trnd France
132 boulevard Pereire
75017 Paris
France

Alter Eco, première marque de produits bio et équitables et leader des chocolats bio et équitables, intègre ses ambassadeurs et meilleurs consommateurs dans sa stratégie de marketing via la plateforme trnd.

Paris, le 03/03/2012.

Alter Eco collabore pour la première fois avec trnd, la première communauté de marketing participatif de France, et intégrera 5 000 consommateurs pour tester et faire connaître sa gamme de 19 chocolats. Cette campagne a été planifiée et intégrée dans le plan média d'Alter Eco par les équipes de ZenithOptimedia, l'agence du ROI.

Les chocolats Alter Eco sont fabriqués dans le respect du savoir-faire des maîtres chocolatiers suisses, à partir d'ingrédients sélectionnés et reconnus dans le monde entier pour leur qualité : un cacao d'exception « Pure Origine Pérou », du pur beurre de cacao, du sucre de canne complet et du lait suisse 100 % bio. Le chocolat produit est également bio et équitable : Alter Eco travaille aujourd'hui avec une cinquantaine de coopératives de petits producteurs dans 29 pays. L'enjeu principal d'Alter Eco est de défendre un modèle économique différent, à travers la valorisation et la préservation d'une agriculture à taille humaine, respectueuse de la biodiversité.

Un objectif : offrir au plus grand nombre, des produits sains et respectueux de l'Homme et de notre environnement.

Dans le cadre du projet de marketing collaboratif via trnd, 5 000 amateurs de chocolat soigneusement sélectionnés, découvriront les recettes de la gamme chocolat d'Alter Eco. Pour participer, les candidats devront poser leur candidature sur le site www.trnd.fr/altereco. La sélection se fera en fonction de critères posés par la marque, comme par exemple le profil de consommation, le type de chocolat acheté normalement, le lieu et la fréquence d'achat, le type du réseau entourant le connecteur, etc. Après une semaine de sélection, les 5 000 connecteurs recevront un paquet composé de 10 tablettes de chocolat et de 30 échantillons. Pendant 8 semaines, ils pourront essayer les 10 recettes et les faire découvrir à leur famille, amis et connaissances, créant des conversations entre consommateurs basés sur une expérience réelle du produit. Pour que le bouche-à-oreille soit efficace et naturel, il est primordial que les participants ne soient ni rémunérés ni influencés : l'activation se fera suivant une méthodologie basée sur le Word-of-Mouth Marketing, technique utilisée depuis 2003 aux États-Unis. Ils génèrent ainsi des recommandations sincères et deviennent de véritables ambassadeurs des produits qu'ils testent. En effet d'après l'institut Nielsen*, 90 % des consommateurs font confiance aux recommandations de leurs amis ou connaissances.

Alter Eco cherche aujourd'hui, à travers ce projet de bouche-à-oreille, à faire connaître et apprécier ses chocolats, et ses produits en général, pour leur qualité et leur saveur incomparable. C'est par cet argument que l'entreprise souhaite convaincre et séduire ses consommateurs, au-delà du positionnement bio et équitable.

Le Word-of-Mouth Marketing est défini et régulé par une organisation américaine dédiée, la WOMMA (www.womma.org), qui est garante de la mise en œuvre éthique du marketing de bouche-à-oreille. Membre actif de la WOMMA, trnd (www.trnd.fr/company) est le pionnier européen du *Word-of-Mouth Marketing*. Pour permettre aux entreprises d'intégrer le bouche-à-oreille de façon planifiable et mesurable dans leur stratégie marketing et d'activer des conversations entre consommateurs pour tous types de produits, trnd gère différentes communautés dans 11 pays européens, avec plus d'un million de membres actifs.

Depuis 2005, plus de 350 campagnes ont été réalisées pour des clients comme Procter & Gamble, L'Oréal, Colgate-Palmolive, Henkel, Nestlé, Bosch, GlaxoSmithKline, Unilever, Philips, Johnson & Johnson, Ferrero, Coca-Cola, Kraft, Schweppes et Beiersdorf.

ZenithOptimedia constitue le second plus vaste réseau d'agences médias dans le monde avec 218 bureaux dans 72 pays. ZenithOptimedia France est dirigé par Sébastien Danet et gère le conseil et l'achat d'espace pour des clients tels que : L'Oréal, Nestlé, Sanofi Aventis, Richemont, Toyota, PMU, Banque Populaire-Caisse d'Epargne, PPR, Puma, Gucci, Disney, Lactalis… ZenithOptimedia est l'agence du ROI et s'engage donc à générer le meilleur retour sur investissements publicitaires.

*Nielsen 2010 Global Trust Study

Contact :

trnd
Stefania Cao
Tél. : +33 (0)6 25 67 65 33
e-mail : presse@trnd.fr
internet : www.trnd.fr/company

ZenithOptimedia France
Charlotte Millet
Tél. : +33 1 58 74 89 06
e-mail : charlotte.millet@vivaki.com

Alter Eco
Laurent Muratet
Tél. : +33 1 47 42 23 53
e-mail : laurent@altereco.com