

gyro:

JouéClub!

JouéClub change d'identité et de territoire de communication avec l'agence gyro:paris pour satisfaire l'exigence des enfants

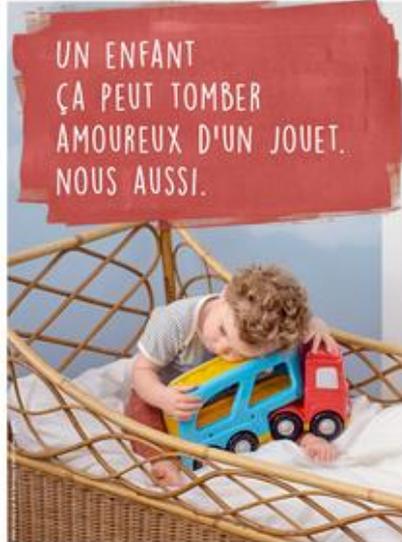
UN ENFANT ÇA DÉTESTE
ATTENDRE UN JOUET
TROP LONGTEMPS.
NOUS AUSSI.



Service Drive JouéClub.
JouéClub.fr

JouéClub!
Drive

UN ENFANT
ÇA PEUT TOMBER
AMOUREUX D'UN JOUET.
NOUS AUSSI.



Sélection exclusive
des meilleurs jouets.

JouéClub!
JouéClub.fr

Pour conserver sa position de leader et prendre une longueur d'avance sur le marché du jouet, JouéClub fait appel à l'agence gyro:paris pour revoir son identité visuelle et son territoire de communication.

Ce changement a pour objectif de permettre à la marque d'émerger fortement face à des concurrents de plus en plus agressifs et d'avoir une image plus en harmonie avec la dynamique de services de l'enseigne.

gyro:paris a travaillé en collaboration avec l'agence de design « les bons faiseurs » pour réaliser une identité visuelle dynamique, forte, impactante et distinctive.

- un nouveau logo plus affirmé qui s'installera sur les enseignes des magasins d'ici la fin de l'année 2016.
- Cette nouvelle identité se décline en magasins sur le papier cadeau, la sacherie, la papeterie et la carte magique.

Pour renforcer et affirmer son nouveau territoire et créer de la préférence, JouéClub lance une nouvelle campagne de marque qui s'appuie essentiellement sur ses nombreux services.

Pour ce faire, l'agence gyro a commencé par observer les enfants, longtemps, très longtemps,

car ce sont les clients les plus exigeants et qu'on ne peut pas les décevoir. Aujourd'hui parler de jouet ne suffit plus, il faut également réussir à exprimer tous les services que JouéClub propose. Ainsi, pour parler du Drive quoi de mieux que d'exprimer l'impatience des enfants ?

Pour ce faire, l'agence gyro a commencé par observer les enfants, longtemps, très longtemps,

car ce sont les clients les plus exigeants et qu'on ne peut pas les décevoir. Aujourd'hui parler de jouet ne suffit plus, il faut également réussir à exprimer tous les services que JouéClub propose. Ainsi, pour parler du Drive quoi de mieux que d'exprimer l'impatience des enfants ?



Cette campagne reflète la passion que JouéClub et les enfants ont pour les jouets depuis toujours et place la marque comme l'allié des parents.

Une campagne photographiée par Anaïs Kugel, une photographe mode spécialisée dans les enfants. Tout en élégance, elle a su capter l'authenticité, la fraîcheur, la passion et les excès des enfants face à diverses situations. Les visuels sont de véritables moments de vie volés par la photographe avec sincérité, humour et ironie.



Découvrez les coulisses du shooting

<https://vimeo.com/185722449>

Lancement en octobre en même temps que le nouveau catalogue de Noël de la marque.

Les 9 visuels de la campagne seront diffusés :

- en social media (Facebook) avec une ligne éditoriale participative
- dans l'ensemble des magasins JouéClub
- en affichage local

Pour installer le nouveau logo, l'agence et JouéClub ont réalisé des billboards TV qui seront diffusés sur TF1 lors des émissions : « C'est Canteloup », « 55 minutes Inside l'actu », « 55 minutes Inside Le Mag » et lors de « la fiction du lundi soir » du 17/10 au 23/12.