



Tout l'art de faire germer une idée

La boulangerie-épicerie **CHAMPAIN** a ouvert ses portes au début de l'année 2020 en région hutoise. Une inauguration qu'elle a préparée en amont en menant un important travail de fond sur son image. Véritable reflet des valeurs de l'entreprise, le projet proposé par l'agence **HOET&HOET** dévoile l'ADN de Champain pour entrer dans un dialogue de sens avec ses clients.

Ensemble dans la même direction



HOET&HOET est une agence d'experts en stratégie, design graphique, visuel et digital, spécialisés dans la création d'expériences de marques. Le duo formé, dès 1989 par Ronane et Nick Hoet, s'est progressivement agrandi pour rassembler 12 profils complémentaires capables de créer un *branding* porteur de sens pour soutenir le développement

d'entreprises.

Champain est une « boulangépicerie » située à Wanze, co-fondée par deux familles d'agriculteurs : la ferme Schiepers et la ferme du Val Notre-Dame. Elle propose des pains bio qui ont la particularité d'être fabriqués à base des céréales produites autour de la boulangerie. Préparés à base de levain, sans additifs ni conservateurs, ils bénéficient d'un processus de fermentation longue et sont cuits sur pierre. La petite boutique hesbignonne propose aussi de délicieux produits de saison en provenance directe de fermes locales.



©David Plas

Tant pour l'entreprise locale que pour l'agence de *branding*, chaque projet puise son énergie dans des valeurs de durabilité, d'écoute et de communication. C'est sur leur parfaite harmonie que repose tout le succès de la collaboration autour de l'identité de Champain.

Le *branding*, bien plus qu'une simple image

Lorsque Champain a pris contact avec HOET&HOET, le projet de l'entreprise

était déjà très clair en termes de philosophie et de personnalité. Au niveau de la communication cependant, tout était à faire. Y compris trouver un nom ! Des conditions optimales pour les designers lorsqu'il s'agit d'entamer un travail de branding...



©David Plas

L'agence définit sa vision du branding comme dense, positive, multisensorielle et évolutive. Si, pour elle, l'image d'une marque se manifeste en premier lieu au travers de l'identité visuelle – c'est-à-dire le logo et sa charte graphique – cela ne constitue cependant qu'un fragment du travail de l'équipe.

« Nous proposons beaucoup plus qu'une simple image. Notre métier, c'est extraire l'essence du projet du client, et lui donner du sens à travers les sens. La force de la marque naît de l'expérience sensorielle et émotionnelle ainsi créée »,

Ronane Hoet, Co-fondatrice de HOET&HOET



Du champ au pain à... Champain

Du côté de la boulangerie locale, la conviction de la plus-value du travail de *branding* pour le développement de l'activité est totale.

« Nous avons fait appel aux services de HOET&HOET car, bien que convaincus par notre vision du métier, nous étions conscients de ne pas assez bien parler de ce que nous faisons »,

Charles-Edouard Jolly, Co-créateur de la Boulangépicerie Champain

La porte était donc grande ouverte et l'analyse poussée de l'ADN du projet a donné naissance à une communication multiple à travers une identité visuelle, un *storytelling* et un *storydoing* sur-mesure. Le souhait de Champain, c'était de valoriser le travail autour du pain : depuis la production de la céréale et la fabrication de la farine jusqu'au travail de boulangerie.

« Le storydoing consiste à combiner le discours narratif du storytelling à des actions concrètes qui, au-delà des mots, communiquent d'elles-mêmes la philosophie de l'entreprise »,

Ronane Hoet, Co-fondatrice de HOET&HOET

L'apparente simplicité du nom et du logo communique au client tout un univers : il comprend notamment le sens du « beau » et du « bon », du local, du savoir-faire, de la tradition, de la convivialité, du partage, de la sobriété et de la durabilité.



Il s'agissait, pour les deux familles, de re-contextualiser le pain par rapport au travail, et toute l'attention que demande un bon produit. Mais aussi, modestement et à leur échelle, de livrer le message d'un autre modèle de consommation et de vie au sens large.

« Il y a clairement un signal positif et humain derrière Champain. Le travail réalisé avec HOET&HOET donne vie à notre entreprise et à ce message en créant un lien clair et fort vers nos clients »,

Charles-Edouard Jolly, Co-créateur de la Boulangépicerie Champain



Quelques leçons de ce Récit...

- De l'avis même de l'entreprise, l'appel à des professionnels a été indispensable pour cadrer les objectifs de communication et mettre d'accord l'ensemble des co-créateurs de Champain.
- Il est primordial que le client saisisse l'ampleur du travail réalisé par le designer. La densité du résultat fait appel à la sensibilité et donne vie au projet à travers des éléments qui peuvent paraître simples, comme un logo. C'est sur cette base de compréhension et de confiance qu'un branding efficace peut voir le jour.
- Le travail de branding est très important pour le développement de l'entreprise. Chez Champain, trouver une certaine « connexion » avec le designer dès le départ du projet a été important pour mener ce travail de longue haleine et très personnel.

Cartes d'identité

	HOET&HOET	Boulangépicerie Champain
<i>Nom complet</i>	HOET&HOET	Champain sprl
<i>Administrateur délégué / Directeur</i>	Ronane et Nick Hoet	François Jolly et Christian Schiepers
<i>Secteur d'activité</i>	Créatif	Agro-alimentaire
<i>Type de produits développés</i>	1989	Boulangerie et épicerie de produits locaux
<i>Date de création</i>		18 janvier 2020
<i>Taux d'exportation</i>	/	0
<i>Pays d'exportation principaux</i>	/	/
<i>Adresse</i>	42 Chaussée de Lasnes 1330 Rixensart	Chaussée de Wavre 224A 4520 Wanze
<i>Tel</i>	+32 2 646 40 06	+32 85 61 39 61
<i>Web</i>	www.hoet-hoet.eu	www.champain.farm
<i>Mail</i>	ronane.hoet@hoet-hoet.eu	info@champain.farm
<i>Certifications éventuelles</i>	/	Boulangerie Bio certifiée par Certisys
<i>Soutiens publics éventuels obtenus</i>	/	/

Article rédigé par Sylvie Reversez avec le soutien du Fonds européen de développement régional.



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