



Communiqué de presse
Octobre 2019

Carlsberg revisite son identité visuelle pour mettre en avant les origines de sa marque et sa recherche constante du meilleur

Dans la continuité de l'esprit de son fondateur J.C. Jacobsen, Carlsberg a souhaité **tendre vers le meilleur** en réaffirmant sa date de création et son **excellence brassicole**. En 2019, la marque fait évoluer son identité visuelle, pour mieux rappeler son **histoire et ses valeurs si particulières**.

Un nouveau bloc marque qui rappelle l'histoire danoise de la marque et la recherche perpétuelle du meilleur

Les éléments fondateurs de l'identité de la marque sont présents dans une **version revisitée, plus moderne et plus fluide***. L'objectif étant de mieux mettre en valeur l'héritage et l'aspect premium de Carlsberg auprès des consommateurs.

La typographie de Carlsberg a évolué pour plus de fluidité. Les lettres sont moins rondes et davantage définies et la vague accompagnant le « g » a été allongée et affinée.



AVANT



APRÈS

L'histoire danoise



- L'ajout de la couronne, symbole de la cour royale danoise, permet à la marque de réaffirmer à la fois son origine et sa position de bière d'exception. La mention «*By appointment to the Royal Danish Court*» rappelle que la marque est la bière officielle de la Cour Royale du Danemark.
- L'origine de la marque a également été renforcée par la signature : «*Copenhagen, Danemark depuis 1847**» qui figure sur la partie inférieure du bloc-marque.

L'excellence brassicole



- ❖ **La feuille de houblon**, ingrédient phare de la bière, est toujours présente, mais légèrement repositionnée. Elle se niche plus naturellement au-dessus de l'encoche du « r », pour l'ancrer encore un peu plus dans le logo.
- ❖ Par ailleurs, l'excellence brassicole se manifeste aussi sur toutes les nouvelles bouteilles avec **l'ajout de la signature du fondateur, J.C. Jacobsen**, embossée sur le col de la bouteille.

* Les bières Carlsberg sont produites sous contrôle de la brasserie Carlsberg Copenhague Danemark dans différents pays d'Europe, dont la France.

Le nouveau bloc-marque décliné sur les différentes gammes



Carlsberg blonde



Carlsberg Unfiltered



Carlsberg 1883



- ✦ 2 différents bloc-marques ont été déclinés pour **Unfiltered** et **1883**. La bière blonde elle garde le logo de la marque (celui en haut).
- ✦ Cette déclinaison permet une certaine **uniformisation des gammes** autour du bloc-marque original : le logo Carlsberg ainsi que la couronne, qui sont les éléments essentiels, sont conservés.
- ✦ La différence se fait sur la partie inférieure du bloc, qui se décline suivant le nom du produit, sa particularité son **origine et sa qualité** (« Premium Unfiltered Pilsner » - bière premium non filtrée - et « Danish 1883 Lager » - lager danoise -). Par ailleurs, **chaque gamme possède sa propre palette de couleurs** (une couleur majeure et une couleur mineure) adaptée à son identité, pour une meilleure différenciation visuelle.

Une charte graphique épurée et qui porte les engagements de la marque

Cette nouvelle charte graphique vient habiller l'ensemble du packaging des bières Carlsberg, bouteilles, packs, boîtes et verres. Approuvée par nos tests, cette nouvelle identité apporte +15% d'identification en rayon et +50% de qualité perçue*.

Déclinaison de l'identité sur la Carlsberg blonde

En 2019, la pilsner blonde, produit pillier de la marque, se pare d'une nouvelle identité déclinée sur les bouteilles, les boîtes, les packs et le verre :

AVANT



APRÈS



Une charte graphique simplifiée pour plus d'unité et de cohérence

Sur les packs de blonde, la charte graphique a été **épurée** avec une déclinaison de **deux teintes de vert** (contre un dégradé de plusieurs teintes avant).

Le bloc-marque s'affiche en grande taille sur l'avant du pack, permettant de regrouper tous les éléments phares de la marque (couronne royale, ville de Copenhague et la date de fondation) leur donnant ainsi plus d'impact.

*Étude menée par l'agence PRS-IN VIVO en 2018 en Angleterre, Suède, Danemark, Malaisie, Israël, Chine, Belgique, Turquie, Irlande).

Des engagements mis en avant

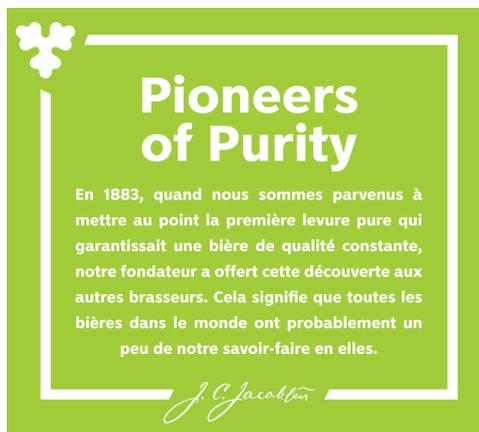
Sur les packs et les étiquettes, les **3 engagements de la marque** ont été mis en avant de manière à souligner ses initiatives pour une recherche constante du meilleur :



Fresher Beer

Nous nous sommes interrogés - Comment faire en sorte que notre bière soit encore meilleure ? En concevant une capsule qui élimine l'oxygène de la bouteille pour donner à la bière un goût plus frais.

J. C. Jacobsen



Pioneers of Purity

En 1883, quand nous sommes parvenus à mettre au point la première levure pure qui garantissait une bière de qualité constante, notre fondateur a offert cette découverte aux autres brasseurs. Cela signifie que toutes les bières dans le monde ont probablement un peu de notre savoir-faire en elles.

J. C. Jacobsen



Greener Ink

Désormais nous imprimons notre pack et notre étiquette avec des encres d'impression certifiées cradle to cradle. Elles sont produites à partir d'énergie renouvelable et améliorent la recyclabilité des emballages. C'est une priorité.

J. C. Jacobsen

La nouvelle identité visuelle portée également par les innovations 2019



Les **innovations 2019** portent également cette nouvelle identité visuelle. Les bouteilles des nouvelles créations Unfiltered et 1883 prennent la même forme que celle de la pilsner blonde, en se parant de leurs propres couleurs pour une **meilleure identification en rayon** (bouteille verte pour Unfiltered et brune pour 1883).



Les **boîtes de 33cl** sont désormais dotées de l'innovation **Snap Pack** qui permet d'optimiser la recyclabilité et la durabilité. Le concept est simple : une **technique innovante de points de colle** pour regrouper 6 boîtes entre elles. Ce procédé permet de **supprimer l'emballage carton** et de réduire l'utilisation de plastique.

EN 2019, CARLSBERG NE CESSE D'INNOVER

Deux nouvelles bières Carlsberg arrivent pour la première fois dans la cave à bière en GMS : Unfiltered et 1883.

 **Unfiltered** est la nouvelle bière blonde de la marque. Elle est non filtrée afin d'obtenir un goût de bière à l'état brut.

 **1883** est une bière d'Histoire, qui revient aux sources de la marque. Cette nouvelle recette est le fruit d'une découverte incroyable faite par un employé de la brasserie : une bouteille renfermant la première levure pure datant de 1883. Elle est donc brassée avec la levure pure d'origine.

Les innovations portent aussi sur les packagings, pour **protéger l'environnement** et améliorer la qualité de ses produits. Carlsberg a mis au point pour ses boîtes une technologie innovante : **le Snap Pack**. Il s'agit d'un procédé qui utilise des points de colle pour réunir les boîtes entre elles. Une révolution tout aussi durable que pratique permettant de supprimer l'emballage carton et le surremballage plastique. Pour poursuivre ses initiatives, la marque utilise désormais des **encres certifiées Cradle To Cradle™**, qui améliorent la recyclabilité. Concernant le volet qualité brassicole, les bouteilles sont désormais dotées de la capsule **«ZerO2 CAP»**, qui permet d'évacuer l'oxygène pour ne pas altérer la saveur de la bière et ainsi garder le goût frais d'une bière plus longtemps.

CONTACTS PRESSE

THOMAS MARKO & ASSOCIÉS

Valérie Huet - valerie.h@tmarkoagency.com - 06 46 23 71 13
Kevin Berenguer - kevin.b@tmarkoagency.com - 06 46 73 50 05

KRONENBOURG

Philippe Collinet - philippe.collinet@kronenbourg.com - 03 88 27 45 37