



Cas de campagne



Les objectifs de Haribo

-  **Faire découvrir** les nouveaux MAOAM Pinballs
-  **Donner de la visibilité** à la marque MAOAM

La réponse made in 20 Minutes

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



Cas de campagne



Street-marketing multivilles (30.10.2017)



60 colporteurs aux couleurs de la marque



51 points de distribution dans 7 agglos

Paris IDF, Lille, Bordeaux, Lyon, Marseille, Toulouse, Nantes



100 000 sachets individuels



distribués aux lecteurs avec le quotidien 20 Minutes

Ciblage prioritaire : adolescents et jeunes adultes



Cas de campagne



Publicité print – réseau national (30.10.2017)



 **1 pleine page publicitaire**
dans l'édition du même jour que le street-marketing

 **933 036 exemplaires**
distribués chaque jour en moyenne
ACPM OJD PV 2016 – diffusion totale