



La gamme Telegram se décline en 9 vins, dont 6 spécialités valaisannes



Marque vivante et souple, l'identité visuelle de MAYE se décline en diverses variantes

En profondeur

Le branding peut s'appliquer aussi bien à une entreprise qu'à ses produits. Pour preuve la démarche des *Fils Maye*, qui, 135 ans après leur fondation, deviennent tout simplement MAYE. Fait étonnant, l'ancienne appellation ne s'appuyait sur aucune réalité, puisque le fondateur, Léonide Maye, avait eu en réalité deux filles. Octane s'est chargé d'une refonte totale de la marque : nom, identité visuelle, univers graphique, tonalité verbale, typographie affirmée, ... Les personnages initiaux représentant un soldat et un prêtre, plus guère en phase avec notre époque, font place aux armoiries revisitées de la famille.



Cette démarche de re-branding de fond s'est également appliquée aux vins, avec notamment la création de deux nouvelles gammes, *Telegram* et *Extra Bleu Ciel*, chacune avec son positionnement très spécifique, ainsi qu'une mise à niveau des produits phares de la maison, sous la nouvelle appellation *Les Grands Ors*.

Telegram

Cette marque est née suite à un concours d'agences sur appel. Conçue de toutes pièces pour la grande distribution, elle s'appuie largement sur le storytelling des filles de Léonide Maye et de leurs pérégrinations viti-vinicoles à travers l'Europe, d'où elles envoient régulièrement des télégrammes à leur père pour lui faire part de leurs expériences et le rassurer.

Les Grands Ors

Fleur du savoir-faire de la cave, l'ancienne « gamme or » a été repensée de fond en comble : naming *Les Grands Ors*, création d'une bouteille originale gravée, habillage dépeuplé gage de haut de gamme, signature MAYE fortement assumée, le tout soutenu par un univers visuel spécifique.

Extra Bleu Ciel

Dernière née de chez MAYE, elle aussi destinée à la grande distribution, donc au libre service et vendue sans accompagnement ni conseil, la gamme *Extra Bleu Ciel* fait de chaque vin une carte postale du Valais qui attire le regard, suscite une émotion et donne envie de le goûter pour retrouver cette authenticité.

L'univers visuel des Grands Ors se déploie en une série d'illustrations représentant les grands domaines stylisés



Les illustrations originales de Gary Godel mettent en images une Suisse touristique fantasmée