



Chefclub, la marque française la plus puissante au monde sur les vidéos sociales*, lance sa gamme de glaces !

La marque de cuisine aux 2 milliards de vues mensuelles lance sa gamme de glaces en exclusivité dans 600 magasins Casino.

Des vidéos aux glaces, en 2021, il n'y a qu'un pas !

A l'heure où tous les géants de l'agroalimentaire travaillent à transformer leurs clients en fans, Chefclub expose le compteur avec plus de 100 millions de fans dans le monde. À titre de comparaison, Häagen-Dazs en France, la marque préférée des Français, rassemble 15 000 followers sur Instagram.

Le contenu, et en particulier la production et distribution de recettes de cuisine en vidéo, ont permis de fédérer la communauté Chefclub autour d'un positionnement de marque ludique et décomplexée qui rassemble les familles en cuisine.

C'est cette même communauté, qui dans le cadre de sondages entrepris fin 2020, a exprimé son désir de retrouver la marque dans l'univers des glaces.

Des glaces artisanales EXTRA-onctueuses, fabriquées à 50 km du bureau

Pour la fabrication de ses glaces, Chefclub a choisi une base de produits français et une méthode artisanale : « *Sur les glaces, on a pu constater que notre communauté nous fait confiance. Pour eux, une glace Chefclub c'est une glace de qualité, il fallait donc être à la hauteur. Les pratiques sur le marché de la glace peuvent être assez étonnantes (incorporation d'air, utilisation de colorants chimiques et d'arômes artificiels...), donc on a décidé de faire des choix forts sur l'élaboration de notre gamme : une fabrication artisanale à 50km des bureaux, du lait et de la crème 100% français, des œufs de plein air... On utilise les glaces dans nos recettes très régulièrement, et on peut maintenant garantir à notre communauté de vivre l'expérience Chefclub idéale avec ces produits* », se félicite Thomas Lang, CEO et co-fondateur de Chefclub.

Une médiatisation EXTRAordinaire auprès de 19 millions de Français

En 2020, Chefclub a été consacré média français le plus puissant sur les vidéos sociales dans le monde*, toutes catégories confondues (devant Webedia, Vivendi, Brut, Konbini). Chaque mois, 19 millions de Français regardent les vidéos Chefclub et en 2021, les glaces vont ainsi bénéficier de plus 200 millions de vues dédiées à la promotion de leur usage à travers des recettes gourmandes et originales.

Casino, un partenaire stratégique pour un lancement estival

Alors que les distributeurs sont en recherche d'innovation, de marques fortes et d'expériences à présenter sur leurs rayons, Chefclub va proposer à sa communauté de retrouver ses glaces en exclusivité dans 600 magasins du réseau Casino. L'exclusivité au lancement a été concédée au vu de sa forte implantation des magasins dans le sud de la France, région particulièrement consommatrice de glace.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le lancement des glaces Chefclub est prévu pour le 15 juin en exclusivité dans les supermarchés Casino et hypermarchés Géant. Consultez www.chefclub.tv/glaces pour découvrir les différents saveurs et les recettes Chefclub associées.

** Source: Tubular Labs | Audience Ratings | Unique Viewers (based on 30-sec quality views) | Cross-Platform (YouTube+Facebook) | Global Audience | Average Feb-Dec 2020*

Contact :

Yael Kusch - K&S Emotions - T 06 32 23 01 57 - ykusch@ks-emotions.com