AMILCAR DESIGN | AMILCAR GOURMET | AMILCAR SELECTIONS | BEST OF LUXE | BREAKING NEWS | DESIGN | ECO-FRIENDLY | GOURMET | NOUVEAUTÉS | PORTRAIT

# Le Domaine de Jolibois, nouveau projet de l'Agence-S, Groupe Saguez & Partners

30 janvier 2024 Share

AMILCAR MAGAZINE

*AMILCAR MAGAZINE aime valoriser les projets qui ont du sens. Nous avons le plaisir de vous présenter une approche éthique de la création en respectant les valeurs du Domaine de Jolibois.*

Rachel Joulia-Helou, rédactrice en chef AMILCAR MAGAZINE GROUP.

@ Mathias del Cistia

@ Divinemenciel

# Le Domaine Jòlibois, nouveau projet de l'Agence-S:

## *La Provence en renaissance !*

Dans la vallée des Baux de Provence, le Domaine Jòlibois, le plus grand domaine oléicole de France, dévoile son écrin de nature où les chênes et les oliviers majestueux règnent en maîtres. Les engagements et la mixité des usages du lieu sont autant de forces propres au domaine révélées par l'Agence-S. **Une approche résolument moderne : une volonté assumée de bousculer les codes traditionnels de la Provence.**

© Studio Payol

En 2022, Anne-Sophie et Clément Pellissier découvrent par hasard cet immense domaine dans les Alpilles : **240 hectares d'oliviers** abandonnés pour lesquels ils ont un coup de cœur immédiat. Ils relèvent le défi de produire des huiles d'olive grand cru, d'exception. Ces huiles renvoient ce terroir si singulier. Gage de sa qualité, elles sont certifiées BIO et bénéficient de l'Appellation d'Origine Protégée Vallée des Baux de Provence.

**Dès le démarrage du projet, l'Agence-S a accompagné Anne-Sophie et Clément** : un travail collaboratif, de manière agile, pour **donner et redonner vie à ce lieu et à ce produit emblématique de la région.**

© Divinemenciel

Dès le début, les traits du projet et de la marque se sont dessinés. Les fondateurs du domaine avaient le souhait de construire un lieu avec une identité forte, de proposer une expérience, et inviter au voyage, au cœur d'une Provence unique, dont le souvenir s'incarne dans les bouteilles d'huiles d' Olives.

La région a une aura puissante, un rayonnement local, national et international pour ses produits de qualité. Les marques présentes sur le territoire revendiquent leur authenticité, la tradition et la notion de terroir.

## L'Agence-S propose une approche résolument moderne et internationale du domaine oléicole pour bousculer les codes traditionnels de la Provence.

Révéler les éléments cachés dans le processus de création, de développement, ou dans la vision du client sont autant d'aspérités qui offrent une visibilité et créent la différence.

Le couple de néo-oléiculteurs porte un regard novateur sur le secteur. Il est animé par la volonté de proposer de beaux produits, mais surtout des produits d'exception, qui invitent à la dégustation, aussi bons au goût que bons pour le corps et l'environnement.

Le produit, plus exactement la bouteille d'huile d'olive en elle-même est au cœur des attentions. Aujourd'hui, elle est devenue un objet d'apparat de la table : un bel objet à partager, et qui à l'instar du vin, va générer de la discussion de la part des convives et de l'attrait.

Le produit doit refléter ce moment de partage unique. Les huiles sont présentées dans un flacon raffiné et haut de gamme, en verre teinté pour une meilleure préservation des arômes. Les bouteilles du domaine sont proposées en pack rechargeables en lien avec la démarche éco-responsable du lieu.

© Mathias del Cistia

Engagé , le Domaine Jòlibois prône le respect de la nature afin d'en extraire le meilleur tout en préservant la faune et la flore.

Aujourd'hui, les usagers et les consommateurs sont avertis et particulièrement sensibles à l'éco-responsabilité et à la durabilité des produits. Ils apportent une attention toute particulière à la qualité de ces derniers dont le lieu et la méthode de fabrication dans le respect de l'environnement font partie intégrante. Il était donc incontournable d'étendre les fondamentaux de la marque à l'ensemble des pans du domaine.

## L'Agence a construit une identité autour de l'olivier et du chêne, rois du domaine.

DOMAINE
JÒLIBOIS

Forte de son expertise et de son accompagnement dans la construction de la marque et de son territoire, l'Agence-S a travaillé avec les différents acteurs du projet pour créer toute sa dimension au lieu. Des échanges avec le paysagiste, Agence Land ont permis de guider son travail vers la préservation de la biodiversité, mais aussi avec l'architecte du lieu, Agence Odener

travail vers la préservation de la biodiversité, mais aussi avec l'architecte du lieu, Agence Odener

# L'OEIL de l'Agence-S

## *Quel regard portez-vous sur le domaine oléicole ?*

**Caroline Boutet & Simon Rodriguez** : C'est un domaine en pleine mutation ! La Provence a de solides fondations sur le savoir-faire oléicole, ses terroirs de qualité ; elle est reconnue de manière internationale. Par le passé, nous avons eu l'occasion d'appréhender ce secteur avec Christine Cheylan et le Christine Cheylan mais aussi aux côtés de Jean Martin.

Si on regarde à l'international, les acteurs sont plus audacieux et on donc su émerger sur le marché en étant plus en phases avec les nouveaux usages et attentes.

L'huile d'olive est comme le vin un produit d'Art de la table. C'est un produit qui se déguste, qui est complexe, c'est pourquoi son image doit-être valorisante.

---

**« *Respecter son héritage mais savoir le réinventer est le secret des entreprises qui traversent le temps* », affirmait Françoise Lehmann, la présidente de Lancôme.**

## Cette approche en rupture avec la tradition : est-elle indispensable ?

**C.B & S.R :** Il ne s'agit pas d'une rupture mais d'un renouveau. La tradition reste un élément clé, une valeur incontournable. Cette tradition connaît une renaissance. Pour le Domaine Jolibois, cela correspond au regard porté par les fondateurs, néo-oléiculteurs, qui avaient cette volonté forte de porter son huile d'olive en dehors des frontières locales, et régionales. Notre approche est donc en prise directe avec cet élément marquant et déterminant, croisée avec les attentes des usagers, la place attribuée au produit par ces derniers. Aujourd'hui, le domaine oléicole, plus précisément les huiles d'olives, sont appréhendés par des consommateurs attentifs et avertis.

## Agence-S, une approche du branding à la manière d'un artisan

Avec plus de vingt ans d'expérience dans de belles agences de design et de communication parisiennes, les deux talents Caroline Boutet et Simon Rodriguez s'associent en 2011 et créent l'Agence-S en Avignon. Engagée auprès des marques de territoire, l'Agence-S, agence de conseil & de création en design global, milite pour créer de la valeur grâce à un design bien pensé, bien façonné et utile ! L'agence privilégie un circuit court et une approche sur-mesure, afin d'offrir aux marques des idées sensibles et des identités de caractère.

Les histoires de marques, le regard, l'expertise et l'ancrage dans les territoires de l'Agence-S depuis sa création ont **séduit le** Groupe « Saguez & Partners » qui est entré au capital de façon minoritaire en 2016. 100% Design global , créé en 1998 par Olivier Saguez à partir d'une idée simple : « dans marque, il y a le mot marquer », l'agence maîtrise l'ensemble des métiers du Design. Partageant le même sens de l'esthétique et la même exigence du savoir-faire, les deux agences ont choisi d'associer et d'enrichir mutuellement leurs talents grâce à leurs visions très complémentaires.

### Plus d'informations :

**Agence-S** : www.agence-s.fr

**Le Groupe « Saguez & Partners »** : https://saguez-and-partners.com/

**Le Domaine Jòlibois** : https://domaine-jolibois.com/

*AMILCAR MAGAZINE* GROUP

*Selection by :* Rachel Joulia-Helou, editor-in-chief of AMILCAR MAGAZINE GROUP.