

COMMENT PROMOUVOIR UN NOUVEAU PRODUIT ?

Une opération de **street-marketing** pour faire découvrir le nouveau "Gerlinéa Möelleux"

Les objectifs de la marque

- **Faire connaître** le nouveau Gerlinéa Möelleux
- **Recruter** de **nouveaux consommateurs**
- **Fidéliser** les clients Gerlinéa avec un nouveau produit

La réponse de 20 Minutes

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



CRÉER L'ÉVÉNEMENT AUTOUR DU LANCEMENT

Faire tester le produit grâce à une **co-distribution** dans 10 grandes agglomérations



50 000 échantillons

distribués aux lecteurs avec le journal 20 Minutes

46 points de distribution

dans 10 grandes villes (Paris, Bordeaux, Toulouse, Montpellier, Marseille, Nice, Lyon, Lille, Rennes, Nantes)

48 colporteurs

habillés aux couleurs de la marque

+23 pts

d'intention d'achat *

(vs ind. n'ayant pas reçu d'échantillon)



« Merci, j'adore ! »

« Où peut-on acheter le produit ? »

« C'est nouveau ? »

« Très gourmand »

PARLER DU NOUVEAU PRODUIT DANS LE PRINT

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



Gerlinéa
En ligne avec vos envies.

UN BISCUIT MOELLEUX ULTRA GOURMAND ET ÉQUILIBRÉ !
VOUS PENSIEZ QUE C'ÉTAIT IMPOSSIBLE ?

RICHE EN FIBRES -43% DE SUCRES** SANS ÉDULCORANT*

NUTRI-SCORE A B C D E

DISPONIBLE AU RAYON DIÉTÉTIQUE DE VOTRE SUPERMARCHÉ

POUR VOTRE SANTÉ, MANGEZ AU MOINS CINQ FRUITS ET LÉGUMES PAR JOUR. WWW.MANGERBOUGER.FR

RETROUVEZ-LE AUSSI SUR NOTRE BOUTIQUE EN LIGNE GERLINEA.FR



1 SPQ au natio
dans le daté du jour, avec un QR Code permettant de rediriger vers la boutique en ligne Gerlinéa

3,3 M
de lecteurs touchés

Daté du 15 octobre 2020



