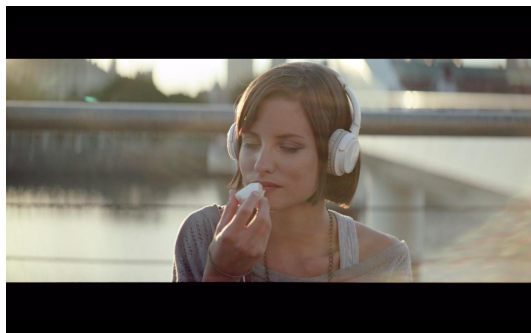


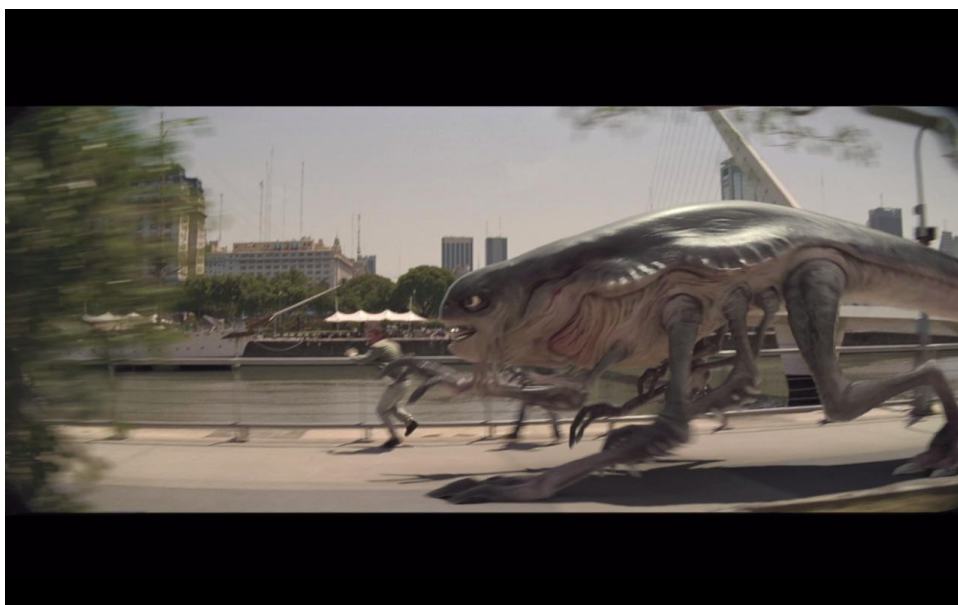
« Le Fromage, mangez-le avant les autres »

LE FROMAGE SUR LES PAS DE « THE HOST » AVEC EURO RSCG C&O



Le fromage s'offre une nouvelle version de *The Host* ! Alors que la dernière campagne remontait à 1988, le fromage revient sur les écrans TV depuis le 24 décembre jusqu'à mi janvier puis au printemps (26 mars). Au menu, un film en contre-pied tout à la fois film de monstre inspiré du cinéma asiatique et en particulier de *The Host* et film humoristique.

Réalisé par Ruari Robinson (production : Henri de Czar) sous la houlette créative de Christophe Coffre, Directeur de la Création de Euro RSCG C&O, le film « Le Monstre » et ses deux versions (30" et 15") racontent avec légèreté l'histoire d'un monstre qui préfère le goût du fromage à celui des humains (il recrache la jeune femme pour se jeter sur un camembert...).



Le tout sur une musique totalement décalée inspirée des années 1940 « the moon is shining for you » (Kouz productions), avec pour packshot « le Fromage, mangez-le avant les autres ».

« La campagne a pour objectif de sortir le fromage de sa consommation et de son image traditionnelles pour séduire une cible plus jeune, en insistant sur la dimension du plaisir et les nouveaux usages » explique Christophe Lichtenstein, Vice-Président de l'agence Euro RSCG C&O.

Outre le film publicitaire http://www.dailymotion.com/video/xn9djm_cniel-fromages-le-monstre_creation la chaîne YouTube du CNIEL a été habillée aux couleurs de la campagne <http://www.youtube.com/user/LesProduitsLaitiers>.



Face à une consommation de fromages qui marque le pas chez les jeunes, le Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière (CNIEL) chargé de la promotion du lait et des produits laitiers a souhaité défendre et rappeler le plaisir irremplaçable de cet aliment au quotidien et souligner la pluralité des occasions de consommation en phase avec les modes de vie urbains.

Le marché du fromage en France représente un chiffre d'affaire 6,5 milliards d'euros. Alors que la consommation est stable en volume à 727 300 tonnes et à 35 grammes par jour et par personne en 2010, elle enregistre une légère baisse de la pénétration hebdomadaire chez les adultes (de 94 à 91 % entre 2007 et 2010) et une stabilité chez les enfants. 60 % des Français consomment du fromage au moins une fois par jour mais ce pourcentage est plus faible chez les plus jeunes : 46 % chez les 15 /24 ans et 55 % chez les 25 / 34 ans.



Depuis octobre 2009, le CNIEL (regroupement de la Fédération Nationale des Producteurs de Lait, de la Fédération Nationale des Coopératives Laitières et de la Fédération Nationale des Industries Laitières) communiquait principalement sur « Trois produits laitiers par jour ».

FICHE TECHNIQUE

Film « **Le Montre** » (15" et 30")



Annonceur : Le CNIEL

Responsables : Laurent Damiens, Directeur de la Communication
Dominique Poisson, Responsable Médias

Agence : Euro RSCG C&O

Responsables : Christophe Lichtenstein, Vice-Président,
Bénédicte Vignon, Thomas Crouzet
Directeur du Planning stratégique : Benoît Loze
Directeur de Création : Christophe Coffre
Directeur Artistique : Guillaume Fillion
Concepteur Rédacteur : Pierre-Louis Messenger
Production : Corinne Dutoit-Costa
TV Prod : Virginie Meldener, Marie-Valentine Girbal
Conseil et achat média : Initiative

Réalisateur : Ruairi Robinson

Maison de production : Henry de Czar

Production 3D : Mikros

Musique : The moon is shining for you

Compositeur : Frédéric Kooshmanian

Auteurs : Thomas & Grégoire Cousinier

Editeur : Kouz Productions

Plan média :

1^{ère} vague du 24 décembre 2011 au 15 janvier 2012

2^{ème} vague à partir du 26 mars 2012