



Nouvelle plateforme de marque pour Mathon

Paris, le 11 mai 2021

Kuider Akani, nouvellement nommé Directeur Général de Mathon, a choisi après consultation, Everyday Content, agence de contenus de Publicis, pour l'accompagner dans la définition de sa nouvelle plateforme de marque.

Avec de nouveaux enjeux de distribution et de nouvelles habitudes de consommation, il est essentiel pour Mathon de capter et comprendre ses audiences. Et pour cela, repenser son positionnement stratégique, son identité de marque et ses contenus, est déterminant. La plateforme de marque portera ces nouvelles ambitions.

Un beau challenge qui verra sa consécration à la rentrée prochaine.

À propos de Mathon :

Créée en 1989 et rachetée en 2012 par le groupe familial Labruyère (domaines viticoles, immobilier, commercial, hôtellerie et capital-investissement / www.groupe-labruyere.com), la société Mathon est spécialiste de la vente d'ustensiles de cuisine et de pâtisserie à la fois sur internet, via son catalogue et en boutique). Mathon propose plus de 5 000 références aux meilleurs prix, sélectionnées parmi 120 marques, dans les univers de la préparation culinaire, du petit électroménager, de la cuisson, de la coutellerie, du matériel de pâtisserie, de la cuisine d'extérieur ou encore de l'organisation de la cuisine. L'entreprise propose à la fois des articles sous sa marque en propre Mathon© et d'autres parmi les plus grandes marques du secteur (Beka, Cristel, De Buyer, Joseph Joseph, KitchenAid, Le Creuset, Lékué, Magimix, Moulinex, Seb...)

<https://www.mathon.fr>

À propos d'Everyday Content :

L'agence, créée en 2017, fait partie du groupe Publicis. Elle accompagne les marques pour (re)construire un lien de confiance avec les audiences. Cohérence, engagement, justesse et compréhension, la mission est de donner une vision stratégique et créative aux contenus.

Content for what ?

- Content For Good : engager et fédérer autour des enjeux RSE
- Content For Life : inspirer et partager au quotidien
- Content For Business : performer sur les enjeux marchés
- Content For Brand : renforcer et faire rayonner la marque
- Content For Power : se démarquer et influencer par sa posture
- Content For Wellness : sensibiliser les publics

Ils leur font confiance : Yves Rocher, Carrefour, McDonald's, Renault, Orange, EDF, Royal Canin, Mugler, Jolly, AXA, BPCE, Air Liquide, Sanofi, MGEN, MNT, Veolia Eau d'Ile-de-France...

<https://everydaycontent.fr/>

Contact presse :

Valérie Rudler – Directrice Marketing et Communication Publicis France – valerie.rudler@publicis.fr