

**DYNAMISEUR  
DE MARQUES**



**mno**  
*Saint*  
**Antonin**  
EAU MINÉRALE NATURELLE  
SANS NITRATE\*

**Ca**

RICHE EN  
MAGNÉSIUM  
ET CALCIUM

## 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.

## DES PROPRIÉTÉS ET UN IMAGINAIRE...

« Une nouvelle marque qui souhaite prendre une place significative sur le marché déjà bien encombré des eaux minérales, se doit de communiquer au consommateur un message fort et clair. Les caractéristiques chimiques de l'eau sont un élément discriminant pour échafauder le discours ; toutefois, il ne faut pas négliger d'entretenir une part de rêve sur l'origine de la source. En effet, le positionnement d'une eau minérale naturelle se définit, avant tout, en fonction des bienfaits prouvés scientifiquement que ses ingrédients procurent aux consommateurs. Plus l'eau est typée, plus l'indication de ses spécificités doit être précise. La nature des minéraux, des oligo-éléments contenus dans l'eau, les bénéfices qu'elle offre, doivent figurer clairement sur le packaging. Cependant, il convient d'éviter de prendre le risque de présenter cette eau comme un produit pharmaceutique. Boire est avant tout autre chose un plaisir : celui de se désaltérer avec un produit sain et naturel. Adopter une eau minérale c'est aussi faire le voyage virtuel vers un site thermal, un lieu chargé d'histoire où coule une eau vive et bienfaisante depuis des millénaires. L'onirisme accompagne alors les informations factuelles... », explique Fabrice Peltier.

## SAINT ANTONIN IDENTITÉ VISUELLE ET PACKAGING

Dans les gorges de l'Aveyron, à Saint-Antonin-Noble-Val, au cœur d'un site protégé dans la ville thermale, coule une eau minérale d'une pureté exceptionnelle et d'une composition exemplaire. Riche en calcium et en magnésium, sans la moindre trace de nitrate, cette eau minérale convient parfaitement aux besoins physiologiques des jeunes seniors. Elle leur apporte les minéraux indispensables à leur âge. Le groupe indépendant Saint Amand, quatrième minéralier français, propriétaire de cette source, puisée depuis plusieurs siècles pour le bien-être de la population locale, souhaite désormais la diffuser à l'échelon national. L'eau minérale de Saint Antonin n'a pas d'identité visuelle, cependant, elle possède un nom évocateur et jouit d'une formule très caractéristique qui contient des ingrédients connus et recherchés pour leurs bienfaits.

C'est à P'Référence – Dynamiseur de Marque, que le groupe Saint Amand a confié la mission de concevoir l'identité visuelle et le packaging de cette eau minérale à forte personnalité pour qu'elle puisse s'inviter à la table des consommateurs seniors.

L'agence a proposé d'incarner Saint Antonin en créant un ange bienfaiteur et de souligner les atouts santé de l'eau via la mise en exergue des symboles chimiques de ses principaux ingrédients : le magnésium et le calcium.

## RÉSULTATS

« Notre produit rencontre un grand succès sur le terrain, tant auprès des chefs de rayon, que des consommatrices. Il a été immédiatement référencé dans un grand nombre de centrales : Casino, Cora, Match, Leclerc et Intermarché. Grâce à l'impact et la clarté de son packaging, les spécificités de l'eau sont immédiatement comprises par sa cible féminine. », commente Olivier Chanteraine, Directeur Marketing de la Société des Eaux Minérales Saint Amand.

Saint  
Antonin



## LES CLEFS DU PACKAGING

Mise en avant de la richesse en magnésium et en calcium avec les symboles chimiques «mg» et «ca» traités en deux couleurs

En arrière plan du logotype, une représentation d'un ange : Saint Antonin

Un fond en couleur lumineux qui converge autour de la marque

L'indication en toutes lettres des spécificités de l'eau

P' RÉFÉRENCE DONNE NAISSANCE À UN « ANGE DE JOUVANCE » POUR SAINT ANTONIN...