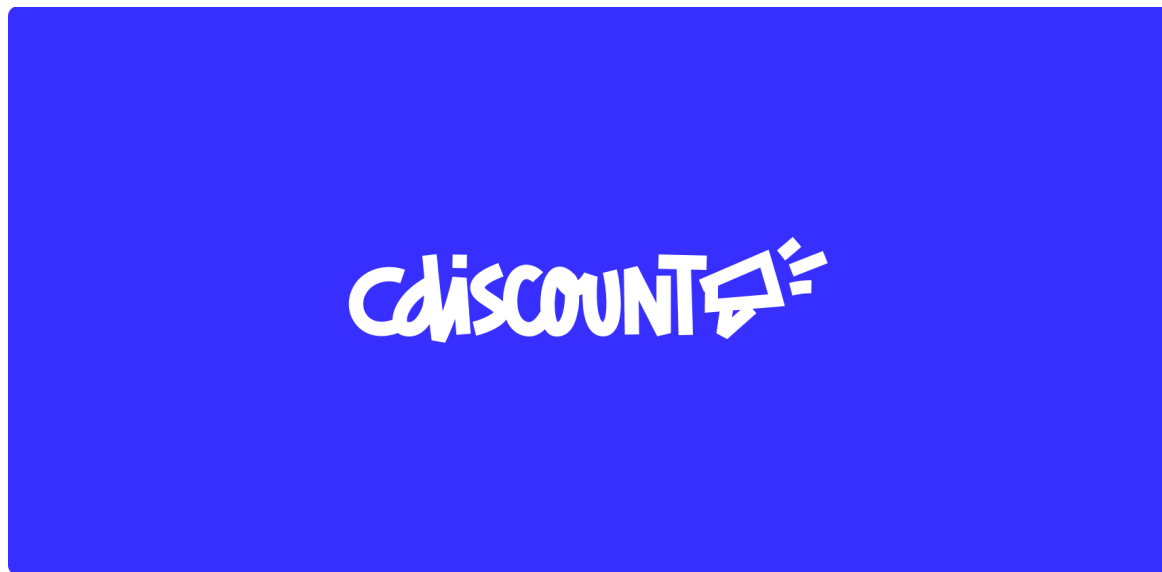


Carré Noir a été choisie par Cdiscount pour redéfinir sa stratégie de marque et son identité visuelle



Carré Noir a accompagné Cdiscount dans la restructuration de sa stratégie de marque et la redéfinition de son identité visuelle. Pendant près d'un an, les équipes de Carré Noir et celles de Cdiscount ont travaillé ensemble sur un positionnement qui ancre la marque Cdiscount dans la réalité des Français et clarifie sa capacité à augmenter leur pouvoir d'achat, à leur donner accès à une offre large et de qualité, et surtout à les aider à mieux consommer. Cette nouvelle stratégie s'incarne par une raison d'être « défendre le pouvoir d'avoir le choix » et s'illustre par une nouvelle identité visuelle avec une charte graphique dynamique intégrant des couleurs vives portée par un symbole : le porte-voix.

En adéquation avec la nouvelle plateforme de marque et la raison d'être « Défendre le pouvoir d'avoir le choix », la nouvelle identité visuelle de Cdiscount se veut à la fois positive et dynamique avec une charte graphique très colorée appuyée par des mises en page positives et pop. Les couleurs bleu, blanc et rouge rappellent celles de la France, modernisées avec un bleu digital RVB, un rouge dynamique et un blanc éclatant.

Le logo quant à lui intègre un porte-voix et une typographie manuscrite, symbolisant le militantisme positif et la proximité de Cdiscount avec ses clients. On retrouve également des éléments graphiques comme les « zigs » qui sont destinés à mettre en valeur les différentes offres : produits, prix, accroches texte etc.

La nouvelle identité visuelle de Cdiscount s'est adaptée à l'ère du digital, intégrant des éléments innovants et une charte graphique conçue pour les environnements numériques, afin de renforcer l'engagement et l'interaction avec les clients en ligne.

En plus de la stratégie de marque et de l'identité visuelle, Carré Noir a réalisé le ton de voix, l'identité sonore en collaboration avec l'agence Dissonance, le territoire graphique, le web design

du futur site internet, le développement de la charte graphique, ainsi que la préparation du premier temps fort de l'année : les soldes, qui débiteront le 26 juin 2024!

« Nous nous réjouissons de cette collaboration qui fut riche et exaltante ! Au fil des échanges, les équipes de Carré Noir ont très rapidement su cerner notre identité, nos valeurs et notre ADN. Ces prérequis étaient essentiels pour construire une stratégie de marque impactante et adaptée à notre vision » déclare Marine Hummel, Directrice de la marque de Cdiscount.

Carré Noir est fière de cette collaboration et de l'impact qu'elle aura sur la perception et la performance de Cdiscount sur le marché français.



A propos de Carré Noir

Carré Noir est l'agence de design stratégique et de création de marques de Publicis Groupe. Nous accompagnons les marques dans leur transformation en donnant vie à leur raison d'être au travers d'identités impactantes, pertinentes et cohérentes depuis plus de 50 ans. carrenoir.com

Contact Presse : Morgane Lidove - 01 85 56 97 00 - morgane.lidove@carre-noir.fr



A propos de Cdiscount :

Cdiscount.com est une filiale du groupe Casino. Leader français de e-commerce, expert de la tech et de l'IA et pionnier du numérique responsable, l'entreprise basée à Bordeaux compte à ce jour plus de 2300 collaborateurs. Engagé depuis 2021 dans une transition de modèle hybride – vente en propre et vente en marketplace – Cdiscount compte plus de 14 000 commerçants partenaires au soutien de son catalogue large de 80 millions de produits. Pionnier du e-commerce responsable, Cdiscount s'engage au service de tous pour redonner aux consommateurs le pouvoir de choisir en proposant une offre large et de qualité tout en les accompagnant à mieux consommer.

CONTACTS PRESSE

Vae Solis Communications - cdiscount@vae-solis.com – 06 60 90 69 72

Direction de la communication

Elody RUSTARUCCI – elody.rustarucci@cdiscout.com – 06 18 33 17 86

Tatiana KONDÉ – tatiana.konde@cdiscout.com – 06 31 18 26 94

Suivez notre activité institutionnelle

