

Campagne ciblée de communication et d'échantillonnage « Fou de Chocolat » de Delacre dans les salons Franck Provost



Objectifs Principaux :
Recrutement de N.A.
Faire connaître et goûter le produit auprès
d'une cible femme urbaine 25-39 ans CSP +



300 000 pochons de 3 biscuits chocolatés
300 salons Franck PROVOST partenaires
4 semaines d'action du 10 mars au 6 avril 2003

Une opération qualitative impactante

- Reporting écrit et téléphonique
- Contrôles terrain
- 90% de satisfaction des partenaires



Supports de communication

- PLV chevalets de comptoir 20 X 30
- 1 P.P.Q. dans le consumer de l'enseigne diffusé à 550 000 ex.)

Une pause plaisir dans un contexte détente, beauté, et raffinement