

## AVIGNON : L'AGENCE-S SIGNE LA REFONTE GLOBALE DE L&...



FLORIANE DUMONT

26 MAR 2024

A LA UNE, AUTRES DÉPARTEMENTS, INFOS PACA

PARTAGER :



### AVIGNON : L'Agence-S signe la refonte globale de l'identité de marque de VDLV

VDLV, une nouvelle ère de la vape.

VDLV, fabricant de e-liquides près de Bordeaux depuis 2012, révèle aujourd'hui ses engagements et une requalification de ses marques produits pour rendre lisible les offres et leurs promesses. Une refonte globale d'identité confiée à l'Agence-S.

L'Agence-S, agence de conseils et de création en design global en Avignon, poursuit ainsi son déploiement dans l'ouest de la France, initiée par des projets et intensifiée depuis 2 ans avec l'arrivée de sa Directrice de Clientèle, basée entre Bordeaux et La Rochelle.

En 2012, la société VDLV voit le jour à l'initiative de Vincent Cuisset et Charly Pairaud et base son siège social près de Bordeaux, en Gironde. Pour conforter son expertise vapologique, Vincent a fait l'acquisition de matériels de production et d'analyse spécifiquement créés pour le secteur de la vape. C'est ainsi qu'après 2 ans de recherches, de développements et de passion, il présente sa 1ère marque : VDLV (Vincent dans les Vapes). Outre leur très haute qualité sanitaire et gustative, ces e-liquides ont la particularité de contenir des arômes naturels certifiés AFNOR.

En 2014, le duo crée un laboratoire indépendant avec pour objectif de tester les effets du vapotage : Ingésciences. En 2017, l'équipe VDLV a réussi à développer la 1ère nicotine exclusivement dédiée à la vape. Depuis mars 2019, tous les e-liquides de VDLV sont produits avec cette nicotine vapologique française.

L'année 2024 marque un tournant pour VDLV qui livre ses engagements et dévoile une nouvelle identité de marque.

VDLV, Valoriser, Développer et Légitimer la Vapologie

#### UNE NOUVELLE IDENTITE DE MARQUE

« La Vape est un marché encore jeune et récent, qui a émergé très rapidement en quelques années. Il est aujourd'hui marqué par de nombreux changements et questionnements. Parmi tous les acteurs du secteur, VDLV se distingue depuis sa création, par son engagement, sa nicotine fabriquée en France et ses arômes certifiés Afnor, son pôle R&D (biologie, analyses). Notre défi a été de rendre ces preuves visibles, de redonner du sens à l'acronyme, pour rassurer par plus de transparence et plus de proximité auprès des fumeurs dans leur démarche de sevrage tabagique ».

Caroline BOUTET & Simon RODRIGUEZ, Agence-S

Exit « Vincent dans les vapes » L'Agence-S donne un nouveau sens à l'acronyme VDLV.

Valoriser – engagé auprès des partenaires pour une nicotine saine et française,

Développer – une extraction en chimie verte exclusive,

Légitimer – au-delà des normes, une certification AFNOR et une participation forte auprès des institutions pour toujours plus de bénéfice pour le consommateur la Vapologie.

Ces initiales prennent place dans un bloc marque englobant accès sur le « swipe » qui évoque l'action, le changement. Une véritable invitation à aller de l'avant.

L'agence a également travaillé une palette de couleurs fortes et lumineuses pour exagérer cette progression marquée par l'optimisme et appuyer la dimension institutionnelle de la marque avec une déclinaison « By VDLV » pour accompagner les marques produits : VINCENT et CIRKUS.

Le logo et le discours évoluent en association avec des illustrations graphiques, bandes dessinées sur mesure venant appuyer les preuves de marque.

#### VINCENT by VDLV, LA VAPE PAR NATURE

C'est la marque idéale pour un premier contact avec le produit pour accompagner les consommateurs dans leur démarche de sevrage tabagique. La marque VINCENT, marque étendard de VDLV, doit arborer tous les atouts de la marque mère.

VINCENT de VDLV propose des e-liquides les plus possibles naturels aux arômes alliant finesse et pureté. Marque optimiste, elle insuffle le changement avec des produits dédiés au sevrage tabagique. Une promesse forte étayée de preuves concrètes et d'engagements sont mises en lumière et rendues visibles grâce au design.

La typographie a été retravaillée pour construire une identité à part entière : les lettres s'étirent progressivement, insufflant le mouvement, avec un point central de passage pour retrouver leur forme d'origine.

VINCENT est une marque dans l'action pour permettre aux consommateurs de passer d'un état à un autre. La forme qui englobe la marque appuie ce symbole telle une progression naturelle et dynamique, via le point de relais entre les 2 cercles. VINCENT propose des couleurs douces et optimistes pour révéler cette notion de pureté, de naturalité des produits, en cohérence avec la promesse d'expérience de ces derniers.

L'Agence-S a pensé les éléments de langage pour bâtir un univers de marque solide et cohérent avec des preuves que l'on retrouve aussi bien sur le packaging des produits que dans le merchandising proposé aux revendeurs pour donner de la puissance à la marque et être impactant.

---

Analyse Concurrentielle, boutique & communication / Stratégie / Benchmark / Organisation de l'offre / Positionnement / Storytelling / Contenu de marque / Identité de marque corporate et marques produits / Communication / Packaging