

## Le Groupe aufeminin renforce sa stratégie de diversification et lance Gretel, une box de snacks healthy révolutionnaire !

### *Les meilleures pépites de la Nature dénichées aux quatre coins du monde*

Née d'un **projet intrapreneurial** mené au sein du Groupe aufeminin (aufeminin, Marmiton, My Little Paris, etc.), sous l'impulsion de Marie-Laure Sauty de Chalon, PDG du Groupe, et Delphine Groll, Directrice de la communication, **Gretel** s'inscrit dans la **stratégie de diversification** du Groupe, dont l'e-commerce est un pilier (My Little Box, Beautiful box).

Officiellement lancée le 25 octobre 2016, **Gretel** ([www.gretel-box.com](http://www.gretel-box.com)) propose aux abonnés de **recevoir chaque mois chez soi ou au bureau, 5 snacks sains et originaux** parmi une sélection de 50 produits. Noix du Brésil, baies de Goji, mangue déshydratées, noix de coco des Philippines, cranberries du Canada, amandées émondées : des snacks dénichés aux quatre coins du monde et **tous approuvés par Marmiton** pour leur goût et leur originalité.



### *Grignoter sans culpabiliser avec des en-cas sains*

Avec ses en-cas uniques aux **bienfaits nutritionnels avérés** (noisettes, amandes, baies de Goji, mûres séchées, graines de courge, raisins, pruneaux, etc.), **Gretel ambitionne de changer les habitudes alimentaires** pour enfin grignoter sans culpabiliser.

### *La 1re box sur mesure avec 300 millions de combinaisons possibles*

**Gretel** innove en lançant sur le marché français **la 1<sup>er</sup> box 100% personnalisable**, permettant aux abonnés de **devenir les créateurs de leur box**. Chaque mois, l'abonné peut ainsi choisir ses 5 snacks préférés parmi une sélection de 50 produits. Une personnalisation sur mesure permettant **plus de 300 millions de combinaisons possibles**. Et, pour les gourmands en manque d'inspiration, **Gretel** propose aussi tous les mois sa « box de saison » recommandée par Marmiton.

# aufeminin

Pensés sous l'angle du développement durable, les en-cas Gretel sont emballés dans des sachets kraft et refermables, pouvant être dégustés partout et à tout moment de la journée : dans le métro, au boulot, en rando, en open-space, sur les pistes, à la gym...

Plus de 500 grammes d'**en-cas healthy** livrés chaque mois pour **13,90 euros**, correspondant ainsi à une **portion d'en-cas journalière recommandée**.

## ***Un storytelling enchanteur autour de la marque***

Nouvelle marque au sein du Groupe, s'adressant tant aux hommes qu'aux femmes, Gretel se caractérise par un univers bien à lui, composé d'une **multitude de petits personnages**. Commissaire Pruneau, Casse Noisette, Ginger Catch, Alba Nana, Mika Jou, Amanda Moiselle, Kurt Berry, Miss Cancan, Merlin Pompom, des personnages aux histoires farfelues pour **créer l'attachement à la marque**.

Un monde fait d'en-cas de bonheur, où l'on ne vit que d'amandes et d'eau fraîche...



**Miss Cancan**  
Granola noix de pécan et miel



**Kurt Berry**  
Cranberry

---

**N'évitez plus de grignoter en dehors des repas !**

Pour obtenir des **visuels sur Gretel** (logo, box, personnages...) contactez-nous aux coordonnées ci-dessous.

---

### **Contact**

Delphine Groll, Directrice de la Communication Groupe  
[delphine.groll@aufeminin.com](mailto:delphine.groll@aufeminin.com)

Tel : 01 53 57 15 52 – 06 60 25 14 65

### **A propos**

Officiellement lancée en octobre 2016, Gretel ([www.gretel-box.com](http://www.gretel-box.com)) est rattaché au Groupe aufeminin, le 1er créateur de communautés regroupant des marques médias telles que aufeminin, Marmiton, My Little Paris, Merci Alfred, Gifted Agency, Onmeda, Zimbio.com, Livingly.com et Stylebistro.com.

Le Groupe est présent dans plus de 20 pays, en Europe, au Maghreb, en Amérique du Nord et en Amérique Latine. Leader sur le desktop, avec une audience de 42 millions de visiteurs par mois dans le monde, le Groupe aufeminin monte en puissance dans les secteurs du mobile avec 73 millions de visiteurs, et de la tablette, avec 12 millions de visiteurs et développe sa présence sur toutes les autres plateformes telles les vidéos, le print et les réseaux sociaux<sup>(1)</sup>.

(1) Google Analytics, groupe aufeminin, sans déduplication, août 2016