

# Cas de campagne



Une opération de street marketing orchestrée par 20 Minutes pour Paysan Breton

## L'objectif de la marque Paysan Breton



**Faire découvrir** sa nouvelle gamme de crêpes fourrées au Fondant et Morceaux de Chocolat



Toucher une cible **active et urbaine** qui compte de jeunes parents

## La réponse made in 20 Minutes



Une opération de **street marketing** pour faire découvrir le produit



Une présence **publicitaire print** pour renforcer la visibilité



# Cas de campagne



Une opération de street marketing orchestrée par 20 Minutes pour Paysan Breton

**Près de 50 000 crêpes**

dotées d'un emballage individuel distribuées avec le quotidien 20 Minutes



→ Un emballage conçu pour l'occasion :  
« Bonne dégustation et retrouvez-nous dans votre journal 20 Minutes ! »

→ Aucun reliquat !

**Plus de 60 colporteurs**

aux couleurs de Paysan Breton pour assurer la co-distribution dans 5 villes du réseau 20 Minutes

→ Paris, Rennes, Nantes, Bordeaux, Toulouse



# Cas de campagne



Une opération de street marketing orchestrée par 20 Minutes pour Paysan Breton



**1 pleine page publicitaire**  
**+ 1 bon de réduction de 0,50€**

dans le quotidien du jour pour renforcer l'impact du dispositif street marketing

→ Edition nationale, soit plus de 930 000 exemplaires

