

Parce que je suis

POP  
de toi !



The image features a solid orange background with several pink hearts scattered around the central text. The hearts are of varying sizes and are positioned at the top, bottom, and sides of the text area.

**Apprêtez-vous  
à devenir fou D'AMOUR  
pour...**



**PRINGLES**

®

Le **SNACK** qui percute l'esprit,  
le **CROQUANT** époustouflant,  
l'intensité des deux côtés de la **TUILE**,  
le packaging qui fait **POP**,  
la satisfaction de retrouver  
le même plaisir la bouchée qui suit.  
Le compagnon qui fait pétiller notre vie.  
Tout l'esprit du **MIND POPPING**,  
**LA NOUVELLE CAMPAGNE**  
**DÉCALÉE DE PRINGLES!**





**Succombez  
pour  
l'extérieur**

**MR. P, l'iconique MASCOTTE de Pringles, a fait peau neuve et arbore dorénavant un look PLUS FRAIS ET MODERNE qui plaît ! De quoi mettre en valeur les saveurs de chaque boîte et de SOURIRE devant les nouvelles expressions de Mr. P. Depuis 2021, la marque a dévoilé une toute nouvelle gamme de packagings plus épurés avec des couleurs PÉTILLANTES ET POP. Le look est plus audacieux que jamais.**





**Mr. P. a le crâne rasé, sa moustache est plus fournie et plus prononcée.**

## **STYLÉ COMME JAMAIS !**

**Le rebranding a nécessité deux ans de développement et a été dirigé depuis le siège européen de Pringles à Dublin.**

**C'est la première fois que la marque est rafraîchie depuis le lancement de POP, PLAY, EAT et de l'icône ONCE YOU POP, YOU CAN'T STOP.**



**« Nous avons constaté au niveau international un décalage entre la perception de la marque et notre vision. Il était donc temps de la faire évoluer et de revoir son identité. D'où le projet d'accorder le style de Mr P à un look plus moderne et dans l'air du temps pour apporter cette touche fun que le consommateur recherche. »**

**explique Camille-Coralie Bouton,  
responsable marketing Benelux pour Kellogg Company.**



**Comme  
pour  
l'intérieur**

**Depuis 2019, en plus d'un travail pointu sur l'emballage, Pringles a peaufiné ses produits afin de RÉDUIRE LA QUANTITÉ DE SEL dans ses best of.**

**L'entreprise innovante a réussi à obtenir une réduction moyenne de 23 % sur ses 6 saveurs principales ; Original, Sour Cream & Onion, Hot & Spicy, Texas BBQ, Paprika et Classic Paprika.**

**AVEC TOUJOURS LA MÊME INTENSITÉ DE GOÛT AUTHENTIQUE.**



**Et le Mindpopping opéra!**





**Christopher Lapham et Aaron McGurk, Global Group Creative Directors chez Grey, l'agence qui a soutenu Pringles dans la création de cette campagne Mind Popping, ont déclaré :**

**«Lorsque nous avons fait des recherches sur Pringles, nous avons commencé à découvrir des histoires et des faits qui nous ont époustouflés. Le fait qu'un célèbre auteur de science-fiction ait inventé leur machine à cuire, que l'univers ait la forme d'une tuile Pringles et que la tuile s'adapte parfaitement à la langue, tout cela nous a amené à penser au «Mind Popping» et à la façon dont ce qui ressemble à une simple chips est en fait bien plus que cela.»**

**Maintenant, la marque démontre  
à travers sa campagne décalée Mind Popping  
que Pringles est bien plus qu'un snack !**

**C'EST L'EXPÉRIENCE DE SNACKING  
SUR-MESURE.**



**C'EST ARRIVÉ PRÈS  
DE CHEZ VOUS.**



**L'usine Pringles de Malines a soufflé ses 25 bougies en 2021.**

**Dès sa création, l'unité de production de Malines a joué un rôle de pionnier et de leader : son approche innovante et son processus d'exécution sont appliqués dans le monde entier au sein du groupe Pringles.**

A worker wearing a yellow hard hat, a blue protective suit, and a blue face mask is kneeling in a factory setting. The worker is holding a handheld electronic device, possibly a tablet or a specialized scanner, and appears to be interacting with it. The background shows industrial equipment and a clean, well-lit environment.

**L'usine produit ainsi plus de 100 000 tonnes de Pringles par an qu'elle exporte dans plus de 40 pays à travers l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord. La production est assurée 24 heures sur 24, 7 jours sur 7.**

**L'équipe de Pringles s'engage à rendre le produit, l'infrastructure et l'impact sur l'environnement toujours plus verts.**

The image features four whole, light-brown potatoes floating in a dark space filled with numerous small white stars. The potatoes are positioned at the top-left, top-right, bottom-left, and bottom-right corners of the frame. In the center, there is a large, bold, white text block.

# **ET LA PATATE LÀ DEDANS?**

**La majorité des fournisseurs de pommes de terre proviennent de BELGIQUE ou au plus loin, de ses pays limitrophes.**

**Parce que même si le goût Pringles nous envoie sur d'autres galaxies, c'est toujours bon de revenir chez soi !**

# INFOS

[www.pringles.com/be](http://www.pringles.com/be)

**Contact presse:**

**TOP SECRET COMMUNICATION**

**Anne-Sophie Mathieu / [anne-sophie@top-secret.be](mailto:anne-sophie@top-secret.be)**

**Stéphanie Boucquillon / [stephanie@top-secret.be](mailto:stephanie@top-secret.be)**

**T 02 244 93 22**

