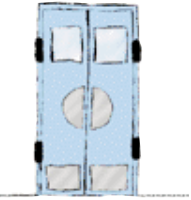


Tutti Quanti pour **CARTE NOIRE** par Garouste & Bonetti

cuisine



Les ingrédients

- Carte Noire, marque référente sur le marché des cafés, se devait de continuer à nourrir son statut en innovant et en se rapprochant des habitudes naturelles de consommation des amateurs de café exigeants.
- 82 % des consommateurs préférant conserver leur café dans une boîte, il était devenu indispensable que la marque prenne une initiative dans ce sens, afin de fidéliser ses clients et de recruter de nouveaux adeptes.



Premières esquisses

Aux fourneaux !

- Pour répondre à ces objectifs, l'agence a calqué sa démarche sur celle des produits de luxe, en proposant de réaliser un objet unique, en faisant appel à des créateurs dont le nom trouve écho auprès des consommateurs de café haut de gamme.

Le tour de main

- **La création originale d'une boîte Carte Noire par Garouste et Bonetti**, chefs de file du nouveau baroque, tendance forte du design contemporain. Cette boîte étant proposée aux consommateurs en offre auto-payante, communiquée par les packagings Carte Noire et par une campagne en presse magazine. Dans le même temps, le flacon de Carte Noire Instinct (la version soluble de Carte Noire) a revêtu un habit de fête en linéaire : orné de flammes or sur fond noir, édité en série limitée et numérotée, portant l'estampille des deux créateurs.



Résultats :

- + 2 points de part de marché, soit 1.600 tonnes.
- Une présence remarquable dans plusieurs musées et rétrospectives.

