

**DYNAMISEUR  
DE MARQUES**

**OUBAC**

DOUCHE CRÈME

Rituel  
Nourrissant

200

## 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.

## RECRÉER LE RÊVE ET LE PLAISIR...

*"Dans les années 1970, OBAO se lance dans une véritable saga publicitaire. Sous des airs de musique asiatique, la marque nous montre une femme s'immerger sensuellement dans un bain moussant coloré. L'ambiance est lente, précise et raffinée. Seules les Geishas connaissent les secrets d'une telle subtilité... Au fil des films, OBAO a affirmé ses origines : le pays du soleil levant ; et a construit son image : la délicatesse et les bienfaits de l'art du bain. Cependant, lancements après lancements, les packagings de la marque se sont trouvés en décalage avec cette communication forte et porteuse. Le discours principalement axé sur le thème du soin est devenu technique, voire scientifique. Le rêve et le plaisir ont disparu. Notre mission a consisté à redonner aux packagings une pointe de mystère et une touche d'exotisme, tout en conservant les valeurs bénéfiques d'un soin corporel. Ainsi, OBAO retourne à sa source... ",* explique Fabrice Peltier.

## DOUCHES OBAO, PACKAGING

Obao est une marque historique bien ancrée dans le cœur des Françaises. Créateur du marché des bains moussants dès 1963, Obao a ensuite offert à des générations de femmes tous les bienfaits de ses produits inspirés des traditions japonaises : les premiers déodorants Fraîcheur Sèche en 1972, puis les gels douche en 1975.

La marque, forte d'un imaginaire bien installé grâce à sa saga publicitaire, est plus que jamais légitime pour répondre aux aspirations des femmes de plus en plus sensibles aux cultures, aux philosophies et à l'art de vivre raffiné d'Extrême Orient. En partant de son ancrage dans l'univers subtil de "l'Art du Bain Japonais", la marque retrouve ses origines. Elle se redéploie sur ses valeurs fondatrices et valorise ainsi les gestes quotidiens des femmes : plus que de simples gestuelles d'hygiène, elle leur offre de véritables Rituels de Beauté.

Lorsqu'un nouveau concept est fort, qu'il est étayé par une saga publicitaire riche et fondatrice, le packaging se doit de relayer le message de la marque sur le point de vente. C'est précisément ce que les créatifs de P'Référence - Dynamiseur de Marques ont cherché à faire en illustrant les rituels de préparation des nouvelles formules des douches Obao. Plus qu'une douche crème, le produit devient un rituel de soin et de beauté aux parfums raffinés.

## RÉSULTATS

*"Les nouveaux décors développés par P'Référence nous ont véritablement permis de traduire notre nouvelle plate-forme de marque : les Rituels de Beauté. Le graphisme et le travail des couleurs des flacons ont rendu nos nouvelles douches beaucoup plus féminines, plus raffinées et plus haut de gamme. Le nouveau logotype Obao réaffirme tout le statut de la marque et sa puissance"* commente Minh Tran-Kim, chef de groupe Obao.



## LES CLEFS DU PACKAGING

La symbolique du soleil levant associé au logotype de la marque

La traduction en japonais du bénéfice principal, lié au rituel

Le nom de l'ingrédient préparé et son action sur la peau

Des flacons nacrés pour communiquer le soin des textures crèmes des formules

Le Rituel et le bénéfice : clé d'entrée pour valoriser l'usage de la douche

Le visuel de l'ingrédient brut et le récipient qui contient le résultat de sa préparation

**AVEC P' RÉFÉRENCE – DYNAMISEUR DE MARQUES LA DOUCHE OBAO DEVIENT UN RITUEL DE BIEN-ÊTRE TOUT DROIT VENU DU SOLEIL LEVANT...**