

Book Marketing

Gabriela Leiva
Chargée Marketing

Re - Branding.

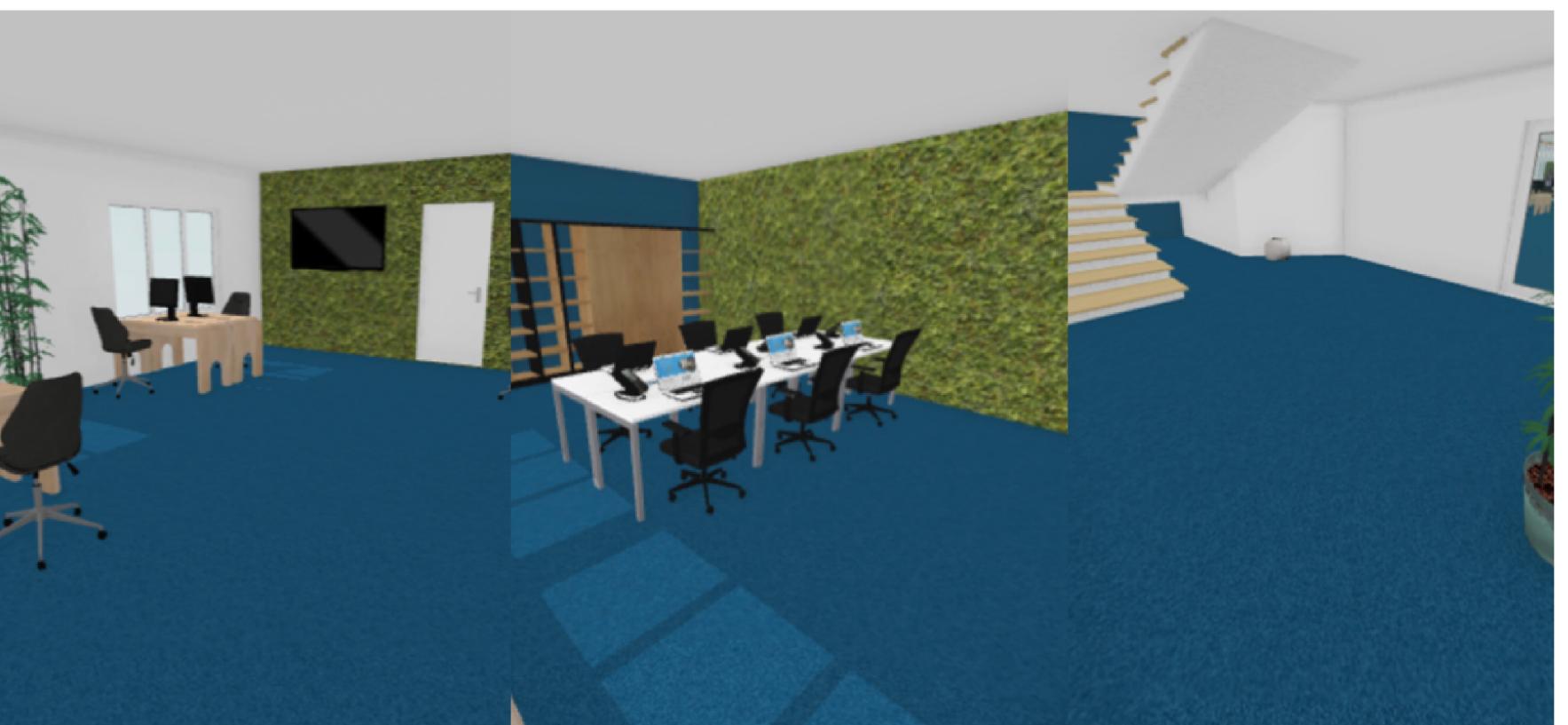
La transition vers une nouvelle image de marque, de nouvelles valeurs et de nouveaux objectifs est un processus délicat qui doit être mené étape par étape avec sensibilité. Les missions du pôle marketing chez France Food 21.22 incluent la conception d'un nouveau cahier des charges, d'une charte graphique et la mise en place d'une toute nouvelle gamme de produits, de plaquettes commerciales, d'e-mails, d'enseignes, de goodies, etc. Ce changement a été planifié peu après le 40ème anniversaire de l'entreprise. L'ancien cahier des charges datant des années 80 est resté ancré dans le cœur de nombreux collaborateurs et clients au fil des ans. Le pôle marketing a proposé plusieurs concepts visuels aux directeurs et collaborateurs de l'entreprise, et cette collaboration interdépartementale a été essentielle pour instaurer une véritable cohésion au sein de l'entreprise.



Autocad

France Food dispose de 4 sites de production et d'emballage répartis dans toute la France, ainsi que de plus de 150 fournisseurs et partenaires à travers le monde. L'entreprise est identifiable par ses couleurs : le bleu, le rouge et le blanc, ainsi que le vert #5BB43C de l'ancien logo qui fait référence à la nature.

Pour la rénovation visuelle des locaux, une proposition a été faite en tenant compte des besoins exprimés, avec une petite touche de modernité dans l'ameublement de l'entreprise.



Hola, España!

Les événements internationaux sont essentiels pour France Food, une entreprise qui a une portée mondiale avec des clients provenant de plusieurs pays. Ils offrent une opportunité précieuse pour rencontrer de nouveaux clients, des fournisseurs et des partenaires potentiels.

Un exemple d'un tel événement est Fruit Attraction, qui a lieu à Madrid en Espagne et attire des grandes enseignes et des représentants de la presse internationale spécialisée.



La création des contenus et des designs.

Les mots qui définissent la nouvelle mise en place de l'image de France Food, tout en répondant au besoin de créer une nouvelle marque, "Le Jardin d'Emilien", sont la créativité, l'authenticité et l'attention aux détails. Le processus de création de la marque a commencé par des dessins à la main réalisés au crayon et à l'aquarelle, puis numérisés avec le logiciel Illustrator. Le choix des couleurs et des dessins a été minutieusement étudié pour refléter les futures nouveautés de l'entreprise. La communication via une newsletter et un nouveau site web a également été une priorité pour la promotion de la marque. France Food a également travaillé sur un deuxième projet, "Pop-Up" la Fraich Connection, une application mobile pour faire des courses en ligne en Bretagne.



Newsletter Instagram Promotions Blog Website

2022





Récolte Produits

Engagements Histoire

The header of the France Food website is shown, featuring a blue navigation bar with icons for raspberries, blueberries, and strawberries. Below the bar is a pink banner with strawberries. To the right is a large image of a strawberry with a white rectangular frame around it.

Une vocation

40 ans

d'expertise française au service de la production et de la préparation
de fraises et fruits rouges.

Des conditionnements flexibles

Nous proposons un large choix de packaging pour



Cagette 1kg Fraise litiée



Barquette

A screenshot of a digital marketing platform interface. It shows a campaign titled 'Enfin, notre premier village...' with a timeline entry for 'JUILLET 2021' and a post titled 'ON EST TOUT VERT'. The post includes a photo of a yellow truck with 'fraich' connection branding. The interface includes various tools like 'CONTENT' and 'EXTRA SETTINGS'.

New Packaging

2022

