

Big Bang céréales révolutionne vos petits déjeuners

Temps de lecture : minute

8 septembre 2011

Vous souvenez-vous des céréales de votre enfance que vous mangiez tôt le matin avant d'aller à l'école avec le jouet à l'intérieur et qui, avec du recul, ne servait absolument à rien? Big Bang Céréales révolutionne cette époque et nous offre une autre vision de ce que pourrait devenir les composants de nos petits déjeuners.

On le sait tous, les secteurs du marché alimentaire veulent aller vers toujours plus de simplicité et d'ergonomie pour les clients, à l'image de nos voisins anglo-saxons. Big Bang céréales vient d'ouvrir ses portes il y a deux semaines pour vous offrir les céréales qui vous correspondent.

Le principe est simple : permettre aux clients de choisir ce qu'ils vont manger avec leurs propres recettes de céréales, de fruits, de noix, de graines ou de confiseries. L'idée qui sort tout juste de l'esprit de deux jeunes entrepreneurs de 26 ans à peine sortis de leurs études de commerce et d'ingénieur s'appuie aussi - et surtout - sur l'aspect responsable de leur démarche commerciale.

On utilise souvent le greenwashing pour satisfaire les pulsions écologiques des clients mais Big Bang céréales tient son engagement écologique avec des ingrédients tous issus de l'agriculture biologique. Il fallait bien deux anciens céréalivores de la génération cornflakes pour sortir leur propre marque et vous offrir une manière différente de

consommer. Le packaging nous rappelle d'ailleurs les années 80 avec les informations nutritionnelles en plus. On pourrait essayer de les coincer ailleurs, mais non, leurs produits viennent soit de France soit du commerce équitable, pas de bol.

La boîte de céréales tourne autour de 4,90€ jusqu'à 7,90€ maximum pour les plus gourmands et on peut en offrir *via* des chèques cadeaux. On peut se faire livrer pour 6€ directement dans nos cuisines ou pour 3€ dans des points relais (qu'ils vont même jusqu'à conseiller) !

Dans l'absolu le concept est novateur et se dote d'une atmosphère de fraîcheur et de décalage en parfaite adéquation avec l'image de l'entreprise. Nous pouvons sûrement lire dans un bol (personnalisé) avec notre cuillère (personnalisée aussi) de Big Bang céréales un avenir prometteur que nous suivrons avec intérêt.

La tendance générale est à l'individualisation quand Converse propose la personnalisation de ses chaussures, suivis de près par Repetto (*L'atelier Repetto*) ou des acteurs de la communication comme Codeur. L'individualisme a de belles heures devant lui et ouvre de nombreuses perspectives à l'heure où nos méthodes de consommation tendent à changer - d'ailleurs fortement encouragé par les services marketing. Apparemment, ça conduit même à votre frigo.