

**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 vingt ans a développé près de 8 000 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.

## EXPLOITER AU MIEUX LES CONTRAINTES...

*"Beaucoup de nos clients pensent que les contraintes techniques et les restrictions économiques liées à la fabrication de l'emballage sont des facteurs qui limitent la créativité et affectent inévitablement l'aspect attractif du résultat final. Cette crainte peut s'avérer justifiée quand les contraintes sont découvertes en fin de parcours créatif, au moment de réaliser le packaging. Cependant, il n'en est rien si tous les paramètres dits « limitant » sont clairement énoncés en amont et surtout, lorsqu'ils sont des composantes à part entière du brief marketing. Ce qui différencie l'artiste du designer packaging, ce sont justement les contraintes multiples qui président à sa création. Pour nous, elles sont la matière première de nos créations. Notre rôle est de bien les identifier, de les maîtriser afin de les exploiter intelligemment pour apporter des solutions créatives pertinentes qui répondent à l'ensemble des objectifs, tant en matière marketing, que technique et économique... ",* explique Fabrice Peltier.

## FREITAG, PACKAGING

Numéro Un français des peintures anti corrosion, Freitag, est une marque professionnelle qui jouit d'une solide réputation. Un grand nombre de chantiers prestigieux sont réalisés avec les peintures Freitag. Le viaduc de Millau, pour ne citer que lui, a été peint avec la marque. Fort de son succès et de sa notoriété dans le secteur de l'anti corrosion, Freitag souhaite désormais se développer sur la cible professionnelle des PME et des artisans avec des conditionnements adaptés. Afin de tenir compte de l'outil industriel et d'optimiser la gestion des emballages, il a été choisi de développer des "passes partout".

Aussi, Freitag a demandé à P'Référence - Dynamiseur de Marques de concevoir des bidons communs par famille de produit et d'imaginer un principe d'étiquetage qui permette de personnaliser de façon claire et visuelle chaque produit. L'agence a su proposer des solutions créatives séduisantes qui s'inscrivaient dans ces contraintes draconiennes.

## RÉSULTATS

*"Les deux nouveaux packagings développés par P'Référence ont permis de donner une identité forte à la nouvelle gamme "Fer et Sol" de Freitag. Malgré les contraintes que nous avons imposées, l'esthétique et l'efficacité sont au rendez-vous...",* commente Pascale de Lamajorie, Responsable du développement chez Freitag



Deux décors de bidon neutres, un fer et un sol sont déclinés en plusieurs formats (1). Ce sont les étiquettes recto, en une seule couleur plus du blanc, sur un support transparent qui permettent de personnaliser chaque référence (2). Les gencods et les teintes sont imprimés en jet d'encre après l'étiquetage. Les étiquettes verso sont imprimés sur un support blanc en une seule couleur.



**P' RÉFÉRENCE - DYNAMISEUR DE MARQUES JOUE AVEC LES CONTRAINTES POUR DONNER À FREITAG DES COULEURS À MOINDRE COÛT...**