



Mai 2019

COMMENT PROMOUVOIR UN PRODUIT ?

Une opération de **street-marketing** pour faire redécouvrir les Arlequins de Lutti

Les objectifs de la marque

 **Faire redécouvrir** les fameux bonbons Arlequins

 **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 publicitaire print**

 Un dispositif original sous forme d'une **fausse-une** aux couleurs des années 90



20
minutes



Mai 2019

DONNER ENVIE AVEC UNE CO-DISTRIBUTION

Faire tester le produit grâce à une **co-distribution** dans toute la France

#Street

200 000 bonbons Arlequins
distribués aux lecteurs avec le journal 20 Minutes

20 villes animées

235 colporteurs habillés aux couleurs de la marque

« *C'est le bonbon de mon enfance* »

« *Je retombe en enfance !* »

« *Trop bon !* »



+23 pts

d'intention d'achat *

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

**Moyenne générale. Source BDD des bilans publicitaires 00 Minutes 2014-2018, 90 campagnes 30 000 interviews





Mai 2019

CRÉER L'IMPACT AVEC UNE FAUSSE UNE

Renforcer la **visibilité** et le **souvenir** publicitaire



[3,8 M]
lecteurs touchés*



Edition nationale du 23 Mai 2019



Le même jour que la distribution, une **Fausse Une** pour attirer l'attention

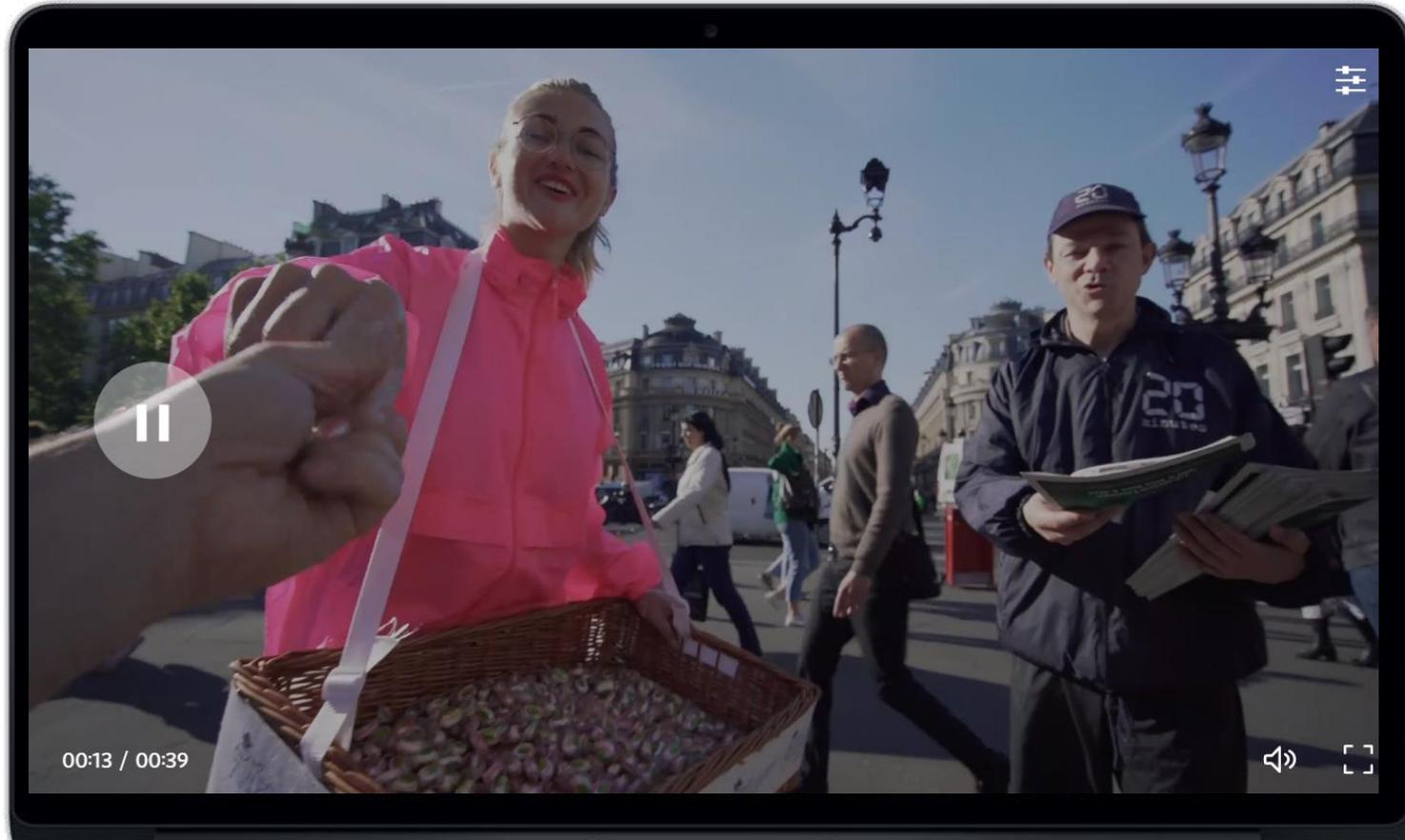


Un format **original et décalé** rappelant les années 1990, années de création des Arlequins





Mai 2019



Cliquez pour visionner
la co-distribution

