

NEWSLETTER

TOO GOOD TO GO

NOVEMBRE 2024

EXCELLENCE IMPACT BIENVEILLANCE



Découvrez la première épicerie Too Good To Go à Paris !

Découvrez l'épicerie Too Good To Go à Paris, un concept innovant pour lutter contre le gaspillage alimentaire ! Avec ses paniers surprises, vous profitez de produits frais tout en soutenant une démarche écologique. Ensemble, faisons la différence !

Nous ouvrons le 2 décembre 2023 ! Venez nous rendre visite !



Épicerie Propre et Verte

Notre épicerie propose des produits frais récupérés auprès des commerçants locaux. Grâce à nos paniers surprises, savourez des plats variés tout en luttant contre le gaspillage alimentaire.

Repas Durables

Changeons votre façon de consommer. Nos paniers, remplis de produits écoresponsables, offrent une alternative durable à la restauration traditionnelle. Rejoignez-nous pour faire la différence, un repas à la fois, en protégeant notre planète.

PLUS QU'UN REPAS... UNE MISSION POUR L'ENVIRONNEMENT



Des choix qui changent tout

Vos choix quotidiens font la différence. En rejoignant Too Good To Go, vous soutenez une vision partagée !



Sauvez des repas à petits prix



Sauver de la nourriture près de chez vous



Protéger l'environnement et les ressources planétaires en réduisant le gaspillage alimentaire



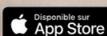
Découvrir de nouveaux commerçants locaux



Plus qu'une appli, une mission !

Bien plus qu'une appli : une mission pour un avenir durable. Choisissez nos paniers et faites la différence !

SAUVEZ DES REPAS À PETIT PRIX



REJOIGNEZ NOTRE COMMUNAUTÉ ET DONNEZ DU SENS À CHAQUE REPAS EN LUTTANT CONTRE LE GASPILLAGE.

S'INSCRIRE

info@toogoodtogo.fr

www.toogoodtogo.com

@toogoodtogo.fr

DOSSIER : COMMUNICATION DIGITALE (20 points)

EMAILING

Dans le cadre du lancement de la **1ère épicerie Too Good To Go à Paris**, vous êtes en charge de la communication digitale pour **l'ouverture le 02 décembre 2023**.

Vous proposerez un emailing sous format .pdf

Votre proposition graphique sera accompagnée par une page décrivant les éléments suivants :

- Objectifs de l'emailing (**cognitif, conatif, affectif**). Justifiez votre choix.
- Cible de l'emailing : Quelle **cible** est la plus pertinente ? Justifiez votre choix.
- **Objet** de l'emailing.

1. Objectifs de l'emailing

- **Objectif cognitif** : Informer les abonnés de l'ouverture de l'épicerie Too Good To Go en détaillant son concept unique de vente de produits anti-gaspillage, sa localisation et son fonctionnement. Cela répond au besoin d'informer la cible des valeurs de l'entreprise et de son engagement écologique.

- **Objectif affectif** : Renforcer l'attachement émotionnel et l'engagement envers la marque en évoquant les enjeux du gaspillage alimentaire et l'importance de consommer de manière plus durable.

- **Objectif conatif** : Encourager l'action en incitant les lecteurs à visiter la nouvelle épicerie le jour de l'ouverture et à s'abonner pour des offres régulières.

2. Cible de l'emailing

- **Public cible** : Les utilisateurs réguliers de l'application Too Good To Go (personnes sensibilisées à l'anti-gaspillage), les Parisiens sensibles aux problématiques environnementales, et les jeunes actifs urbains (18-35 ans) qui privilégient les alternatives de consommation responsables.

- **Justification** : Ces personnes sont non seulement réceptives au concept d'anti-gaspillage mais également plus enclines à tester une nouvelle expérience de consommation en physique et à partager leurs découvertes sur les réseaux sociaux.

3. Objet de l'emailing

- Proposition d'objet : « **Réservez la date ! Too Good To Go ouvre sa première épicerie anti-gaspi à Paris le 2 décembre 🌍🌟** »

