



PARLEZ-VOUS FRANÇAIS ? OLD SPICE PRESENTE SA NOUVELLE RED COLLECTION DE PARFUMS HAUTS DE GAMME POUR DES HOMMES D'EXCEPTION AVEC SA TOUTE PREMIERE PUBLICITE EN FRANÇAIS

Grande première de la nouvelle campagne d'Old Spice au cours de la 60e cérémonie annuelle des prix GRAMMY avec une parodie ridicule des publicités pour les parfums de luxe

CINCINNATI (29 janvier 2018) - Pour célébrer son 80e anniversaire en tant que marque de produits de soins la plus virile au monde, Old Spice fait les choses en grand avec une campagne publicitaire incomparable, en français, pour lancer les parfums hauts de gamme de sa nouvelle Red Collection pour les hommes d'exception... dans l'allée des produits de soins pour hommes. Développée par les experts en parfumerie de Procter & Gamble (P&G), la Red Collection d'Old Spice s'inspire des tendances de la parfumerie de luxe et s'enrichit d'ingrédients de qualité supérieure et de la toute nouvelle « technologie de fragrance anti-atténuation » offrant tous les avantages d'un parfum longue durée. La Red Collection d'Old Spice est offerte en antiperspirants, désodorisants, nettoyants pour le corps, vaporisateurs pour le corps et shampoings, prouvant qu'il est possible pour tous les hommes de vivre quotidiennement une expérience parfumée, sans pourtant devoir vider leur portefeuille.

« Avec notre nouvelle Red Collection et sa campagne publicitaire, Old Spice ébranle la croyance selon laquelle les parfums hauts de gamme ne se retrouvent que dans les luxueux flacons des luxueuses maisons de parfumerie françaises et ne sont offerts qu'à des prix exorbitants, explique Janine Miletic, directrice de la marque Old Spice à Procter & Gamble. « Après tout, nous comptons parmi notre équipe certains des parfumeurs les plus reconnus au monde, et nous sommes ravis de démocratiser le parfum haut de gamme en proposant, dans les rayons de produit de soins pour hommes comme aux Grammy Awards, des fragrances inspirées de la parfumerie de luxe. »

Old Spice présentera en grande première sa nouvelle parodie humoristique des publicités de parfums luxueux, « Le chandail rouge », laquelle est entièrement en français, au cours de la télédiffusion des prix Grammy le 28 janvier. Dès aujourd'hui, les amateurs peuvent visionner la publicité francophone et sa version entièrement traduite sur la chaîne YouTube d'[Old Spice](#). La campagne publicitaire continuera le mois prochain avec le lancement d'une deuxième publicité, « Marco Love-O ».

Développée par Wieden + Kennedy (Portland), cette campagne manie habilement l'humour théâtral et met en avant le slogan « Nous créons des parfums... pour hommes » afin de renforcer la réputation de la marque en matière de fragrances, en plus de rappeler que nos parfums sont accessibles à tous les hommes, quel que soit leur statut social ou la langue qu'ils parlent :

- **« Le chandail rouge »** (60 secondes) – Une magnifique femme française est assise près d'un foyer. Elle pense à un homme qu'elle a jadis connu qui portait Old Spice... elle l'imagine à bord de son bateau après une douche rafraîchissante à l'aide du nettoyant pour le corps Captain d'Old Spice. Heureusement, elle a avec elle son chandail rouge pour se

souvenir de lui. Soudainement, quelque chose se produit. Elle s'élance dans une quête désespérée. « Old Spice! Old Spice! », s'éclame-t-elle. Rapidement, « Old Spice » fait écho à travers le village. La publicité fait un crescendo et une musique théâtrale se fait entendre. Enfin, au détour d'une rue, elle est réunie avec le parfum qu'elle désire... son Captain. Et ce chien de fripon, Old Spice.

Des parfums hauts de gamme pour des hommes d'exception

La Red Collection de Old Spice offre des parfums hauts de gamme célébrant l'histoire nautique de la marque et est conçue pour les hommes (et les femmes) au nez fin et qui adorent les parfums hauts de gamme durables. Afin de cimenter son statut de marque haut de gamme, un récent test olfactif mené par P&G¹ a révélé que les hommes préfèrent le parfum principal de la Red Collection, Captain, aux autres parfums de nos principaux concurrents. Les fragrances comprennent :

- **Captain : Un parfum intrépide.** Une fragrance moderne présentant de vives notes de tête aquatiques et d'agrumes, avec de subtiles notes de verdure.
- **Ambassador : Un parfum distingué.** Une fragrance masculine classique, avec de chaudes notes réconfortantes d'ambre crémeux, et présentant des notes de tête épicées et boisées pour davantage de fraîcheur.
- **Nomad : Un parfum astucieux.** Une fragrance aquatique novatrice, avec une arôme classique de fougère et une explosion d'agrumes juteux et de fruits frais.

Old Spice lance à nouveau sa « technologie de fragrance anti-atténuation »

Une exclusivité des produits de soins pour hommes Old Spice, la Red Collection présente également la toute nouvelle « technologie de fragrance anti-atténuation » de la marque, conçue pour pallier le fait que, avec l'utilisation quotidienne d'un produit, le nez s'habitue à une odeur et commence à l'ignorer.

- **« Technologie de fragrance anti-atténuation »** – Offerte dans les antisudorifiques et désodorisants, infusant aux produits un mélange d'ingrédients parfumés bruts maintenu secret par P&G. Une fois ces ingrédients combinés, le parfum est perçu comme plus prononcé et plus durable, et ce, pour toute la durée du bâton.
- Lorsque soumis à un test, 83 % des hommes s'entendent² que les désodorisants infusés de cette technologie offrent, après quatre semaines d'utilisation, un rendement aussi efficace qu'au premier jour.

La Red Collection de Old Spice est disponible à travers le pays dans les pharmacies, les épiceries et les magasins à grande surface (PDSF : 4,99 \$; prix à la discrétion des détaillants).

Old Spice célèbre 80 années

Cette année, Old Spice célèbre son 80e anniversaire en tant que marque de soins la plus virile de la planète. La marque entame la nouvelle année avec de grandes célébrations entourant le lancement de sa nouvelle Red Collection, et réserve également des surprises supplémentaires à ses amateurs tout au cours de l'année 2018.

¹ Étude commandée par P&G réalisée en 2016 par une agence externe.

² Étude commandée par P&G réalisée en 2015 par une agence externe.

« Old Spice navigue sur l'océan des produits de soins pour hommes depuis plus longtemps que quiconque. Ce n'est pas pour rien que nous sommes la marque d'antisudorifiques/désodorisants en bâton et de nettoyeurs pour le corps la plus populaire auprès des hommes de tous âges », explique Miletic. « Nous avons bien compris quelles sont les attentes des hommes, et notamment leur frustration quand leur parfums s'éteint misérablement bien avant la fin de la journée. Toutes ces notions sont remontées directement à l'équipe de conception du produit, et notre nouvelle Red Collection en est un parfait exemple : les parfums que les hommes préfèrent associés à une technologie de pointe. Nous avons bien l'intention de continuer à mettre nos compétences au service des hommes, et de l'évolution de leurs souhaits, pour les 80 prochaines années au moins ! »

Pour encore plus de renseignements sur la Red Collection et toute la gamme de produits de soins Old Spice, visitez le OldSpice.ca. Pour encore plus de virilité légendaire, visitez Twitter ([@OldSpice](https://twitter.com/OldSpice)), Facebook ([Facebook.com/OldSpice](https://facebook.com/OldSpice)), YouTube (YouTube.com/OldSpice), Instagram (oldspice) and Tumblr (oldspice). Participez à une conversation légendaire en vous abonnant à #OuiOldSpice.

À PROPOS DE OLD SPICE

Old Spice est la marque de soins personnels pour hommes par excellence de Procter & Gamble. Icône américaine depuis 80 années, Old Spice est l'autorité en matière d'expérience de soins personnels pour hommes. Elle a tiré profit de cet héritage pour devenir la marque la plus populaire d'antisudorifiques/désodorisants en bâton et nettoyeurs pour le corps auprès des hommes de tout âge. Old Spice offre une gamme complète de produits pour l'homme d'aujourd'hui, y compris des antisudorifiques, des désodorisants, des nettoyeurs pour le corps, des vaporisateurs pour le corps, des shampooings, des produits coiffants, des rasoirs électriques et tondeuses, des gels à raser, des après-rasages et de l'eau de Cologne. Découvrez Old Spice au www.oldspice.ca, sur Facebook (<http://www.facebook.com/OldSpice>), Twitter ([@OldSpice](https://twitter.com/OldSpice)), Instagram (oldspice) et Tumblr (oldspice.tumblr).

PERSONNES-RESSOURCES DES MÉDIAS :

Relations avec la communauté

Jessica Johnston, 213 996-3784

jessica.johnston@citizenrelations.com

Relations avec la communauté

Chris Overholser, 213 996-3791

chris.overholser@citizenrelations.com

Procter & Gamble

Nicole Draznik, 513 983-0502

draznik.n@pg.com

###