KRUIDVAT LANCE UNE NOUVELLE CAMPAGNE SANTÉ : UNE VIE SAINE NE PASSE PAS FORCÉMENT PAR DES ACTIVITÉS EXTRÊMES

AVEC « MIEUX VAUT ALLER CHEZ KRUIDVAT », LE DÉTAILLANT CONVERTIT LA SURABONDANCE DE TENDANCES ET CONSEILS SANTÉ EN UNE CAMPAGNE RECONNAISSABLE



Kruidvat lancera lundi prochain une nouvelle campagne au sein de la plateforme de marque *Mieux vaut aller chez Kruidvat*. Tout le monde connaît ces fondamentaux : les gens veulent vivre plus sainement, mais en raison de résolutions extrêmes, de hypes dans le domaine de la santé et d'une surabondance de conseils sur les réseaux, cette démarche s'avère plus compliquée que nécessaire. Kruidvat opte pour une approche plus simple et montre avec humour et par des infos que veiller sur sa propre santé peut aussi être accessible, compréhensible et abordable pour toutes et tous. La campagne intégrée comprend plusieurs volets et s'appuie sur le rôle de Kruidvat dans le domaine de la santé.

Perdus dans la jungle de la santé

De plus en plus de gens estiment qu'il est important d'être et de se maintenir en bonne santé. On observe simultanément une croissance explosive du nombre de produits, tendances et conseils. Sur les réseaux sociaux, les *quick fix*, astuces et nouveaux indispensables se succèdent à un rythme effréné. Toute la campagne de Kruidvat repose sur la simplification des choix. Ce n'est pas la dernière hype qui est mise en avant, mais des situations auxquelles tout le monde s'identifie et des produits de santé accessibles. Kruidvat établit ainsi un lien entre le concept de la campagne et sa mission consistant à aider tout un chacun à être en bonne santé et à se sentir beau et bien.

Brenda Smith, CMO chez Kruidvat : « Tout le monde veut vivre (plus) sainement mais les canaux en ligne nous submergent de tendances, revendications et conseils qui rendent la santé plus compliquée qu'elle ne devrait l'être. Nous choisissons délibérément une approche plus simple et reconnaissable. Nous n'avons aucunement l'intention de convaincre qui que ce soit d'adopter la dernière hype, nous souhaitons seulement apporter notre aide. Notre mission consiste à rendre la santé, la beauté et le bien-être accessibles à toutes et tous. Nous ramenons de la simplicité dans le domaine de la santé grâce à un large assortiment de produits abordables ainsi que des informations diffusées via différents canaux. Précisément le message de *Mieux vaut aller chez Kruidvat*. »

Lies se donne à fond

Visage familier de Kruidvat, Lies joue un rôle central dans le nouveau spot publicitaire TV. Elle n'hésite pas un instant et choisit directement l'abonnement de sport le plus extrême. S'ensuit un cours de step intensif avec du hiphop tonitruant et des poids, le tout à un rythme très soutenu. Le matin suivant, la réalité la rattrape : toute courbaturée et fatiguée, elle entre dans un magasin Kruidvat. L'exagération à laquelle beaucoup peuvent s'identifier souligne le message central de la campagne : se maintenir en bonne santé ne passe pas forcément par des activités compliquées ou extrêmes.

Contenu social en réponse à des hypes santé

Kruidvat poursuit la campagne sur les médias sociaux avec de courtes vidéos qui font un clin d'œil à des tendances wellness originales ainsi qu'à des conseils d'influenceurs et influenceuses. Elles évoquent notamment une influenceuse qui laisse des escargots ramper sur son visage pour lutter contre les rides, une personne qui boit des litres de jus de cornichon pour améliorer son transit intestinal et une « sorcière moderne » qui chasse de mauvais esprits avec un fagotin fumant. Lies regarde les vidéos dans le magasin avec un collaborateur qui lui montre simplement qu'il est possible de faire autrement avec des produits accessibles, sans se compliquer la vie. C'est ainsi que le contexte social de hypes sur les réseaux et de conseils contradictoires est traduit de manière créative en contenu social.

La campagne est déployée en TV, en plateforme de vidéo en ligne, sur les réseaux sociaux et dans les magasins Kruidvat. Kruidvat montre ainsi comment mettre en valeur la plateforme de marque à divers moments de contact. L'élaboration s'inscrit dans le cadre du rôle plus large que Kruidvat entend jouer dans le domaine de la santé : rendre la santé compréhensible et accessible avec un assortiment large et abordable, et des informations sur Kruidvat.be et les canaux sociaux de Kruidvat.

La campagne sera diffusée du lundi 19 octobre au dimanche 8 novembre en TV, en plateforme de vidéo en ligne, sur les réseaux sociaux et dans les magasins Kruidvat

À PROPOS

Avec plus de 1 250 magasins et 25 000 collaborateurs dévoués aux Pays-Bas et en Belgique, Kruidvat est le leader incontesté du marché de la santé et de la beauté. Kruidvat s'engage à rendre la santé, la beauté et le bien-être accessibles à tous. Sous sa devise "Toujours surprenant et avantageux", la chaîne de drogueries propose un large éventail de produits de santé, de beauté et d'articles pour bébé, alliant abordabilité, diversité et haute qualité. Cette offre est complétée par une gamme étendue et surprenante de produits, permettant ainsi à chacun de trouver ce dont il a besoin.

RELATIONS PRESSE

AS WATSON HEALTH & BEAUTY BENELUX
Corporate Communications
pers@nl.aswatson.com
+31 318 579597

LIEN VERS CETTE PAGE

https://www.kruidvat.be/pers/273571-kruidvat-lance-une-nouvelle-campagne-sante-une-vie-saine-ne-passe-pas-forcement-par-des-activites-extremes/