



Communiqué de presse – 10 avril 2018

IMOCA 60 CHARAL : ELEGANCE ET PUISSANCE

Pendant que la construction de l'IMOCA 60 Charal bat son plein, le Charal Sailing Team a travaillé avec l'agence Désigne de Nicolas Gilles pour choisir et élaborer la décoration du futur bateau de Jérémie Beyou. Résultat : celui-ci se démarquera avec des partis pris audacieux qui retranscrivent parfaitement la force, la performance et la volonté d'innovation du skipper et de son partenaire.

Prévue en aout prochain, la mise à l'eau de l'IMOCA 60 Charal est particulièrement attendue, du skipper et de son équipe bien sûr, mais également de l'entreprise Charal, qui s'est attelée ces derniers mois à un chantier aussi important que captivant : la décoration du bateau.

Directrice marketing de Charal, Stéphanie Bérard-Gest résume le cahier des charges défini par le partenaire de Jérémie Beyou : « *Nous souhaitons que la décoration reflète les ambitions du partenariat et que le bateau soit en parfaite adéquation avec l'ADN et les valeurs de la marque, à savoir la force, la performance et l'innovation. Nous voulions également qu'il retranscrive notre nouvelle signature de marque « Vivons fort », tout en étant esthétique, élégant et contemporain* ».



Plusieurs agences ont été sollicitées pour rendre leur copie et c'est Désigne, l'agence rennaise de Nicolas Gilles, qui a été choisie. « *Que ce soit en interne ou chez Jérémie et son équipe, nous avons tous eu un coup de cœur pour les propositions de Nicolas* », poursuit Stéphanie Bérard-Gest.

La vision de Nicolas Gilles ? « *Pour nous, le bateau doit être un média à part entière, au service de la marque. On doit sentir la puissance de l'opération Charal à travers l'IMOCA Charal, avec des valeurs de conquête et de robustesse, d'où notre choix de mettre ces valeurs essentielles à l'avant du bateau : c'est une introduction qui montre ce que va être l'opération voile et illustre toute la détermination de Jérémie Beyou* ».

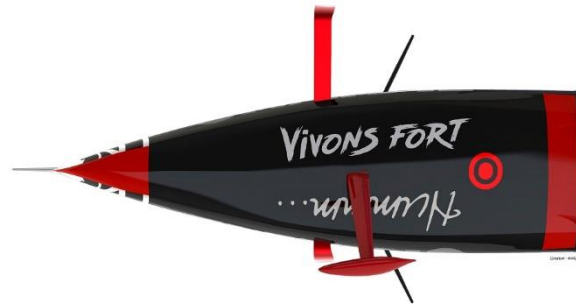
La tête de taureau, symbole de cette force et de cette détermination, a ainsi été placée à l'avant du bateau, lui donnant un côté fonceur qui correspond bien à la combativité de Jérémie Beyou. « *C'est un symbole fort, imposant mais sobre* », commente ce dernier. La tête de taureau, on la retrouve sur le J1, accompagnée du slogan « Vivons fort », qui, là encore, résume bien l'état d'esprit du marin :

« C'est un message qui me parle : dans ma façon de naviguer et de vivre mes projets, je fais les choses intensément », confirme l'intéressé.



Autre aspect sur lequel ont particulièrement travaillé Nicolas Gilles et son équipe, la répartition des couleurs avec un écrin noir, symbole de la puissance, et le choix audacieux de donner une part importante au métal argenté, symbole d'innovation, choisi par Charal pour le packaging de son célèbre Hebdopack car gage de protection du produit : « C'est une couleur qui véhicule l'idée de performance, de high tech, elle est notamment très prisée en Formule 1 et sur le bateau, elle respecte les formes tendues et contemporaines de l'architecte. Finalement, on a imaginé « notre » bateau comme un packaging XXL », commente Nicolas Gilles.

Un packaging où la marque est plus suggérée que démonstrative, d'où le choix, là encore, de ce métal argenté plutôt que du blanc sur la coque, compensé par plusieurs petits rappels à dominante rouge à différents endroits du bateau, tandis que sous la coque, sont affichés fièrement les deux slogans de Charal, « Vivons fort » et le sonore « Hummm Charal ! ». Ce parti pris a séduit Stéphanie Bérard-Gest : « L'identité de la marque se retrouve plus dans les finitions, mais pour autant, les signifiants sont très forts », commente-t-elle.



A l'arrivée, le résultat est assez spectaculaire et satisfait particulièrement la directrice marketing de Charal, qui conclut : « On a le bateau qui coche toutes les cases du cahier des charges, il marie élégance et puissance, j'ai hâte de le voir sur l'eau ! ».

Crédit plans 3D : © Désigne / Charal

A PROPOS DE CHARAL

Charal est reconnue comme la marque n° 1 et la référence de la viande en France. Sa vocation est de remettre la viande dans le quotidien des Français. Elle s'adapte ainsi en permanence aux nouvelles tendances de consommation, ainsi qu'à l'évolution des modes de vie. La marque s'appuie depuis plus de 30 ans sur deux piliers : qualité et innovation.

- 3000 collaborateurs, dont 500 bouchers
- Près de 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires
- Circuits de distribution : enseignes de la grande distribution, restauration hors domicile, export.

En savoir plus sur le [site](#)

JEREMIE BEYOU SUR LES RESEAUX SOCIAUX
[FACEBOOK](#) /// [TWITTER](#) /// [INSTAGRAM](#)

CONTACT PRESSE CHARAL VOILE

Agence Mille et Une Vagues
Isabelle Delaune
+33 (0)6 20 53 90 14

Charal-RP@milletunevagues.com

CONTACT PRESSE MARQUE CHARAL

@FHCOM
Frédéric Henry
+33 (0)6 20 83 23 73

frederic.henry@fhcom.net

