

Cas de campagne

HARIBO

Une opération de **street marketing** pour faire découvrir le nouveau Chamallows Choco

Les objectifs de la marque

-  **Faire connaître** les nouveaux HARIBO Chamallows Choco
-  **Inciter à l'achat** en magasin

La réponse de 20 Minutes

-  Une opération de **street-marketing** pour faire déguster le produit, renforcée par un **dispositif de visibilité publicitaire**.



Cas de campagne

HARIBO

Une **codistribution** dans 5 villes le 28 mars 2018

100 000 sachets individuels

distribués aux lecteurs avec le quotidien 20 Minutes

63 points de distribution dans 5 villes

(Paris IDF, Lille, Marseille, Toulouse et Lyon)

79 colporteurs habillés aux couleurs

de la marque



« Où peut-on acheter le produit ? »

« Trop bon le Chamallow ! »

« Est-ce une nouveauté ? »

« Le chocolat craque, c'est sympa ! »

20
minutes

Cas de campagne

HARIBO

Une **pleine page publicitaire** dans l'édition nationale le même jour que la codistribution



Edition nationale du 28 mars 2018

910 729 exemplaires/jour
3 783 000 lecteurs/jour

ACPM OJD PV 2017 / ACPM ONE 2017

20
minutes