



wallonie design

ENTREPRISE EN LUMIÈRE

// Juin 2016

DES COUILLES DE SINGE QUI S'EXPORTENT !

Il n'y a pas de singes en région liégeoise mais il y a des petits bonbons acidulés au goût de cerise appelés Couilles de Singe. Et depuis quatre ans, une liqueur produite par DBB Spirits à qui l'on doit déjà le fameux Zizi Coin Coin. Son image a été travaillée et dynamisée par l'agence montoise de design graphique ex nihilo qui lui a donné un style victorien séduisant de plus en plus d'amateurs.



Si le bonbon date de la fin du 19e siècle et est connu en région liégeoise, la boisson alcoolisée est plus récente et date du début des années 2010. « A l'origine, nous avons développé une boisson appelée Radical que les jeunes mélangeaient avec des boissons énergisantes et qui rappelait le goût de cerise de la Couille de Singe, c'est ainsi que nous avons songé à la nommer du nom du bonbon », rappelle Marc Picquet, directeur de DBB Spirits. « Le nom étant générique, nous avons déposé la marque. » Encore fallait-il donner à la nouvelle liqueur une identité qui la distingue sur le marché.



Avant

Après



C'est ici que l'agence de design graphique ex nihilo entre en scène. Basée à Mons, elle compte une demi-douzaine de personnes et se distingue assez bien dans le secteur agro-alimentaire. Elle compte ainsi une quinzaine de brasseries parmi ses clients. « Nous avons travaillé au départ de l'histoire du bonbon », explique son directeur, Luc Vandensteene. « Nous avons proposé d'une part une image victorienne avec un decorum old fashioned, et d'autre part un projet plus orienté BD mais très rapidement c'est la première option qui a été retenue. Elle s'inscrit parfaitement dans l'air du temps empreint par le vintage. » Et le succès est au rendez-vous tant auprès du public jeune à qui cette boisson fun s'adresse qu'au consommateur en général qui peut la retrouver chez de nombreux distributeurs.

« Deux choses expliquent son succès », poursuit Luc Vandensteene. « D'abord, le nom qui est sympa et déclenche le sourire dans le public en général et ensuite, le design qui lui colle à la peau. » Les Couilles de Singe ne se limitent pas au marché francophone mais ont également attaqué les marchés néerlandais et britannique sous le nom de Monkey Balls. Avec un design identique, si ce n'est que la petite histoire de la chique liégeoise n'est pas contée en anglais.

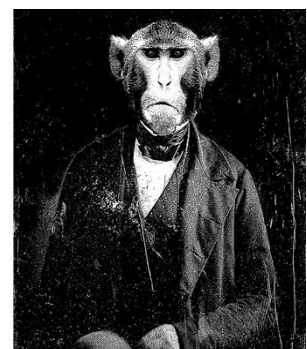
DBB Spirits entend bien surfer la vague et développer les Couilles de Singe à l'export tant via sa liqueur que via les bonbons pour lesquels elle a noué un partenariat avec des confiseurs qui ont adopté pour leur packaging l'image victorienne. Bien présente dans les pays voisins, l'entreprise d'Alleur vise dorénavant la grande exportation et espère doubler son taux à l'export dans les années qui viennent.



+



=





Pour conclure, quelques conseils :

1. Toujours être à l'écoute des consommateurs afin de répondre rapidement et efficacement à ses demandes même si elles sont inconscientes.
2. Lorsque le nom est fort, autant s'appuyer sur son histoire pour développer une identité originale et forte.
3. Si un produit rencontre le succès sur son marché, ne pas hésiter à prospecter d'autres pays tout en apportant de légères adaptations, si nécessaire, comme la traduction du nom en Monkey Balls, par exemple.

Guy Van den Noortgate pour Wallonie Design

DBB sprl, dir. Marc Picquet
ZI d'Alleur
Avenue du progrès 28
4432 Alleur
T 04 239 18 40
F 04 239 17 40
dbb@zizicoincoin.com
www.dbb-spirits.com

Ex nihilo, dir. Luc Vandensteene
Rue de la Houssière 7
7000 Mons
T 065 62 25 58
luc@exnihilo.be
www.exnihilo.be

Article rédigé grâce au soutien

