

# ÉTUDE DE CAS

## CHOCOLATS FAVORIS



### LE CLIENT

Fondée à Lévis, au Québec, en 1979, Chocolats Favoris est reconnue pour son chocolat artisanal de grande qualité et son expérience immersive unique. Depuis que Dominique Brown a pris la direction de l'entreprise en 2013, la marque poursuit une forte croissance partout au Canada. Elle compte aujourd'hui plus de **62 chocolateries** et plus de **1 000 employés**.

### LEUR DÉFI

Réussir l'ouverture de leur quatrième chocolaterie en Colombie-Britannique en développant rapidement un réseau de partenaires, en mobilisant les principaux acteurs du milieu tout en générant une visibilité médiatique afin de maximiser l'impact du lancement.

### OBJECTIFS

- ✓ **DÉVELOPPER DES PARTENARIATS LOCAUX STRATÉGIQUES**
- ✓ **GÉNÉRER UNE VISIBILITÉ MÉDIATIQUE LOCALE**
- ✓ **COORDONNER UN LANCEMENT STRATÉGIQUE**
- ✓ **POSITIONNER LA MARQUE AUPRÈS DES DÉCIDEURS LOCAUX**

### APPROCHE ADOPTÉE

- Élaboration de la stratégie de lancement
- Développement de partenariats locaux
- Relations médias et mobilisation d'influenceurs
- Coordination d'un événement VIP de préouverture
- Accompagnement sur le terrain lors du lancement

### RÉSULTATS OBTENUS

**Événement de préouverture réussi** réunissant des représentants municipaux, organismes économiques, médias, influenceurs et partenaires régionaux quelques heures avant le long week-end de Pâques.

**Couverture médiatique régionale** obtenue grâce à la mobilisation de plusieurs médias locaux, dont Radio-Canada, Panorama, NowMedia et Vista Radio.

**Mobilisation d'un réseau stratégique** de partenaires, de décideurs, de médias et d'influenceurs afin d'accélérer l'implantation de la marque dans la région en Colombie-Britannique.