

# COMMENT PROMOUVOIR UN NOUVEAU PRODUIT EN JOUANT LA CARTE DE LA PROXIMITÉ ?



Septembre 2021

Une opération de **street-marketing** pour faire découvrir le nouveau « Nature Valley »

## Les objectifs de l'annonceur

- ✓ **Faire connaître** sa nouvelle barre de céréales Nature Valley avoine et miel
- ✓ **Recruter** de nouveaux consommateurs

## La réponse de 20 Minutes :

Une **campagne** articulée autour de 2 volets :

- ✓ **Print** : un **dispositif pub** dans le daté du 10/09
- ✓ **Street** : une opération dans 11 villes avec **des colporteurs aux couleurs de l'annonceur** pour distribuer l'échantillon.



# CRÉER L'ÉVÉNEMENT AUTOUR DU LANCEMENT



Septembre 2021

Faire tester le produit grâce à une **co-distribution** dans 11 grandes agglomérations

**150 000 échantillons**

distribués aux lecteurs avec le journal 20 Minutes

**111 colporteurs**

distribuant le journal 20 Minutes

**170 colporteurs**

habillés aux couleurs de la marque

**170 points de distribution**

dans 11 grandes villes (Paris, Bordeaux, Toulouse, Montpellier, Marseille, Nice, Lyon, Lille, Rennes, Nantes)

dont **3 points de distributions de café à Paris**, en plus de l'échantillon et du journal



# PRÉSENCE DU NOUVEAU PRODUIT DANS LE PRINT



Septembre 2021

Une page pub dans le daté distribué avec l'échantillon pour un impact maximisé



Daté du vendredi 10 septembre



**1 SPQ au natio**

dans le daté du jour

**2,3 M**

de lecteurs touchés

# UN DISPOSITIF STREET DISPONIBLE EN VIDÉO



Septembre 2021



Vidéo de la distribution du 10/09