

BERRY TEA

THÉS & INFUSIONS BIO

Gautier Gonzalez



Pourquoi avoir créé cette marque ?

Berry Tea est née d'une volonté de proposer une alternative naturelle et moderne aux boissons industrielles sucrées, tout en renouvelant l'image traditionnelle du thé.

Le marché du thé bio est souvent dominé par des codes visuels très similaires : sachets kraft bruns, palettes de couleurs ternes, typographies manuscrites ou rustiques. Bien que ces choix évoquent l'authenticité, ils donnent parfois une image fade, répétitive et peu différenciante.

La marque a été pensée pour moderniser l'image du thé bio en lui donnant une dimension plus contemporaine et attractive :

- une identité fraîche
- colorée et vivante
- capable de séduire aussi bien les consommateurs sensibles au bien-être qu'à l'esthétique

Berry Tea se positionne ainsi comme une marque responsable, premium, moderne et visuellement identifiable.

L'identité visuelle devient alors un outil stratégique : elle attire, différencie et traduit immédiatement le positionnement de la marque.

Le logo évoque : la nature, la qualité artisanale et le bien-être.

1. Facile à prononcer : Français / Allemand / Italien / Anglais en Suisse, il fallait s'adapter à toutes les langues, nous avons donc choisis l'anglais.
2. Police d'écriture CINZEL inspirant le côté premium. Elle évoque la noblesse et est très facile à lire même en petit caractère. La police secondaire Biko étant une police sans sérif, elle permet un contraste visuel équilibré. C'est une typographie qui permet d'aérer la composition, de structurer la hiérarchie et de rendre l'ensemble plus moderne.
3. La couleur : évoque la douceur, se démarque des verts souvent utilisés dans le bio, apporte une touche chaleureuse et féminine (nous avons 95% de femmes parmi nos clients)
4. La branche de framboise : fait directement référence à un univers naturel et fruité. Le style dessin renforce l'authenticité, le savoir-faire et la dimension artisanale surtout. Et bien entendu c'est aussi une liaison avec "Berry" présent dans le nom de la marque.
5. L'arche : structure visuellement l'ensemble



2 formats pour 2 usages :

1. Les sachets en vrac : Pour les puristes et les amateurs de thés, une version en vrac plus écologique et économique. Plus économique également pour la fabrication : un seul doypack et une multitude d'étiquettes que l'on peut coller dessus. En commandant les doypacks en grande quantité on peut réduire drastiquement leur coût.

2. Des sachets unitaires conditionnés pour une tasse.

La différenciation des packagings répond à une logique d'usage : le vrac privilégie la fonctionnalité et l'écoresponsabilité, tandis que les sachets unitaires bénéficient d'un packaging plus structuré pour renforcer l'expérience premium et la valeur perçue du produit.



Les sachets en vrac



Les boîtes de sachets unitaires

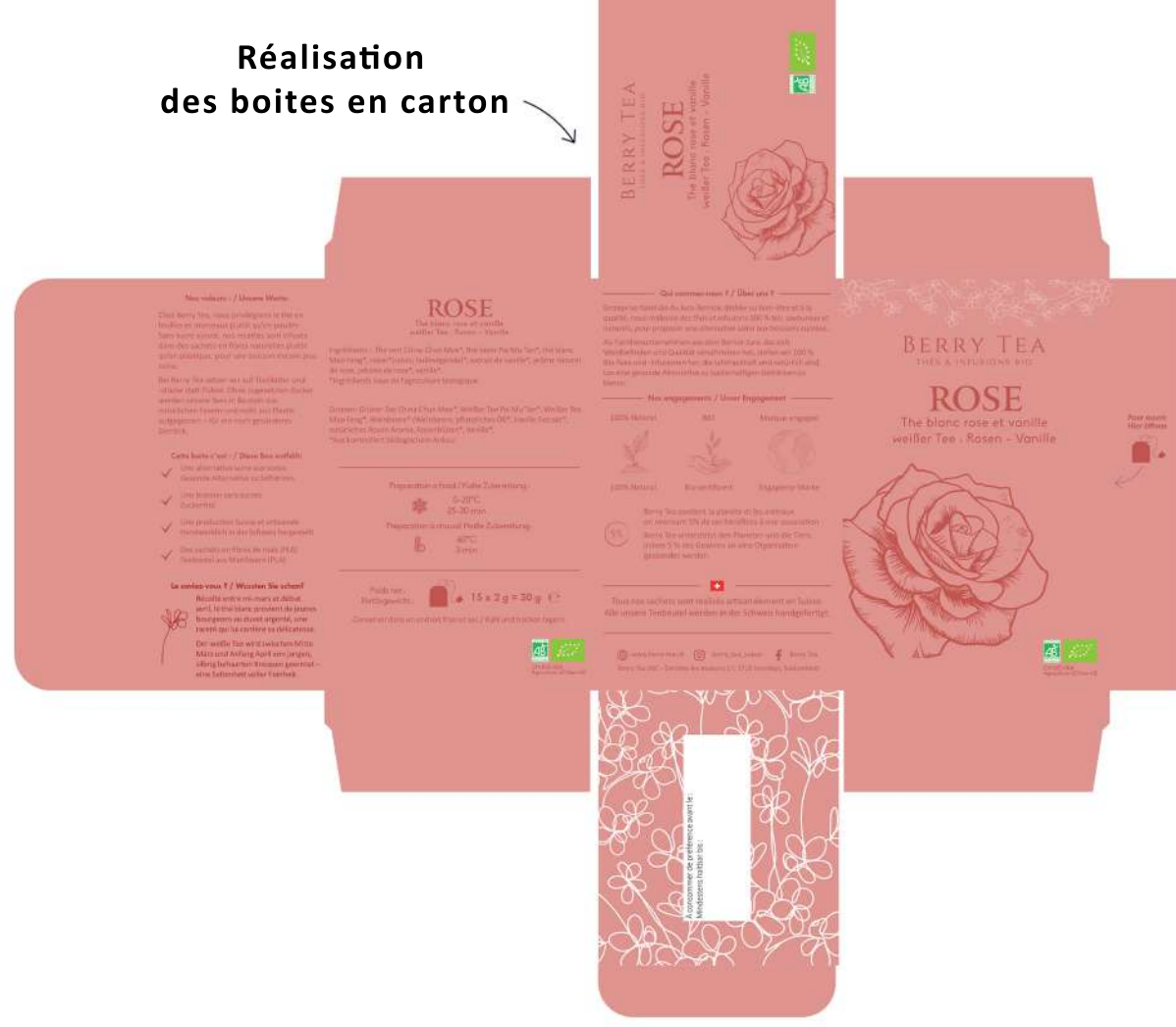
Réalisation des doypacks



Réalisation des sachets unitaires



Réalisation des boîtes en carton



Une gamme moderne et colorée

Chaque recette possède sa propre couleur, choisie en lien avec ses ingrédients et ses bienfaits, permettant une identification rapide tout en créant un univers visuel dynamique.

La répétition des codes graphiques (illustration botanique, typographie, structure des informations) garantit l'unité de la gamme, tandis que les variations colorées apportent vitalité et différenciation en rayon.



Mise en scène du produit dans les publicités

Images libre de droits + Photoshop

L'objectif est de mettre en valeur le produit dans un contexte et la fraîcheur des ingrédients, évoquant la naturalité et la fraîcheur des ingrédients.



Montage Photoshop

Il permet de renforcer l'aspect sensoriel du produit en mettant en avant les ingrédients (framboise, citron, feuilles) de manière plus expressive.



Utilisation de l'IA + Photoshop

L'utilisation de l'IA nous permet aujourd'hui d'obtenir une mise en scène plus élaborée et réaliste. Cette méthode ouvre des possibilités créatives plus larges et permet de produire des visuels impactants pour les marques qui débute.



IDENTITÉ DE LA MARQUE

PACKAGING

UNIVERS VISUEL