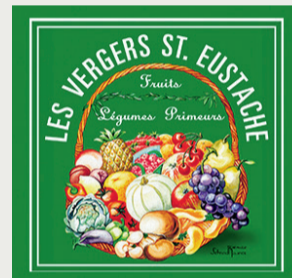
pages 03 à 14 ...Piste **AUTHENTIQUE**
pages 15 à 22 ...Piste **INCARNATION**
pages 23 à 31 ...Piste **POP**

BENCHMARK

Certains noms de votre profession ont rebrandé leur image en faisant appel à des agences de conseil en création et communication comme la notre. Vous effectuez aujourd'hui la même démarche. Vous évoluez dans un milieu professionnel très concurrentiel. Nous vous proposons le résultat de notre réflexion basé sur l'étude de ce qu'a fait la concurrence la plus proche. Les Vergers St-Eustache et M.Charraire sont de parfaits exemples de rebranding. Un travail de typo, de couleur et de photographie a été réalisé sur tous les supports prints et numériques.



M.Charraire
LÉGUMES ET FRUITS



PRIMEURS D'EXCEPTION
LES VERGERS
ST-EUSTACHE



Camions

Architecture

Site internet et Photographie



Camions

Architecture

Site internet, Photographie, print...



45 M€ CA
120 salariés
700 livraison par jour
1.800 clients actifs



MISSION

Identité visuelle

Camions

LAURANCE

PRÉSENTATION DE LA PISTE AUTHENTIQUE

Cette recherche graphique est une création originale

Le Goff & Gabarra
contact@lgetg.fr
+33 6 62 21 78 05
legoffetgabarra.fr

en collaboration avec le service communication

Laurance

DEPUIS 194

MAIS

Laur

PRIMEUR DÈS

8 FRANCE

SON

ance

LA 1^{RE} HEURE

PISTE AUTHENTIQUE

Phonétiquement, Laurence est un prénom féminin. Mais Laurance, avec son orthographe particulière, est un nom de famille. Cela crée une ambiguïté que nous dissipons avec l'ajout du mot **MAISON***. En plus de régler un problème de sémantique le mot Maison adossé à Laurance le positionne haut de gamme.

* MAISON est le synonyme de grossiste qui désigne un commerçant en gros par opposition à un détaillant. Il s'agit donc d'un commerçant qui fait de la vente au volume. Synonymes : commerçant, maison, négociant, marchand...

MAISON PLISSON
ALIMENTATION GÉNÉRALE

LA MAISON DU CHOCOLAT
PARIS

LA MAISON DIOR

.MAISON.
LABICHE
PARIS

BALMAIN
PARIS

MAISON KITSUNÉ
PARIS

MAISON
SARAH LAVOINE
M S L

Recherches et croquis

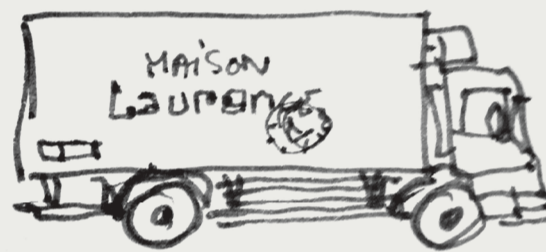
DEPUIS 1948 FRANCE
MAISON
Laurance
FRUITS & LÉGUMES

MAISON
Laurance

L^M PRIMEUR
DÈS LA 1^{RE} HEURE

MAISON LAURANCE
L^M
DES FRUITS ET DES LÉGUMES

MAISON LAURANCE MAISON LAURANCE



Gamme chromatique



Finalisation du dessin et différentes compositions logo/typo

MAISON
Laurance

DEPUIS 1948 FRANCE
MAISON
Laurance
PRIMEUR DÈS LA 1^{RE} HEURE

Choix typographique

CHRONICLE
CARATÈRE BATON

L

ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijkl

mnpqrstuvwxyz

1234567890

!@#\$%^&*()_+,-./:;...!/?&%*/£\$^+==

Baseline

Primeur dès la 1^{re} heure
Des fruits et des légumes

PRIMEUR DÈS LA 1^{RE} HEURE

L^M PRIMEUR
DÈS LA 1^{RE} HEURE

01 69 64 48 35
LAURANCE-PRIMEURS.FR L^M
1948

Maison Laurance •
L^M
DES FRUITS ET DES LÉGUMES
1948

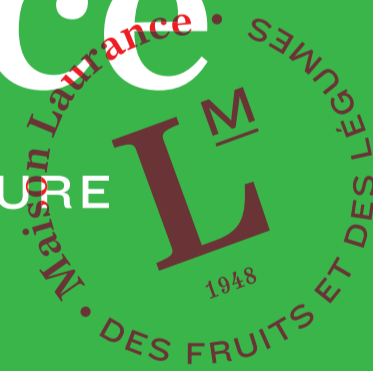
MAISON
Laurance



DEPUIS 1948 FRANCE
MAISON
Laurance
PRIMEUR DÈS LA 1^{RE} HEURE

MAISON
Laurance

PRIMEUR DÈS LA 1^{RE} HEURE



L^M
1948

PRIMEUR
DÈS LA 1^{RE} HEURE

MAIS
Laur

PRIMEUR DÈS



01 69 64 48 35

LAURANCE-PRIMEURS.FR



SON

ance

LA 1^{RE} HEURE











L^M ET FRUITS



DEPUIS 1948 FRANCE

MAISON

Laurance

PRIMEUR DÈS LA 1^{RE} HEURE

LAURANCE

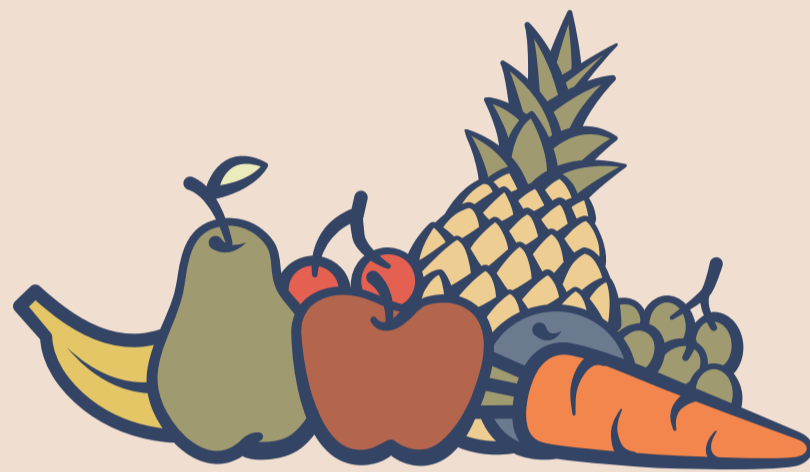
PRÉSENTATION DE LA PISTE INCARNATION

Cette recherche graphique est une création originale

Le Goff & Gabarra
contact@lgetg.fr
+33 6 62 21 78 05
legoffetgabarra.fr

en collaboration avec le service communication

Laurance



• depuis 1948 •

LAURANCE

Amour, fruits & légumes

Création à destination de Hiodée
Début de mission octobre 2019

HIODÉE

Recherches graphiques / Le Goff & Gabarra

ÉDITION CONFIDENTIELLE *Octobre 2019*

*Ces recherches graphiques sont des créations originales Le Goff & Gabarra
à l'attention du service communication de Hiodée.
Les créations présentées dans ce journal sont la propriété de Le Goff & Gabarra.
La piste retenue fera l'objet d'un contrat incluant la cession de droits d'auteurs pour la création de contenu.
Impression numérique de qualité réalisée avec Paypernews.
Cahier de 4 pages couverture comprise, imprimé sur un support 60 g/m²
Édition limitée à 20 exemplaires.*

Merci

D'APRÈS
LA PISTE
AUTHENTIQUE

MAISON
Laurance

H
10
dée

FRAÎCHEUR
DÈS LA 1^{RE} HEURE

Hiodée

FRAÎCHEUR DÈS LA 1^{RE} HEURE

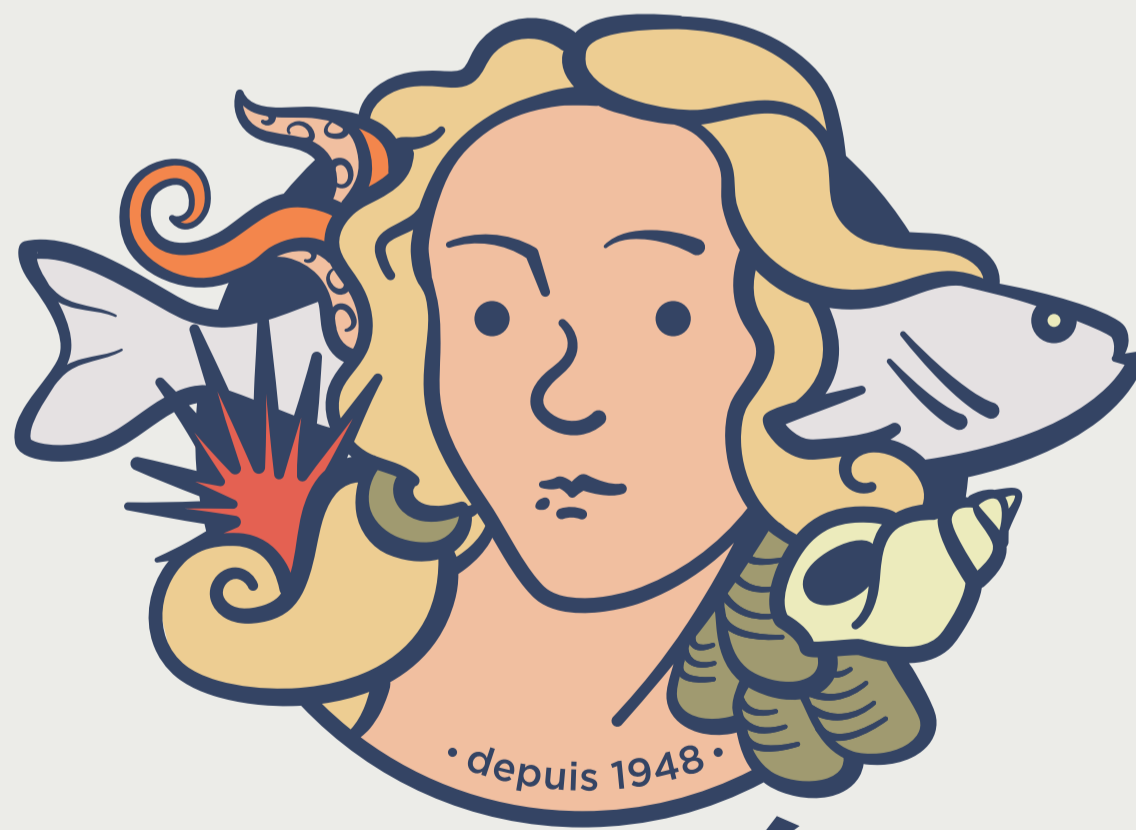
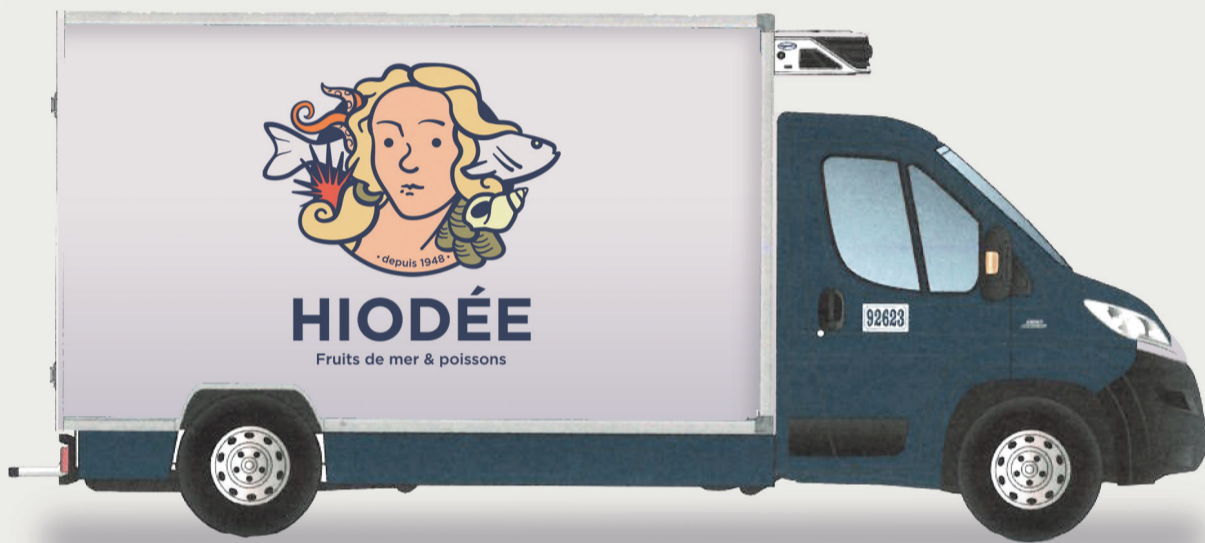


FRAÎCHEUR DÈS LA 1^{RE} HEURE

D'APRÈS
LA PISTE
INCARNATION

• depuis 1948 •
LAURANCE
Amour, fruits & légumes

depuis 1948
HIODÉE
Fruits de mer & poissons



HIODÉE
Fruits de mer & poissons



D'APRÈS
LA PISTE
POP

Laurance
100% fruits & légumes

**Expressions sur le thème
des produits de la mer**

Muet comme une carpe Hiodée
Frais comme un gardon Hiodée
Un panier de crabes Hiodée
Marcher en crabe Hiodée
Il y a anguille sous roche Hiodée
Serré comme des sardines Hiodée
Avoir des yeux de merlan frit Hiodée
Bailler comme une carpe Hiodée
Un vieux loup de mer Hiodée
La gauche caviar Hiodée
Être un requin Hiodée
Avoir une tête de raie Hiodée
Bête comme une tanche Hiodée
Sentir le hareng Hiodée
Rouge comme une écrevisse Hiodée
Plat comme une limande Hiodée
Avoir des oursins Hiodée dans les poches
Fermé comme une huître Hiodée
Rire comme une baleine Hiodée
Comme un poisson dans l'eau Hiodée
Noyer le poisson Hiodée
Engueuler quelqu'un comme du poisson pourri
Faire une queue de poisson

Hiodée
Depuis
1948
100 %
poissons &
crustacés
Le meilleur de la mer

Hiodée
100% poissons et crustacés





• depuis 1948 •

LAURANCE

Amour, fruits & légumes

PISTE INCARNATION

L'incarnation ? Mais qu'est-ce que c'est exactement ?

C'est l'action de personnifier, de représenter sous les traits d'un personnage votre société.

Création d'un personnage sympathique qui représente la société Laurance.

Les fruits et légumes dessinés en arrière plan font le lien avec l'histoire de la marque.

Dans le temps, le personnage peut évoluer et se décliner selon les compétences de la société.



POLO
RALPH LAUREN



THE LOCAL
WESTBROOK
FARMER
ALWAYS FRESH

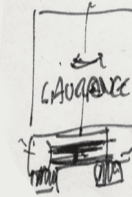


LACOSTE

Recherches et croquis



DEPUIS 1948
LAURANCE
Amour, fruits & légumes



Gamme chromatique

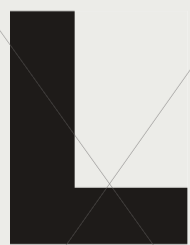


Gamme chromatique de l'illustration



Choix typographique

GOTHAM
CARATÈRE BATON



ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijkl
mnopqrstuvwxyz
1234567890
;:.....!()?&%*/£\$ ^+==

Finalisation du dessin et différentes compositions logo/typo



• depuis 1948 •
LAURANCE
Amour, fruits & légumes



• depuis 1948 •
LAURANCE
Amour, fruits & légumes

Baseline

Depuis 1948
LAURANCE
Amour,
fruits et
légumes

• depuis 1948 •

LAURANCE
Amour, fruits & légumes



LAURANCE

Amour, fruits & légumes







LAURANCE

Amour, fruits & légumes

LAURANCE
**PRÉSENTATION
DE LA PISTE
POP**

Cette recherche graphique est une création originale

Le Goff & Gabarra
contact@lgetg.fr
+33 6 62 21 78 05
legoffetgabarra.fr

en collaboration avec le service communication

Laurance

Laurie

ance

100% fruits & légumes

PISTE POP

Détourner l'univers des marques de la grande distribution, telles que Coca Cola, Tropicana, Milka... S'en approprier les codes afin de créer votre marque POP.

L'univers peut être utilisé de manière sobre et institutionnel ou avec l'ajout des stickers, devenir très coloré et POP !

L'habillage de la flotte de camion devient unique pour chacun d'entre eux. La pose des stickers peut aussi donner lieu à un moment team building avec l'ensemble des salariés de la société qui peuvent s'atteler au collage... amusant et ludique.



Gamme chromatique



Gamme chromatique des stickers



Finalisation du logo/typo

Laurance

100 % fruits & légumes

01 69 64 48 35
100 % fruits & légumes

Choix typographique

TROPILINE
CARATÈRE EMPATTEMENT

L

ABCDEFGHIJKL

MNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijkl

mnopqrstuvwxyz

1234567890

.;:....!/?()&%*/£\$ ^+ -=



Stickers partenaires



Les stickers / logo



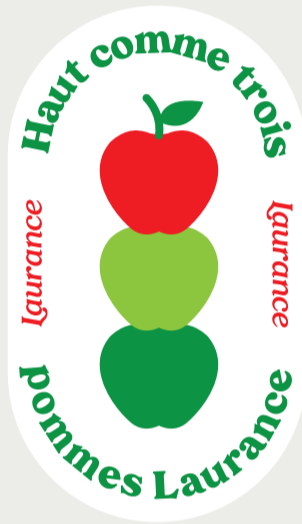
Expressions sur le thème des fruits et des légumes

Prendre une châtaigne Laurance
 Ne plus avoir un radis Laurance
 Appuyer sur le champignon Laurance
 Laurance a un cœur d'artichaut
 Mettre du beurre dans les épinards Laurance
 Espèce de patate Laurance !
 Avoir la patate Laurance
 Les carottes Laurance sont cuites
 En rang d'oignons Laurance
 C'est la fin des haricots Laurance
 Courrir sur le haricot Laurance

Prendre le melon Laurance
 Laurance fait le poireau
 Faire le poireau Laurance
 Raconter des salades Laurance
 Faire chou blanc Laurance
 Bête comme chou Laurance
 Bout de chou
 Se prendre le chou Laurance
 Être dans les choux Laurance
 Une feuille de chou Laurance
 Grand comme une asperge Laurance

C'est un navet Laurance
 Rouge comme une tomate Laurance
 Être presser comme un citron Laurance
 Avoir la tête comme une citrouille Laurance
 Haut comme trois pommes Laurance
 Tomber dans les pommes Laurance
 Être une bonne poire Laurance
 Couper la poire Laurance en deux
 Se fendre la poire Laurance
 Avoir la cerise Laurance
 La cerise Laurance sur le gâteau

Laurance ramène sa fraise
 Sucre les fraises Laurance
 Garder la pêche Laurance
 Avoir un teint de pêche Laurance
 Travaillez pour des prunes Laurance
 Prendre pour des prunes Laurance
 Avoir la banane Laurance
 Lâche-moi la grappe Laurance
 Mi-figue Laurance, mi-raisin Laurance
 Apporter des oranges Laurance
 etc...





Laurance





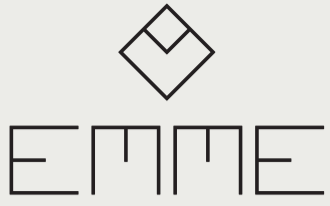
Laurance

100% fruits & légumes









Hugues Pouchet



SACD

Centrale
voyages
6 15
8 15
14 9 5
VOYAGES • SEMINAIRES • EVENEMENTS

LE MONÉTIER**
HOTEL (alt. 1.500 m.)

HUGO & VICTOR
PARIS

PRIX ALBERT LONDRES
Association reconnue d'utilité publique



GUSTAVE
ECO FRIENDLY
ASPHY • HEC PARIS

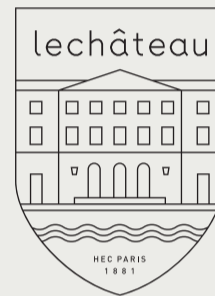
TARTES
CHEZ MOI
ÉTABLI DEPUIS 2007 COMME À LA MAISON
SALÉES N°1 SUCRÉES

OUTDOOR LIGHTING
FRANCE
ROGER PRADIER



MAZET
FACTORIE
MONTARGIS

MAÎTRE
COIFFEUR BARBIER
BELOM
PARIS



FONDS POUR PARIS
PARIS FOUNDATION

KEYDEN
PRODIGEUR AMBULANCE - HÉLICOPTÈRE INVESTISSEMENT

DEPUIS 1948 FRANCE
MAISON
Laurance
PRIMEUR DÈS LA 1^ÈE HEURE



LAURANCE
Amour, fruits & légumes

Laurance
100% fruits & légumes



Identité Premium

Identité Incarnation

Identité Stickers

JOHN PAUL
CONCIERGERIE PRIVÉE



STRATÉGIE
Vision de Marque
Naming
Concept Produit
Storytelling
Scénographie

OUTDOOR LIGHTING
Est. 1910
CHATEAUX • FRANCE

TERRITOIRE ET
CONSCIENCES



lechâteau
1881 HEC PARIS

DIRECTION ARTISTIQUE
Identité visuelle
Packaging
Set design
Merchandising
Site internet
Application
CONTENT
Photographie
Illustration
Redaction
Story Telling
Publicité
Motion design

LES BOUGIES
Christelle Lorent
LES CAVES DU PARC
Cave indépendante depuis 1961



DISTILLERIE
GARNIER
CALVADOS
POMMEAU DE NORMANDIE

LE ROCH
RESTAURANT
BAR AND MORE

GEMMYO
PARIS

SOCIAL MÉDIA
Planning éditorial
Community manager
Creative Content
Instagram
Facebook

Ce document est une création originale
Le Goff & Gabarra

MNFCT
REPERE NATIONAL DES PROFESSIONNELS DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

Sébastien Sosson
Agence de paysage

Camille Gabarra Tugdual Le Goff



World Creators Summit
Create • Connect • Respect