

## **Olymel dévoile sa nouvelle image de marque**

Boucherville, le 6 janvier 2025 – Olymel, leader de l'industrie agroalimentaire, annonce un changement majeur de son image de marque, marquant une autre étape importante dans l'évolution de l'entreprise.

### **Objectif de la transformation**

Le principal objectif est de mettre en lumière la qualité des produits d'Olymel, tout en rendant la marque plus visible, plus contemporaine et plus attrayante.

*« En changeant notre image de marque, nous avons voulu valoriser davantage la grande qualité de nos produits, déjà reconnus à l'international pour leur excellence. Il était essentiel que cette nouvelle image corporative reflète à la fois notre gage de qualité et le virage que nous avons pris, tout en respectant l'essence de ce qui fait notre identité. »* Daniel Rivest, Vice-président principal ventes et marketing.

### **Un logo repensé pour mieux répondre aux attentes des consommateurs**

En collaboration avec LG2, Olymel a ancré la nouvelle identité autour des couleurs emblématiques rouge et bleu, tout en simplifiant et rafraîchissant le logo pour en renforcer l'impact visuel. Une fois le design finalisé, des études ont confirmé que ce logo répondait aux objectifs de la compagnie et de la marque, avec des retours positifs de la part des consommateurs. *« 70% des décisions d'achat se confirment en lieu de vente. Pour une marque comme Olymel, il est vital que toutes ses expressions captent l'attention et génèrent la préférence des consommateurs afin de déclencher l'intention d'achat. Un logo percutant, articulé autour des acquis emblématiques de la marque sert de point d'ancrage d'où s'articulent l'ensemble du design et des composantes de la marque. Ainsi, une reconnaissance de marque accrue augmentera l'impact ainsi que la découvrabilité des produits en tablettes. »*, Stéphanie Martin, directrice principale conseil, LG2.

### **Un déploiement progressif**

La nouvelle identité sera déployée progressivement à travers tous les points de contact physiques et numériques de la marque, y compris les emballages, la publicité et les enseignes, qui seront également mis à jour au cours de l'année à venir. L'objectif est d'assurer une reconnaissance accrue de la marque et de favoriser un attachement émotionnel plus fort de la part des consommateurs.

### **Une évolution qui reflète le virage stratégique de l'entreprise**

Ce changement d'image s'inscrit dans un processus plus large de transformation d'Olymel, visant à refléter l'évolution de l'entreprise et à soutenir sa croissance. En augmentant la visibilité de la marque, Olymel espère non seulement renforcer sa position sur le marché, mais aussi augmenter les ventes de ses produits en améliorant leur perception auprès des consommateurs.

**Contact**

Margaux Hebbinckuys

Conseillère principale – Communications

[margauxhebbinckuys@olymel.com](mailto:margauxhebbinckuys@olymel.com)

Tel : 438 373 4327

**À propos d'Olymel**

Olymel est le chef de file canadien dans le secteur de la production, de la transformation et de la distribution des viandes de porc et de volaille. L'entreprise s'est donnée pour mission de nourrir le monde avec passion et avec des produits dont la qualité est irréprochable. L'entreprise possède des établissements de production et de transformation au Québec, en Ontario, en Alberta, en Saskatchewan et au Nouveau-Brunswick et emploie plus de 12 000 personnes. Son chiffre d'affaires annuel est de l'ordre de 4,5 milliards de dollars. L'entreprise commercialise ses produits principalement sous les marques Olymel, Pinty's, La Fernandière, Lafleur et Flamingo.