



C10 DÉVOILE LA NOUVELLE IDENTITÉ GRAPHIQUE DE SES VINS : UN DESIGN AFFIRMÉ, EN PHASE AVEC LES TENDANCES DU MARCHÉ

C10, premier réseau de distributeurs de boissons en France auprès des cafés, bars, hôtels et restaurants, annonce le relifiting de ses marques propres de vins : une évolution stratégique qui vise à moderniser l'image de ces références et à répondre aux nouvelles attentes des restaurateurs et consommateurs.

Grâce à son maillage national et son expertise, C10 accompagne les professionnels du CHR avec une offre de boissons diversifiée et des marques propres adaptées aux besoins de leurs établissements. Depuis toujours, le réseau distribue ses propres marques de vins, notamment auprès des restaurants et bars de jour. Ces références sont pensées pour offrir le meilleur rapport prix/plaisir sur chaque appellation.

Bien qu'attachés à la tradition, les consommateurs d'aujourd'hui sont de plus en plus sensibles à l'image du produit : son nom, sa marque et son design. Pour répondre à ces critères déterminants dans la décision d'achat, C10 fait évoluer l'identité visuelle de certaines de ses marques de vins vers plus de modernité.



« Le vin fait partie intégrante de notre culture et de nos traditions. Il porte des valeurs et des codes bien spécifiques, qui lui confèrent une dimension à part sur le marché des boissons. Avec cette refonte, nous avons souhaité insuffler à chacune de nos marques, un vent de modernité et de dynamisme, tout en prenant soin de conserver les éléments constitutifs de leur identité. »

Camille Delettrez, directrice marketing et communication de C10



Un design plus épuré, une identité graphique plus impactante

Tout en les inscrivant dans les tendances actuelles, C10 a souhaité redynamiser ses marques en leur apportant davantage de personnalité. Ce relifiting s'appuie sur un design plus épuré mettant en valeur la fraîcheur et la gourmandise des vins, avec une identité graphique modernisée et renforcée autour d'un bloc-marque distinctif.

Ce changement concerne cinq marques du réseau et six de ses références : les deux références de son vin mousseux de qualité Veuve de Lalande, Masterel - sa référence rosé Côtes de Provence, Henry de Velter - sa référence Muscadet Sèvre et Maine sur Lie, Les Fouquières - sa référence Côtes du Rhône et Les Longes - sa référence Saumur Champigny .

Tous les formats, des bouteilles de 37,5 cl et 75 cl aux BIB (Bag-in-Box), ainsi que leurs cartons d'emballage, bénéficient de cette refonte. Ces nouvelles identités graphiques feront progressivement leur apparition à partir du mois d'avril 2025.

Une démarche collective et engagée

Au-delà de l'esthétique, cette transformation intègre une dimension environnementale. Dans une logique de réduction de son empreinte écologique, C10 optimise l'impression, en n'utilisant plus qu'une seule couleur sur ses cartons et BIB, et supprime la personnalisation de certaines capsules.

Fruit d'un travail collectif mené par les équipes marketing et vins de C10, en collaboration avec la commission vins composée de plusieurs adhérents du réseau, cette initiative illustre l'engagement de C10 à proposer aux professionnels de la restauration, des références en phase avec les attentes du marché.