

# LA CRÈME DE LA... PÉRIODE DES IMPÔTS?

Halo Top fait du temps des impôts le meilleur moment de l'année grâce à sa crème glacée gratuite.

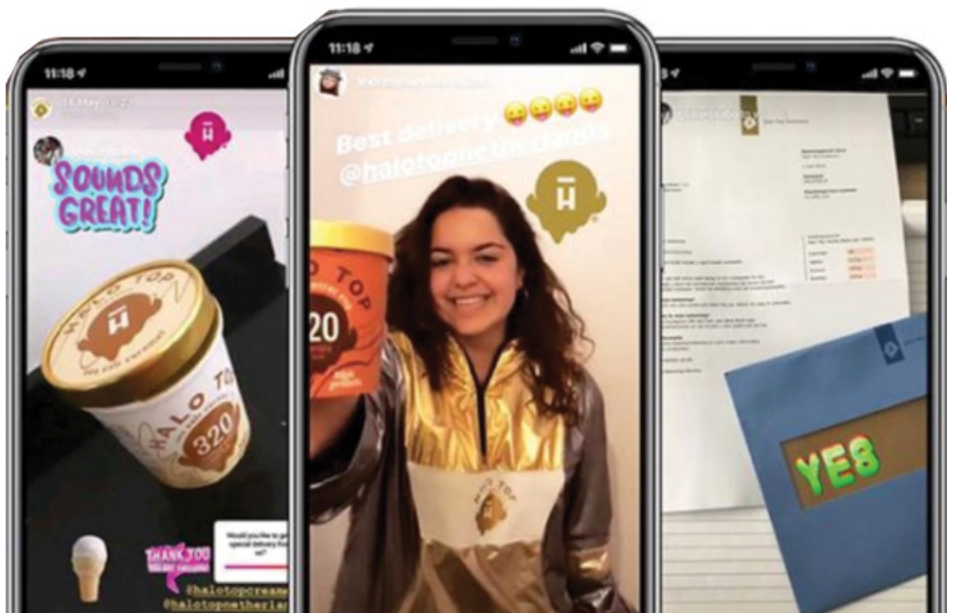
Halo Top vise un segment d'âge adulte pour sa crème glacée faible en calories. Aux Pays-Bas, la marque choisit de lancer le produit durant la période des impôts. N'est-ce pas approprié? À ce moment, la majorité des adultes reçoivent les fameuses enveloppes bleues du fisc qui leur réclame son dû.

Halo Top en profite donc pour créer la première enveloppe bleue que les adultes néerlandais ont réellement envie de recevoir.

Elle adresse cependant cette enveloppe, dont la forme imite l'originale, à des influenceurs. La lettre qu'elle renferme présente la marque et offre une savoureuse récompense au destinataire qui aura survécu à la déclaration de revenus : un pot de crème glacée gratuit.

Malgré l'absence d'un budget média, la lettre obtient un taux de réponse de 40 %. Résultat : une exposition sans frais sur les comptes Instagram de dizaines d'influenceurs, des milliers de paires d'yeux sur le produit et une tonne de desserts gratuits!

C'est la preuve qu'il n'est pas nécessaire de poster un million de lettres pour atteindre un million de personnes par la poste. Il suffit de faire une proposition digne d'intérêt et de cibler les bons influenceurs. Ces derniers partagent le contenu susceptible de plaire à leurs abonnés. Et après tout, qui n'aime pas la crème glacée gratuite?



**CLIENT** Halo Top | **PRODUIT** Desserts glacés | **PAYS** Pays-Bas | **AGENCE** Iris | **Directeur général de la création** Colin Lamberton | **Directrice de la création** Rachna Dhall | **Directeur artistique** Gustavo Figueiredo | **Rédacteur** Gabriel Abrucio | **Concepteur graphique** Michael Dooling | **Directrice de compte** Alexandra Van Nunen | **Chargé de compte** Michael Kirijian

