

Communiqué de presse
15 janvier 2024

Ogilvy × MOBALPA
Unique, comme vous.

Mobalpa et Ogilvy Paris pour la vie

À la suite d'un appel d'offres, Mobalpa a choisi Ogilvy Paris pour créer sa nouvelle plateforme de marque qui se déploie dès le 14 janvier en TV, radio, print et social.

Depuis les confinements successifs et la généralisation du télétravail, 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. Reflet de la personnalité de chaque individu, la maison est un espace privilégié à inventer, où chacun reçoit et s'ouvre au monde extérieur. Alors au moment d'investir, les Français hésitent entre le choix du beau avec des produits reconnus pour leur design affirmé et leurs matières raffinées et le choix de la raison avec un besoin d'ergonomie, de fonctionnel et de longévité.

Inutile de faire un choix. Mobalpa le prouve chaque jour en réconciliant le beau et l'usage, le style et la durabilité, grâce à ses conceptions de haute qualité fabriquées au cœur des Alpes, pensées pour la vie et à l'épreuve de la vie.

Épaulée par l'agence Ogilvy Paris, Mobalpa transpose toute sa singularité dans une nouvelle campagne marketing qui bouscule les codes du secteur et qui saura séduire une cible en quête d'inspiration, d'audace et de confiance.

Ainsi, les trois films, réalisés par Bart Timmer (Production Henry), sont une ode à la somptuosité des meubles, à l'élégance des lignes et à la beauté des matières, une ode soudainement et humoristiquement interrompue par la fulgurance de la vie quotidienne.

«La tension née de notre désir du beau mais de la peur de l'abîmer nous a naturellement conduits à un carambolage entre des narrations formellement très soignées, à la limite des codes du luxe et de la pure comédie. Le résultat est cette campagne singulière qui repositionne Mobalpa au plus proche de ce qu'elle est, une grande marque premium au cœur de la vie des Français.» déclare **Benjamin Bregeault**, executive creative director chez Ogilvy Paris.

« Nous sommes fiers de porter cette nouvelle campagne "Des cuisines pour la vie" qui incarne notre promesse de durabilité à travers des espaces bien agencés et des designs qualitatifs. La nouvelle

campagne vise à sublimer nos produits en mettant en avant, certes, leur beauté mais surtout leur qualité en contrastant avec des scènes d'épreuves de vie quotidienne au ton décalé, humoristique et percutant. Un parti pris distinctif qui saura, sans aucun doute, créer un lien émotionnel fort entre Mobalpa et son public.» annonce **Frédéric Pluyaud**, Directeur d'enseigne Mobalpa

Le premier film "Cuisine" sera diffusé dès le 14 janvier, les deux autres "Dressing" et "Bibliothèque" le seront en 2024 sur les grandes chaînes nationales.

À PROPOS DE MOBALPA :

Mobalpa est une entreprise pionnière sur le marché de l'aménagement global de l'habitat, implantée depuis toujours au cœur des Alpes, en Haute-Savoie (à Thônes). Les plus de 75 années d'expérience en France et à l'international de la marque, née en 1948 d'une entreprise familiale d'ébénisterie créée en 1907, lui confèrent un savoir-faire unique. Mobalpa offre des services de conception, fabrication et installation d'agencements personnalisés et clés en mains. Elle intervient principalement dans les projets de cuisines, salles de bains et dressings mais ses produits d'aménagements sur-mesure, fonctionnels et delco lui permettent de s'étendre à l'ensemble des pièces de la maison.

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 : Observer du design, prix Entreprises & Environnement, AQTA (Association Qualité Totale dans l'Ameublement). Le réseau Mobalpa compte aujourd'hui 278 points de vente dans le monde (dont 235 en France) et a réalisé un chiffre d'affaires de 486 millions d'euros en 2022.

À PROPOS D'OGILVY PARIS :

Ogilvy inspire les marques et les individus à avoir un impact sur le monde. Depuis la fondation de l'agence en 1948 par David Ogilvy, elle crée des idées emblématiques, populaires, culturellement innovantes, créatrices de valeur et porteuses de valeurs pour ses clients. Son leitmotiv, « Borderless creativity », lui permet de s'inscrire dans la lignée de ce riche héritage. Ses experts opèrent à la croisée de la publicité, de l'Expérience, des relations publiques, de l'influence et du consulting dans 131 bureaux répartis dans 93 pays. Ogilvy est une société du groupe WPP (NASDAQ: WPPGY).

Ogilvy Paris, le bureau français, regroupe un collectif de 250 talents qui imaginent des solutions créatives hybrides et innovantes en France et à l'international pour des marques, des institutions et des entreprises emblématiques telles que Accor, Allianz, Coca-Cola, Décathlon, Herta, Ikea, Michelin, Milka, Vittel, Perrier, Tinder, World Food Programme.

Ogilvy Paris revendique avec fierté son ouverture d'esprit et ses engagements en faveur de plus de diversité, d'égalité et d'inclusion dans les métiers de la communication et plus largement dans la société.

OGILVY PARIS :

Presidents : Matthieu Elkaim & Mathieu Plassard
Chief Creative Officer : Matthieu Elkaim
Executive Creative Director : Benjamin Bregeault
Business Director : Thomas Crouzet
Strategic Planner : Johanna Camenen Djian
Art director : Clémentine Guillope
Copywriter : Noémie Triau

CONTACTS :

Delphine Mazeau delphine.mazeau@ogilvy.com - Charline Lesieur charline.lesieur@ogilvy.com