

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... 25 PERSONNES...

Qui s'investissent à vos côtés pour :

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

EN OFFRIR TOUJOURS PLUS...

« Pour endiguer la banalisation de leur offre, les grandes marques se doivent de proposer chaque jour un peu plus à leurs clients et de se différencier encore plus singulièrement par rapport à tous leurs concurrents. Ce principe de base qui n'a rien de nouveau, qui peut même être qualifié de « vérité de Lapalisse », est cependant, plus que jamais d'actualité sur les marchés très concurrentiels de la grande distribution. La majorité des consommateurs déclare que tous les produits d'une même famille sont quasiment identiques ! Ce constat est particulièrement vérifiable dans le rayon des jus de fruits, secteur sur lequel les marques de distributeurs jouissent d'une part de marché de plus de 50%, avec des gammes de produits standards de bonne qualité. Il apparaît impératif que les marques apportent un plus significatif, tant à leur offre qu'à leur présentation. Pour marquer sa différence, Pampryl a opté pour la « premiumisation » et l'innovation. Cette marque qui jouit d'une très bonne image et d'une forte notoriété, peut sans complexe revendiquer une réelle expertise qui lui permet de garantir la qualité de ses jus et l'origine de leur matière première. » explique Fabrice Peltier.

PAMPRYL PACKAGING

Après avoir connu une période sans grande actualité, Pampryl, l'une des plus anciennes marques de jus de fruits française, a décidé de reprendre la parole avec un nouveau positionnement et des produits innovants. La marque propose désormais une offre de jus premiums, pressés à partir des meilleurs fruits du monde.

C'est à P'Référence - Dynamiseur de Marques que l'équipe marketing Pampryl a demandé de traduire cette nouvelle promesse sur ses packagings. Dans un premier temps, l'agence a recommandé à la marque de modifier son logotype, afin d'y ajouter la mention « depuis 1926 », gage de savoir-faire, mais aussi pour qu'il communique plus de naturalité et de fraîcheur. Puis, elle a souhaité accroître sensiblement son impact visuel pour permettre une meilleure expression de la spécificité de chaque produit sans pour autant affaiblir la reconnaissance de la marque.

Ainsi Pampryl signe désormais deux familles de jus de fruits distinctes :

Sélection

- Une gamme premium, réalisée à partir des meilleurs fruits, dont l'origine est clairement identifiée.

Délices de Fruits

- La première gamme de smoothies (purée de fruits mixés) en France, dans le rayon des jus ambiants. Une nouvelle sensation de jus plus onctueux pour de nouveaux instants de consommation.



LE LOGOTYPE



Un logotype qui évoque plus de fraîcheur et de naturalité avec un impact renforcé

