

tutti quanti pour



## Les ingrédients



Paysan Breton dynamise le marché du beurre et progresse fortement sur 2007 avec, en particulier, plus de 375 000 nouveaux ménages recrutés !

Pour prolonger les efforts de conquête engagés, Paysan Breton demande à l'agence de mettre en œuvre une action de fidélisation sur l'ensemble de ses gammes de beurres.

Une action qui respecte l'ancrage de la Marque sur son terroir d'origine - la Bretagne - et sa signature publicitaire, « sur les chemins du goût ».

## Aux fourneaux !

La stratégie recommandée par l'agence :

- être juste en collant au plus près à la consommation des produits avec des objets d'arts de la table
- émerger et générer de la sympathie autour de la Marque à travers une vraie valeur ajoutée créative
- médiatiser l'offre pour faire entrer le maximum de consommateurs dans l'offre promotionnelle

## Le tour de main

### La Boutique Mam'Goudig...

- > une mécanique de fidélisation simple et attractive : des primes auto - payantes
- > une collection d'objets autour du petit déjeuner à s'offrir à prix doux
- > deux fortes valeurs ajoutées :
  - des objets décorés de Mam'Goudig, personnage emblématique de la Bretagne et en plein boom
  - la personnalisation des objets au prénom
- > une fabrication artisanale par les faïenceries de Pornic
- > une très forte visibilité :
  - 40 millions de produits
  - des encarts presse dans la presse magazine culinaire
  - des PLV événementielles en magasin

## LA BOUTIQUE Mam'Goudig



Dessin exclusif pour Paysan Breton

