

Cas de campagne

Comment promouvoir un nouveau produit, diffuser une offre exclusive et générer du trafic sur un temps fort ?

Les objectifs de la marque



Communiquer sur une offre promotionnelle

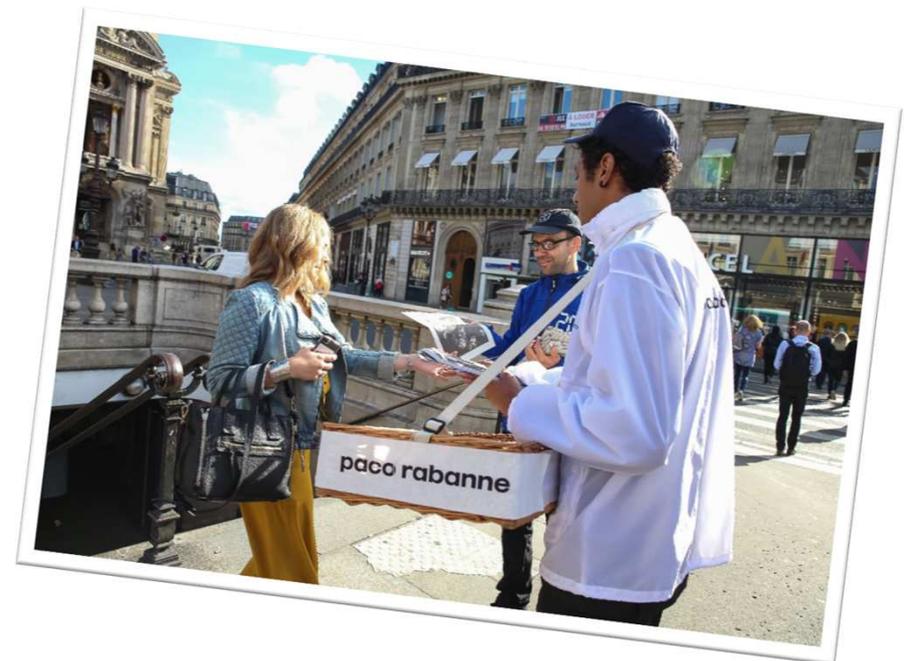
à l'occasion de la fête des pères, grâce à une franchise partenaire (Nocibé)



Événementialiser la sortie de la nouvelle gamme de parfums Million Lucky



Donner envie et **inciter à pousser les portes des magasins** Nocibé où les promotions Paco Rabanne sont présentes



La réponse de 20 Minutes



Profiter des points de distribution de 20 Minutes pour une opération de **street marketing**. Un **dispositif** renforcé par une présence publicitaire sur le **daté** du même jour.

Cas de campagne

paco rabanne

7 Juin 2018



Codistribution de journaux 20 Minutes et de **108 500** leaflets Paco Rabanne



158 points de distribution dans 11 grandes villes françaises, **185 colporteurs habillés et accessoirisés aux couleurs de la marque**

« Où se trouve le Nocibé le plus proche ? »

« Doit-on obligatoirement acheter un des deux parfums du flyer pour bénéficier de l'offre ? »

« C'est un vrai sac Paco Rabanne le cadeau ? »

20
minutes

Cas de campagne

paco rabanne

7 Juin 2018



Le même jour, présence sur la DER pour renforcer la présence de la marque

[3,8 M]

de lecteurs touchés*

* Source : ACPM ONE 2017, audience /jour