

## MONSTER MUNCH

AGENCE DE COMMUNICATION : CHANGE

---



### Contexte

Intersnack a pris la parole en 2015 sur sa marque Monster Munch qui a profité d'une nouvelle pub digne des dessins animés Pixar.

---

### Objectifs

- Augmenter la présence à l'esprit, développer les volumes et favoriser le recrutement.
  - Imposer la gamme d'Intersnack comme la marque apéritive incontournable auprès de sa cible.
- 

### Dispositif

2 nouveaux films (« En apesanteur » & « Spicy ») composent cette saga publicitaire signée : « Monster Munch, pour les arrêter, faut les manger ». Diffusion de 4 semaines en juillet pour le spot TV « Apesanteur » et 2 semaines en août pour le spot TV « Spicy ».

---

### Résultats

Un impact positif de la campagne sur les ventes de Monster Munch : + 24% (étude MarketingScan exposés versus non exposés).

