



Persavon Bébé élu Produit de l'Année 2014 !

Une utilisation massive du logo :



Réseaux sociaux



Packaging



Internet



Insertion presse



BRI - Insertion presse

Christophe Dehaut, Directeur Commercial et Marketing, témoigne :

"Persavon, la marque centenaire et référente sur le segment du savon de Marseille a développé une gamme complète sur le soin de la layette dans le but d'apporter une **réponse efficace et respectueuse de la peau de bébé**. Persavon bébé propose une gamme large pour l'entretien du linge de bébé : lessives liquides hypoallergéniques, lessive main hypoallergénique, assouplissant hypoallergénique, détachant layette, paillettes de savon de Marseille... Capitalisant sur ce succès et notre savoir-faire, nous avons voulu être **au plus proche des attentes des mamans** et leur **apporter solutions et facilités** en leur proposant les **premières doses de lessive liquide pour le linge de bébé au lait d'abricot**. L'obtention du logo "Elu Produit de l'Année" est une **véritable reconnaissance** pour la marque et notre PME, **synonyme d'une véritable attente des jeunes parents enfin récompensée** ! Nous utilisons donc le logo "Elu Produit de l'Année" sur **tous nos supports** : packaging, campagne presse parentale, promotions, site internet et réseaux sociaux... La **reconnaissance est immédiate** auprès de nos **clients distributeurs** mais aussi et surtout auprès de nos **consommateurs**, qui voient en ce logo un **gage de qualité et d'innovation**. Enfin, le dispositif proposé par "Elu Produit de l'Année" nous permet aussi d'accéder à un **plan média renforcé** (Presse, Affichage, TV) et impacter directement la notoriété de notre marque."

LES CHIFFRES CLÉS DU LOGO

- Consommateurs :**
 - Notoriété : 99%⁽¹⁾
 - Incitation à l'achat : 74%⁽²⁾
- Distributeurs :**
 - Le logo permet d'augmenter le CA des produits de façon significative : 86%⁽³⁾
 - Référencent plus volontiers un produit porteur du logo : 69%⁽³⁾

CANDIDATEZ DÈS MAINTENANT POUR 2015 :



Votre dossier est disponible sur : www.produitsdelannee.com
 Pour en savoir plus :
 Contacter Sandra Allenet
 01.46.04.76.76
s.allenet@produitsdelannee.com

COMMUNIQUÉ

** À suivre : Garnier Fructis...

*Étude réalisée en ligne sur une présélection de produits nouveaux de marque s'inscrivant dans le segment du savon de Marseille. Étude administrée par Nielsen en octobre 2013 avec 10 000 répondants effectifs, représentatifs de la population française âgée de 15 ans et plus. www.produitsdelannee.com
 (2) Source : www.journaldesmarques.com
 (3) Questionnaire en ligne administré en avril 2011 par la société Nielsen auprès d'un échantillon de 1000 consommateurs représentatifs de la population française / (3) Questionnaire téléphonique administré en avril 2011 auprès de 150 distributeurs représentatifs H.M.S.M.