

Interbrand accompagne Beauté Prestige International

BEAUTE
PRESTIGE
INTERNATIONAL

Communiqué de presse – Paris, 29 août 2011

De face, de profil Une « belle gueule », la silhouette d'un corps d'homme, le nouveau parfum pour homme de la marque Jean Paul Gaultier affiche sans complexe sa silhouette ultra virile.

Après « LE MALE », les parfums Jean Paul Gaultier révèlent avec créativité la personnalité de l'homme avec leur nouveau parfum.

KOKORICO ! voici le nouveau cri de tous ceux qui veulent afficher leur côté ultra masculin. Le nom se déploie avec panache dans un rouge flamboyant. Le flacon, imaginé par Beauté Prestige International et l'agence Interbrand, joue la surprise, un thème cher à la marque Jean Paul Gaultier : une tête d'homme aux traits saillants de face se transforme sans équivoque en silhouette de profil. Avec sa forme surprenante et sa matière noire au toucher sensuel, KOKORICO tient davantage de la sculpture que du simple contenant.

La célébriissime boîte de métal est revisitée pour prendre des airs de boîte à film. L'ensemble de la PLV emprunte également aux codes du cinéma : murs d'écrans, le tout dans une ambiance noire et rouge puissante, énergisante et un brin macho !

Disponible à partir de septembre 2011 en France et dans le monde entier dès mars 2012.

Contact Presse :
Camille Besle
01 55 57 06 49
cbesle@pressbook-rp.fr



Crédits photo : BPI

A propos d'Interbrand

Interbrand a été créé en 1974 à une époque où tout le monde considérait que la marque n'était qu'un nouveau terme pour parler de logotype. Nous avons changé la vision du monde sur les marques et sur leur management en créant et gérant les marques comme un véritable actif de l'entreprise.

Avec près de 40 bureaux dans le monde, nous constituons le plus grand groupe de conseil sur les marques. Nous rassemblons une grande diversité d'experts qui nous permettent de combiner rigueur analytique et créativité. Possédant la plus grande présence internationale, nous offrons à nos clients davantage d'écoute et d'expertises en lien avec leurs problématiques. Nous créons et gérons la valeur de la marque en positionnant celle-ci au cœur même des enjeux stratégiques de l'entreprise. Le réseau est notamment reconnu pour son étude annuelle, les Best Global Brands, comme l'un des 3 classements les plus influents auprès des dirigeants d'entreprise.

A Paris, Interbrand conseille notamment les marques : Accor, AXA, Baccarat, Carrefour, Constellium, Danone, Dim, EDF, Essilor, Fnac, Gemalto, Beauté Prestige International, McDonald's, PPR, Rémy Martin, Roland Garros, Schneider Electric, SFR, Vallourec, Wrigley ...

Plus d'informations : www.interbrand.com
www.brandchannel.com

Creating and managing
brand value™

Interbrand