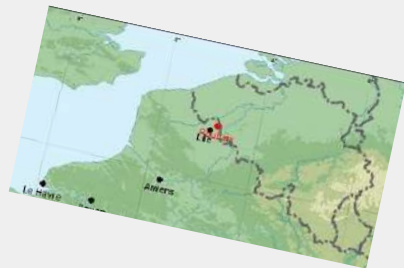


Storytelling





Histoire de la marque



1954

René Monnier et son épouse Lucette

Épicerie familiale à Roubaix

Plan Marshall

Café Grand'mère





Une évolution constante



Des recettes simples et de qualité, un goût originel et un prix accessible.

1978 : Café moulu

2007 : Dosettes

2012 : T-Discs

2018 : Capsules aluminium



Une icône



Sans le vouloir, Lucette Monnier invente le premier logo

Disparition dans les années 70, réapparition années 80

Demande de nouveaux packagings

Modernisation du logo



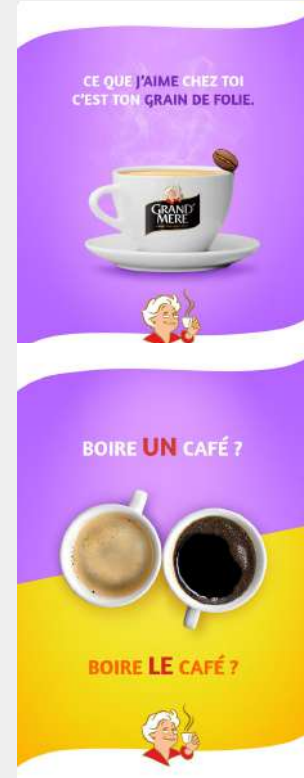
Recette d'une bonne publicité



Années 70 slogan

« *Grand'Mère sait faire un bon café* »

De nombreuses campagnes de communication
A l'origine de la fête des grands-mères



Positionnement de la marque



Café populaire, familial du quotidien, authentique

Lien entre les générations

Valeurs familiales fortes : Partage, Rire, Complicité

Créer du lien avec le public



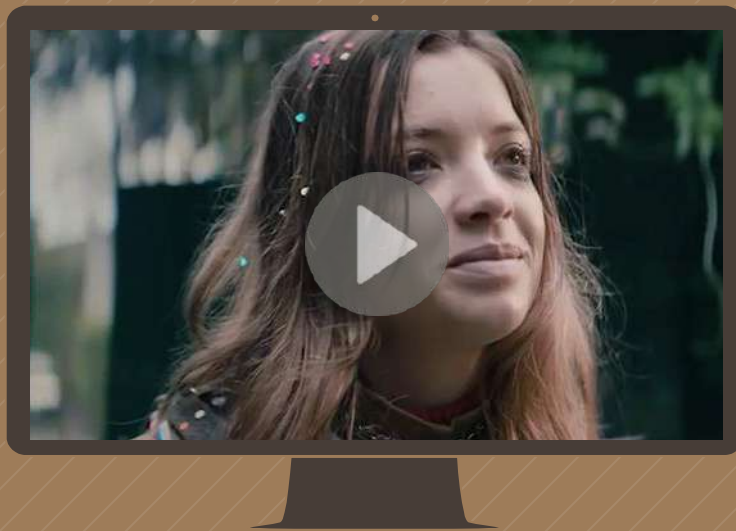


Definition

Le storytelling est littéralement le fait de raconter une histoire à des fins de communication.

La technique du storytelling doit normalement permettre de capter l'attention et de susciter l'émotion.

“Café Grand’mère-Au revoir Olivia”



Juin 2018

<http://tbtc.fr/cafe-grand-mere-revoir-olivia-clm-bbdo/#sthash.PAv2TtAq.dpbs>

L'histoire



La quête

Indication de temps et d'espace

Plans variés

La musique



Symbolique de l'armure



Sous son armure se cache une jeune fille au coeur brisé.

La bataille (son couple) semble perdue elle finit en rendant les armes chez sa grand-mère.

Déguisement curieux qui pique la curiosité du spectateur.

Conclusion



Vendre un univers, des valeurs, une ambiance

Placer son produit comme l'une des composante du réconfort.

Différentes génération, modernisation de la marque

Le café Grand'mère a le pouvoir de réunir les personnes entre elles.

Histoire simple et touchante