



**AUDACIEUSE ET VITAMINÉE,
LA MARQUE JOKER SE RÉINVENTE
EN SE POSITIONNANT COMME EXPERTE
DE LA NUTRITION VÉGÉTALE.**



**BIENVENUE DANS
LE NOUVEAU MONDE JOKER**

Joker, **MARQUE HISTORIQUE FRANCAISE QUI ACCOMPAGNE LES FAMILLES AU MOMENT DU PETIT-DÉJEUNER** depuis 1936, fait évoluer son positionnement. En 2024, la marque souhaite désormais s'imposer comme un référent de la **NUTRITION VÉGÉTALE**, en renforçant la dimension de **PLAISIR ET BIEN-ÊTRE SUR LA CATÉGORIE DES JUS** et ambitionne de **S'ÉTENDRE SUR DIFFÉRENTS MOMENTS DE CONSOMMATION.**

LA CONVICTION DE JOKER ?

Bien manger, c'est adapter son alimentation à ses propres besoins nutritionnels.
Avec ses différentes gammes et ses recettes variées, c'est simple :
il y en a pour tous les goûts et toutes les envies !

LE BIEN-ÊTRE À LA JOKER, UN BIEN-ÊTRE SIMPLE ET ACCESSIBLE

Aujourd'hui, les connaissances en nutrition se sont enrichies, mais cela devient de plus en plus complexe ! C'est pourquoi Joker met tout en œuvre pour que demain, **BIEN S'ALIMENTER, RIME AVEC PLAISIR ET SIMPLICITÉ**. En apportant des produits végétaux, aux recettes simples et pleines de goût qui apportent des **BIENFAITS FACILEMENT COMPRÉHENSIBLES**, Joker invite ainsi les consommateurs dans **SA VISION DU BIEN-MANGER, TOUT SIMPLEMENT !**

PUR JUS ENGAGÉ, PORTE-DRAPEAU DE LA CULTURE PLUS DURABLE

Le groupe Eckes-Granini annonce passer un nouveau cap dans sa stratégie RSE avec l'atteinte de 70%* de fruits durables en 2023 et est en route vers le 100% à horizon 2030. En France, leader des jus de fruits ambiants, **JOKER PUR JUS ENGAGÉ** en est le **PORTE-DRAPEAU AVEC PLUS DE 95%* DE FRUITS ET LÉGUMES DURABLES** déjà atteints. Un redesign d'étiquettes a été opéré afin de faire connaître cet engagement auprès des consommateurs.



UN UNIVERS DE MARQUE PLUS MODERNE : UNE NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE ET DES ÉTIQUETTES ENTIÈREMENT REDESSINÉES

La **NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE CONSERVE L'ADN DE LA MARQUE** avec une typographie « JOKER » donnant une note dynamique et joyeuse à cette refonte. Écrite en rouge, la typographie audacieuse maintient l'impact et la chaleur caractéristiques de la marque. Les grelots laissent place à trois petites feuilles, symbolisant la naturalité et le végétal à la manière unique de Joker. L'ensemble s'affranchit du cartouche rouge afin de gagner en modernité.

UN LOGO PLUS ÉPURÉ ET RÉSOLUMENT PLUS MODERNE !



La mention Sans Sucres Ajoutés* est une information qui vise à rassurer les consommateurs.

*Comme tous les jus de fruits, contient uniquement les sucres naturellement présents.

La **NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE CONSERVE L'ADN DE LA MARQUE** avec une typographie « JOKER » donnant une note dynamique et joyeuse à cette refonte. Écrite en rouge, la typographie audacieuse maintient l'impact et la chaleur caractéristiques de la marque. Les grelots laissent place à trois petites feuilles, symbolisant la naturalité et le végétal à la manière unique de Joker. L'ensemble s'affranchit du cartouche rouge afin de gagner en modernité.

UN LOGO PLUS ÉPURÉ ET RÉSOLUMENT PLUS MODERNE !

**JOKER ÉTEND SON PORTEFEUILLE
ET DONNE RENDEZ-VOUS EN RAYON
DÈS LE MOIS D'AVRIL**

**PURJUS
ENGAGÉ**

FRUITS ET LÉGUME

Au cœur de sa gamme Pur Jus Engagé, Joker dévoile **UNE NOUVELLE OFFRE PREMIUM ALLIANT LE DÉLICIEUX GOÛT DES FRUITS AUX BIENFAITS DES LÉGUMES**, pour un mariage velouté et coloré.

**FRUITS &
LÉGUME**



**POMME,
ORANGE, COURGE**
PMC[™]: 3,19€

**POMME,
FRAISE, TOMATE**
PMC[™]: 3,19€



**JOKER
FRAÎCH+**



Des **BOISSONS NATURELLES ET RAFRAÎCHISSANTES, AU JUS DE FRUITS ET DISPONIBLES AU RAYON JUS AMBIANT :**

Fraîch+ est une offre désaltérante pour toute la journée et ses recettes se distinguent par un petit twist comme une «touche de menthe» ou «extrait de thé blanc» pour encore plus de rafraîchissement. Une offre bien sûr sans sucres ajoutés et aussi faible en calories !

En innovant, la marque souhaite proposer des expériences gustatives uniques et invite le consommateur dans sa vision de la nutrition végétale pleine de plaisir.

UNE NOUVELLE COMMUNICATION QUI S'ADRESSE AVEC HUMOUR

À TOUS CEUX QUI VEULENT BIEN MANGER

Le bien-être qui a le sens des réalités : voilà le parti pris de la marque pour décomplexer face aux injonctions de la vie quotidienne ! La marque s'attache à offrir une vision plus réjouissante du bien-être.

Joker propose ainsi des produits qui parlent d'eux même, aussi **SIMPLE À CHOISIR QU'À CONSOMMER**, avec des **RECETTES OFFRANT UN LARGE PANEL DE BIENFAITS ET TOUJOURS AUTANT DE PLAISIR !**

DÉCOMPLEXER, MOTIVER, ÉDUIQUER ET PROPOSER DES SOLUTIONS, telle est l'ambition de Joker au travers de sa nouvelle campagne de communication !

Cette campagne marquera le **LANCEMENT DE LA NOUVELLE SIGNATURE**



Une signature qui traduit l'expression de tous les bienfaits, l'accessibilité de la marque mais également la formulation directe du bénéfice produit !

La nouvelle plateforme s'appuiera sur une approche moderne, injectant une dose de légèreté et d'humour, à travers le prisme de **'QUAND T'AS ... MAIS QUE T'AS/PARCE QUE TU AS ... !'**.

De quoi marquer les esprits et faire parler du bien-être à la Joker !



La marque invite les téléspectateurs à découvrir trois spots TV inédits **DÈS FIN MARS 2024**.

Cette campagne bénéficiera d'un déploiement national avec une présence affirmée en affichage, en magasin et sur le digital.

Et ce n'est pas tout, les films TV Joker ont été produits de manière éco-responsable permettant ainsi à la marque d'obtenir le **LABEL ECOPROD*****.

Cette démarche d'éco-certification a été évaluée par un tiers indépendant : AFNOR certification.

*Comme tous les jus de fruits, contient uniquement les sucres naturellement présents.

** Prix Marketing Conseillé. Le distributeur reste libre de la fixation de ses prix. présents

*** Attestation de labellisation délivrée le 25/01/2024. Joker obtient un score de 75,5% lors de cette évaluation qui correspond au niveau : Initié.

À propos de Joker :

Joker est une marque du groupe Eckes-Granini en France, filiale française de l'entreprise familiale Eckes-Granini, le leader des jus de fruits ambiants en GMS et en CHD. Depuis 1936, la marque cultive son savoir-faire d'expert du jus de fruits, pour proposer des gammes sans colorant, sans conservateur et sans sucres ajoutés * pour prendre soin de la santé de ses consommateurs tout en conservant le plaisir du bon goût des fruits.