



BOOK

2S GLOBAL DESIGN
2024

Agence 2S

Sophie Schott – Directrice de Création
sophie@2sglobaldesign.com



2S GLOBAL DESIGN

CONVICTION :

Pourquoi « 2S Global Design » ?

Parce que nous ne croyons pas aux créations gratuites.

Nous allions Style et Stratégie, pour donner du sens et une vision cohérente à votre marque.

Empreint de sa sensibilité, ce style est celui de Sophie Schott, fondatrice et Directrice de Création de l'agence qui suit tous les projets sans exception.

2S, ce sont plus de 10 ans de projets dans les secteurs des vins, des spiritueux et de l'épicerie fine :

LA MAISON DU WHISKY • CAMUS COGNAC • NIKKA WHISKY •
CHAMPAGNE AYALA • PLANTATION RHUM • KAVALAN WHISKY •
CHAMPAGNE VIRGINIE TAITTINGER • CHÂTEAU DU SEUIL • VINS
HEBRARD • L'ARTISAN BOUCHER (ou LE SCULPTEUR DE VIANDE)
YVES MARIE LE BOURDONNEC • BACCARAT • BAUME & MERCIER • VILLA
ANGELI • AIKAN WHISKY • CONQUERANT GIN • MAISON BOINAUD •
SHISEIDO • ROCHE MAZET • CHAMPAGNE MUMM • LA MAISON LENÔTRE
• PARIS CROISSANT • COMTESSE DU BARRY • CEPP LA MARTINIQUAISE
• MAISON DU CHOCOLAT • EXCELLENCE RHUM.



NOTRE MÉTIER

Le design global est la démarche qui nous permet d'envisager une offre dans sa globalité. En amont, nous proposons un concept fédérateur pour travailler de manière cohérente le design du produit, le packaging, la communication graphique ou digitale et le lieu de vente (architecture d'intérieur et merchandising).

NOTRE DÉMARCHE

Accorder le temps qui lui est dû à l'écoute.
Définir ensemble ce que vous attendez pour votre marque
Cerner ou créer ce qu'il y a de différent, d'innovant,
de potentiellement vendeur et de prometteur sur votre secteur.
Fixer les frontières de ce territoire.
Élaborer une identité et une communication distinctives.
Conquérir et séduire vos publics par une histoire incarnée
qui marquera durablement les esprits.
Garder ce cap à toutes les étapes : de la création à la réalisation
en passant par la fabrication.

NOTRE FONCTIONNEMENT

Dirigée par Sophie Schott, l'agence a une structure flexible et réactive
qui répond aux besoins de chaque client, grâce à des collaborateurs
aux profils et compétences complémentaires.
Le pôle créatif : direction artistique, designers, typographes,
illustrateurs, motion & web designers, photographes.
Le pôle commercial : suivi opérationnel et relationnel.

NOTRE CULTURE

L'agence se met au service de tous ceux qui recherchent
une nouvelle approche et vision sur leurs projets.
Depuis plus de dix ans, nous cultivons cette démarche en toutes
circonstances, faisant face aux aléas des secteurs et aux profils
changeants des consommateurs.
Nous sommes heureux de partager avec nos clients le succès
et les performances commerciales de leurs marques.

NIKKA WHISKY



NIKKA WHISKY

DESIGN GLOBAL

Pour ce whisky né de l'union entre un Japonais audacieux et sa muse écossaise, l'objectif était de séduire un public plus large et européen.

À mi-chemin entre tradition et innovation, notre concept basé sur le principe de l'origami illustre parfaitement le lien entre ces deux cultures et nourrit un nouveau territoire de communication.

Par le pliage, la matière et les décors créés sur-mesure, nous exprimons chaque catégorie tout en créant une cohérence de gamme et permettons une déclinaison à l'infini pour tous les supports de communication de la marque NIKKA WHISKY.

Missions :

Identité graphique

Design packaging

Conception rédaction

Visuels produits

Relations publiques et presse

Événements





















NIKKA BOX- EDITION LIMITÉE - COFFRET 6 BOUTEILLES

Inspirée des himitsu-bako (boîtes à secrets transportées autrefois par les Samouraïs) et de l'origami, la Nikka Box présente les six whiskies emblématiques de la marque, de multiples manières. Un coffret original qui se transforme en mini bar à exposer chez soi.



NIKKA WHISKY
FROM THE BARREL
alc.51.4°



NIKKA WHISKY
FROM
THE BARREL
alc.51.4°

ウイスキー
原材料 モルト、グレーン
●容量 500ml ●アルコール分 51%
製造者 ニッカウヰスキー株式会社
東京都港区南青山5-4-31

« L'agitateur »

Issu de l'assemblage des single malts Miyagikyo et Yoichi et d'un whisky de grain unique, NIKKA FROM THE BARREL incarne l'expertise des master blenders maison. Intense, rond et généreux, ce blend ambitieux à fort degré, puissant et maîtrisé, est reconnu pour son originalité. Il ose. Il interpelle. Il s'impose par son style.

LA MAISON DU WHISKY - RCS Paris 572 031 649 - Agence 25 GLOBAL DESIGN



L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. A CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

NIKKA
COFFEY GRAIN
Single Grain Whisky



NIKKA
COFFEY GRAIN
WHISKY

PRODUCED BY THE NIKKA WHISKY
DISTILLING CO., LTD., JAPAN
カフェグレイン
ウイスキー
alc.45% NIKKA WHISKY 500ml

« L'inédit »

Composant essentiel des blends maison, le NIKKA COFFEY GRAIN est un whisky single grain inédit, issu principalement de maïs distillé dans des alambics de type « Coffey ». Exotique, fruité et très original, il s'adresse aux initiés en quête d'un whisky unique.

LA MAISON DU WHISKY - RCS Paris 572 031 649 - Agence 25 www.25globaldesign.com



L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. A CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

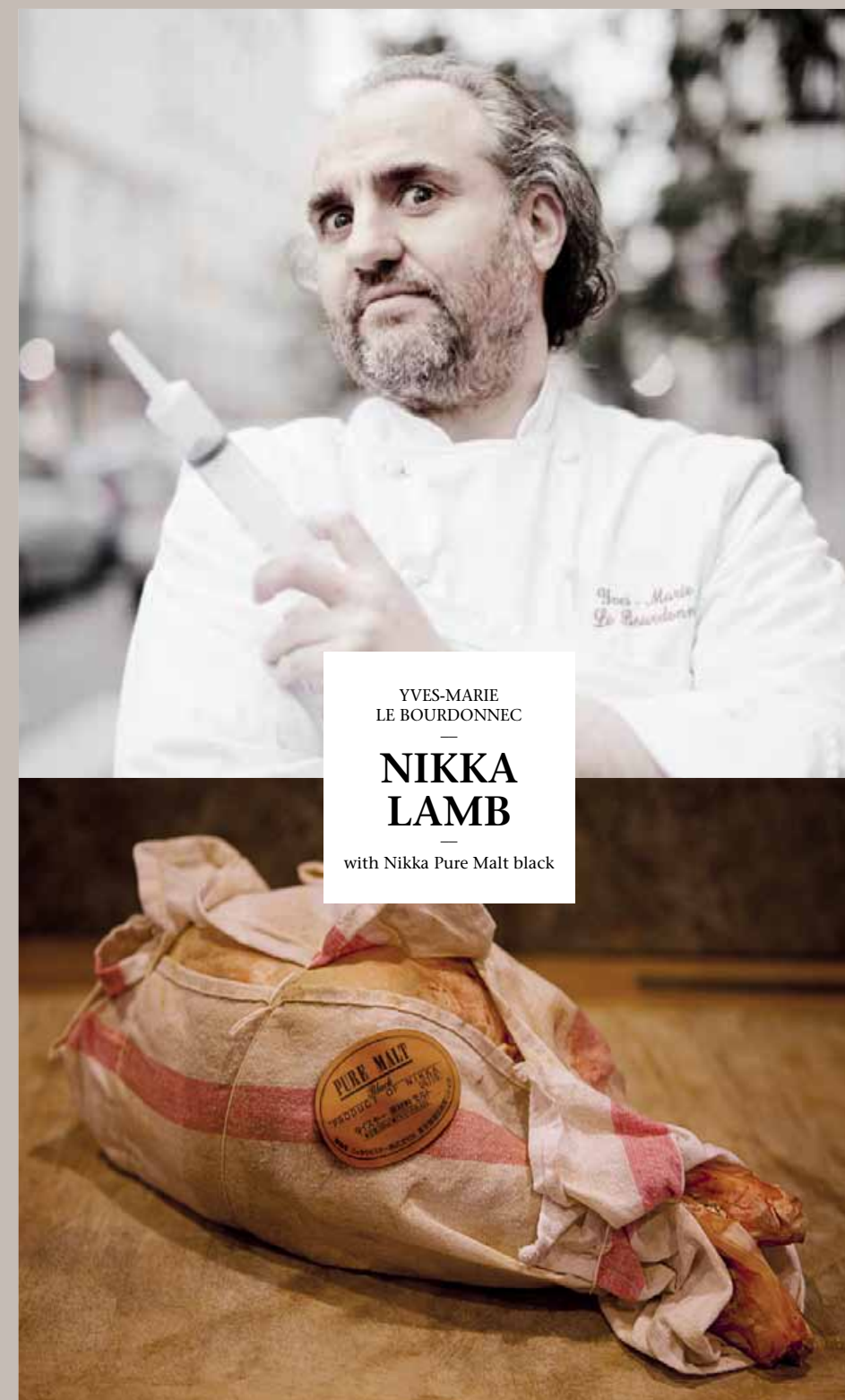




CHRISTOPHE VASSEUR
—
**NIKKA
BREAD**
—
with Nikka From the Barrel



JÉRÔME BIGOT
—
**NIKKA
TROUT**
—
with Yoichi 15 years



YVES-MARIE
LE BOURDONNEC
—
**NIKKA
LAMB**
—
with Nikka Pure Malt black



SANAE HISADA
—
**NIKKA
CHEESE
PLATTER**
—
with Yoichi 15 years
and Miyagikyo 12 years



CHAMPAGNE MUMM

DESIGN PACKAGING

Fidèle à son esprit pionnier, la Maison Mumm Réinvente sa bouteille iconique au travers d'un design d'avant-garde. La bouteille Mumm Grand Cordon sublime ainsi le Pinot Noir, cépage emblématique de la Maison.

L'objectif de ce coffret destiné à la presse et aux entreprises était de sublimer et rendre facilement identifiable le design de la bouteille en respectant l'ADN de la marque.

Création d'un packaging sobre dans les codes du luxe, Le ruban rouge incrusté dans la bouteille de la cuvée Grand Cordon s'aperçoit au travers d'une fenêtre creusée sur le facing du coffret fermé. Il s'ouvre en coulissant comme un tiroir pour dévoiler, sur fond rouge, le champagne emblématique de la Maison Mumm qui reste attachée à la devise de son fondateur George Hermann Mumm : « Seulement le meilleur »

Impression sur papier noir mat soft touch, gaufrage, dorure à chaud.
Intérieur du packaging en rouge sur papier polyester
or pour donner de la profondeur au rouge.

Missions :
Design packaging
Habillage graphique
Suivi de production





CHAMPAGNE

AYALA
MAISON FONDÉE EN 1860
AY - FRANCE

ROSÉ N°8
—• BRUT •—

CHAMPAGNE AYALA

DESIGN PACKAGING ET COMMUNICATION

Notre agence 2S Global Design & Communication a créé une identité et un packaging qui expriment à la fois les valeurs de cette grande Maison de Champagne et les qualités intrinsèques de ce vin d'exception.

Nous avons donc tissé des liens entre contenant (design packaging) et contenu (le vin) pour construire notre concept créatif. Le « N° 8 » a été choisi pour traduire la rareté, l'excellence et la précision qui caractérisent cette cuvée spéciale. Les courbes sensuelles du coffret, de la bouteille et de l'étiquette soulignent le raffinement, l'élégance et la féminité qui sont les signatures de la chef de cave, Caroline Latrive.

L'union du rose "glamour" et du blanc rappelle que ce champagne rosé a été pressenti pour séduire non seulement une cible féminine mais aussi un public de découvreurs-connaisseurs. La légèreté, le côté aérien et festif du motif Art Déco sont un clin d'œil aux années 20, période euphorique où la danse des bulles de champagne se mariait à celle des corps et où la Maison AYALA connut son âge d'or.

La couleur craie et le choix d'un papier texturé évoquent la nature calcaire du sol de ce précieux terroir et ses reliefs. Le motif typique des Années folles, la fraîcheur des couleurs et les formes géométriques rondes et voluptueuses qui ont été choisies nous ont permis de créer des codes de marque reconnaissables et déclinables sur tous les supports de communication.

Missions :

Identité graphique de la cuvée

Création volume du coffret

Déclinaison de l'identité sur support de communication



CHAMPAGNE

AYALA
 MAISON FONDÉE EN 1860
 AY - FRANCE

ROSÉ N°8
 —• BRUT —•



LES NOTES DE DÉGUSTATION

- **Ceil** : Robe rose pâle poudré, claire et brillante, aux bulles fines et abondantes.
- **Nez** : Subtil, il se montre frais et raffiné, déployant des arômes délicats de fraises, de framboises, d'orange sanguine et de cassis.
- **Bouche** : L'attaque est précise et pointue, laissant place à une bouche tout en subtilité et en tension, allant fraîcheur et finesse, sur des notes de fruits rouges, de poire Bartlett et de bonbon anglais. Elle témoigne aussi d'une minéralité remarquable, s'exprimant au travers de notes de craie et de graphite.
- **Finale** : Délicate et cristalline, elle s'exprime tout en élégance sur de beaux amers recherchés : une véritable dentelle minérale, finement ciselée.

LES ACCORDS GASTRONOMIQUES

En plus d'être un apéritif estival parfait, ROSÉ N°8 accompagnera à merveille une cuisine épurée et raffinée. Naturalité et sophistication sont les maîtres mots des accords gastronomiques les plus judicieux : par exemple, une salade estivale de capucines, des aiguillettes de canard rosé à l'orange ou encore un pavé de saumon à l'unilatérale au miso.



CHAMPAGNE AYALA

DESIGN PACKAGING ET COMMUNICATION

La quintessence du Chardonnay, cépage emblématique de la Maison D'AYALA

Grande fraîcheur aromatique, texture soyeuse et ligne pure : les codes du style de Champagne AYALA sont parfaitement incarnés par la nouvelle identité de la cuvée emblématique de la Maison, LE BLANC DE BLANCS 2012, tant au niveau de ses caractéristiques organoleptiques que de son habillage.

LE BLANC DE BLANCS 2012, cuvée identitaire au sein de la gamme de Champagnes AYALA, se démarque par sa nouvelle apparence :

une bouteille transparente présentant une forme exclusive à la Maison, une création d'étiquette ronde améliorant la lisibilité et la visibilité des bouteilles, ainsi qu'un étui inédit au design innovant. Un nouveau bloc marqué exclusif à cette cuvée a spécialement été créé pour affermir l'identité de cette référence emblématique de la gamme.

Déclinaison de cette identité sur les autres supports de communication

Missions :

Identité graphique de la cuvée

Création du packaging

Déclinaison de l'identité sur support de communication (

photos d'ambiance, annonce presse, dossier de presse, fiches produits)





CHAMPAGNE VIRGINIE TAITTINGER

DESIGN PACKAGING

Virginie Taittinger souhaitait pour sa propre marque de cuvées d'exception à vieillissement prolongé, VIRGINIE T., une identité visuelle et un packaging en cohérence avec les deux valeurs clés de sa Maison :

- L'innovation, présente à la fois dans l'élaboration du champagne et dans sa distribution exclusive, via le site de la marque : www.champagnevirginiet.com
- La tradition d'un savoir-faire ancestral, propre aux grands vins de champagne.

Aux motifs classiques de style Second Empire, ont été apportées des couleurs vives dont la modernité fait écho à l'innovation packaging : un coffret qui se transforme en véritable seau à champagne, résistant plusieurs heures à l'eau glacée. Grâce à une encre thermochrome, la mention «VIRGINIE T.» à l'arrière de la bouteille, passe du blanc au rouge dès que la température idéale de dégustation est atteinte, soit 8°C.

Missions :

Identité graphique

Création typographique

Design packaging

Charte graphique et packaging



CHAMPAGNE
VIRGINIE T.







MINUTY

DESIGN PACKAGING

le Château Minuty a été remis en état dès 1930 par Gabriel Farnet. Il replante l'intégralité du vignoble et porte le Château Minuty jusqu'à sa nomination «Cru Classé de Côtes de Provence» en 1955.

Depuis 1990, c'est la troisième génération, Jean-Etienne et François Matton, qui a pris la succession dans la gestion de cette propriété de prestige. Les vins du Château Minuty portent désormais une signature très provençale avec la transition du Carignan et de l'Ugni Blanc vers le Grenache et le Rolle.

Création d'un coffret de forme triangulaire, d'esprit avant gardiste et minimaliste à l'image de la marque.

Un coffret adaptable à tous les formats de bouteilles Minuty. Avec la même cale qu'il suffit d'inverser, on peut transformer un coffret 3 bouteilles en 2 bouteilles en fonction de la demande du client.

Missions de l'agence ZS :

Design Packaging

Suivi de fabrication







MINUTY

MINUTY

DESIGN PRODUIT

Minuty nous a contacté pour réaliser le design de leur seau signature.

Un design autant esthétique que fonctionnel, avec des lignes modernes, pures, intemporelles à l'image des produits.

Une création minimaliste qu'on identifie à la marque par une simple courbe rappelant le mouvement d'une vague.

Une création tout en mouvement jouant sur une courbe infinie.

La bouteille semble posée sur le sable. Forme déclinée au format vasque

Missions de l'agence 2S :

Design Produit

Suivi de fabrication







ROCHE - MAZET

DESIGN PACKAGING

Nous avons créé un accessoire collector qui magnifie sa gamme Bag-In-Box avec un sens et une fonction précis tout en restant en accord avec ses valeurs : un vin de pays de qualité et accessible au plus grand nombre.

Nous avons choisi d'aller au delà de l'aspect pratique en apportant un petit plus qui souligne sa différence et en créant un plaisir partagé autour de cet accessoire. Nous avons donc créé un coffret innovant qui sera utilisé pour les 7 références du vin ROCHE MAZET : 2 rouges, 2 blancs et 3 rosés.

Après avoir étudié tout ce qui a pu être réalisé dans le secteur des vins et spiritueux, nous avons travaillé sur plusieurs critères qui nous semblaient importants : le rendre unique autant que pratique, esthétique et ludique, à destination d'un large public dans diverses situations. Pratique par sa poignée de transport et sa surélévation facilitant le service au verre sans pencher ni le BIB, ni l'accessoire. Esthétique par la pureté et la simplicité de l'objet pouvant être posé sur n'importe quelle table, du buffet chic au pique-nique estival. Ludique par sa fonction pivotante qui crée l'effet de surprise lors de moments de partage tout en facilitant l'insertion du BIB et l'accès au robinet, un coffret qui reste fidèle à l'esprit de la marque.

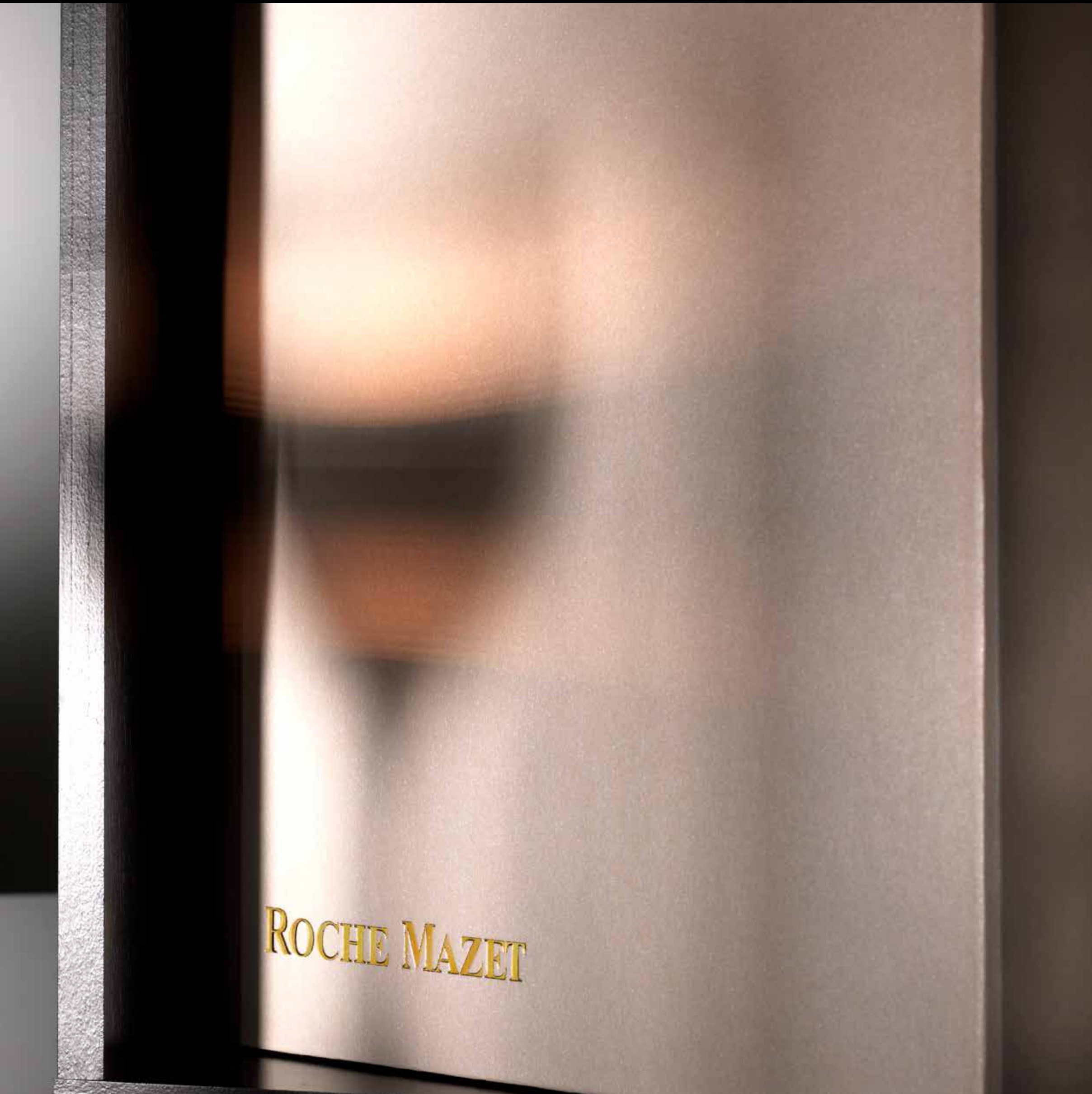
Missions de l'agence 2S :

Design packaging

Prises de vue

Design packaging

Charte graphique et packaging





HERIOSE
SINGLE
MALT
WHISKY
France
SE

HERIOSE - WHISKY FRANÇAIS

DESIGN GLOBAL

Un Single Malt Whisky authentique à l'esprit audacieux et décomplexé. Notre concept : le French Twist. Bousculer l'héritage, le mixer pour provoquer une rencontre inattendue. Le French Twist c'est de l'audace dans les associations, dans les styles, les formes, les matières, toujours réalisé avec simplicité pour véhiculer la vision de demain : héritage & modernité, caractère & convivialité, authenticité & audace...

Hériose est né. Un seul mot, deux enjeux : revendiquer notre héritage et oser le réinventer. Ce whisky est ancré au cœur des vignes d'Angeac-Champagne en Charente où il puise sa force, son savoir-faire et son originalité.

Le design verrier constitue un point essentiel de l'image de la marque et un élément différenciant important. Base carrée, épaules arrondies, la bouteille Hériose a du caractère. On ose mélanger deux styles, deux époques, pour réinventer les classiques de la verrerie française. Cette taille riche et scintillante, qui fait la renommée de la verrerie française, Hériose la poursuit et la modernise par des lignes graphiques creusées et un aplat noir mat signant le haut de la bouteille.

Le logo Hériose devait exprimer haut et fort sa différence. Une lecture sur 3 lignes mélangeant plusieurs typographies et prenant une large place, tout en restant élégant. L'iconographie et la charte graphique insistent sur le mélange des matières, des textures, des ambiances, pour créer l'inattendu : Hériose joue la carte du mix & match.

Missions :

Concept de marque
Stratégie de marque
Naming
Design verrier
Identité graphique
Design packaging
Book de marque
Iconographie
Conception & rédaction

Manifeste

Twister la tradition, sans la trahir

Bousculer les coutumes, mêler les influences et les époques pour insuffler un vent nouveau, telle est la mission d'Héroïse. Un whisky téméraire mais authentique.

Revendiquer l'héritage et oser le réinventer

La passion des spiritueux coule dans nos veines autant que dans nos fûts depuis plusieurs générations. Loin des terres écossaises et des chants irlandais, notre whisky est ancré au cœur des vignes de Cognac, où il puise sa force et son originalité.

Il s'affranchit des conventions, c'est même l'origine de son nom.

Un seul mot, deux enjeux : revendiquer notre **héritage** et **oser** le réinventer.

Héroïse sublime l'art de vivre à la française et incarne

un whisky racé, audacieux et décomplexé.

Déguste-le.

Partage-le.

Twiste-le.

Rejoins la philosophie Héroïse, **le whisky de France.**



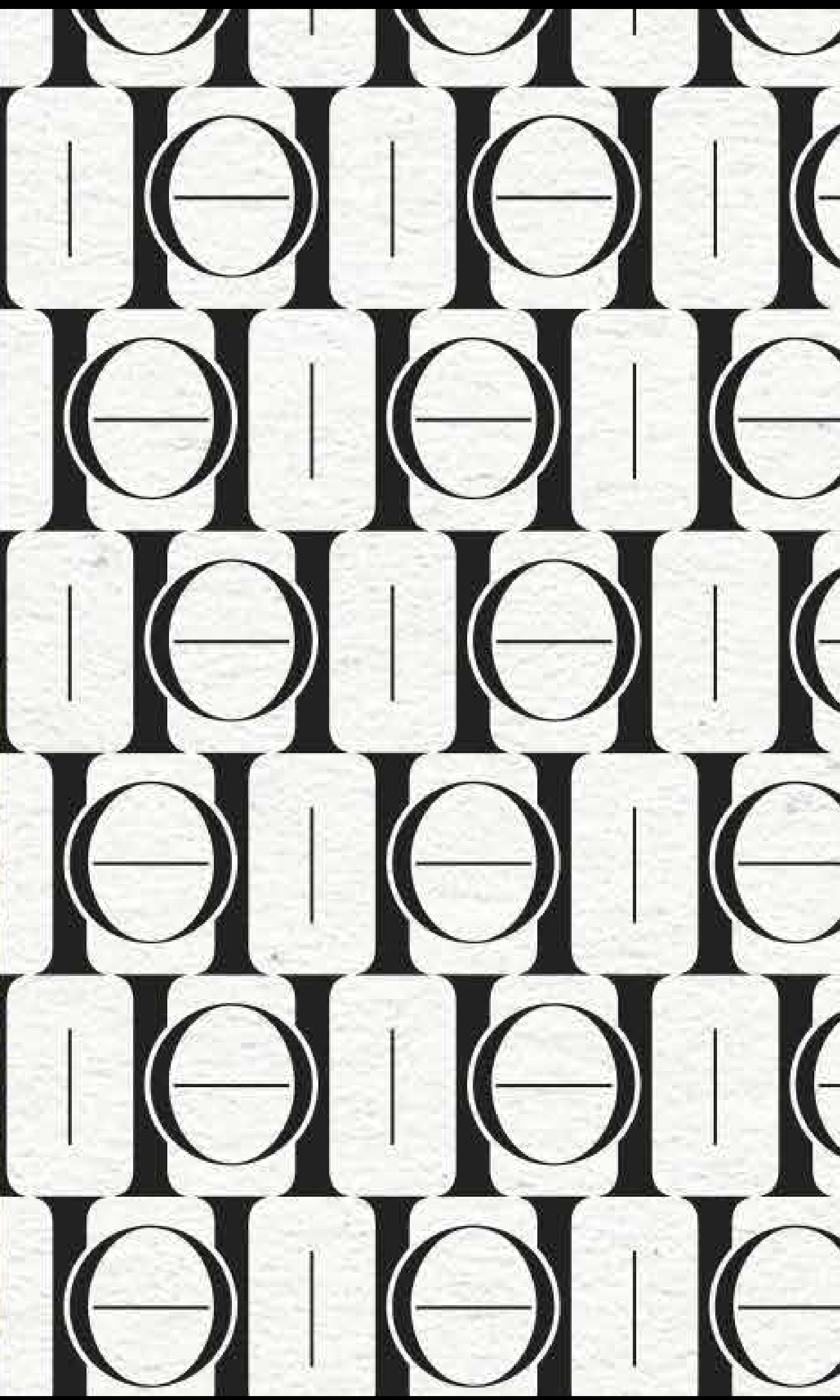
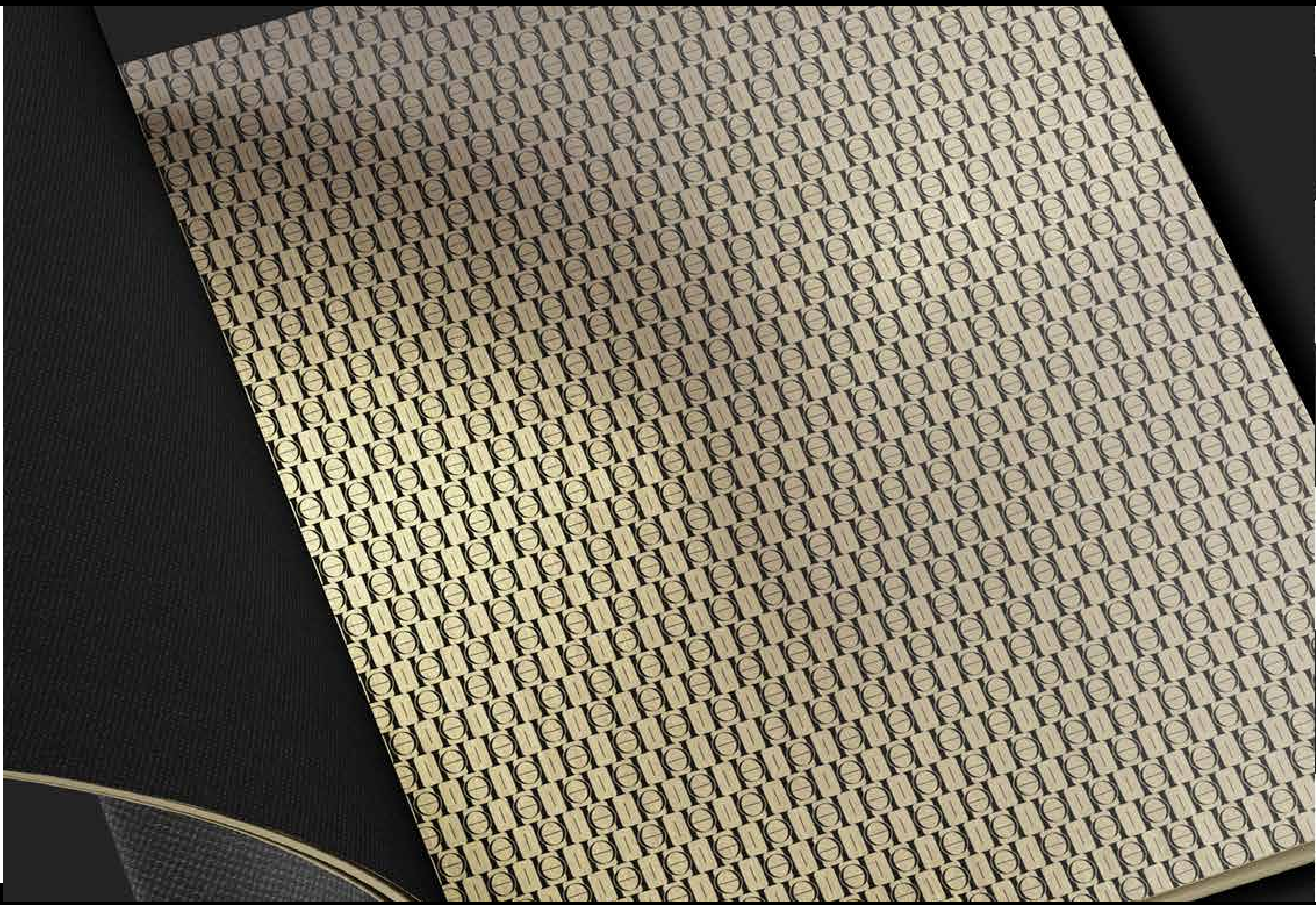
UPT

UNIVERS
PACKAGING





LE MONOGRAMME



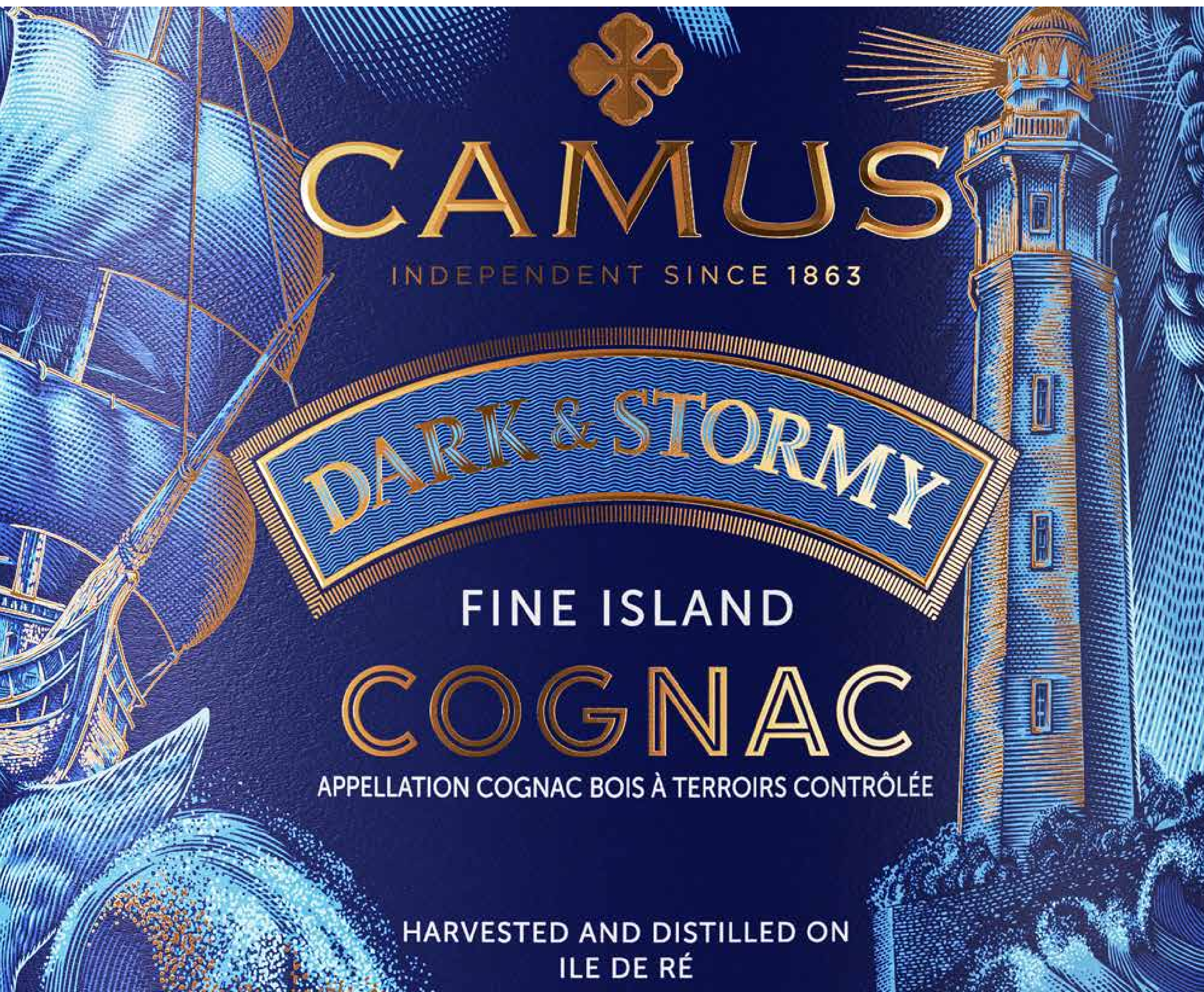
HÉRIOSE
TROUVE SON ESSENCE
DE MARQUE DANS LE

French Twist

Oser mixer les époques, les couleurs, les matières avec subtilité
et raffinement à la Française, sans verser dans les clichés,
pour créer quelque chose de nouveau.

Vous n'en verrez pas deux comme ça !





CAMUS COGNAC

DESIGN PACKAGING

La maison Camus a créé Dark & Stormy, un cognac unique né d'une tempête historique sur l'île de Ré.

L'île, située non loin de la région de Cognac, connaît à quelques rares occasions une tempête de si grande ampleur que l'eau de l'océan en envahit les vignobles. Les sols calcaires et sablonneux sont alors temporairement saturés en sel et minéraux. En 2010, une grande tempête s'est produite et Camus a utilisé les raisins récoltés cette année-là pour produire un cognac d'une typicité maritime extraordinaire.

Pour raconter cette histoire hors du commun, nous avons travaillé en collaboration avec l'illustrateur Yroslav Shkriblyak, qui a su par son style retranscrire l'esprit impétueux de l'océan sur l'étiquette et le packaging.

Pour créer le packaging, nous avons imaginé comme une seconde peau le packaging primaire et le secondaire, apportant une expérience sensorielle unique à ce cognac d'exception.

Missions :
Identité graphique
Illustration
Design packaging primaire et secondaire







LA VILLA ANGELI

DESIGN PACKAGING

Ce domaine a été créé par Albert Mizael dans les années 1960. Il est depuis 2000 conduit par ses enfants, dont Guy Mizael. Ensemble, ils ont entièrement restructuré le vignoble et font revivre cette propriété familiale corse avec beaucoup de motivation et d'ambition.

L'agence a été missionnée pour décliner l'identité graphique des vins La Villa Angeli sur 5 liqueurs au format mignonnette et créer 3 coffrets alliant différentes techniques de présentation pour révéler l'art et la manière d'offrir les liqueurs emblématiques. Une mise en avant des liqueurs corses que l'agence a souhaitée originale et premium, loin des clichés.

Coffret 3 liqueurs (Clémentine, Myrte, Citron)

Coffret ludique et pratique afin que les touristes puissent facilement repartir avec un souvenir de l'île de beauté.

Coffret 4 liqueurs (Clémentine, Myrte, Citron et Cédrat)

Ce coffret premium se décline sous une multitude de formes selon le pliage exécuté. Dépliée sur toute sa longueur, elle expose fièrement les 4 liqueurs. Par de multiples combinaisons, le coffret peut aussi adopter des formes rectangulaires, triangulaires ou en losanges superposés.

Coffret 5 liqueurs (Clémentine, Myrte, Citron, Cédrat et Eau de vie)

Coffret BtoB, l'agence a doté ce coffret d'une double fonction. Grâce au couvercle, ce dernier se transforme en présentoir et vient sublimer les 5 liqueurs.

Missions :

*Déclinaison de l'identité visuelle existante
sur les mignonnettes*

Design Packaging





KAVALAN WHISKY TAÏWANAIS

DESIGN PACKAGING - IDENTITÉ GRAPHIQUE

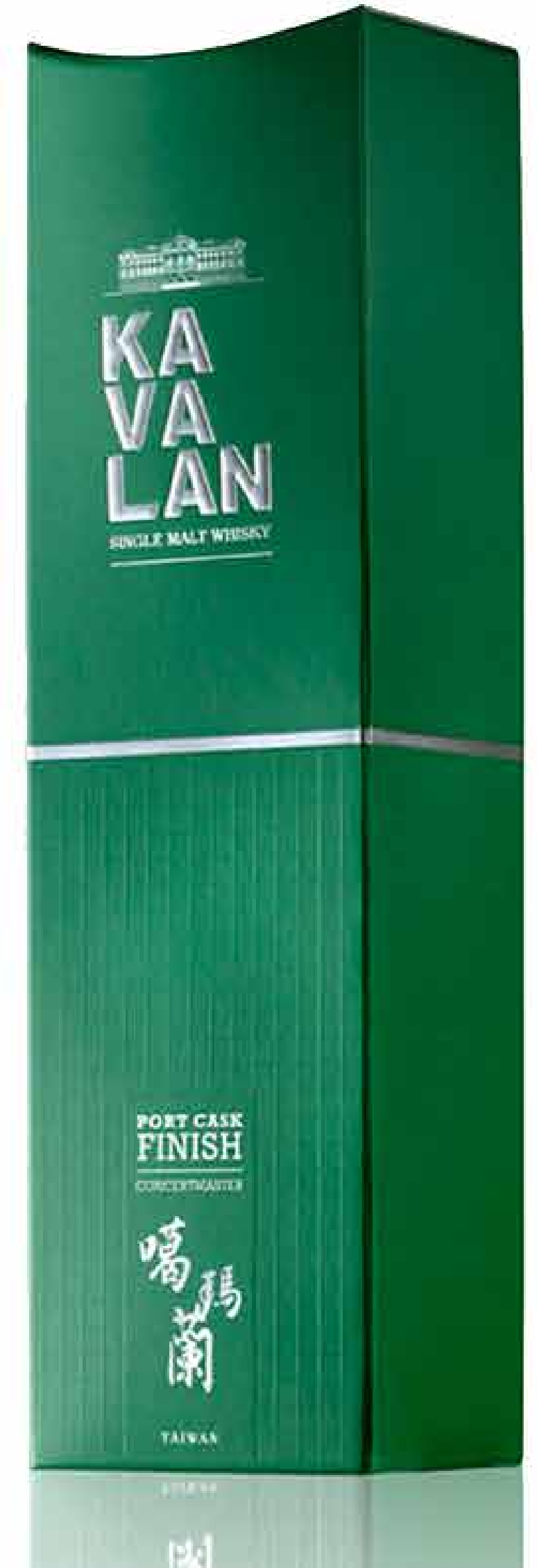
Gardant cet esprit de mariage entre tradition et modernité, nous avons travaillé des formes simples qui rappellent les contours des monuments contemporains auxquelles nous avons ajouté une petite subtilité qui deviendra une vraie signature de marque. L'arrête au sommet de nos coffrets a été courbée, en référence à la dynamique des toits asiatiques associée au symbole culturel d'élégance et de vitalité.

A l'image des façades de bâtiments anciens comme modernes, et notamment de celle de la distillerie Kavalan, un habillage géométrique a été choisi pour nos packs.

Missions :
Identité graphique
Design packaging









VILANOVA WHISKY

DESIGN GLOBAL

**Artisan distillateur depuis 3 générations en Occitanie.
Un savoir-faire transmis de père en fils.**

L'histoire de la Distillerie Castan est étroitement liée à celle de la famille. Tout a commencé avec le grand-père Gilbert, suivi du père, et aujourd'hui c'est le fils qui perpétue la tradition. Le cœur de cette histoire réside dans un vieil alambic en cuivre rouge datant de 1929, qui a accompagné le grand-père Gilbert lors de ses voyages à travers tout le Tarn, produisant des alcools souples et fins.

Produit par Sébastien Castan Vilanova est un whisky français, troisième génération d'une distillerie artisanale. La marque de fabrique de la distillerie est de produire uniquement des whiskies single casks aux caractéristiques uniques. Issu d'une fabrication artisanale, Vilanova est un excellent whisky français.

Nous avons été chargés de repenser l'identité de la marque Distillerie Castan, ainsi que celle de sa gamme de whisky Vilanova.

Identité de la Distillerie Castan :

Création d'un blason représentant tous les points forts de la maison.

Identité du packaging de la gamme de whisky Vilanova

Pour mettre en valeur les points forts de cette gamme, nous avons opté pour des photographies en noir et blanc, racontant l'histoire de la marque, combinées à un graphisme coloré et moderne représentant la nouvelle génération.

Missions :

Identité de marque

Design packaging







AIKAN WHISKY

DESIGN GLOBAL

Aikan signifie « mariage » en Arawak, langue des premiers amérindiens en Martinique. Nous avons choisi le mixage comme élément clé pour construire l'identité visuelle de la marque, qui sera déclinée sur tous ses supports de communication. L'identité d'Aikan est le fruit de deux climats mais aussi de deux époques, puisant son inspiration dans le temps des Amérindiens, les premiers à venir en Martinique.

Nous avons mis en évidence le mariage de ces univers qui s'entremêlent à travers un traité illustratif à la fois ancien, contemporain et représentatif du mariage culturel entre l'Europe et Martinique.

Le logo, qui représente une coiffe de plumes amérindienne et qui incorpore une fleur de lys, est un clin d'œil explicite à ce mariage des cultures.

Un message renforcé et caché au dos du facing par la représentation d'une union entre une femme européenne de l'époque et un Amérindien. Symbole d'une union authentique entre deux cultures (impression de l'étiquette adhésive en recto-verso).

Missions :

Stratégie de marque

Identité de marque

Design packaging

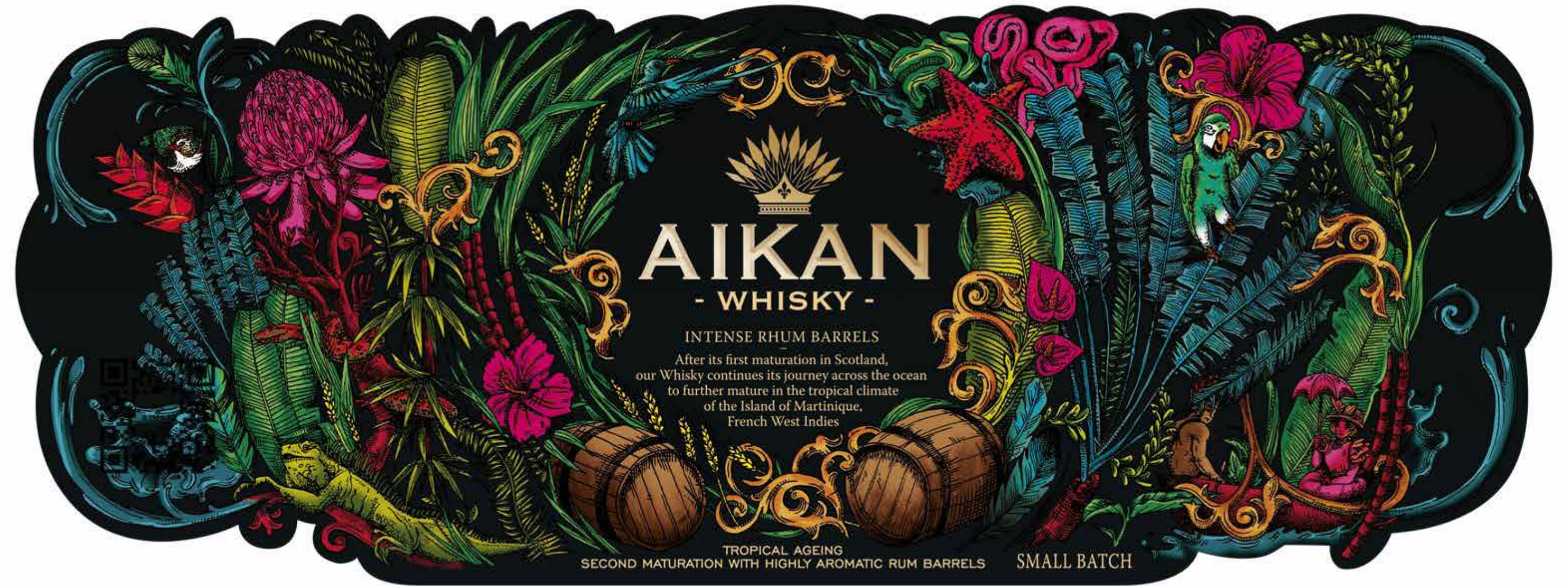
Supports de communication

Iconographie

Motion design









CONQUÉRANT GIN

DESIGN GLOBAL

C'est au cœur des anciennes terres du célèbre Guillaume le Conquérant, duc de Normandie, roi d'Angleterre, que deux amis d'enfance ont décidé de lancer leur marque de spiritueux. Ils se sont tournés vers l'agence pour les aider à créer tout l'univers de marque.

En Suisse Normande et dans le Calvados, les deux amis produisent des gins singuliers et Bio. Dans les jardins respectivement de leur prieuré et de leur Abbaye, ils font pousser les ingrédients nécessaires à leur production.

Passionnés par l'histoire, l'environnement, la beauté des différents paysages de cette région, les deux complices souhaitaient exprimer la noblesse des lieux et la singularité des goûts.

Conquérant Spirits est son nom, il porte avec panache l'univers de la marque et son environnement graphique. Un graphisme qui fait preuve de force et de caractère à l'image de l'illustre personnage historique qu'il célèbre.

Missions :
Stratégie de marque
Naming
Identité de marque
Design packaging







KARUKERA

DESIGN PACKAGING

Karukera lance une nouvelle gamme de punches.

Une recette maison associant des fruits frais tropicaux, de la vanille et du rhum agricole de Guadeloupe. Transmise de génération en génération, les recettes de la maison Karukera associent fruits tropicaux tout justes coupés et rhum agricole de Guadeloupe. Trois saveurs: Maracudja/fruit de la passion, Mangue/Passion et Ananas Victoria.

Un design qu'on a souhaité illuminé de soleil et de bonne humeur, des illustrations créées sur mesure avec une vraie distinction illustrative, pleines de couleurs et de modernité. une ode à la fête et au partage qui vient donner un vent de fraîcheur dans le monde des punches prêts à l'emploi.

Un punch qui s'imposera sur toutes les tables, dans toutes les fêtes

Missions :

Design packaging









EXCELLENCE RHUM

DESIGN GLOBAL

Entreprise familiale, Excellence Rhum honore l'authenticité des rhums du monde et le savoir-faire des distilleries traditionnelles.

Pour la création de sa gamme COLLECTION, nous avons mis en place une identité de marque et un univers graphique sur 4 premières cuvées de rhums vieillis, aux notes de dégustation puissantes.

Notre concept, articulé autour d'éléments forts de 4 îles des Caraïbes, illustre l'histoire et l'identité de la variété de rhum. La sélection d'éléments singuliers de chaque culture locale nous a permis de distinguer ces cuvées, avec un animal comme ambassadeur et emblème de chaque île, intégré aux éléments de l'environnement local.

Le mélange de teintes très colorées et du travail illustratif en gravure fine donne à la gamme une vraie authenticité avec une touche de modernité. Le choix des couleurs a été sélectionné de manière à mettre en relief la couleur et la provenance de chaque rhum.

Missions:

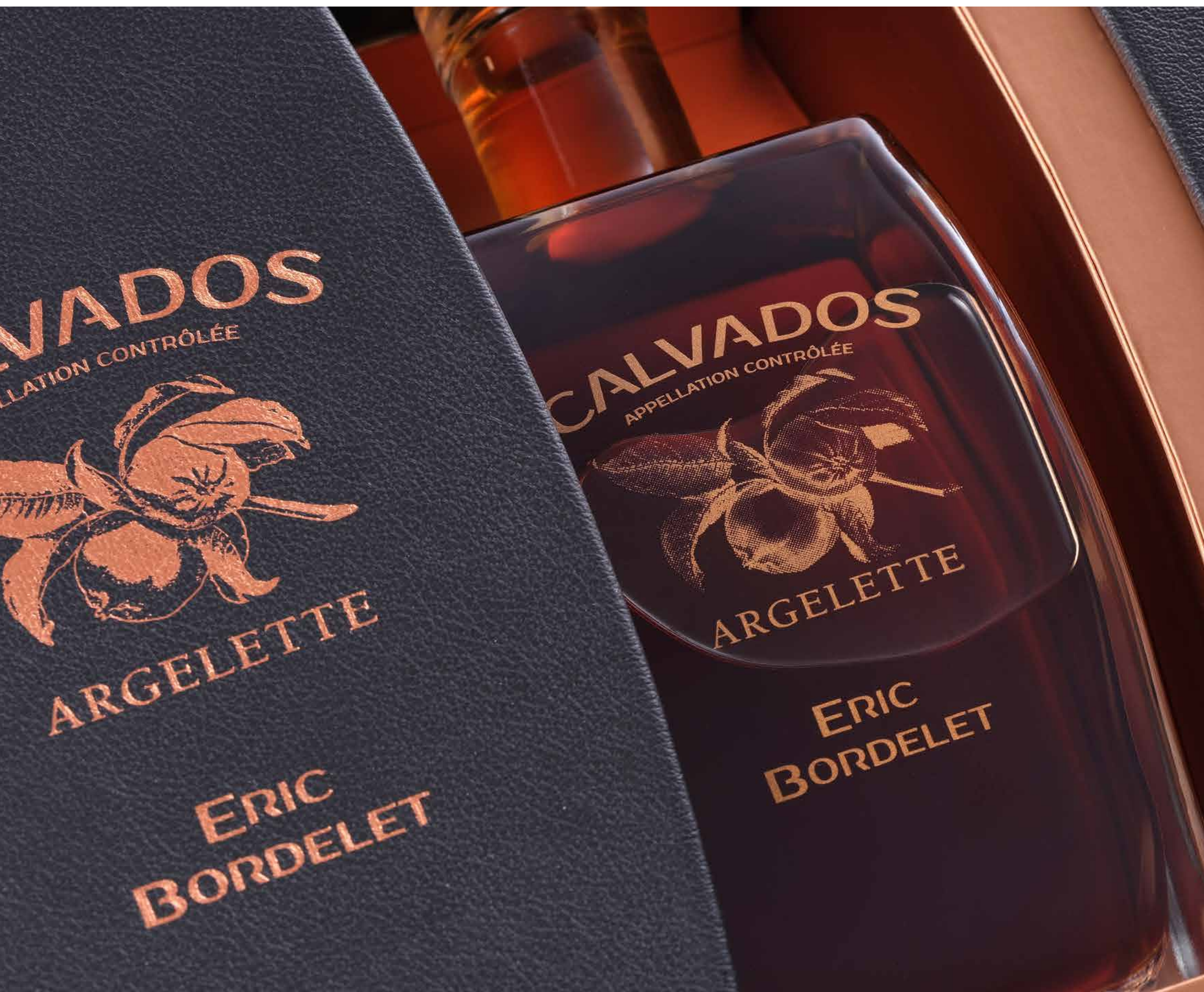
Identité de marque et univers graphique

Design packaging

Suivi de production







ERIC BORDELET

DESIGN PACKAGING

Eric Bordelet a vécu une vie bien remplie avant de rejoindre l'élite du monde du cidre. Il a passé de nombreuses années en tant que sommelier à l'Arpège, côtoyant de grands noms du vin.

C'est cette passion qui l'a conduit à faire le grand saut et à se reconverter en «sydriculteur». Il a élu domicile au château de Hauteville, situé dans le département de la Mayenne, au sud de la Normandie, région d'origine de sa famille.

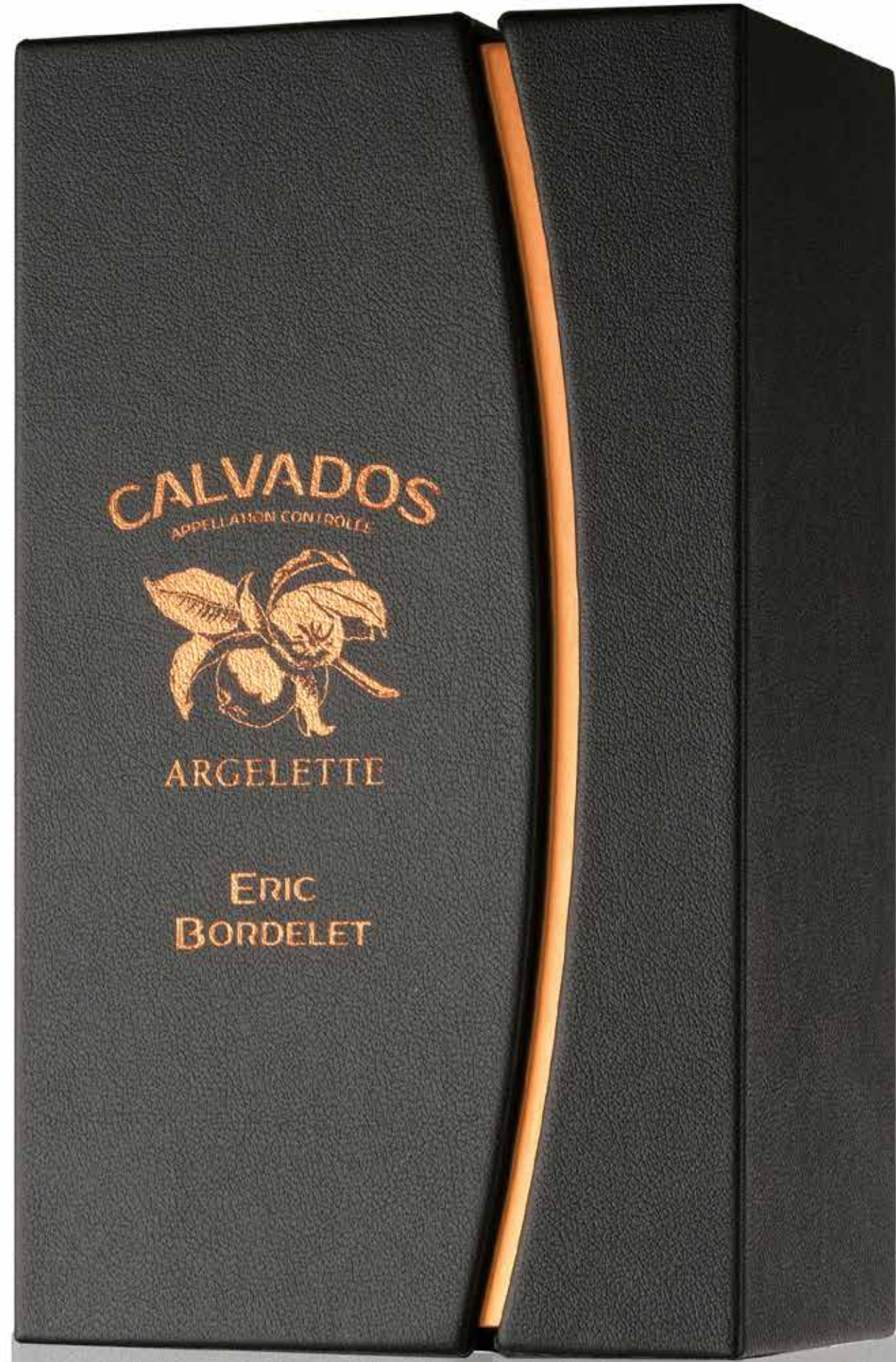
Eric Bordelet a contacté notre agence pour mettre en valeur ses cuvées exceptionnelles, parmi lesquelles se trouve un Calvados hors d'âge qui a patiemment vieilli pendant 25 longues années en fût.

Afin de sublimer ces précieuses créations, nous avons conçu un coffret qui reprend les caractéristiques iconiques de ses bouteilles. Habillé d'un élégant mélange de matériaux, le cuir grainé noir et le cuivre ont été choisis pour la version pomme, tandis que la version poire arbore une teinte lait. Cette combinaison de matières, associant des finitions mates et brillantes, a été pensée pour mettre en exergue la noblesse du contenu et l'élégante courbe caractéristique du coffret.

Dans le cas du coffret poire, nous avons choisi d'inverser la courbe, apportant ainsi une identité propre à chaque édition. Ces deux coffrets, bien que portant la même signature de marque, incarnent chacun leur propre personnalité, reflétant la diversité des trésors gustatifs que renferment les créations d'Eric Bordelet.

Missions:
Design packaging







LA GALOPE

DESIGN PACKAGING

Création de personnages hybrides qui mixent deux figures emblématiques gasconnes, le canard et le mousquetaire, pour distinguer chaque référence tout en respectant une cohésion de gamme.

Missions :
Identité graphique
Illustration
Design graphique et packaging







CHATEAU DU SEUIL

DESIGN GLOBAL

Château du Seuil en Provence, un vignoble de 55 hectares s'étagant sur les pentes ensoleillées au centre de l'appellation Coteau d'air en Provence. De grand vins de Provence rosés mais aussi blancs et rouges.

Le jardin, classé à l'inventaire des monuments historiques, au même titre que les façades du château, construit au fil des siècles est symbolique de l'âme du Château du Seuil. Deux lions en pierre de Rognes veillent sur ce jardin.

Création d'un concept autour du jardin vu du ciel permettant de créer un code de marque se distinguant de ses concurrents de la région.

Déclinaison de cette nouvelle identité sur tout support de communication, en commençant par le design de toute la gamme.

Missions :

Stratégie de marque

Identité visuelle Design packaging

Charte graphique

Supports de communication





CHÂTEAU DU SEUIL



EN PROVENCE





YVES MARIE LE BOURDONNEC

DESIGN GLOBAL

Création d'un code graphique qui traduit les deux spécialités du célèbre boucher « sculpteur de viande » (la maturation et la découpe) et son positionnement premium (or et granit sombre).

Déclinaison de cette identité sur tous les supports.
Conception d'un packaging inédit sur la base du torchon traditionnel avec pour objectif de lui offrir une seconde vie chez le consommateur.

Missions :
Identité Graphique
Charte graphique et visuelle
Édition
Design packaging
Communiqué de Presse
Site Internet
Architecture Commerciale









LA BALEINE À CABOSSE

DESIGN GLOBAL

Claire et Aurélien ne connaissaient rien au cacao jusqu'à ce qu'ils décident de voyager en Colombie. C'est là qu'ils découvrent les richesses et les diversités des fèves de cacao. Loin du chocolat industriel, ils se lancent dans le principe du «bean-to-bar» (qui signifie «de la fève à la tablette»).

C'est directement depuis la Colombie que Claire et Aurélien ont sollicité l'agence 2S Global Design pour les accompagner dans leur projet. Nous avons eu pour mission de développer le design global de la marque.

La Baleine à cabosse est née, créature légendaire qui sillonne les eaux du Pacifique à la recherche de bateaux chargés de cacao. Il paraît que celui qui l'aperçoit depuis les côtes est promis à une fabuleuse récolte l'année suivante.

En créant son identité, nous avons donné vie à la Baleine à cabosse qui porte sur son dos son voyage dans les différentes régions de la Colombie, étoile montante des cacaos d'exception. Le design de sa tablette a été créé de façon à ce qu'il renforce l'histoire de la marque. Nous avons travaillé une forme fine et ondulée qui permet d'obtenir des carrés de chocolats faciles à couper et agréables en bouche.

Missions :

Stratégie de marque

Identité de marque

Design packaging

Design culinaire

Supports de communication

Architecture Commerciale







**LA BALEINE
A CABOSSE**

Une histoire de chocolat ...

**LA BALEINE
A CABOSSE**

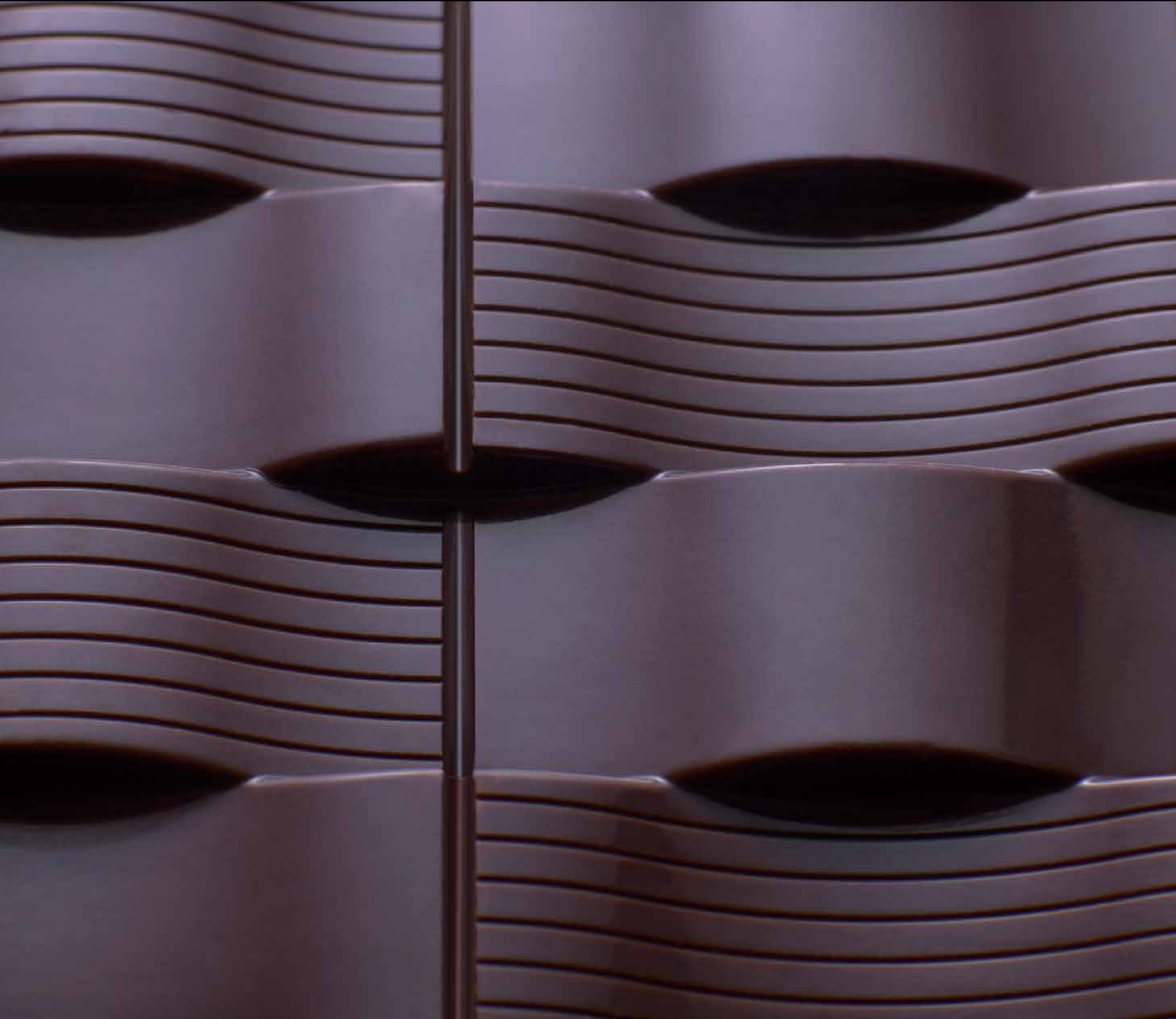
Une histoire de chocolat ...

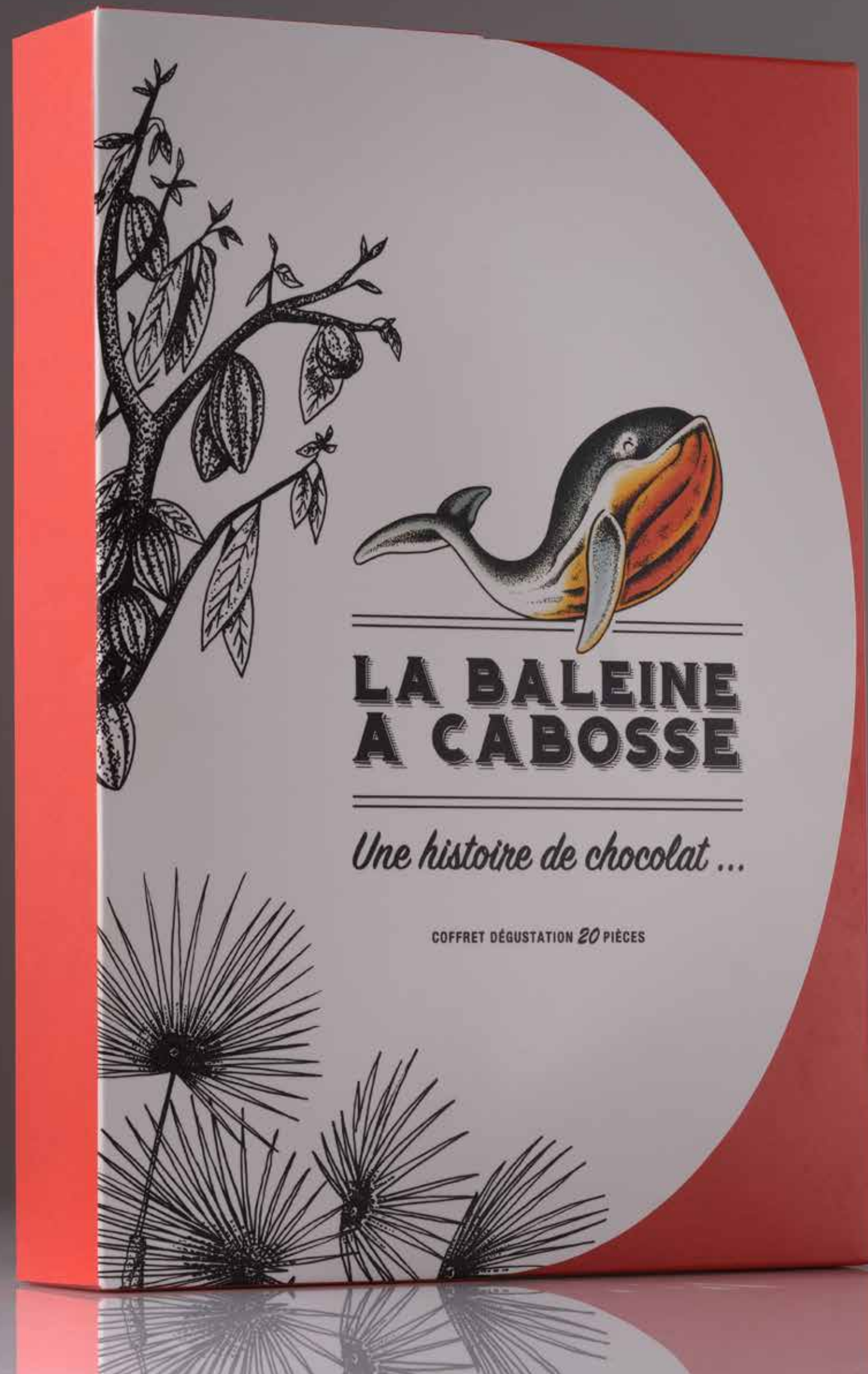
**LA BALEINE
A CABOSSE**

Une histoire de chocolat ...

**LA BALEINE
A CABOSSE**

Une histoire de chocolat ...







ABANICO

DESIGN GLOBAL

Création d'un concept global autour de l'éventail (abanico, en espagnol) pour distinguer la marque sur Internet, son réseau de distribution exclusif, et exprimer son leitmotiv : « l'art de la dégustation ».

Missions :

Naming

Identité graphique

Design packaging

Conception rédaction

Charte iconographique

Direction artistique site internet et blog







PARIS CROISSANT

DESIGN GLOBAL ET COMMUNICATION

Le groupe Coréen SPC est une entité principalement présente dans le secteur de l'alimentation, notamment dans ceux de la boulangerie et de la confiserie, et qui détient les marques Paris Baguette, Paris Croissant et Shany. Ce groupe a confié à l'agence 2S le design global de leur marque la plus premium, comptant plus d'une vingtaine de magasins en Asie et dans le monde : PARIS CROISSANT.

Notre mission était d'apporter notre propre touche premium et notre culture française dans tous les supports de communication.

Création d'une nouvelle identité pour la marque PARIS CROISSANT
Création d'une nouvelle identité packaging avec notre concept :
L'art de vivre à la française.

Missions :

Stratégie de marque

Identité de marque

Design packaging

Merchandising

Supports de communication

Aménagement boutique



PARIS CROISSANT



파리크라상

PARIS CROISSANT

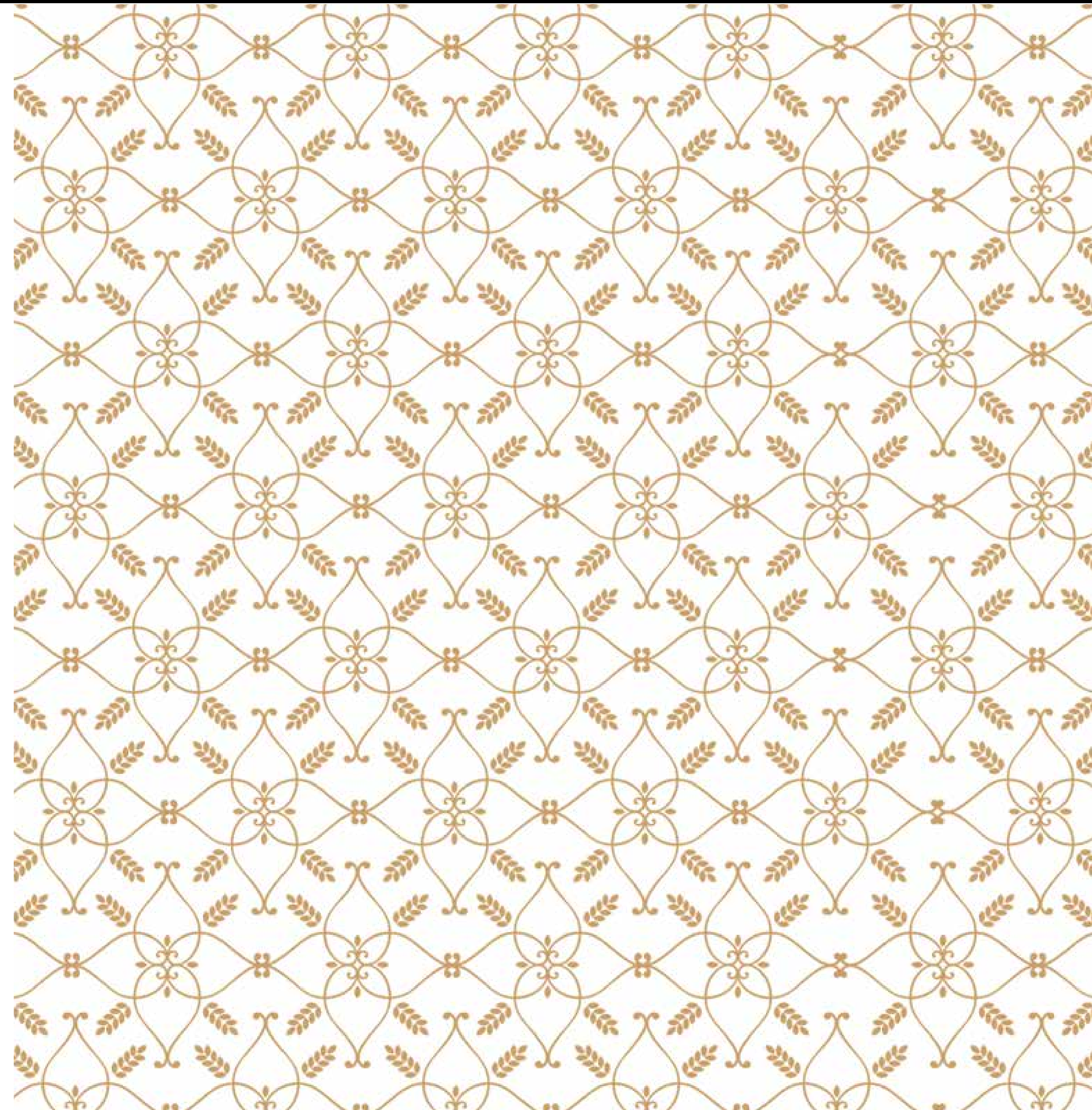
SANDWICH — BRUNCH



PARIS CROISSANT

BAKERY — CAFE









LENÔTRE

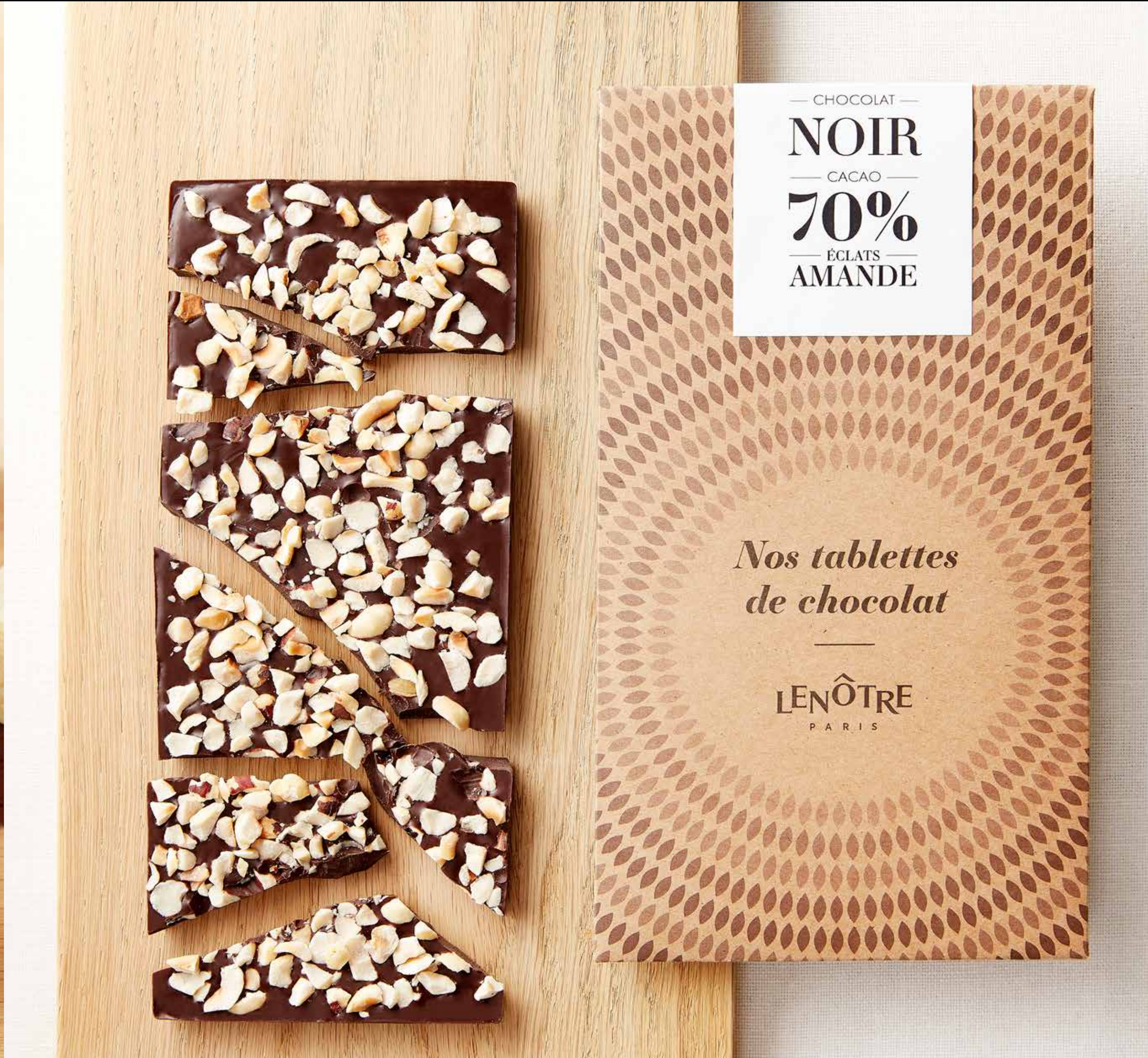
DESIGN PACKAGING

En 2019, la Maison Lenôtre refondait sa plateforme de marque et son identité pour asseoir sa nouvelle signature « Maison Parisienne de la Gourmandise » et apporter un vent de fraîcheur à cet acteur très installé dans le paysage gastronomique français.

La Maison Lenôtre nous a contacté pour la refonte complète de sa gamme packaging, avec comme nouveaux objectifs de reprendre la parole sur un savoir-faire historique de la Maison et incarner la nouvelle plateforme de marque. Exploiter les différents outils et possibilité de la charte de manière créative pour répondre aux objectifs propres à chacune des lignes de produits.

Missions :
Design packaging
Design Graphique









PÂTES DE VANILLE BLEUE

—
ESCALE BLEUE
ATELIER VANILLE

ESCALE BLEUE

DESIGN PACKAGING

Créée en 1986, Escale Bleue est située au Tremblet à Saint-Philippe, à l'île de la Réunion, et est spécialisée à la fois dans la production et la préparation de vanille. Après 10 ans de recherche, Escale Bleue décide de faire évoluer le concept même d'affinage et de présenter sa propre vision de la vanille : la Vanille Bleue. Le résultat est un produit d'exception : une vanille qui garde toute sa beauté, sans déshydratation ni dénaturation, tout en ayant un arôme intense, et des caractéristiques gustatives améliorées. Le produit est commercialisé sous le nom de « Vanille Bleue » en hommage aux ancêtres agriculteurs qui disaient qu'une plante était « bleue » quand elle était belle et en pleine santé. L'acteur à cet acteur très installé dans le paysage gastronomique français.

Cette gourmandise exquise, LA PÂTE DE VANILLE BLEUE, est un petit concentré de créativité : conçue comme une pâte de fruits, les pulpes de fruit ont été remplacées par celles de la Vanille Bleue dont les gousses sont entièrement comestibles.

Création de cet écrin à l'image de la douceur de ces dômes, Un coffret en demi cercle habillé de ses illustrations sur mesure teintées de nuances de bleues. Chaque pâte est délicatement déposée sur un support en forme de fleur de vanille qui permet de la déguster sans vous salir les doigts.

Mission :
Design packaging
Identité packaging







COMTESSE DU BARRY

DESIGN PACKAGING

Depuis 5 années maintenant, la Maison Comtesse du Barry nous confie l'intégralité de la création de la gamme de Noël.

Pour Noël 2022, nous avons créé une collection florale, teintée d'or et de feuillages d'hiver. Des coffrets habillés d'illustrations sur mesure qui proposent toute une gamme de produits gastronomiques français d'exception. Une collection colorée où chaque coffret est différent par son design, sa composition florale et ses harmonies de couleurs..

Missions :

Design volume

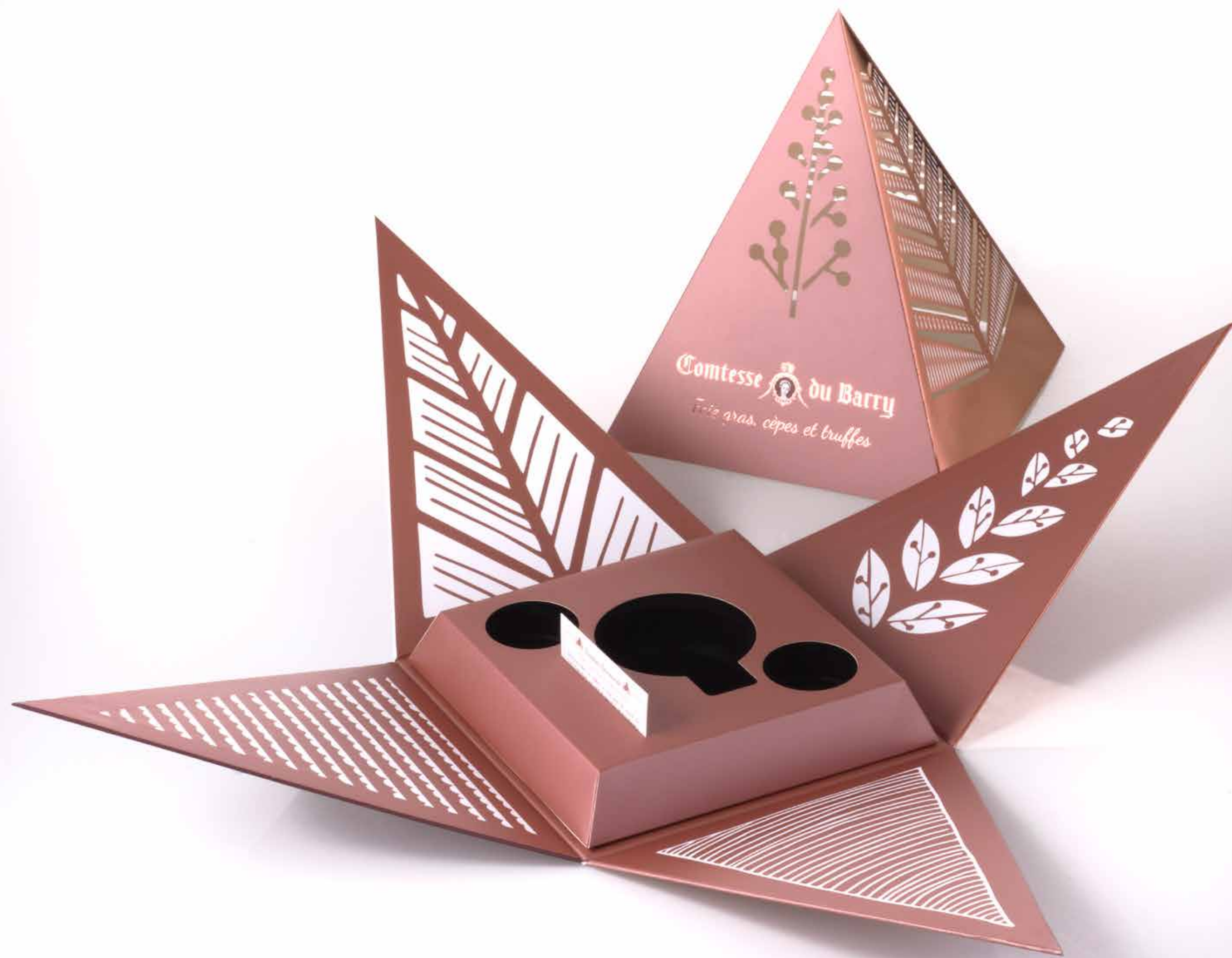
Design illustratif et Graphique













MAISON BLIN

DESIGN GLOBAL

Sébastien Blin a consulté l'agence pour développer une identité packaging qui se détache de ce qui se fait aujourd'hui en mettant en avant les aspects traditionnels et novateurs de ses produits. Il vient de créer sa marque de pâtes aromatisées, fabriquées en Beauce. Son ambition : distribuer ses produits dans toutes les épiceries fines de Paris.

Pour la création du packaging, nous avons réfléchi à quelque chose de simple, d'élégant et de facilement identifiable tout en se différenciant clairement de la concurrence : un pliage signé sur le dessus du packaging qui reprend l'idée des ailes du moulin, puisque le blé est moulu dans un moulin de la région. On a créé une visibilité sur le produit par des fenêtres de forme identitaire qui viennent s'intégrer naturellement au graphisme.

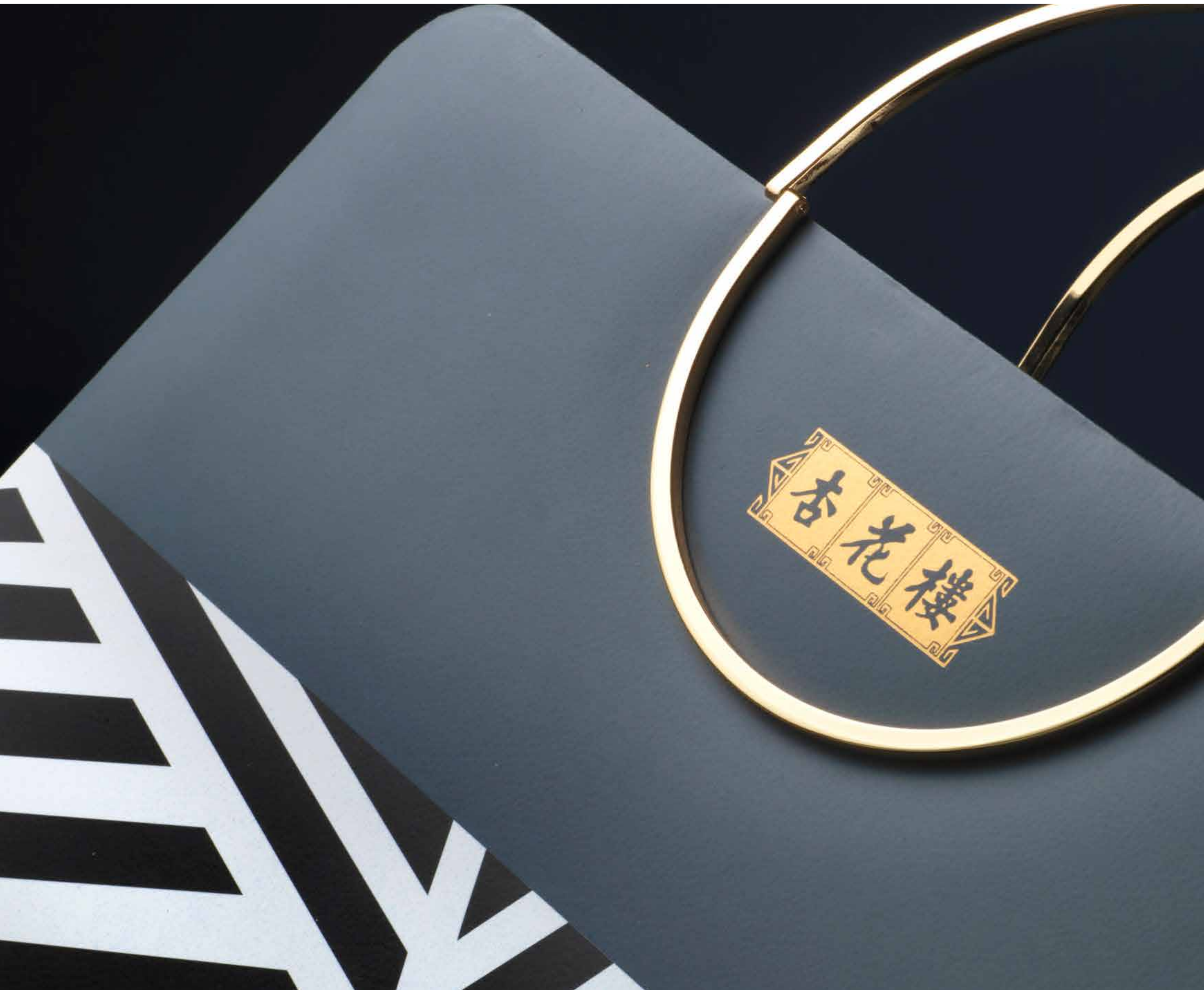
Missions :

Design volume

Design illustratif et Graphique







BONJOUR BRAND

DESIGN PACKAGING

Tmall et Bonjour Brand ont missionné l'agence 2S Global Design & Communication pour créer des coffrets à l'occasion de la Fête de la Lune.

L'agence est partie à la rencontre de nouvelles frontières en réalisant une collaboration valorisant les nouveaux produits cocréés par la France et par la Chine. L'objectif de ce coffret était de toucher la nouvelle classe moyenne composée de 200 millions de jeunes consommateurs chinois pour leur apporter de la surprise, de l'innovation avec notre touche française. Une stratégie de communication ciblée avec le soutien du groupe Alibaba pour optimiser le trafic et pour séduire la jeune génération chinoise.

Célébrée à la mi-automne, la Fête de la Lune est l'une des célébrations les plus importantes de Chine. Symbole de l'unité et du rassemblement, c'est aussi à cette occasion que s'offrent les gâteaux de lune. Il était important dans la conception du coffret qu'il puisse être aussi bien porté lors d'un défilé organisé par Tmall que par le consommateur dégustant les gâteaux. C'est pourquoi notre agence a décidé de mêler modernité et tradition, en créant un coffret chic et luxueux.

Pour faire écho à ce jour de fête, nous avons fait de la Lune notre muse pour porter notre coffret. Elle est de forme filaire, légère et rigide ; son design en métal doré révèle l'identité forte de cette création avant de laisser place à la découverte de son contenu de façon inattendue. Inspiré des plus grands défilés de Haute Couture parisiens, ce coffret se porte à bout de bras pour donner à son propriétaire une fine allure déterminée et moderne. La touche finale en cuir contraste avec le graphisme moderne du coffret et lui offre les attributs d'un accessoire « luxueux », ciblant un public jeune.

Missions :
Design Packaging





ÉCRIN DE FLEUR

DESIGN GLOBAL

Design global pour une marque de savons naturels, fabriqués en France et destinés aux consommateurs chinois. Les savons Écrin de Fleur sont à base d'ingrédients naturels et respectueux de l'environnement, présentant divers bienfaits pour la peau.

Création du nom de la marque, de son identité et de son univers graphique à la conception de ses packagings. Création d'un symbole fort et spirituel pour représenter la marque : la Fleur de Vie, universellement reconnue, retrouvée dans de nombreux temples chinois. Cette fleur émet une onde harmonieuse, bienfaitrice et forme une rosace symbolique des éléments de la nature.

Missions :

Stratégie de marque

Nom de marque

Identité de marque

Design packaging





SHISEIDO

DESIGN PACKAGING

Développement d'un coffret prestige de fin d'année, destiné aux femmes qui désirent une ligne de crèmes de soin anti-âge globale utilisant les dernières technologies.

Conception du coffret sur le thème de l'origami en lien avec le positionnement premium de la marque. Un design fidèle à l'identité SHISEIDO, alliant découverte, pliage, et incarnant fortement le Japon contemporain.

Missions :
Design packaging





DORMEUIL

DESIGN PACKAGING EVENEMENTIEL

Acteur français de l'industrie textile depuis 1842, Dormeuil crée des tissus d'une exceptionnelle qualité. Partenaire privilégié des plus grandes maisons de couture, la Maison référence 3 000 produits innovants, pour de créations sur mesure d'exception. À l'occasion des 180 ans de la marque, une nouvelle qualité de tissu est lancée avec un positionnement très premium.

Pour célébrer cette nouveauté, Dormeuil a demandé à l'agence de développer un coffret événementiel qui retranscrira l'ADN de la marque et ses valeurs : excellence, luxe, créativité. La Maison souhaitait un objet à la fois luxueux, esthétique, pratique et durable. Nous avons alors créé un design aussi luxueux qu'astucieux pour présenter les tissus de cette nouvelle collection.

Missions :
Design packaging
Identité graphique





MERCI ET À BIENTÔT

2S GLOBAL DESIGN & COMMUNICATION
53 rue Notre Dame de Nazareth
75003 Paris - Tel. +33 (0)1 53 41 00 89
E-mail : sophie@2sglobaldesign.com

www.2sglobaldesign.com