

Paris, 28 février 2019

Greenweez révèle sa nouvelle identité avec Curious

À l'issue d'une compétition d'agences, Greenweez, filiale du groupe Carrefour, choisit Curious pour redessiner complètement son identité visuelle et sa charte graphique : refonte du logo, signature de marque et site web.

Greenweez.com est une start-up spécialisée, leader de la vente de produits bio en ligne, qui bénéficie d'un bon capital de marque auprès des connaisseurs du bio, mais qui manque encore de notoriété auprès du grand public.

Pour accélérer sa croissance, l'entreprise souhaite donc s'ouvrir à un public plus large en construisant une identité forte et différenciante, dans un secteur où les acteurs sont de plus en plus nombreux : Greenweez capitalise sur son capital sympathie et construit avec cette refonte une image d'acteur bio sérieux dans son propos mais simple et décomplexé dans sa forme. La « **happy healthy life** » by Greenweez !

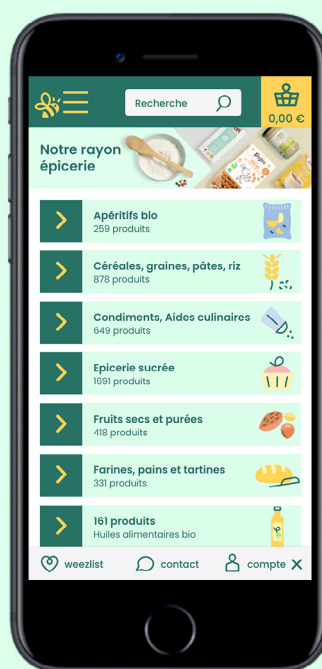


Curious décide de capitaliser sur l'abeille comme signe emblématique de la marque et vecteur de communication mais en revoyant intégralement son design. En lui insufflant de la vie, elle possède désormais un visage, une personnalité et elle s'anime. L'abeille devient un véritable compagnon de marque qui interagit avec ses publics. D'ailleurs ses mouvements et son dynamisme se retrouvent dans l'écriture même de la marque avec les « ee » de weez qui forme la trace de butinage de l'abeille.

En sortant des codes conventionnels du bio, Curious met l'emphase sur la dimension service et opte pour des couleurs plus dynamiques et tranchées. Le nouveau design de la marque nécessite d'avoir une identité forte et un nouveau positionnement lié à son activité, qui devient : « **eezy weezy** » avec Greenweez. Une nouvelle identité résolument positive et fraîche pour le leader du bio online, qui s'adresse tant aux initiés qu'aux consommateurs occasionnels.

Pour renforcer l'esprit communautaire de la marque et de son engagement auprès des consommateurs, Curious développe un ton de voix et un vocabulaire spécifique autour de la notion de « weez » qui donne corps à ce nouveau positionnement.

we are
wœezers



À PROPOS DE GREENWEEZ

Greenweez.com, le plus grand supermarché bio en ligne, compte plus de 1 000 marques et 20 000 produits bio, écologiques et bien-être, répartis à travers 8 univers : Épicerie bio, Alimentation Bébé bio, Enfant, Produits d'Entretien, Maison et extérieur, Cuisine, Santé et Bien-être, Beauté et Hygiène.

À PROPOS DE CURIUS

Curius est une agence de branding design, créée en 2003, qui accompagne les marques de l'évolution à la transformation de leur identité. Sans cesse curieuse de nouvelles approches et d'inspirations innovantes, elle est à la recherche de solutions performantes pour les marques et leurs clients. L'agence intervient dans les domaines de la stratégie de marque, naming, identité visuelle, UX design, digital branding, innovation, design d'espace, brand content et packaging, pour apporter des réponses globales et personnalisées.

Principaux clients : Le Bon Marché et La Grande Épicerie de Paris, Fidal, Secours Catholique, Hôpital Américain, Arsène Taxand, SNCF, Coty, Haworth, Franklin, Éditions Francis Lefebvre, GrDF, RATP, AyacheSalama, Jeantet, CRT Paris Île-de-France, FHB, TGV Lyria, Bergams, Bengs, Hennessy, La France Mutualiste, Andera Partners, Delville Management, Calypso Networks...

Contact Presse : Émilie Seid, emilie@curiusmail.com, 06 50 59 49 58

CURIUS 19 rue Yves Toudic, 75010 Paris France curius.fr