



TRIO LOVE Élu Produit de l'Année



TV



Cubes



Totems

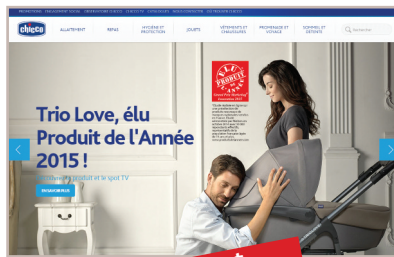


Présentoirs

Une utilisation massive du logo



Réseaux sociaux



Internet

Claudia Messina, Directrice Marketing Chicco - Artsana France témoigne :

"Depuis plus de 60 ans, la mission de Chicco est de **contribuer chaque jour au bonheur des enfants**. Chicco apporte **des solutions simples et sûres**, répondant ainsi aux exigences quotidiennes des parents durant chacune des étapes de la croissance des tout-petits.

Marque référente sur le marché de l'enfant, **Chicco innove avec le Trio Love, la solution idéale** pour les parents à la recherche d'un combiné complet, évolutif, pratique et confortable pour transporter bébé de la naissance à 3 ans.

Il est équipé d'une poussette réversible, d'une nacelle/lit-auto, d'un siège-auto ainsi que de tous les accessoires indispensables en toute saison. Facile, la poussette se plie à l'aide d'une seule main !

Chicco Trio Love marquera l'année 2015 grâce à une puissante **campagne de communication**. Notre produit de recrutement est soutenu par **plusieurs vagues TV** ainsi que par **de nombreux éléments de PLV** : cubes, totems, présentoirs et stickers, mais aussi **via le digital** avec une page d'accueil dédiée sur notre site, **des mises en avant sur les sites de nos clients** ainsi que sur **les réseaux sociaux** pour être au plus près de nos futurs consommateurs.

Pour notre cible, **le logo « Élu Produit de l'Année » confirme la qualité de nos produits**, ce qui peut réellement aider le futur parent au moment de son choix et constitue un **argument solide** pour nos équipes de ventes auprès de la distribution."

LES CHIFFRES CLÉS DU LOGO

- Consommateurs :**
- Notoriété : 99% (cible femme⁽¹⁾ et 90% (cible homme et femme moins de 50 ans)⁽²⁾;
 - Incitation à l'achat : 76%⁽³⁾.
- Distributeurs :**
- Le logo permet d'augmenter le CA des produits de façon significative : 86%⁽⁴⁾;
 - Référencent plus volontiers un produit porteur du logo : 69%⁽⁴⁾.

**CANDIDATEZ
DÈS MAINTENANT
POUR 2016 :**



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

(1) Étude réalisée en ligne sur une présélection de produits nouveaux de marques nationales vendus en France. Étude administrée par Nielsen en octobre 2014 avec 10 000 répondants effectifs, représentatifs de la population française âgée de 15 ans et plus. www.produitsdelannee.com
 (2) Source : www.journalesfemmes.com en mai 2014 / (3) Étude en ligne réalisée par Nielsen en octobre 2014 (15-65 ans) / (4) Étude téléphonique réalisée par Nielsen en avril 2011.