

perrier®

ROLAND
GARROS

150 ans de rebondissement



PERRIER FÊTE SES 150 ANS À ROLAND-GARROS

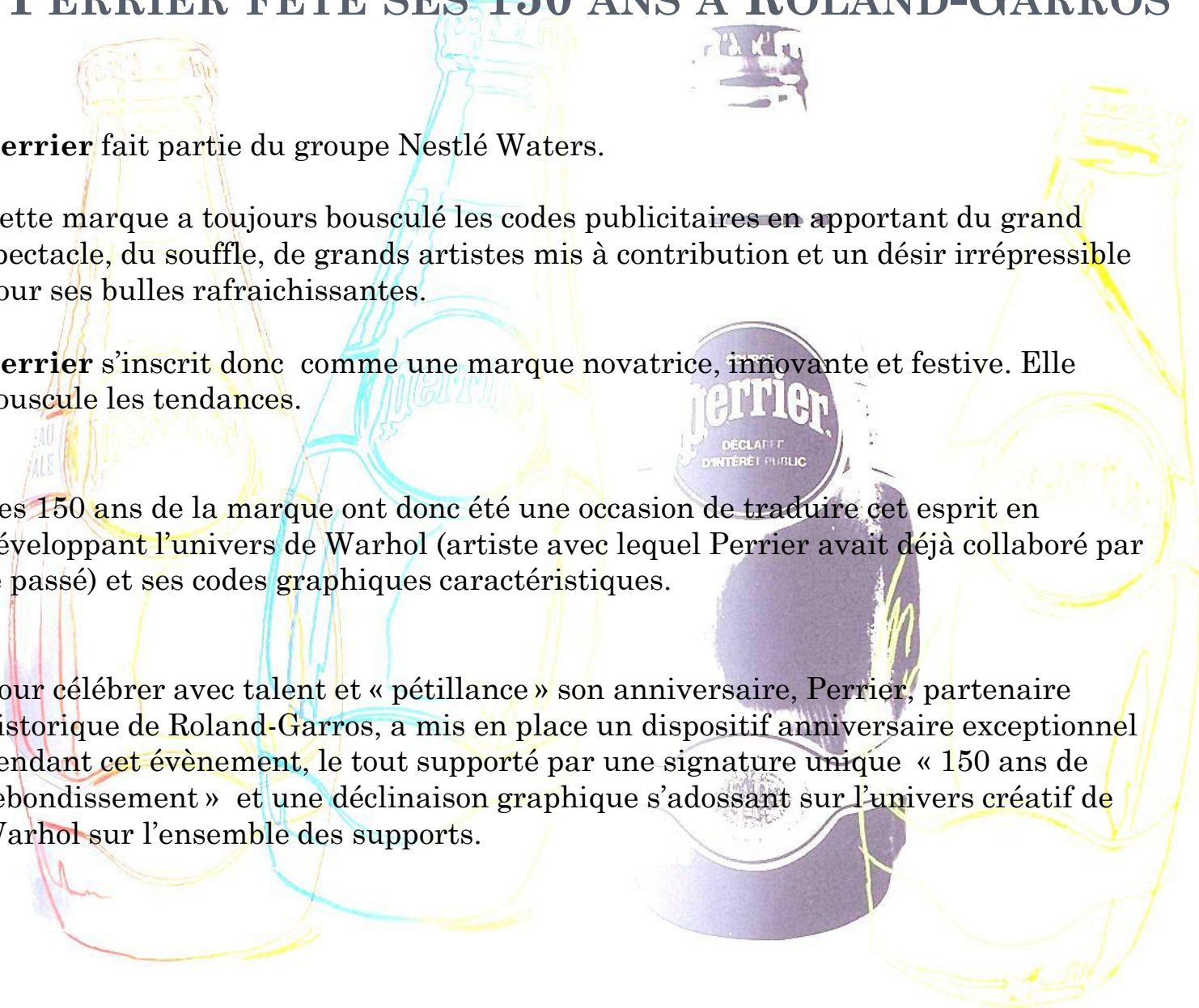
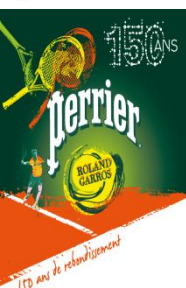
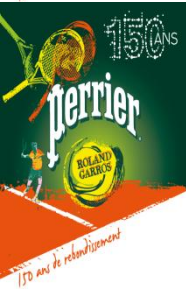
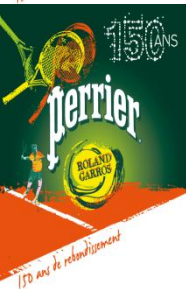
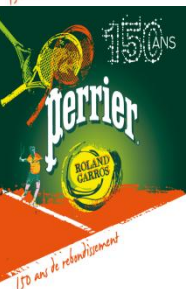
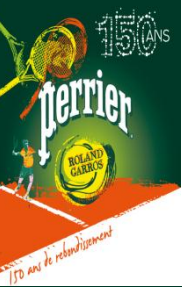
Perrier fait partie du groupe Nestlé Waters.

Cette marque a toujours bousculé les codes publicitaires en apportant du grand spectacle, du souffle, de grands artistes mis à contribution et un désir irrésistible pour ses bulles rafraichissantes.

Perrier s'inscrit donc comme une marque novatrice, innovante et festive. Elle bouscule les tendances.

Les 150 ans de la marque ont donc été une occasion de traduire cet esprit en développant l'univers de Warhol (artiste avec lequel Perrier avait déjà collaboré par le passé) et ses codes graphiques caractéristiques.

Pour célébrer avec talent et « pétillance » son anniversaire, Perrier, partenaire historique de Roland-Garros, a mis en place un dispositif anniversaire exceptionnel pendant cet évènement, le tout supporté par une signature unique « 150 ans de rebondissement » et une déclinaison graphique s'adossant sur l'univers créatif de Warhol sur l'ensemble des supports.



PERRIER FÊTE SES 150 ANS À ROLAND-GARROS

Objectifs :

1. Augmenter la notoriété du partenariat en activant les 150 ans de la marque

4 cibles majeures :

- 500 000 spectateurs
- Les consommateurs
- Le Grand Public
- Les clients

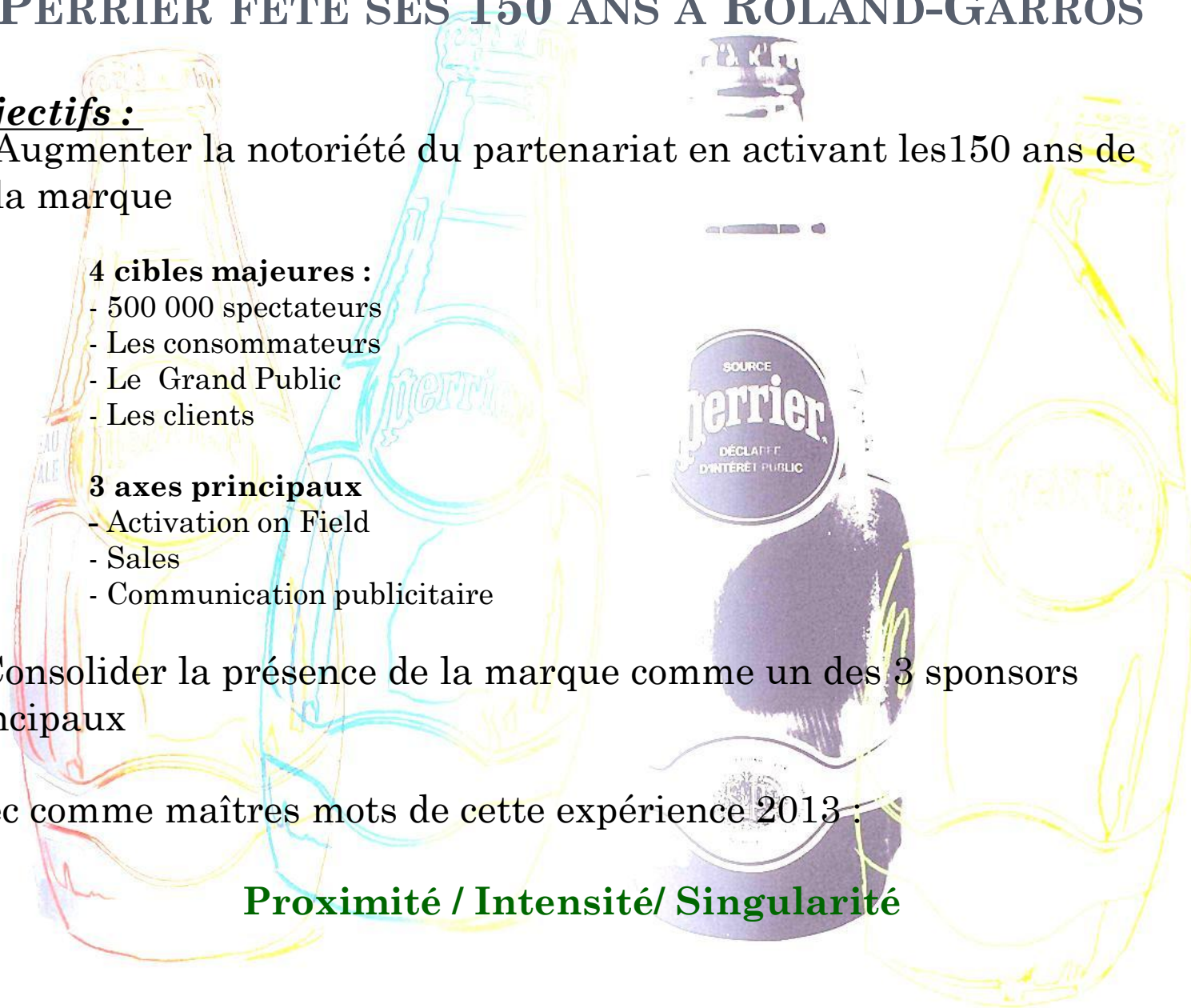
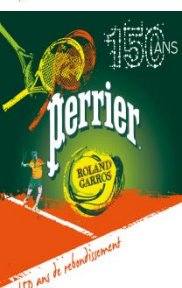
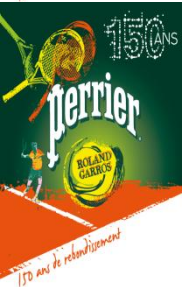
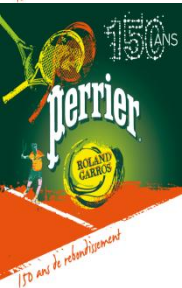
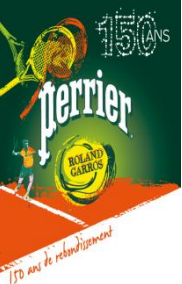
3 axes principaux

- Activation on Field
- Sales
- Communication publicitaire

2. Consolider la présence de la marque comme un des 3 sponsors principaux

Avec comme maîtres mots de cette expérience 2013 :

Proximité / Intensité / Singularité



UNE EXPÉRIENCE UNIQUE POUR LES SPECTATEURS

Brand Content digital



Création d'une application photo visant à « Warholiser » l'expérience des spectateurs dans Roland-Garros : **Pop Art, la plus Pop des Aps**

Brand Content Expérientiel



Animation avec immersion dans un univers Perrier « warholisant » pour expérimenter la pétillance de Perrier

Brand Content Historique : Le Trophée des Légendes Perrier



Mise en lumière et symbolisation de l'historique du partenariat entre Perrier, Roland-Garros et le Tennis.

Un contact permanent avec les spectateurs



Les navettes



La bouteilles Géante

Une présence sur les courts repensée en 2013



Un logo zoomé plus percutant et moderne



Une réinterprétation du temps de repos des joueurs avec la symbolique du « Pschitt Perrier ! »



Les buvettes



Pub Perrier sur les écrans géants

UNE CAMPAGNE POUR TOUTES LES CIBLES

Pour les Clients au sein de Roland-Garros

Un village 100% Warholisé pour les 1000 invités Parrier :
Chaque invité repart avec les goodies Parrier Roland-Garros et avec sa photo « warholisée ».



Pour les Consommateurs

Temps forts commercial du Lundi 6 mai au Dimanche 16 juin

- Plus de 4 millions de bouteilles déclinées à 100% dans le décor Roland-Garros (formats : 1L PET, 50cl PET, 33cl Canette et 20cl Verre)
- 42 jours d'animation
- 12 000 hypermarchés et supermarchés touchés



Pour le Grand Public

Pour les 150 ans de la marque Parrier a mis en avant 4 spots qui ont marqué l'histoire de Parrier. Pendant Roland-Garros, la marque a mis en avant la publicité avec John McEnroe le mettant en scène sur un cours de Tennis.

Les 3 autres pub diffusées ensuite :

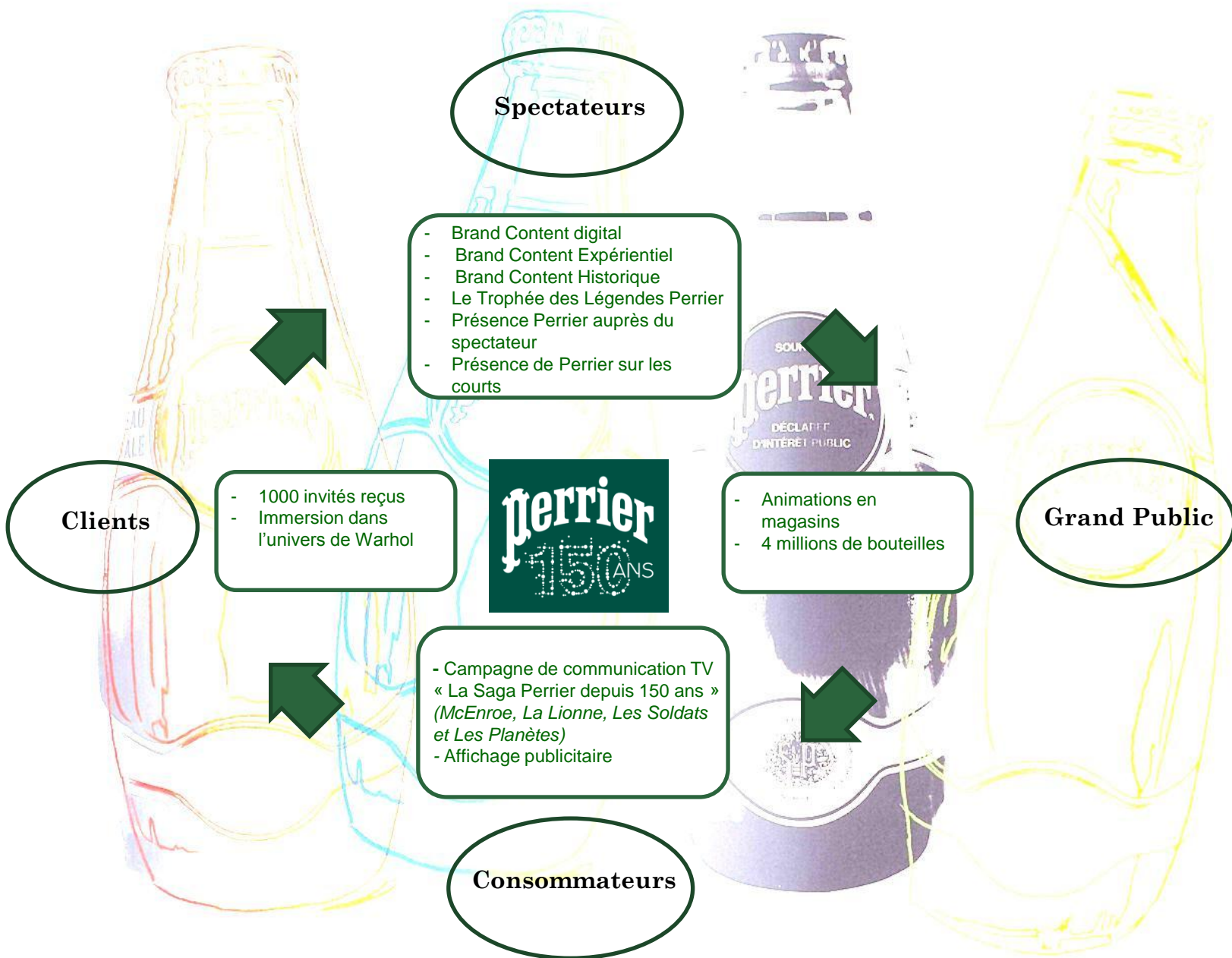
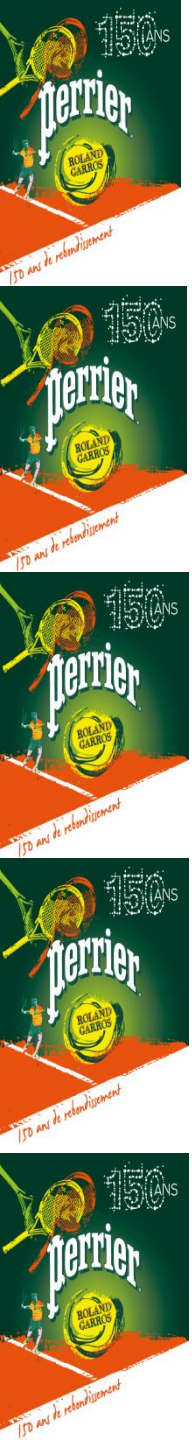
- ✓ La Lionne
- ✓ Les Soldats
- ✓ Les Planètes

<http://www.youtube.com/user/perrier>

- Campagne renforcée par un affichage publicitaire en Juillet



UNE EXPÉRIENCE DE MARQUE GLOBALE



BILAN:

DES RÉSULTATS À LA HAUTEUR DES OBJECTIFS

Des résultats remarquables :

Une notoriété auprès du spectateur en hausse :

Perrier occupe la 2ème place en terme de notoriété globale (+6 points vs 2012)

Perrier sur le podium des sponsors auprès du Grand Public :

Perrier occupe la 3ème place en terme de notoriété globale

The logo features the word 'perrier' in its signature white script font on a dark green background. Below it, '150' is written in a large, dotted font, and 'ANS' is written in a smaller, clean white font to the right of the '150'.

perrier
150 ANS

perrier
By
Andy Warhol

perrier
By
Andy Warhol

perrier
By
Andy Warhol

perrier
By
Andy Warhol