



N°110

CRÈME DE BEAUTÉ

Élu Produit de l'Année 2015

Une utilisation du logo à 360°



Presse



Internet



Campagne TV



PLV

Delphine Eldin, Directrice Marketing d'Henkel France Beauty Care, témoigne :

"Nous avons lancé la **Crème de Beauté N°110** sur la catégorie des Soins du Visage à l'occasion des **110 ans de la marque** en 2014. Cette nouvelle gamme, qui réunit **le meilleur du savoir-faire cosmétologique et dermatologique** de la marque, s'est **parfaitement installée sur le segment** en se positionnant dans le **Top 3 des innovations anti-âge**¹.

Sa formule unique haute performance est un **véritable élixir d'actifs anti-âge**. Elle permet dès 30 ans, de prévenir et corriger les signes de l'âge. En plus de son **efficacité, plébiscitée à 87%**² **par le panel consommateur « Élu Produit de l'Année »**, sa texture onctueuse et son parfum ont aussi **très largement conquis les consommateurs**.

Le prix « Élu Produit de l'Année » est une vraie reconnaissance pour la marque car il est un **gage de qualité pour le consommateur**. Pour optimiser notre lancement, nous avons **déployé le logo sur un maximum de supports** : spot TV, presse, PLV, site internet, page Facebook de la marque... Autant de moyens qui nous ont **permis de faire connaître cette belle innovation**, qui a déjà su recruter 180 000³ femmes sur la marque.

Notre objectif en 2015 : **installer cette gamme comme un véritable pilier** sur le marché et **faire croître la catégorie en développant le panier d'achat**. Pour cela, nous complétons la gamme N°110 avec 2 Sérums, des gestuelles spécifiques qui répondent parfaitement à la nouvelle cible « Beauty Addict » acheteuse de N°110".

1 - IRI, ventes valeur HMSM, 2014. Crèmes visage anti-âge.

2 - Résultat de l'élection des produits de l'année 2015, Crème de Beauté Jour N°110, Base Satisfait(e)s du produit, item « efficacité ».

3 - Kantar World Panel, Taille de Clientèle, cumul P3-P6 2014, Total France, Crème de Beauté Jour, Crème de Beauté Nuit et Huile de Beauté N°110.

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⁾.
- Référent 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

DIADERMINE