



1

2

## ENJEUX & OBJECTIFS

- Annoncer l'ouverture de la saison
- Driver du trafic dans le parc en touchant une cible familiale, grâce à un dispositif promotionnel et ludique.

## LA SOLUTION 20 MINUTES

Un dispositif complet sur mesure avec une mécanique qui répond à 3 objectifs :

1. Teasing reveal → Publicité print : Streamer + ½ SPQ
2. Pédagogique → ½ page article de contenu dédié, réalisé par la rédaction de 20 Minutes (thème : importance du développement de l'imaginaire des enfants).
3. Trafic → Une opération de co-distribution de « poisson-plumes » promotionnels, la veille du 1<sup>er</sup> avril (achat d'une place adulte = une entrée enfant offerte).

Streamer de Une

½ Page de Publishing & ½ SPQ



3

Distribution  
de leaflets poissons



23 600 leaflets « poissons à plumes » distribués en 24 points en IDF (gares Saint Lazare, du Nord, de l'Est et plusieurs gares desservies sur ces lignes...)

31 colporteurs lookés « cowboy » aux couleurs du parc (coupes vents jaunes avec logo La Mer de Sable + chapeau, jean bleu et bottes).

