

keep on keeping

un an après le lancement de la nouvelle marque

keeper donne un signal (d'innovation)

Stemwede, février 2017. Il y a un an qu'OKT, le spécialiste du plastique et leader du marché, est devenue keeper. Et une marque commerciale pure est ainsi devenue une marque émotionnelle grand public. Le salon Ambiente 2016 de l'année dernière a marqué le lancement initial de la marque. Après avoir travaillé avec une grande énergie au développement de la marque au cours de l'année, keeper présente les premiers résultats exactement un an plus tard lors de l'Ambiente 2017. Les visiteurs du stand de keeper (Halle 5.1, Stand B 40) peuvent se réjouir de nombreuses innovations de produits et d'éléments interactifs.

En tant que principal salon des biens de consommation dans le monde, Ambiente est très important pour keeper. C'est pourquoi il a été choisi consciemment de présenter la nouvelle marque lors de l'Ambiente 2016. Avec sa présence au salon de cette année, le spécialiste des solutions de rangement et d'articles en plastique pour la cuisine et les enfants s'inscrit dans cette continuité: keeper présente tous les nouveaux concepts de produits innovants dans le cadre de l'Ambiente 2017. Ils captivent par leurs nouvelles formes, leurs couleurs modernes et élégantes et les détails individuels des produits. Ceux-ci procurent toujours une utilité supplémentaire aux clients et se distinguent des autres articles habituels du marché. Bien entendu, ce sont tous de vrais keeper, qui ont ceci en commun: ils aident volontiers à la maison.

tout n'est qu'une question d'organisation

Tout nouveau dans la famille keeper, jonas, qui transforme chaque bureau en un véritable joyau. Cette petite corbeille superposable maîtrise bien le chaos (des fiches) avec sa fonction antidérapante. En fait, la prise de papier devient par ce biais un vrai jeu d'enfant. Ce que jonas peut, mirko le peut aussi, mais en renonçant aux composants souples (élastomère). Il n'en est pas moins fonctionnel, seuls l'habit visuel et la capacité antidérapante diffèrent.

le plaisir doux de l'achat

Soyons honnêtes: il est vraiment désagréable de traîner des sachets lourds et inconfortables après les courses hebdomadaires. Trop souvent, ils coupent douloureusement la main ou coincent les doigts. Cela ne doit pas forcément durer, car keeper propose une solution charmante avec lea. lea est un ladyshopper stable, mais justement plus doux aussi. La boîte pliable stable est équipée de poignées confortables et douces au toucher. Elle permet de porter commodément jusqu'à 40 kg. Les côtés pliants sont décorés de motifs floraux fins et confèrent à la boîte une touche féminine avec des combinaisons de couleurs modernes white/berry ou aquamarine/taupe. Si le poids des achats devait encore augmenter, ben est encore au rendez-vous avec une capacité portante de jusqu'à 50 kg. Ces deux produits sont équipés d'une solution de poignée brevetée unique en son genre.



contact pour la presse

Martina Goldstein
Directrice du marketing
martina.goldstein@keeper.de

tél +49 5773 801-23
fax +49 5773 801-50
info@keeper.com
keeper.com

keeper GmbH
postdam 43
32351 stemwede
allemagne

le flair de keeper pour l'ordre

Pour le segment de la cuisine, keeper présente le développement des accessoires de cuisine, comme le verre doseur mario et le pichet doseur massimo, qui, tous deux, revêtent un habit noir classique et fixent la mesure à un haut niveau. Exactement comme matteo, le classique, avec son presse-citron intégré, sa protection contre les éclaboussures et sa fonction antidérapante.

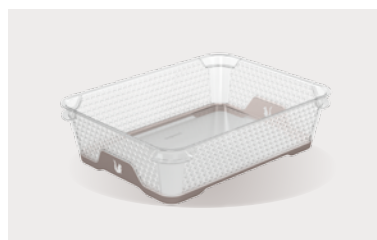
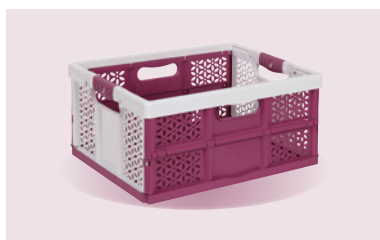
keep on keeping

« L'Ambiente est notre principale plate-forme d'échange avec nos clients internationaux. Nous nous réjouissons énormément à l'idée de présenter les développements de **keeper** à nos partenaires commerciaux », déclare Mike Carlos Wolf, porte-parole de la direction. D'autres mesures, familiarisant le client final avec la nouvelle marque, comme par exemple une communication active sur les canaux des réseaux sociaux ou des actions sur les PdV, sont mises en œuvre efficacement après élaboration de la conception et de la stratégie. « Nous faisons tout pour faire connaître notre marque et nos produits auprès du consommateur et ce, tant au niveau de la technique que de la communication et de l'information, entre autres avec des catalogues, des éléments attirant fortement l'attention sur le PdV, mais également en étant présents en ligne et sur les réseaux sociaux. Nous sommes convaincus que tous profiteront à long terme de la nouvelle marque **keeper**: aussi bien le commerce que les clients et **keeper** en tant que marque », selon la perspective ouverte par Wolf.

keeper : la marque de consommation émotionnelle

La nouvelle architecture de la marque et la promesse de **keeper** s'expriment déjà dans son nom. Chaque « e » représente l'une des quatre promesses de la marque: **everybody, everything, everywhere – enjoy living!** En effet, les produits **keeper** sont pour chacun, pour tout et partout. Et ils ont un objectif: être utiles à ceux qui les utilisent. Faciliter leur quotidien et leur apporter de la joie. **keeper** est un « style de vie » et tous ceux qui partagent cette idée sont de vrais **keeper**. Le large éventail de produits a été classé selon les quatre espaces thématiques **home, kitchen, storage** et **kids** qui garantissent une structure et une clarté facile à comprendre avec leur propre couleur, leur élément visuel distinctif et leur affirmation. L'emblème de la marque mot-image constitue également un motif émotionnel et symbolique: un écureuil qui incarne la qualité de la conservation et est populaire chez petits et grands.

Nous avons éveillé votre curiosité ? Venez nous rendre visite au salon et découvrez-en davantage sur notre stand **B 40** dans la halle **5.1**.





keep on keeping le groupe

keeper compte parmi les plus grands fabricants européens de produits ménagers innovants en plastique de haute qualité. En tant que partenaire commercial, nous répondons non seulement aux attentes en matière de produits, mais également de livraison et de service tout en offrant une qualité fiable. Plus de 500 collaborateurs travaillent sur nos deux sites de production à Stemwede en Allemagne et à Bydgoszcz en Pologne. De plus, nous travaillons également avec des partenaires et distributeurs dans d'autres pays.

En tant que moyenne entreprise, nous tenons compte des particularités régionales avec une grande flexibilité tout en respectant les normes internationales. Notre critère le plus important est d'être au service du consommateur.

informations supplémentaires
keeper.com

contact pour la presse
Martina Goldstein
Directrice du marketing
martina.goldstein@keeper.de

tél +49 5773 801-23
fax +49 5773 801-50
info@keeper.com
keeper.com

keeper GmbH
postdam 43
32351 stemwede
allemagne

