



DYNAMISEUR DE MARQUES

DYNAMISEUR DE MARQUES...

Notre objectif est de démultiplier l'impact de vos marques et d'accroître les ventes de vos produits, contribuer à la valeur ajoutée de votre entreprise par l'innovation, le management de la créativité et l'enthousiasme.

P' RÉFÉRENCE...

Une agence indépendante qui depuis dix-neuf ans a développé près de 6 000 produits grand public.

Bon nombre ont affiché des taux de croissance entre 20% et 40% de parts de marché.

UNE ÉQUIPE... 35 PERSONNES...

Qui s'investissent à vos côtés pour :

- Créer de nouveaux produits,
- Développer des innovations,
- Assurer votre succès.

LA FORME POUR FAIRE LA DIFFÉRENCE...

"Selon toutes les études de perception des produits en rayon, la forme du packaging est le premier élément qu'identifie le consommateur sur le linéaire. Alors que de nombreux marchés ont intégré cette donnée en se dotant d'un emballage au design original, adapté aux besoins de leurs consommateurs, la bouteille de vin semble rester immuable. Or, celle-ci est un acteur de la table. Elle est un reflet de nous-mêmes lorsque nous recevons et un accessoire décoratif et fonctionnel associé à l'art de la table à la Française. Depuis plusieurs années, nous proposons à nos clients des formes de bouteilles originales qui offrent une identité spécifique au produit, tout en respectant certains codes incontournables. Ainsi, nous démontrons que tradition n'est pas incompatible avec personnalité.", explique Didier Cosson, Directeur du Département Design Volume.

VIN DESIGN VOLUME

Le rayon "Vin" est l'un des plus encombré de la grande distribution. Véritable casse-tête merchandising, on y trouve pas moins de 400 références en hypermarché. Les prix de vente varient de 1 à 200 Euros. Il est bien difficile de s'y retrouver...

Côté packaging, rien n'est fait pour aider le consommateur. Tout est ultra codifié. Le design de la bouteille semble figé, comme gravé dans le marbre. Pour le profane, tous les packagings se ressemblent plus ou moins. D'autant plus que, quel que soit le réseau de distribution : cavistes, hypermarchés, VPC, il paraît impossible de bousculer l'image classique du vin Français. Cependant, face à une concurrence accrue venue de pays qui ne souffrent pas du poids du passé et qui osent l'originalité, il convient aujourd'hui de réagir.

C'est justement ce que Saint Gobain Emballage propose à ses clients. Depuis 1995, le verrier confie à P'Référence - Dynamiseur de Marques la création design des bouteilles de vin spécifiques qu'elle produit. Ainsi, l'agence accompagne l'industriel chez sa clientèle. Main dans la main, nous proposons "du sur-mesure" à des négociants, des Châteaux et des Caves collectives pour qu'elles se différencient mieux de la concurrence. Cette démarche a porté ses fruits et ce sont près de 100 bouteilles originales que nous avons créées de la sorte en moins de dix années.

Pour l'agence, il n'est pas question de désorienter le consommateur en faisant abstraction de tous ces repères. Bien au contraire, nous nous appuyons sur des valeurs traditionnelles pour les revisiter avec une touche de modernité et donner à la bouteille une forme attractive et discriminante.



RÉSULTATS

« Dans l'univers du vin constitué d'une multitude de références, le consommateur reconnaît immédiatement PREMIUS Bordeaux : la bouteille au losange. Son packaging singulier doublé d'une qualité unanimement reconnue dans la presse et les concours internationaux, a ainsi permis à PREMIUS Bordeaux d'acquérir sa légitimité tant en France qu'à l'Export : USA, Grande-Bretagne, Belgique, Allemagne... » conclut Cécile Baribeaud, chef de Produit.

**P' RÉFÉRENCE - DYNAMISEUR DE MARQUES
DONNE UNE IMAGE UNIQUE À CHAQUE BOUTEILLE
DE VIN TOUT EN CULTIVANT LA "FRENCH TOUCH"...**

