

Cas de campagne

Une opération de street marketing pour faire découvrir les produits Cassegrain

L'objectif de la marque Cassegrain

Étendre sa notoriété et faire découvrir son offre de légumes cuisinés à une cible plus jeune, urbaine et connectée

La réponse de 20 Minutes

Une opération de street marketing renforcée par une présence sur le print

Echantillonnage

[+45%]

Intention d'achat
vs campagne classique

&

Surcouv

[+40%]

Intention de
renseignement
vs campagne classique

Double
Impact



Fidélisation :
4^{ème} campagne en 3 ans

Cas de campagne

1. Opération de **codistribution** sur l'ensemble de notre réseau national

200 000

boîtes de ratatouille distribuées
+ une réduction de 0,50cts sur chaque boîte

0,50€
DE REDUCTION



220 colporteurs

habillés aux couleurs de la marque

189 points de distribution

dans toute la France

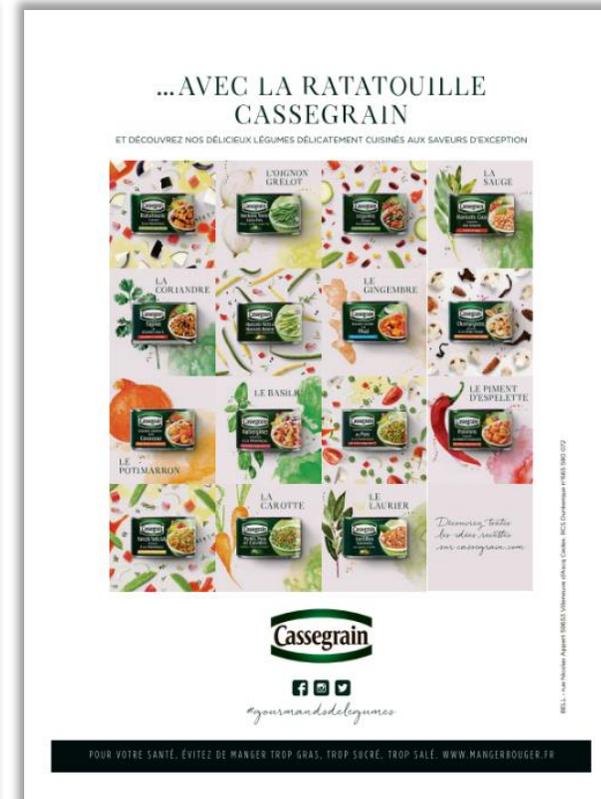


Cas de campagne



2. Double page C1+C2 pour **renforcer l'opération de street marketing**

Dans l'édition du vendredi 09 mars, en même temps que la codistribution !



910 729 ex/jour
3,9 M. lecteurs

