

Loccio : les coffrets-cadeaux qui vous rapprochent des producteurs



Entreprise : Collectif Loccio (composé de : l'Atelier Constant Berger, Alizé Maker, les Binettes, la Brasserie coopérative liégeoise, Chips reBEL, les Goffard Sisters, Idrisse Idara, KAMD, Lîdjeu !, Millésime Chocolat, Occhiolino, Specul'house, Taste & Visual)

Designer : Taste & Visual

Date : 2020-2021

Loccio est « un collectif né du partage de valeurs fortes entre des artisans d'aujourd'hui ». Forts d'une première expérience fructueuse en 2020, les coffrets-cadeaux Loccio reviennent pour une édition 2021 remaniée afin

d'intégrer de nouveaux produits et de refléter encore davantage les valeurs du projet. Une alliance cohérente entre produits et design, fruit d'une collaboration avec l'Atelier Taste & Visual, permet de réaliser l'aspiration profonde des producteurs : rétablir la communication avec les consommateurs.

C'est de la crise du Covid et de ses conséquences sur les comportements d'achat qu'est né, fin 2020, **le Collectif Loccio**, contraction des mots local, collectif et bio. En cherchant une solution pour maintenir l'élan des citoyens vers les produits locaux, 3 artisans (l'Atelier constant Berger, la Brasserie coopérative liégeoise et les Goffard Sisters) ont fait germer l'idée d'un coffret unique qui réunirait leurs produits de bouche sous une enseigne commune à l'occasion des fêtes de fin d'année.

On est en octobre 2020... c'est le rush ! Pour voir le jour, le projet doit intégrer rapidement des expertises complémentaires et se doter d'une image de marque. C'est ici qu'intervient Jérémy Joncheray, Fondateur de **Taste & Visual**, un Atelier« *qui explore différents champs du design comme outils permettant d'ouvrir les possibles* ». Jérémy accepte de jouer la carte Loccio : **ce faisant, il devient un artisan et apporte son expérience de designer graphique comme un service pour valoriser les produits.**

Loccio est lancé en novembre 2020 et, avec ses quelques 1.800 boîtes écoulées, prouve que l'on peut séduire avec des beaux et bons produits si l'on fait preuve d'un peu d'imagination, de motivation et de savoir-faire. La fin d'année 2021 annonce une nouvelle édition de cette initiative qui doit toutefois s'adapter pour séduire son public.

Pour faire évoluer le produit et permettre à Loccio d'atteindre ses objectifs, **Taste & Visual** a relevé plusieurs défis :

- [\[DÉFI 1\]](#) : Faire évoluer le concept pour constituer une offre durable au profit des producteurs
- [\[DÉFI 2\]](#) : Accentuer la démarche de sensibilisation et de communication vers les consommateurs
- [\[DÉFI 3\]](#) : Répondre de manière efficace aux questions logistiques entourant l'expédition des coffrets

Défi [1] – Faire évoluer le concept pour constituer une offre durable au profit des producteurs

L'objectif 2021 de 3.000 coffrets est annoncé et, pour y arriver, les produits sont plus nombreux et se diversifient tout en restant alignés avec les valeurs de Loccio : la dynamique collective, la consommation de produits locaux et artisanaux, le respect de l'environnement, l'amour des saveurs, etc.

« Face à la fermeture des boutiques de nos revendeurs, le projet Loccio a réellement permis de sauver notre année 2020. Cette année, nous visons des répercussions sur le long terme par le développement de notre réseau de vente et un travail sur la confiance générée par l'identité du collectif. »

– Philippe Mancini, Responsable – Savonnerie artisanale Lîdjeu !

Taste & Visual a donc travaillé une nouvelle identité visuelle qui met davantage l'accent sur les produits. **L'intention n'est plus d'attirer le regard sur le collectif mais bien sur ses membres** afin de générer des flux au profit de ces derniers.



2020 – Le jaune et le rouge soulignent l'ancrage local liégeois ; la typo est ronde, gourmande et généreuse... comme les produits Loccio !



2021 – Le visuel illustre un renouveau : les couleurs expriment la complémentarité entre producteur·trices et apportent du dynamisme et davantage de contraste sur le packaging en kraft.

Les jeux graphiques lient les produits sémantiquement : l'un prend appui sur l'autre, laissant apparaître les synergies et croisements entre producteurs. Une manière d'illustrer la force de la collaboration au travers du packaging. L'effacement du collectif, lui, est représenté par la découpe du logo dans le packaging cartonné.

« C'est tout l'art du design graphique : raconter notre histoire de manière lisible et compréhensible, avec une ligne graphique suffisamment forte et captivante pour qu'elle soit retenue par le public. »

**– Stany Herman, Gérant et Responsable Commercial –
Brasserie Coopérative Liégeoise**

Défi [2] – Accentuer la démarche de sensibilisation et de communication vers les consommateurs

Les coffrets ne sont pas seulement une manière ludique de distribuer des produits. Le collectif veut informer ! Jérémie a donc intégré à la version 2021 **deux éléments nouveaux de sensibilisation, véritables produits parmi les produits !**

Le premier est une **brochure réalisée comme un Manifeste du projet** et qui met en évidence les produits tout en informant le consommateur sur la philosophie du projet.



Le second prend la forme de **carnets de dégustation** qui distinguent les 2 versions du coffret Exploration (avec ou sans alcool).



Le carnet "Bière" conçu par Taste & Visual



Le carnet "Chocolat" conçu par Taste & Visual

« Ces carnets sont un produit à part entière, un projet personnel destiné à perdurer au-delà de Loccio. Avec ce petit "plus", Loccio entre véritablement chez le consommateur pour l'accompagner dans sa découverte et participer à la construction de la relation de confiance et de proximité avec l'artisan. »

– Jérémy Joncheray, Fondateur et Designer graphique – Taste & Visual

Défi [3] – Répondre de manière efficace aux questions logistiques entourant l'expédition des coffrets

Si Loccio vise d'abord les entreprises via le créneau des cadeaux de fin d'année, c'est parce que la question des coûts d'approvisionnement et de livraison est centrale pour la viabilité de l'opération. Tout l'enjeu de ces adaptations est donc d'étendre le marché sans impacter le prix de vente.

Parmi ses membres, le collectif peut compter sur Alizé Maker, un “cartonnier designer”, et KAMD, un service de livraison. Le premier propose des solutions d’emballage sur-mesure et a collaboré de près avec le collectif pour faciliter la question du conditionnement.

Plusieurs prototypes ont été réalisés et testés pour intégrer les aspects logistiques maîtrisés par ces deux prestataires : taille, poids, protection des éléments fragiles... Le “calage” du coffret a ainsi été conçu sur mesure pour obtenir un équilibre taille-poids efficace et limiter les risques de casse lors du transport.

« On a tous touché le produit, on l’a vu, on l’a discuté ensemble. En étant immergés dans le collectif, les designers ont pu se rendre compte des contraintes. Il en ressort un packaging dont la finalité n’est pas uniquement de vendre des produits mais de les mettre en évidence. Le résultat démontre qu’un producteur n’agit pas seul mais toujours en collaboration avec d’autres prestataires. »

**– Stany Herman, Gérant et Responsable Commercial –
Brasserie coopérative liégeoise**



Le Coffret Exploration



Le Coffret Exploration sans alcool



Le Coffret Découverte

En collaboration avec le “designer packaging” d’Alizé Maker, un seul packaging a donc été imaginé pour réaliser les trois coffrets disponibles, bien que ceux-ci présentent des différences notables en termes de taille de produits. Ce sont donc 3.000 boîtes identiques, mais au “calage” distinct, qui seront imprimées. Une souplesse et une personnalisation poussées à l’extrême – jusqu’au type de carton choisi pour apporter une qualité premium à la box – rendues possibles par l’intégration des compétences du spécialiste en packaging dans le collectif.

En référence à notre outil DISC, l’action du designer a été déterminante pour le projet du collectif Loccio aux étapes suivantes :



- **Le designer a adapté le concept existant (formaliser le concept)**

La prise en compte de l’évolution du contexte depuis la création du concept a permis au designer de le redéfinir en tenant compte, d’une part, des nouveaux produits à intégrer et, d’autre part, des contraintes techniques et

économiques de conditionnement et d'expédition.

Le designer renforce ainsi la promesse qui correspond davantage aux besoins du public cible (entreprises) en termes de diversité, de qualité et de distribution.

- Le designer a préparé le lancement du nouveau produit (préparer le lancement)

L'adaptation de l'identité graphique et la complémentarité des fiches produits avec le contenu des coffrets confèrent une nouvelle valeur pédagogique au projet. Il s'agit d'amener le client s'intéresser au travail de l'artisan et à faire connaissance avec son environnement.

En donnant visuellement une place prépondérante aux produits, le designer rapproche l'artisan et le consommateur et contribue à l'une des aspirations premières du projet : la construction d'une relation de confiance durable entre eux.

N'attendez plus, passez commande pour vos collaborateurs !

Descriptif des coffrets et produits : www.loccio.be/histoire

Calendrier de clôture des commandes :

- Pour une livraison assurée pour la Saint-Nicolas : **le 30 novembre.**
- Pour une livraison assurée pour Noël : **le 17 décembre.**

Ils vous attendent dans les coffrets Loccio :

- **Atelier Constant Berger** : filière fruiticole durable du plateau de Herve, via à la transformation de fruits de vergers hautes tiges, sains et savoureux.
- **Brasserie coopérative liégeoise** : coopérative citoyenne à finalité sociale dont la mission est de valoriser une agriculture locale et bio tout en soutenant une économie de circuit-court la plus responsable possible et produisant notamment la fameuse Badjawe.
- **Chips reBEL** : une gamme de chips différente, artisanale, bio et durable, créée par les agriculteurs du terroir de Geer.
- **Lidjeu !** : savons de première qualité, entièrement naturels et certifiés bio, fabriqués à... Liège !
- **Les Goffard Sisters** : création et fabrication de pâtes locales artisanales alimentaires bio, naturelles, savoureuses et originales, situées à Alleur.
- **Les Binettes** : entreprise située à Waremme et proposant des préparations gourmandes à base de fruits et légumes bio en évitant les pertes alimentaires chez les producteurs.
- **Millésime Chocolat** : manufacture artisanale de chocolat qui travaille directement à partir des fèves de cacao, l'une des rares de Belgique, située à Seraing.
- **Occhiolino** : gamme de produits (huile d'olive, jus, limoncello) fabriqués en Italie et en Belgique, à Liège.
- **Specul'house** : biscuiterie belge basée à Alleur, spécialisée dans la fabrication de spéculoos.

Contacts utiles :

- Taste & Visual : Jérémy Joncheray –

tasteandvisual@gmail.com

- La Brasserie coopérative liégeoise : Stany Herman
– stany@bcl.bio
- Lidjeû ! : Philippe Mancini – philippe@mancini.be

*Article rédigé par Emilie Parthoens et Julie Toby
avec le soutien du Fonds européen de développement régional.*



LE FONDS EUROPÉEN DE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL
ET LA WALLONIE INVESTISSENT DANS VOTRE AVENIR