

Kraft Foods, leader français des tablettes de chocolat, investit un nouveau territoire gustatif et culinaire avec Côte d'Or Dessert.

Exemple d'une double innovation de rupture, par le packaging et l'usage, d'une marque transversale.

# Les pépites de Côte d'Or

“Le vrai pouvoir du chocolat” ? Celui, historique, d’enchanter les palais par son goût et sa texture spécifiques – caramélisé et croquante pour Côte d’Or au goût intense –, et celui, plus récent, de séduire les consommateurs par ses différents usages. Côte d’Or justifie son dernier slogan publicitaire en proposant, depuis avril dernier, un produit en rupture avec l’offre actuelle sur le segment du chocolat à pâtisser. Avec sa plaquette Dessert Noir, la marque avait, jusqu’à présent, une place marginale face à Nestlé, leader avec Nestlé Dessert et Menier (6 000 tonnes). L’offensive, pour l’heure française, de Côte d’Or est d’abord fondée sur les perspectives de croissance de ce marché : deuxième en volume (15 % avec 15 000 tonnes) du marché des tablettes, le segment du chocolat à pâtisser est le premier en croissance (13 % contre 4 % pour l’ensemble des tablettes), preuve que le “fait maison”



existe encore. Deuxième argument : le chocolat à pâtisser ne culpabilise pas la consommatrice, de plus en plus soucieuse de sa santé et de sa ligne. Son achat est d'abord motivé par le souhait de cuisiner pour faire des gâteaux. Après l'analyse, la stratégie. Comment singulariser le contenu et le contenant ? Proposer du chocolat liquide ou un lingot à casser ? Une plaquette ou un sachet ? Fini le temps des tablettes à diviser, des carrés à peser, des liquides à doser, Côte d'Or Dessert se présente, innovation de rupture oblige, sous la forme de morceaux de chocolat noir (deux variétés 56 % ou 70 % de cacao), pépites pré-dosées, en trois modèles mais de taille identique (un morceau = 10 g). Elles fondent

de manière homogène, aussi bien au bain-marie qu'au micro-ondes, et plus facilement que le chocolat à pâtisser en tablette, grâce à leur teneur en beurre de cacao. Deuxième inno-



vation de rupture : le packaging. Les vingt pépites sont proposées dans un coffret de 200 g sur le modèle d'une boîte à sucre dotée d'une languette avec ouverture et fermeture frontale. Elle s'empile facilement, offre une bonne visibilité et se range verticalement comme une tablette, codes du marché obligent ! Enfin, l'identité visuelle, signée par l'agence Landor, reprend l'imprimé du torchon et l'univers de la cuisine avec un carton rayé de beige et de rouge et enduit de polypropylène à l'intérieur pour renforcer la barrière aux odeurs et être hermétique comme l'aluminium. Preuve de l'authenticité du produit, présenté de manière brute mais non emballé pour faciliter son utilisation, le packaging prévient que "La présence de taches blanches sur votre chocolat est un phénomène naturel dû aux frottements ; elles n'altèrent en rien sa qualité". La consommation, de nature saisonnière, - 50 % à Noël et Pâques -, justifie une communication en phase avec son rythme. Après une première campagne, en avril dernier, lors du lancement, Côte d'Or Dessert prépare une deuxième vague pour Noël. A vos cuillères ! ■

## La gamme Côte d'Or

### 29 produits hors confiserie

#### Les Fourrés

*Praliné Intense Noir, Praliné Intense Lait, Praliné Fondant Noir, Praliné Fondant Lait et Truffé Intense*

#### Les Blocs gourmands

*Noir Noisettes, Noir Amandes et Noir Noix de Pécan, Blanc Noisettes, Lait noisettes, Lait Noix de Pécan, Lait raisins Noisettes et Lait et amandes caramélisées avec une pointe de sel. (nouvelle ligne graphique en 2002)*

#### Côte d'Or Dégustation

*4 références Noir (Noir Douceur, Intense 70 % de cacao, Brut 86 % de cacao, Noir Orange), 3 références chocolat au lait (Lait Intense, Lait Cappuccino (ex. Douceur), et Lait Fondant (nouveau design en 2002)*



#### Les Carrés

*lait/noisettes entières et noir/noisettes entières*

Les Classiques ou basiques

*Noir extra, lait extra, lait éclat noisette, blanc,*

La confiserie

*bâtons lait noisette, bâtons noir noisette, nougatti, mignonnettes, bouchées.*