

Disponibles au rayon épicerie

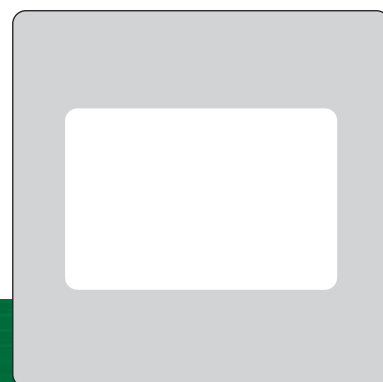
Prix de Vente Conseillé :

La boîte de Petits Pois de 400 g : 1,30 €

GENCOD : 3 083680085304



*Cassegrain fait évoluer son image et réaffirme
ses valeurs de marque*



Service de presse :
RP carrées

Perrine Dossin
perrine.dossin@rp-carrees.com
T : 03 28 52 00 56

Stéphanie Delvallé
stephanie.delvalle@rp-carrees.com
T : 03 28 52 03 98





Avant



Après

Cassegrain, marque reconnue pour ses légumes de qualité, savamment préparés et cuisinés, fait évoluer son image. Cette évolution tout en douceur, qui n'a rien d'une révolution, vise principalement à réaffirmer certaines valeurs auxquelles les consommateurs se montrent depuis longtemps fidèles. Résultat : un packaging qui joue avec délicatesse la carte du raffinement et qui n'hésite pas à mettre le légume en vedette, sans oublier un logo qui gagne en légèreté pour s'imposer comme une référence à la fois actuelle et intemporelle. Autant d'inflexions qui devraient permettre à la marque au petit lapin de séduire et de conquérir rapidement de nouveaux acheteurs.

Une étiquette qui donne la vedette au légume

Avant, après... **La différence séduit l'œil d'emblée** : le vert de l'étiquette apparaît plus clair, plus tendre, plus lumineux. Quant aux légumes, plus proches, plus appétissants, ils en sortent résolument grandis, éclatants de fraîcheur.

Petits pois et carottes, haricots verts extra-fins, haricots blancs, flageolets, jardinière, lentilles, salsifis, cœurs de céleri... Toute la gamme Cassegrain s'expose sous son plus beau jour, révélant aux yeux des gourmands la petite touche qui signe la qualité et le charme des recettes : ici un oignon, là une feuille de laurier et une rondelle de carotte... On en mangerait !

Les signes distinctifs d'une marque d'exception

Une boîte rectangulaire, de fines rayures sur l'étiquette, un liseré or : tous les signes distinctifs de la marque au petit lapin, **symboles de bon goût et de savoir-faire**, se retrouvent sur ce nouveau packaging.

Si l'on compare avec la version précédente, on constate cependant une meilleure hiérarchie visuelle, une typographie plus actuelle et plus lisible ; l'ensemble garantissant un meilleur impact et **une visibilité accrue en linéaire**.

Un logo plus épuré qui prend du relief

Plus épuré, plus ouvert, le nouveau logo Cassegrain est une variation subtile, plus actuelle, de l'ancien emblème de la marque. Un halo lumineux, discret, vient par ailleurs lui donner tout le relief qui lui manquait.

Désormais allégé, le logo se repositionne sur le haut de l'étiquette et apporte ainsi sa caution aux légumes mis en exergue.

Un lancement bien orchestré

Jusqu'au 15 janvier, **une offre promotionnelle sublime** accompagne le lancement de ce nouveau packaging :

- Le lot de 2 boîtes 1/2 (400g) de haricots verts extra-fins Cassegrain est proposé au prix exceptionnel de 2 euros : le consommateur se voyant rembourser la différence par rapport au prix payé en magasin.
- Un cahier de 7 recettes originales, à élaborer à partir des légumes Cassegrain, est également offert pour l'achat de ce pack.

Une campagne média relayera massivement l'événement :

- Affichage 4x3 : sur les périodes de Noël 2004 et de Pâques 2005.
- Insertions presse : sur les périodes de Noël 2004 et de Pâques 2005.



Avant



Après