

INFORMATION PRESSE

MOBALPA

Unique, comme vous.



Mobalpa ose.

Épaulée par l'agence Jésus & Gabriel, Mobalpa, marque historique de l'ameublement made in France, se remet en question et bouscule ses codes via à une campagne marketing ultra contemporaine. Une nouvelle baseline, une esthétique et un contenu entièrement repensés qui feront mouche auprès d'une cible friande d'inspiration, de nouvelles tendances et d'une interaction toujours plus grande avec ses marques de prédilection.





Paris, le 30 mai 2018.

Depuis quelques années, la maison est au cœur de toutes les attentions. Valeur-refuge par excellence, lieu à la fois miroir et cocon, la maison représente un investissement émotionnel et financier fort. Reflet de la personnalité de chaque individu, la maison est un espace privilégié à inventer, où chaque individu reçoit et s'ouvre au monde extérieur.

Mobalpa l'a bien compris en adoptant sa nouvelle signature : « **Mobalpa. Unique, comme vous.** ». L'enseigne, réputée pour la qualité de ses aménagements sur-mesure made in France, souhaite répondre aux attentes personnalisées des consommateurs actuels tout en ciblant une clientèle plus jeune et exigeante, avide d'inspiration et de nouvelles tendances.

Pour faire rayonner cette nouvelle image, Mobalpa a fait appel au talent de l'agence Jesus & Gabriel qui s'est appuyé sur le positionnement et le territoire d'expression de Mobalpa : une enseigne dédiée aux attentes spécifiques et personnalisées de sa clientèle.

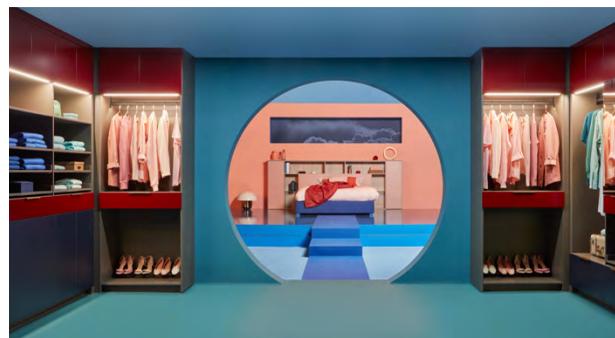
Cette nouvelle campagne réaffirme la singularité de Mobalpa sur le marché des cuisinistes et s'articule autour de plusieurs piliers :

1. Une nouvelle publicité tournée à Lisbonne, à la scénographie iconique et haute en couleurs, aux clins d'œil artistiques et culturels à Dali, Magritte ou encore Lewis Carroll. Un couple évolue à travers cinq aménagements – une cuisine, une salle de bains, une chambre, un dressing, une bibliothèque – qui sont les acteurs principaux de cette nouvelle publicité. Autour d'eux les deux personnages s'adonnent à une partie de cache-cache qui ouvre le champ des possibles...

2. Un message de marque qui s'appuie sur l'unicité de Mobalpa : un positionnement premium dans un univers design et épuré, qui met en lumière les agencements, les couleurs, le design qui font la différence dans chaque projet. Un message disruptif afin de changer l'image de marque.

3. Une approche personnalisée et un dialogue complice et interactif avec la cible grâce à une campagne digitale plus affirmée : stories inspirantes sur Instagram, battles sur Facebook, newsletters thématiques...

Une stratégie qui colle davantage à l'air du temps, dans le fond comme dans la forme, avec une esthétique graphique, une palette de couleurs intenses et un discours qui assume sa french touch, à la fois raffinée et décontractée.



**Découvrez le film publicitaire
en avant-première :**

Identifiant de connexion :
<https://www.mobalpa.fr/uniquecommevous/>
Mot de passe : NewVision

MOBALPA

Unique, comme vous.

Spécialiste de la cuisine, du bain et du rangement, Mobalpa appartient au groupe Fournier. La société voit le jour en 1907, lorsque Eugène Fournier fonde son atelier d'ébénisterie près de Thônes (Haute-Savoie). La marque est créée en 1949 par ses fils Marcel et Paul, qui proposent alors des cuisines par éléments. Dans les années 1970, l'enseigne propose les premières cuisines intégrées et innove. En 1992, Mobalpa étoffe son offre avec la salle de bains et les accessoires (Mobalpa Sélection). L'offre est complétée dans les années 1990 avec les meubles de rangement, avec un axe fort autour du sur mesure. Soucieuse de la qualité, Mobalpa obtient en 2002 la certification ISO 9001 (version 2000) pour son système de management de la qualité, et est certifiée ISO 14001 pour son management environnemental. La marque a reçu de nombreuses récompenses : Observateur du design, prix Entreprises & Environnement, AQT (Association Qualité Totale dans l'Ameublement) ... le réseau Mobalpa compte aujourd'hui 339 points de vente dans le monde (dont 244 en France) et a réalisé un chiffre d'affaires de 493 millions d'euros en 2017.



SERVICE PRESSE
Claire Lerisson — c.lerisson@rpca.fr
Marie Ceillier — m.ceillier@rpca.fr
01 42 30 81 00