



CASSEGRAIN

Campagne Print + Co-distribution

11 février 2016



Objectifs de la marque

- Faire découvrir le produit « ratatouille » et fêter les 160 ans de la marque Cassegrain.

Réponse 20 Minutes

- Scénarisation de l'évènement le temps d'une journée grâce à une campagne Print et une co-distribution de produits.

Dispositif

- **Print** : surcouverture avec un format C1-C2 en édition nationale, avec Bon de réduction.
- **Street marketing** : opération de co-distribution de 350 000 petites boîtes de ratatouille Cassegrain avec la participation de 384 colporteurs sur 352 points de diffusion.





CASSEGRAIN

Campagne Print + Co-distribution

11 février 2016



64,7 tonnes de ratatouille Cassegrain distribuées !





CASSEGRAIN

Campagne Print + Co-distribution

11 février 2016



Une campagne qui séduit les lecteurs !

- Excellent accueil des lecteurs sur les points de distribution : « merci », « c'est super bon »* ...
- Excellents scores de mémorisation + incitation à l'achat mesurés dans une enquête post-campagne auprès du panel des lecteurs 20 Minutes* * : près d'1 lecteur sur 2 est incité à l'achat du produit.



*verbatim recueillis sur le terrain le 11 février 16

** enquête réalisée les 12 et 13 février