



« Carrefour, meilleur chaque jour », La qualité alimentaire au cœur d'un dispositif de communication omnicanal signé Publicis



Après l'annonce Bravo, parue le 19 février, qui félicite ses concurrents pour leurs déclarations récentes et rappelle les engagements de Carrefour depuis 25 ans, la marque prend la parole en télévision, en presse et en digital sur la qualité alimentaire.

Ce sujet est en effet devenu un sujet de préoccupation essentiel pour les Français, soucieux de mieux consommer pour mieux vivre. En effet, 57% des Français s'inquiètent de la qualité des produits qu'ils consomment (IPSOS « L'ALIMENTATION DURABLE » 2016), et 79% jugent probable que l'alimentation nuise à leur santé (TNS Sofres et les Echos pour la Sial 2016).

Alors, pour Carrefour, il ne suffit pas de prendre de grandes décisions pour l'avenir, mais il faut surtout agir jour après jour. Et agir pour une meilleure qualité alimentaire chaque jour c'est ce que nous faisons depuis 25 ans.

La campagne orchestrée par Publicis met en avant les points forts de l'offre Carrefour en réponse aux questions que tous les Français se posent aujourd'hui.

Les filières d'élevage sans traitements antibiotiques, l'alimentation des animaux sans OGM, la culture de pleine terre, sont les premiers sujets de la campagne.

La campagne omnicanale démarrera avec trois films, à l'antenne à partir du 10 mars.

Le dispositif comprend également des annonces presse et la théâtralisation des points de vente et un relais en marketing relationnel et sur les réseaux sociaux.

A travers cette campagne, Carrefour souhaite souligner sa responsabilité et son rôle moteur dans un cercle vertueux où producteurs, distributeurs et consommateurs participent à l'amélioration de la qualité alimentaire. Parce que quand on est leader, on ne peut pas se contenter de se mettre à niveau, on doit porter l'innovation et initier les réformes sur la qualité alimentaire, pour toute la catégorie. Ça veut dire ça être meilleur chaque jour.

Les films mettent en scène des enfants dans l'âge du « pourquoi » qui bombardent Carrefour de questions pleines de bon sens sur le sujet de la qualité alimentaire.

Ces questions sont celles que tous les Français se posent sur ce qu'il y a dans leur assiette.

Carrefour s'attache à donner des réponses simples pour éclairer toute l'exigence et le sens de sa démarche agro-écologique, soulignant au passage la spirale vertueuse qu'engendre cette démarche sur l'ensemble du secteur et sur le monde.

Petit à petit on peut tout changer, c'est une raison d'être optimiste.



Film Générique > <https://youtu.be/leVQW01mVSc>

Film Oeufs > <https://youtu.be/m2w8-B9voxE>

Film Proximité > <https://youtu.be/C3iXJdwo9TY>

FICHE TECHNIQUE

Annonceur

Directeur Exécutif Communication Carrefour France : Philippe Thobie

Directrice Publicité / Média Carrefour France : Laure Lamoure

Responsable Publicité Média : Jennifer Peyre

Publicis

CCO Marcel WW : Anne de Maupeou

Planneurs stratégiques : Sarah Lemarié et Olivier Bailloux

Concepteur rédacteur : Pierre-Antoine Dupin

Directeur Artistique : Frédéric Leclerc

Directeur Exécutif : Laurent Fauroux

Directrice de Marque : Vanessa de Brosses

Directrice Conseil : Aurélie Fossoux

Chef de projet : Lucas Sengler

TV Producer : Nelly Cohen

Film Production

Directeur : Jean-Pierre Pozzi & Katie Giovanni

Chef op : Stephen Keith-Roach