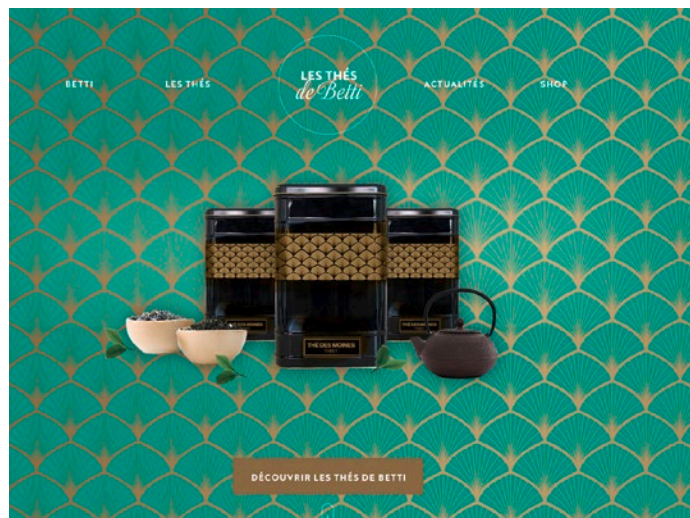


# Les Thés de Betti : infuser une image de marque urbaine et tendance

Une nouvelle boutique autour du thé s'installe à Carouge et confie la conception de son univers de marque à colegram, du naming à la déco, en passant par les packagings et le design du site internet. Cette création très actuelle positionne la boutique dans les modes de consommation citadins et vise les jeunes générations.



## Contexte

Le Vieux Carouge est devenu au fil du temps le paradis genevois des arts de la table. De nombreuses enseignes y proposent nombre de produits alimentaires dignes des plus grandes tables. C'est dans ce contexte saturé que choisit de s'implanter Betti, désireuse de proposer sa vision douce et contemporaine du thé. Elle compte mettre sur pied une marque contemporaine et proposera, outre les thés en vrac ou en sachet, de la vaisselle et des thés et thés froids à consommer on-the-go. La boutique verra leur jour dans l'ancienne teinturerie du paon, dont l'enseigne du début du 20<sup>e</sup> orne encore la façade. Respectueuse de cette histoire, que le propriétaire de l'immeuble cultive, cet héritage culturel imposé doit faire partie des réflexions de branding.

## Concept proposé

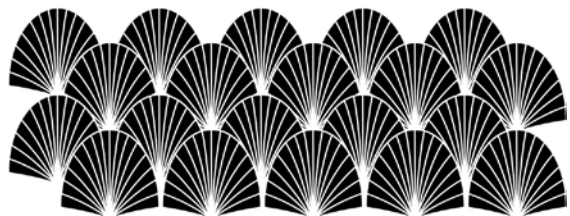
L'authenticité et le sourire qu'arbore la fondatrice donnent le ton. Ces thés seront particuliers, différents, uniques car incarnés. La recherche de nom mène à la simplicité, Les Thés de Betti, dans un phrasé qui n'est pas sans rappeler les tendances conso parisiennes.

Le nom est long et oriente le travail de création du logo vers le minimalisme. Les enseignes du Vieux Carouge et de ses bâtiments classés imposent des formes et des matériaux très traditionnels, métal et fer forgé. Le logo sera donc un cartouche avec un simple lettrage, dont la couleur ne sera pas déterminante, et les éléments de décor et la couleur seront donc traités à part.



## Étapes de création

Une paire de police est soigneusement sélectionnée pour son contraste marqué et le style urbain de la combinaison des deux. Almibar et Brother se complèteront à merveille dans la filiation de style des nombreux bars à vin hipsters et autres barber shops qui voient le jour dans les années 2010. L'anglaise, féminine, légère et enlevée, répond à la forte empreinte de la géométrie, qui évoque le marquage des sacs de denrées exportées des comptoirs coloniaux.

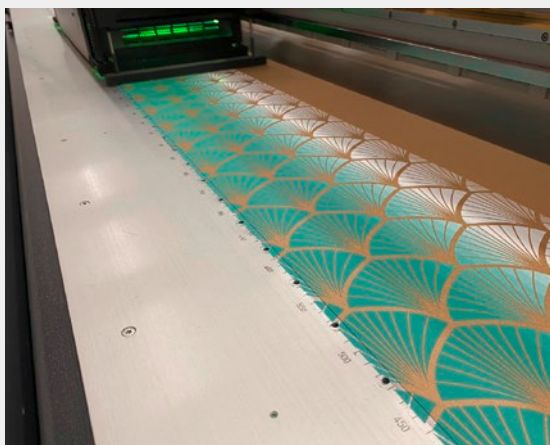


Le motif graphique qui habillera la boutique est prévu pour être omniprésent, dans le décor, les objets, le packaging, la vitrine... C'est la feuille de thé qui sert de première source d'inspiration graphique. Ses veines alternées et marquées inspirent la création. Elle est rapidement croisée avec une roue de paon, souvenir de la teinturerie d'antan et allusion à l'animal mythique très présent dans l'art oriental.

De très nombreux symboles se concentrent donc dans le design de la marque. Cette richesse se prolonge dans le choix des couleurs et des matériaux de l'aménagement des lieux.

Les couleurs sont soigneusement étudiées. Des boîtes de thé laquées noires devront être réhaussées et habillées graphiquement. La fraîcheur de la feuille de thé et de l'ice tea maison proposé par l'échoppe doit se ressentir dans le décor. Un or brossé et un vert d'eau sont choisis pour leur belle complémentarité. Dans des jeux de lumière subtils, les reflets du premier le rendent tour à tour plus clair ou plus sombre que le second, créant ainsi une vibration pleine de vie.





### Le plus com

Le papier peint qui tapisse le fond de la boutique – et du site web par extension – est précieux, original voire unique. Créé sur la base du «pattern» graphique dessiné exclusivement pour les Thés de Betti, il est imprimé à Genève sur des rouleaux de tapisserie dorée distribués

par un spécialiste allemand. L'échelle de reproduction du motif est un véritable enjeu, pour maximiser les reflets de lumière sur le métal, offrir une bonne lisibilité du motif et garantir une pose sans le moindre défaut dans les raccords. Celle-ci est effectuée de main de maître, préservant la parfaite régularité géométrique, presque hypnotique du motif.

### Supports produits

La boutique est complètement aménagée. Le papier peint évoqué plus haut répond visuellement à une grande bibliothèque réalisée sur mesure pour contenir les nombreuses boîtes de thé en vrac, rhabillées d'une sérigraphie dorée reprenant le même motif. Pour épouser la circonférence de la boîte, celle-ci est réalisée sur des stickers transparents 100% invisibles.

Les cartes de visites et cartes de fidélité sont timbrées d'un folio doré sur papier offset vert d'eau teinté dans la masse.

Les vitrines sont décorées de découpes de film doré reprenant le motif. L'enseigne est réalisée en impression directe.

Des pastilles autocollantes dorées sérigraphiées sont produites pour refermer les sachets de thé remplis à la demande. Des gobelets, tote bags et cabas papier sont réalisés sur le même motif identitaire.

Le site internet vitrine est conçu pour refléter l'atmosphère de la boutique physique en attendant le développement futur d'une boutique en ligne. Un key Visual très immersif habille intégralement l'arrière-plan des pages web.

Les photos des produits sont réalisées et intégrées au site et au fil Instagram, déployée également dès le lancement.

Tous ces supports conçus simultanément parviennent à répandre et à généraliser une atmosphère délicate, contemporaine et particulière qui participent à l'excellent accueil réservé par le public à cette belle image de marque.



