



## 13% DE CHIFFRE D’AFFAIRES ADDITIONNEL POUR MENTOS GUM GRÂCE À FOOD BRAND TRUST

En 2022, Mentos Gum a lancé une innovation stratégique pour sa marque : le premier packaging en carton grand format, plus léger et plus éco-responsable – une première sur le marché des gums.

Pour soutenir cette innovation, la marque Mentos Gum, conseillée par dentsu X, agence media de l’expérience de marque du groupe dentsu,, a fait le choix d’une campagne en exclusivité presse Food Brand Trust, avec un engagement d’efficacité sur les ventes.

Le principe de cet engagement sur les ventes ? Le client règle 85% de la campagne au moment de la parution, les 15% restants sont versés uniquement si la campagne permet un gain de chiffre d’affaires de minimum 5%.

Un objectif atteint et amplement dépassé, puisque l’étude réalisée par Kantar Worldpanel a mesuré +13% de chiffre d’affaires additionnel\* pour cette campagne de grande ampleur (75 insertions dans 26 titres, 500 GRP sur la cible 25-49 ans).

*« Dans un contexte mouvementé, le choix d’un média générateur de notoriété mais également de business immédiat était crucial. Food Brand Trust est rapidement apparu comme la solution idéale pour le lancement du nouveau packaging Mentos, et le partage du risque 85/15 a été décisif dans notre recommandation. Un pari tripartite qui a porté ses fruits car les résultats ont largement dépassé nos attentes ! »*

**Jenny Monteiro**, Directrice Associée dentsu X

\*Source : Kantar Worldpanel - exposés à la campagne presse vs non-exposés (étude réalisée du 06/06/2022 au 04/09/2022)

### FOOD BRAND TRUST

**A la fois, solution de communication et centre d’expertise, Food Brand Trust a pour ambition d’accompagner les annonceurs avec des dispositifs sur mesure alliant l’efficacité branding et business.**

**Les 3 régies leaders** des marques de presse touchent chaque mois **90% des Français à travers 70 marques emblématiques** (Cuisine Actuelle, Elle, Elle à Table, Femme Actuelle, Gala, Grazia, Modes & Travaux, Prima, Top Santé, Télé 7 Jours, Télé Loisirs, Télé Star, Vital Food, Version Femina...) Food Brand Trust construit pour les annonceurs des **solutions cross média sur mesure, globales avec un interlocuteur unique**. Ces dispositifs bénéficient d’un **accompagnement marketing** (mesure d’efficacité sur le **branding** et sur les **ventes**, grâce à des études Kantar Worldpanel.) Food Brand Trust est réservé aux secteurs **alimentation et boissons, entretien et distribution**.

### A propos de Kantar

Kantar est le leader mondial des études et du conseil fondés sur des données objectives. Nous délivrons une compréhension unique et exhaustive de la façon dont les individus pensent, ressentent et agissent, à l’échelle mondiale et locale, à travers plus de 90 marchés. En combinant l’expertise de nos équipes, nos bases de données, nos analyses et technologies innovantes, nous aidons nos clients à comprendre les individus et à stimuler leur croissance : Understand People, Inspire Growth.

En savoir plus : [www.kantar.com/fr/](http://www.kantar.com/fr/) - @KantarFR



## CONTACTS

Sandrine Gaillardin (CMI Media) [sgaillardin@cmimedia.fr](mailto:sgaillardin@cmimedia.fr)

Thierry Flamand (Prisma Media Solutions) [tflamand@prismamedia.com](mailto:tflamand@prismamedia.com)

Nathalie Depret (Reworld Media Connect) [ndepret@reworldmedia.com](mailto:ndepret@reworldmedia.com)