

GARNIER FRUCTIS

CASE STUDY #12**



Une utilisation massive du logo :

TRANSFORMEZ INSTANTANÉMENT VOS CHEVEUX SECS ET ABÎMÉS.



Affichage



TV



Digital



Presse



Couponning Actishelf



Virginie Barilone, chef de Produit Garnier Fructis, témoigne :

"Nous nous sommes orientés vers le Concours des Produits de l'Année parce que c'est un prix **décerné par les consommateurs eux-mêmes** donc très **légitime auprès du grand public**. De plus, sa **notoriété** en fait une **caution forte pour notre marque**, qui n'a pas d'égérie officielle. Enfin nous étions convaincus de la qualité des formules **Fructis Nutri Repair, pour les cheveux secs et abîmés**, ce qui nous a conforté dans le choix de s'engager dans ce concours. La gamme Nutri Repair c'est le **trio gagnant de la salle de bain : 3 huiles nutritives pour 3 effets waouh** : un shampoing nourrissant, un après-shampoing démêlant et un soin huile sans rinçage.

Nous avons déjà prévu, avant les résultats du concours de soutenir fortement en 2014 la franchise Fructis Nutri Repair, l'attribution de ce logo est vraiment arrivée comme une **consécration** ! Il s'est parfaitement intégré dans notre **plan de reconsidération 360°** qui a d'ailleurs commencé par un test à l'aveugle géant sur la toile - www.onhair.fr - (envoi de 5000 coffrets mystères des formules Nutri repair : Shampoing, après-shampoing et huile) avec la participation exclusive des 3 chanteuses Tal, Helena Noguerra et Cœur de Pirate. Au moment de la révélation de la marque, le logo est venu **compléter parfaitement la prescription des 3 égéries et a pris le relai de caution sur le mass media** (Affichage, Presse, TV) et sur le **point de vente** (opération satisfait ou remboursé sur actishelf puis stickage des produits).

Il est difficile d'isoler l'impact du logo seul au sein de notre campagne 360° mais nous sommes convaincus qu'il a **participé à l'incitation à l'achat et aux performances de la gamme** aujourd'hui (+2.4% de croissance valeur à fin mars 2014 versus 2013). Il nous a aidé à **renforcer notre impact publicitaire** et à faire évoluer notre discours marketing sur une franchise déjà animée en 2013."

** À suivre : Soupline...

GARNIER FRUCTIS LA GAMME NUTRI REPAIR 3 HUILES ÉLUE PRODUIT DE L'ANNÉE 2014 !

LA FORCE UNIQUE DE 3 HUILES POUR TRANSFORMER INSTANTANÉMENT LES CHEVEUX SECS.



LA TORNADE JAUNE DÉBARQUE SUR TOUS LES ESPACES DE COMMUNICATION DE FÉVRIER À AVRIL 2014



Presse

LES CHEVEUX SECS ET ABÎMÉS L'ADORENT DÉJÀ.



3 HUILES NUTRITIVES POUR TRANSFORMER INSTANTANÉMENT LES CHEVEUX SECS ET ABÎMÉS. **GARNIER**

LES CHIFFRES CLÉS DU LOGO

Consommateurs :

- Notoriété : 99%⁽³⁾.
- Incitation à l'achat : 74%⁽²⁾.

Distributeurs :

- Le logo permet d'augmenter le CA des produits de façon significative : 86%⁽³⁾.
- Référent 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 :

Contacteur Sandra Allenet

01.46.04.76.76

s.allenet@produitsdelannee.com