

CAS

CONTRAT RONDE 2

Présenté par

MONSIEUR
GUSTAV™/MC

Rédigé par Frédérique Cloutier VP Académique

HAPPENING MARKETING

2023



[FSA ULAVAL / 2023]

CLIENT

Monsieur Gustav

PRÉSENTATION DU CAS

Si vous avez ce document entre vos mains, toutes nos félicitations! Votre agence a su se démarquer. C'est maintenant à vous de jouer, Monsieur Gustav souhaite mettre à l'épreuve votre talent en stratégie créative hors magasin.

PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE

Monsieur Gustav est une nouvelle marque d'Agropur lancée en 2021 afin de dynamiser le monde des fromages fins. Possédant une gamme de plus de 40 fromages, dont 8 types de fromages (Pâtes molles, Gouda, Suisse, Cheddar, etc), elle a pour but de faire découvrir en toute simplicité l'univers savoureux de ces derniers. Monsieur Gustav est actuellement la 4e marque en importance dans les fromages fins. Les produits combinent des fromages fabriqués au Canada ainsi que des fromages importés. Ses produits sont distribués dans toutes les grandes bannières à travers le Canada. (LCL, Sobeys, Métro, etc)

PILIER DE LA MARQUE

- **Simplicité** : S'inspire des goûts du grand public pour offrir des styles de fromages populaires, des saveurs répandues et appréciées dans des emballages épurés. Le tout rendant l'expérience de dégustation la plus simple possible.
- **Découverte** : Bien guidés et conseillés par Monsieur Gustav dans les choix de fromage, la marque permet aux consommateurs de découvrir de nouveaux types et saveurs de fromages.
- **Plaisir** : Une marque et des produits qui font sourire et qui permettent à tout le monde de découvrir l'univers des fromages fins.
- **Accompagnement** : Un nouveau pilier de la marque qui gagne à être mis davantage de l'avant. Monsieur Gustav offre des astuces et conseils pour rendre l'expérience de consommation des plus agréables, fonctionne avec un code de couleurs pour l'ensemble de ses segments afin de faciliter le repérage et la différence entre les fromages.

LA PROBLÉMATIQUE ET LE MANDAT

Il est fort intéressant de constater que les fromages fins sont très appréciés des consommateurs. Néanmoins, la plupart d'entre eux sont peu informés et les connaissent peu. Une opportunité a été repérée puisque ces fromages pourraient générer davantage de ventes si les consommateurs n'étaient pas intimidés par l'expérience complexe d'achat. L'équipe derrière la marque s'interroge sur la façon de faire vivre son personnage emblématique et sympathique (si oui, comment?). Les consommateurs ont besoin d'être inspirés et éduqués et c'est grâce à Monsieur Gustav qu'ils pourront découvrir l'univers des fromages fins. Monsieur Gustav les accompagnera dans la découverte de la gamme de produits et de l'expérience plaisante qui fait appel aux sens, et ce autant dans le quotidien que dans les soirées festives.

Dans le marché des fromages, la concurrence est homogène et peu dynamique. La plupart des marques de fromage de la concurrence se positionnent comme étant artisanales et authentiques en adoptant des patrons à l'ancienne. C'est là que Monsieur Gustav se démarque et se positionne, étant à l'opposé de la concurrence, dynamique et au goût du jour. En effet, la marque cherche davantage à rejoindre les milléniaux, puisque ceux-ci représentent un segment en croissance à fort potentiel pour la marque Monsieur Gustav et les fromages dans la section Deli.

OBJECTIFS DE LA STRATÉGIE, BUDGET ET ÉCHÉANCIER

L'équipe est à la recherche d'idées novatrices et originales afin de se démarquer de la compétition. C'est pourquoi votre agence est sollicitée afin de réfléchir à la stratégie marketing à adopter à travers différents outils et tactiques. L'objectif est d'augmenter la notoriété de la marque Monsieur Gustav auprès des milléniaux. Ainsi, quelle est la suite pour la marque autant au niveau de l'activation de cette dernière, des canaux de distribution, des contenus de réseaux sociaux, des partenariats etc.? Le vrai défi : COMMENT se différencier, être unique et marquer positivement l'esprit des consommateurs ? Laissez aller votre créativité afin de présenter à l'organisation une stratégie marketing qui permettra de faire rayonner le monde des fromages fins. Les activations en magasins et chez les détaillants sont déjà une option qui est explorée (ne pas entrer dans les recommandations pour cet aspect).

Pour cette stratégie vous disposez d'un montant de 300 000 \$. Votre stratégie devra avoir une vision sur 1 à 3 ans.

Bonne résolution et à vous de jouer!



ANNEXE 1

Site web : <https://www.monsieurgustav.ca/fr>

Les conseils de Moniseurs Gustav : <https://www.monsieurgustav.ca/fr/la-realite-augmentee>

Les produits : <https://www.monsieurgustav.ca/fr/les-fromages-fins>

SOURCES

Monsieur Gustav. (2023). Récupéré le 6 mars 2023. À partir :

<https://www.monsieurgustav.ca/fr>

Les conseils de Moniseurs Gustav. (2023). Récupéré le 6 mars 2023. À partir :

<https://www.monsieurgustav.ca/fr/la-realite-augmentee>

Les produits. (203 : <https://www.monsieurgustav.ca/fr/les-fromages-fins>