

Brief



Créatif





Sommaire

Sommaire	2
La marque	3
Les cibles	4
Le problème	5
Le fonctionnement	6



La marque



Identité

Kinders est une marque appartenant à la société Ferrero. Ils produisent des chocolats en mélangeant le cacao et le lait. Ces chocolats peuvent prendre plusieurs formes ce qui a fait naître les différents types de Kinder comme les Bueno, country, chocobon ou encore maxi. Les Kinder Surprise existent depuis 1974.

Concurrence

Même si la marque Kinder de Ferrero reste le leader des barres chocolatées, il a quand même des concurrents comme Mars avec les barres Mars, Twix, Snickers et Nestlé avec les kitkat et les lions.

Valeurs

Pour Kinder Surprise, la valeur principale est le partage. En effet, on mange rarement un kinder surprise seul. L'enfant partage cela avec son frère et/ou sa sœur, ses amis, ses parents, etc. C'est un moment où l'on partage le goût du chocolat, mais aussi l'excitation de la surprise qui se cache à l'intérieur. C'est un moment de joie que partage l'enfant avec ses parents ou ses amis.



Positionnement



Kinders est le leader sur le marché du chocolat ce qui fait de lui une marque de confiance. Kinders surprise respecte la norme européenne de sécurité alimentaire, le nombre de piéces de petites tailles est réduit, il n'y a plus de piéces rondes ou de la couleur du chocolat et les jouets sont emballés. Kinders détient le quasi-monopole du marché avec une faible concurrence.

Les cibles



Cible principale

Les enfants sont la cible de kinders surprise. Le design est très coloré ce qui attire l'œil de l'enfant, mais le paramètre le plus important reste la curiosité. En effet, les enfants sont curieux de tout ! La surprise cachée dans l'œuf les captive, et déclenche la volonté d'y avoir accès. La surprise à l'intérieur du chocolat est très importante pour l'entreprise. Aussi, bien qu'ils emploient une équipe exclusivement dédiée à la conception et la fabrication de ces jouets.

Le chocolat est adapté aux besoins physiques de l'enfant, il est conçu pour satisfaire le besoin de douceur des enfants. Kinders surprise répond également à la sécurité de l'enfant. Il est inscrit sur l'œuf et sur la boîte en carton que les jouets sont interdits aux enfants de moins de 3 ans et il est également recommandé la présence d'un adulte. Pour cela, la capsule renfermant le jouet a été rendue difficile à ouvrir pour un enfant, cela rend donc nécessaire l'intervention d'un adulte.

Cible secondaire

Les parents sont la deuxième cible. En effet, l'enfant ne pouvant pas acheter lui-même les chocolats, il va devoir passer par ses parents. La marque doit alors séduire l'enfant et les parents. Pour cela, la marque joue sur la surprise. Les parents vont acheter des chocolats pour faire une surprise à leur enfant.

Kinders répond au besoin d'estime des parents. En effet, en achetant Kinders Surprise, ils sont sûrs de faire plaisir à leur enfant et seront donc fiers de leur achat. De plus, ils achètent des produits de qualité dont les proportions ont été adaptées aux besoins des enfants.





Le problème



Problématique

Kinder Surprise doit toujours surprendre les enfants en donnant un côté magique à l'œuf.

Objectif

Cette publicité a pour objectif de renforcer la vision "magique" du chocolat et mettre en avant le fait qu'il y a beaucoup de surprises à découvrir. Cette publicité, en proposant des surprises inédites, cherche à booster les ventes et séduire davantage d'enfants.

Preuve



La publicité apporte différents types de preuve. Tout d'abord, pour montrer que l'œuf est magique, ils sont passés par le slogan "Kinder Surprise, c'est vraiment magique...!". Mais cela passe aussi par le visuel. En effet, l'œuf est en haut de la publicité, comme s'il tombait du ciel tel une divinité ! De plus, il est entouré par une lumière jaune avec un effet brillant comme si c'était une étoile filante ! La magie vient aussi de l'exceptionnel, on fait un vœu quand on voit une étoile filante, on peut aussi en faire quand on voit un kinder Surprise.

Le Kinder rend heureux les enfants. Nous pouvons nous rendre compte de cela par le visage des enfants en bas de la publicité. En effet, les enfants sourient et font des gestes d'admiration envers le chocolat.

La petite fille amène ses mains au visage pour montrer l'effet de surprise. La surprise est également mise en avant avec le texte "plus de 100 nouvelles surprises à découvrir". Les enfants sont surpris par l'œuf car ce qui est dedans est inédit. Leur expression est renforcée par le mot "nouvelle".

Sur cette affiche, nous pouvons voir un garçon et une fille de plus jeune âge. Le produit est donc destiné à tous les enfants. Les petits (mais plus de 3 ans), les garçons et les filles.



Le fonctionnement



Budget

Le budget pour cette affiche s'élève à plus de 10 millions d'euros. Mais il est compliqué d'avoir les chiffres exactes.

Planning

Cette publicité a mis plusieurs mois à être lancée mais elle est sortie pendant l'année 1982.



Livrable

La publicité est une affiche papier de 135g, imprimée à différents formats pour s'adapter à sa zone d'affichage. Etant donné que c'est une vieille affiche, il est compliqué d'avoir davantage d'informations sur ses conditions de diffusion.

