



Renova Black

Le premier papier toilette Chic !

Renova casse les codes du papier toilette en lançant le premier papier hygiénique totalement noir. Un produit audacieux qui marquera une nouvelle tendance du secteur et promet de devenir une référence esthétique de la décoration. Preuve de son avant-gardisme en terme de design, ce produit a été jugé emblématique par l'agence de style NELLY RODI qui l'a exposé dans son espace Nouveaux Riches du dernier salon Maison et Objet, selon leurs mots *"Le puritanisme introverti du dépouillement et de l'austérité signe un raffinement discret, un luxe presque furtif. Est-ce là l'expression ultime de l'élégance?"*



Élégant, sophistiqué, rebelle, alternatif et éternellement à la mode, le noir revendique le chic et l'élégance comme valeurs. Cette couleur est souvent présente dans les tendances avant-gardistes mais personne n'avait jamais osé la décliner sur du papier hygiénique. Etrange idée mais concept qui plaît et surprend : du noir dans les toilettes, c'est l'ultime raffinement, le comble du chic ! Car aujourd'hui, la tendance est au « nesting », la maison se fait plus accueillante, décoisonnée, exposée au regard d'autrui, perçu comme un lieu de socialisation, de partage et d'échange. Le foyer devient un espace privilégié de singularisation de l'individu. Quoi de plus singulier que d'intégrer jusque dans ses toilettes un produit qui les différencie ?

Destiné dans un premier temps aux temples de la mode et aux circuits sélectifs, Renova Black est déjà disponible à la vente sur le site de la marque (wellbeingworld.com), livré à la maison au rouleau (2,50€) ou en paquet de 6 rouleaux (6,00€).

Renova, stratège de l'innovation

Depuis son implantation en France, la marque Renova adopte une stratégie de rupture pour faire sa place sur le marché très codifié des paper products. Après le lancement dans les grandes surfaces de produits inédits comme le papier hygiénique lotionné ou l'essuie-tout coloré, Renova innove radicalement dans sa catégorie avec le premier papier hygiénique noir.

Avec cette initiative novatrice, Renova réaffirme sa créativité et donne enfin ses lettres de noblesse au papier hygiénique.

Renova France – 117, rue Saint Lazare – 75008 Paris - www.wellbeingworld.com – Marque européenne reconnue dans son secteur, Renova s'est implanté en 2002 sur le marché français de la grande distribution avec le premier papier hygiénique lotionné Renova Fraîcheur. Renova innove grâce à une approche radicalement différente du rayon hygiène, partant du principe que l'on peut se faire plaisir avec des produits d'hygiène.

Visuel disponible sur demande au service presse

Service de presse RENOVA : Hill and Knowlton – Isabelle Rahé-Journet /Dominique Jeant

Tél : 01 41 05 44 36/10 • Fax : 01 41 05 44 01

isabelle.rahe@hillandknowlton.com – dominique.jeant@hillandknowlton.com