

Cas de campagne



Une opération de « street marketing » pour faire découvrir le nouvel album Panini Janvier 2019

Les objectifs de la marque

- ✓ Créer l'évènement autour du **lancement** de la collection officielle de stickers championnat de France de football 2018/2019
- ✓ **Susciter l'envie** de les collectionner et **créer l'acte d'achat**

La réponse de 20 Minutes

Un dispositif qui mêle visibilité publicitaire dans le journal et opération spéciale « street marketing » dans plusieurs grandes villes françaises



Cas de campagne

Une distribution dans 9 villes de France

- ✓ **138 points de distribution** répartis dans 9 villes de France (Paris, Lille, Montpellier, Bordeaux, Toulouse, Metz, Nîmes, Valenciennes, Nancy)
- ✓ **Des centaines de colporteurs** habillés aux couleurs des marques 20 Minutes et Panini
- ✓ **100 000 albums distribués** avec, dans chaque exemplaire, 6 stickers offerts



[2,62 M]

lecteurs touchés*

*Source : ACPM ONE 2017



[*Voir la vidéo*](#)