

Harissa

L'univers des condiments* est dominé en France par les moutardes et sauces en pots (mayonnaises). La consommation de moutarde en France est en moyenne de 860g par foyer mais le marché s'est considérablement diversifié ; ketchup, sauces BBQ, mayonnaises spéciales pour accompagner les frites, sauces tartares, etc. qui tendent à ouvrir de plus en plus le consommateur français à des expériences culinaires exotiques et variées.

Harissa est un terme générique désignant toute préparation pilée dans un mortier il désigne par extension un condiment à base de piments rouges forts, d'ail, d'épices (coriandre et carvi) et de sel. La Harissa est à la Tunisie ce qu'est la moutarde à la France. Elle est classée à environ 5 sur l'échelle de Scoville**.

Imaginons que la société des conserveries du **Phare du Cap Bon**, principal producteur tunisien de Harissa, souhaite introduire son produit sur l'ensemble du territoire français. Elle souhaiterait l'imposer comme une alternative plausible aux condiments classiques consommés en France. Pour ce faire elle souhaite cibler plus particulièrement les jeunes, avides d'expériences fortes, au travers de publicités télévisuelles marquantes. Les modes d'usage du produit pourront être suggérés (accompagnement de viandes, assaisonnement de salades, de sauces) mais les publicités doivent évoquer l'**alternative**, la **nouveauté** et non pas l'origine ni la force du produit.

Plan de Travail Créatif (PTC)

/ **annonceur** Conserverie Le Phare du Cap Bon

/ **fait principal** produit déjà présent en supermarchés en France (rayon condiments), l'Harissa est peu connue du grand public

/ **produit** tube (70g) dans une boîte cartonnée

/ **prix** environ 0,45 euros

/ **problème à résoudre** le produit est peu connu, il souffre d'une réputation de force excessive et d'un usage réservé à la cuisine tunisienne ou méditerranéenne

/ **objectifs de communication** imposer l'harissa comme une alternative à la monotonie alimentaire, démocratiser l'usage du condiment

/ **cible** jeunes 16-25 ans, toutes CSP

/ **concurrents** Moutardes (Amora, Mailles...), Tabasco (Heinz)

/ **promesse** « La Harissa, l'AUTRE moutarde »

/ **plan média** spot(s) télé 30 à 45 secondes, déclinaisons en affiches et fonds d'écrans

/ **ton** décalé, choc



* un condiment est une substance destinée à assaisonner, c'est-à-dire à relever le goût des aliments ou des préparations culinaires, notamment les sauces. C'est le plus souvent une substance d'origine végétale.

** mesure de la force de piquant des piments allant de 0 pour les piments à 10 pour les piments habanero mexicains

Rendu d'un dossier A3 de recherches variées et illustrées après quatre séances de création.