

Analyse d'une newsletter



Dans la famille des green emballages, je demande... la gourde biosourcée !

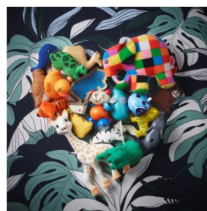
Chez Good Goût, on n'est pas du genre à baisser les bras, même en matière d'emballage ! On avait retroussé nos manches pour mettre au point le programme TerraCycle, on a bossé encore plus dur pour vous proposer [la 1ère gourde biosourcée du marché babyfood en France](#).

Désormais, l'emballage de nos gourdes Petit Déj est composé à 82% d'un matériau durable et d'origine végétale : la canne à sucre !

En choisissant une gourde biosourcée, vous réduisez d'1/4 l'empreinte carbone par rapport à une gourde classique et en plus, la qualité de nos recettes est préservée et le prix ne change pas !

[JE SHOP GREEN](#)

Vous allez aimer le mois de Février...



Loïn des yeux, proche du ♥

Votre bambin ne le sait pas encore mais il va littéralement craquer pour nos :

ANIMAUX TOUT BIO

Pour chaque paquet de biscuits acheté, Good Goût reverse 5% de ses bénéfices à :

- un programme de sauvegarde des éléphants dans la région de la rivière Boteti au Botswana
- un programme de préservation des écosystèmes marins et côtiers de l'île Maurice.

Si ça c'est pas de l'amour !

[J'AI FAIM D'AMOUR](#)

🍌 C'est la Der des Ders

Vous savez, entre la gourde ananas et nous, ça a toujours été une grande histoire d'amour.

Et si votre bambin l'adore aussi, on a une bonne nouvelle pour vous :

IL NOUS EN RESTE
(plus pour très très longtemps)

[ANANAS, JE TE VEUX](#)



a) Une lettre

La newsletter est une lettre :

- Ici l'énonciation s'adresse personnellement à l'abonnée avec le « vous » en incitant l'achat d'une gourde écologique.
- Par son ton : l'annonceur établit ainsi une relation personnelle en proposant également les nouvelles offres du mois de février.

b) Une information

La newsletter se présente comme une page d'information :

- La mise en page de cette newsletter est découpée en brefs rectangles de dimensions variées, alterne textes et visuels :
- Par la présence d'écrits (présentant l'annonceur, ses valeurs, son image), la présentation des nouveautés du mois suivant.
- Il y a des éléments mis en avant avec le texte souligné ou en gras pour appuyer le propos (« vous allez aimer le mois de février », « la 1^{er} gourde biosourcée du marché babyfood en France »)

c) Une communication

Cette newsletter met en avant ses offres pour susciter le désir des consommateurs. Plusieurs liens sont présents :

- « je shop green » pour acheter cette nouvelle gourde écologique

- « j'ai faim d'amour » et « ananas je te veux » pour bénéficier des produits du mois de février