

CORDIER, MARQUE DE SON EMPREINTE LE MONDE DU VIN

Créée en 2015, la filiale vin du groupe InVivo a atteint une maturité qui justifiait de créer un nouveau territoire de marque, une identité visuelle impactante et refétant ses valeurs. Une évolution de la marque qui s'inscrit dans une ambition de croissance de Cordier en France et à l'international.

FAIRE ÉVOLUER LA MARQUE POUR FAIRE ÉMERGER DES VALEURS FORTES

La marque Cordier, c'est :

- une raison d'être : créer des boissons qui inspirent et régaler les générations d'aujourd'hui et de demain.
- une vision : produire des vins et des boissons de qualité qui prennent soin de la Terre et des Hommes qui la cultivent.
- une mission : changer la donne durablement, contribuer à la transformation de la filière et générer de la valeur responsable.

Avec ce nouveau territoire de marque, Cordier a souhaité donner une expression claire à sa marque. Pour traduire cette identité, le groupe a travaillé avec l'agence Lonsdale autour d'une empreinte protéiforme, incarnant l'ancrage terrien, positif et durable de Cordier.



Rayonnante : Des faisceaux qui rappellent les rangs de vigne et qui illustrent le rayonnement du groupe en France et à l'international



Terrienne : Des lignes qui forment un dessin topographique et des sillons pour illustrer l'ancrage terrien de Cordier.



Humaine : Un dessin aux lignes organiques, comparable à une empreinte digitale, pour signifier l'intervention déterminante de l'Homme durant tout le cycle de production.



Créative : Une forme fluide et en mouvement qui symbolise la variété des assemblages, des savoir-faire et des personnalités.

Le logo a été entièrement révisé. Le nom Cordier se compose désormais d'un cercle tracé en pointillé, représentant le dessin d'un fond de bouteille et la constellation des marques du groupe.







LA LISIBILITÉ AU SERVICE DE LA CROISSANCE

“L’image de la marque doit être le reflet d’une identité. Ce nouvel univers et les outils associés vont participer au développement de nos marques commerciales et affirmer notre visibilité en tant que leader dans le monde du vin et des boissons durables.”

Philippe Leveau, Directeur Général délégué Cordier.

Une empreinte colorée et élégante, déclinée sur l’ensemble des marques commerciales du groupe, traduisant notre positionnement dans le monde des vins et des boissons durables, autour d’une palette de 4 couleurs :

-  Terre d’argile : nuance légère qui apporte une luminosité chaleureuse.
-  Vert feuille : un vert franc issu de la feuille de vigne, qui représente la nature avec vigueur.
-  Noir de raisin : un noir de raisin qui annonce l’élégance et crée un contraste fort, juste dosé.
-  Coucher rose : un rose doux et lumineux, une couleur naturelle qui évoque un coucher de soleil, une sérénité et un moment partagé.

UNE NOUVELLE SIGNATURE FAISANT ÉCHO AUX ENGAGEMENTS RSE DU GROUPE



“Engagés aujourd’hui, créatifs pour demain” : la nouvelle signature de marque, qui se retrouve notamment dans le logo, vient donc rappeler les ambitions de Cordier, visant à sceller une alliance entre la nature et les différentes parties prenantes pour gagner collectivement. Cette signature porte à la fois la démarche et le positionnement de Cordier, un acteur qui entend faire bouger les lignes du monde viticole, afin de transformer durablement la filière et de tendre à l’excellence via des nouvelles pratiques et des standards de qualité.

A propos de Cordier :

Créé en juin 2015, Cordier est une filiale de l’union nationale de coopératives agricoles française, InVivo. Cordier œuvre à la construction de marques internationales fortes en s’appuyant sur une base viticole de 28 000 hectares répartie entre Bordeaux, le Sud-Ouest, le Languedoc, le Roussillon, la vallée du Rhône et le Beaujolais. C’est un acteur mondial verticalement intégré avec 9 caves coopératives partenaires (3 800 viticulteurs), des sociétés de distribution implantées dans les pays à forte consommation (France, Royaume-Uni, Pays-Bas, Suisse, Belgique, Asie, Amérique du Nord, Afrique du Sud) et des sites d’embouteillage en propre. Producteur, marketeur et distributeur, Cordier a pour raison d’être de générer de la valeur responsable en créant des boissons qui inspirent et régaleront les générations d’aujourd’hui et de demain.