

Le **lundi 11 mars 2024**, Michel & Augustin a lancé sa nouvelle campagne de communication « **fiers d'être gourmands** » qui milite avec humour pour la gourmandise comme état d'esprit. Après la diffusion de leur **Manifeste dans la presse**, puis une **vidéo teasing** – à leur image – sur les réseaux sociaux dans une salle de sport Neones (si, si...), c'est au tour de la **campagne d'affichage** de se déployer du **11 au 20 mars**.

## UNE CAMPAGNE D'AFFICHAGE DÉCALÉE

Les trublions du goût ont toujours mis un point d'honneur à **concocter des recettes très TrÈS gourmandes**, à l'**apogée du goût**, **simples**, avec des **ingrédients de grande qualité** et **beaucoup de sincérité**.



Aujourd'hui, par cette campagne, la tribu, enfonce le clou et assume : **NON, la gourmandise n'est pas un vilain défaut, au contraire !** C'est même une façon joyeuse de vivre le quotidien, **en se faisant plaisir dans TOUT ce qu'on fait** et pas seulement en mangeant. En témoigne le manifeste de la tribu à dévorer par **ICI**, qui rappelle de manière originale qu'il y a 86 400 secondes par jour pour se régaler... **et nous invite à être fiers d'être gourmands !**

Afin de le prouver par l'image, les trublions ont déployé **4 visuels aux accroches décalées** célébrant la gourmandise sous diverses perspectives et mettant à l'honneur certaines **recettes iconiques** de Michel & Augustin, dont les petits **biscuits apéritifs**, **l'incroyable mousse** et **les vaches à boire**.

Un déploiement de grande ampleur :  
**Paris, Île-de-France, Nantes, Bordeaux, Lyon, Rennes et Nice**

### DISPOSITIF :

- ✓ 7 000 affiches dans les rues
- ✓ 360 affiches dans le métro
- ✓ 280 écrans dans les salles de sport
- ✓ 80M de contacts au total



★ **Une campagne audacieuse qui parle au cœur du gourmand qui sommeille en chacun !**

# LES TRUBLIONS PRENNENT D'ASSAUT NEONESS !

Ils ne pouvaient pas s'en empêcher, **la rue est LEUR terrain de jeu !** Pour le lancement de la campagne, les trublions ont quitté leur bananeraie (le siège) et armés de pinceaux et de colle, ils se sont rendus au NeoneSS de Beaugrenelle pour tapisser les murs de l'entrée de la salle avec leur invitation : **« Moins de prise de masse, plus de prise de mousse. »**



Une manière originale de rappeler qu'il y a **100.000 manières de se régaler...** en avalant des km de courses à pied ou en dévorant des pots de mousse !

**La vidéo de la prise de masse (oups, de la « prise de mousse ») est à retrouver ICI**

Et pour ceux qui auraient raté les trublions, Michel & Augustin a déployé **280 écrans dans les salles de sport** pour rappeler son message clé, **« Moins de prise de masse, plus de prise de mousse. »**

## NOTRE MISSION DE MARQUE



Cette campagne, s'inscrit dans le cadre de la mission Michel & Augustin...

**« Rassembler les gourmands en concoctant les meilleures recettes et sans raconter de salades »**

...qui est à retrouver **ICI**

**À PROPOS DE MICHEL ET AUGUSTIN :**   [www.MichelEtAugustin.com](http://www.MichelEtAugustin.com)

Michel & Augustin concocte une centaine de recettes gourmandes et simples (épicerie sucrée et salée, dessert, yaourts, boissons...) grâce à son savoir-faire pâtissier. En effet, chez Michel & Augustin les 100 trublions (siège et terrain) peuvent suivre des cours de pâtisserie en cours du soir, directement dans les locaux (Dixit la Bananeraie) et depuis le début de l'aventure, ils sont 98 trublions et ex-trublions à être diplômés du CAP pâtissier. Depuis 2020, Michel & Augustin est certifié B-CORP.

