

PERRIMOND
ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR
DEPUIS 1938

La com
t&i

Parlons peu, Parlons com

BRIEF
pēbēo

La com & toi

Un concours créatif pour les talents du sud

Perrimond Enseignement Supérieur, établissement de référence depuis 1938, lance sa première édition d'un concours innovant réservé aux établissements publics et privés sous contrat du sud de la France. En partenariat avec Pébéo, marque emblématique de peinture, ce concours invite les étudiants en communication à relever un défi professionnel authentique.

Sommaire



01

Le concours

Génèse de La com & toi

03

L'univers de Pébéo

Les produits de la marque

05

Concurrence et innovation RSE

Les principaux concurrents et les valeurs de Pébéo

07

La demande

Votre mission

02

Pébéo

Histoire de la marque

04

Clientèle et distribution

Les cibles et les circuits de vente

06

Communication et partenariats

La communication actuelle de Pébéo

08

Time line et ressources

Calendrier et contact

Le concours : genèse de La com & toi

Pendant de nombreuses années, le lycée du Parc Impérial à Nice, sous l'impulsion d'Evelyne Praxede, a organisé les Com'Olympiades. Ce concours représentait une formidable opportunité de mise en pratique pour les étudiants en communication de la France entière.

Dans la continuité de cet évènement, l'équipe de Perrimond Enseignement Supérieur ont souhaité mettre en place, à son tour, un concours permettant aux étudiants de se challenger pendant plusieurs semaines sur un projet concret. Nous lançons donc **La com & toi**.

Pour cette première édition, Perrimond Enseignement Supérieur s'associe avec une marque emblématique de la région : Pébéo, fabricant de peintures de qualité depuis 1919.



L'esperluette &

Cette ligature esthétique du e et du t à la fonction d'abréviation et ornementale symbolise le lien entre étudiants et professionnels.

01

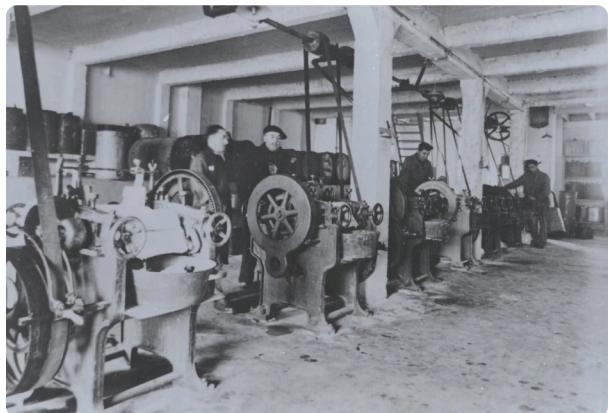
Histoire de Pébéo

Les origines

C'est en 1919, sur les terres de Provence, que débute l'histoire de Pébéo. Établie à Saint-Marcel, à l'est de Marseille, l'usine est alimentée par le canal du Béal, force motrice qui sera à l'essor de la jeune entreprise d'une vingtaine d'employés.

La compagnie française de produits chimiques se nomme alors "La Pébéo", d'après la molécule utilisée pour la production de peinture, le protoxyde de plomb, dit "Pbo". À cette époque, les peintures prêtes à l'emploi n'existent pas encore : les pigments à l'état de poudre ne sont destinés qu'aux professionnels.

Il s'agit donc d'une entreprise familiale depuis le début, et c'est aujourd'hui la quatrième génération qui dirige, avec à sa tête Antoine Chaveau



Aujourd'hui

Le siège social et une usine de production sont basés à Gémenos, une commune située tout près de Marseille. Cette PME regroupe plus d'une centaine de salariés en France.

- Des filiales en Amérique du Nord
- Une usine en Chine et en Tunisie
- 70% du chiffre d'affaires à l'international
- Plus de 6000 références produits



02

L'univers Pébéo

Beaux-Arts

- Peintures acryliques
- Peintures à l'huile
- Aquarelles
- Gouaches
- Coffrets Beaux-Arts

Arts Graphiques

- Encres
- Marqueurs
- Pastels et fusains
- Auxiliaires arts graphiques

Loisirs Créatifs

- Peintures sur textiles
- Peintures décoratives
- Coffrets loisirs créatifs

Éveil Artistique

Produits adaptés pour initier les plus jeunes à la créativité et à l'expression artistique dès 3 ans.

La marque est **leader des loisirs créatifs** et continue de développer ses parts de marché sur le segment des Beaux-Arts. Pébéo est fabricant de peinture, mais n'est pas distributeur. La marque vend également du matériel complémentaire - couteaux, pinceaux, châssis, ...- qui est acheté et estampillé Pébéo.



03

Clientèle et distribution

Une cible large

La marque vise aussi bien les professionnels (BtoB) que le grand public (BtoC).

La cible BtoC est très large : **de 3 à 100 ans !**

Parmi les professionnels, on retrouve les distributeurs et les fournitrices qui approvisionnent les écoles, comme Majuscules. Les prescripteurs sont également importants sur ce marché.

Vente en ligne

Il est possible d'acheter les produits directement sur leur site, mais cette vente en ligne est récente (depuis 2 ans seulement), à cause de la frilosité des distributeurs.

1500 points de vente en France

Les produits Pébéo sont distribués dans des enseignes très variées :

- **Spécialistes** : Cultura, Le Géant des Beaux-Arts, Rougier et Plé
- **Jardineries** : Truffaut
- **Nature et Découvertes** en marque blanche
- **Bricolage** : Bricomarché, Bricorama, Mr Bricolage
- **Enseignes de tissus**
- **Fournitrices**
- **Mass market** : Centrakor

Il y a également un développement en mass market avec des produits estampillés Pébéo, mais plus sobres et avec des tarifs différents.

04



Concurrence et innovation RSE

Principaux Concurrents

- Lefranc Bourgeois
- Sennelier (fabrication en France)
- Raphaël (fabrication en France)
- Canson et Clairefontaine
- Giotto (groupe Canson)
- Liquitex (marque américaine)
- Posca (marqueurs)

Gamme Origin : Lauréat à l'Élysée

Lauréat à la Grande Exposition du Fabriqué en France, qui s'est tenue à l'Élysée, pour sa gamme Origin avec 112 autres parmi 2200 sociétés.

Cette exclusivité Pébéo est une éco-conception : du contenant au packaging, le pourcentage de plastique a été réduit grâce à un tube en papier. Le liant issu des pare-brises de voitures est 100% recyclé. 96% de produits sont fabriqués en France.

Les + d'Origin

- Pas d'odeur
- Riche en texture
- Riche en brillance

05

Communication et partenariats

Pébéo se positionne comme une entreprise française avec une grande légitimité, novatrice au niveau créatif. Des agences de communication travaillent régulièrement pour Pébéo. Le service infographie se trouve au Canada. La création de contenu est pensée avec des artistes.

Une communication digitale active



Événementiel

Sponsoring du concours de street art "Fluctuart" sur une péniche parisienne. Durant deux mois, l'exposition a mis à l'honneur 25 toiles. Participation à "Créations & savoir-faire", le salon du DIY et des loisirs créatifs à Paris.

Interventions éducatives

Interventions dans des écoles d'art : ESMA de Montpellier, Philomathique Bordeaux, et des écoles de mode : Atelier Chardon Savard, ESMOD à Paris. Prescription auprès des écoles et associations.

Influenceurs

Frak-one : création de coffret de calligraphie avec la gamme Colorex et masterclass à Londres et Paris.

Yandy Graffer : gagnant du concours Pébéo art urbain.

Raphaël Federici : lancement de la nouvelle acrylique Origin.

06

La demande : votre mission



Objectif principal

Repositionner la marque en tant que **leader sur le segment du loisir créatif**, car ses produits sont de qualité professionnelle tout en restant adaptés aux débutants.

Cibles

Proposer un plan de communication national pour la **cible BtoC**.

Communiquer sur l'ensemble de la cible BtoC en s'axant en particulier sur les 18-30 ans.

Axes stratégiques

- Privilégier une communication **digitale et événementielle**
- Travailler sur l'image et la notoriété de la marque
- Créer un lien authentique **avec la nouvelle génération**
- Capitaliser sur l'**innovation RSE**
- Mettre en avant le "**Fabriqué en France**".

100 K€

Budget HT

Enveloppe allouée pour le plan de communication

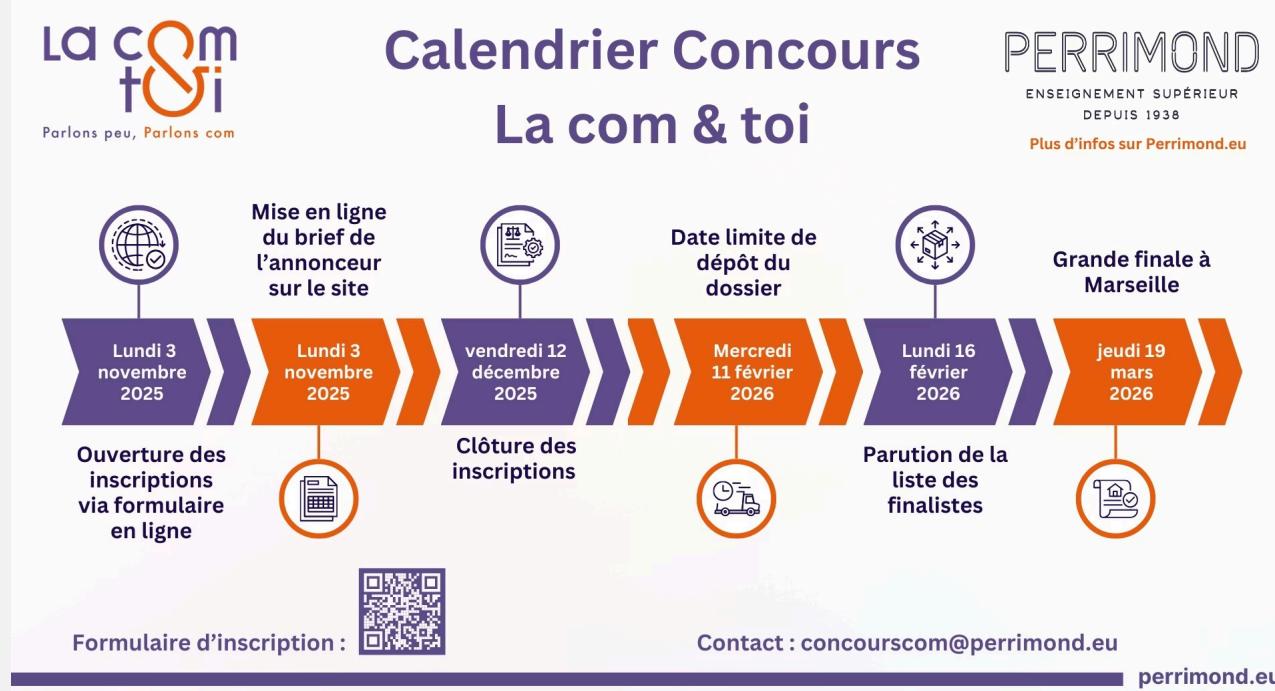
12

mois de campagne

De septembre 2026 à septembre 2027

07

Timeline et ressources



Des questions ?

- Toutes les questions seront centralisées par l'équipe organisatrice et transmises à l'annonceur.
- Envoyez votre adresse mail (une seule par établissement) à l'équipe organisatrice pour accéder à la photothèque Pébéo.

Nous contacter

Perrimond Enseignement Supérieur

Mail : concourscom@perrimond.eu

Site : perrimond.eu

Instagram : [@lacomettoi](https://www.instagram.com/lacomettoi)

Bonne Chance !

Amusez-vous et laissez exprimer votre créativité !

