

**A L'OCCASION DE LA SORTIE DE SON NOUVEL ALBUM
"FIFA WORLD CUP 2010 SOUTH AFRICA"
ET DU JEU ADRENALYN XL,
PANINI LANCE UN VASTE PLAN PROMOTIONNEL**

Afin de donner un maximum de visibilité à sa nouvelle collection de stickers "FIFA World Cup 2010 South Africa" et à son jeu associé, Adrenalyn XL, Panini a choisi de multiplier les opérations promotionnelles d'avril à août. Partenariats médias, mais également jeux-concours, promotions, échantillonnages massifs et PLV viendront donc soutenir ce lancement. Un dispositif marketing à la hauteur de l'événement.

DES PARTENARIATS CIBLES

En mai et en juin, le milieu scolaire sera associé au lancement de l'album avec, en plus des 50 000 exemplaires offerts, la remise de 6 stickers par enfant et la mise en place d'un kit d'animation ludique destiné aux 6-10 ans. Les enfants pourront suivre le déroulement de la Coupe du Monde via une affiche géante. Une présentation récréative animée, intitulée "Qui seront les qualifiés ?" leur proposera des jeux et les invitera à participer à un concours doté notamment de lots Electronic Arts (EA) et adidas.

De mai à juillet 2010, dans 412 stations et boutiques BP, l'opération promotionnelle "1 plein + 1 € = 4 pochettes Panini" séduira sans aucun doute les familles de passage.

UNE FORTE VISIBILITE DANS LES MEDIAS

Une grande campagne publicitaire nationale ciblant les enfants a été lancée le 1^{er} mai dernier sur les chaînes hertziennes (TF1 et France 3), celles de la TNT (Gulli) et du câble (Canal J, Disney XD, Cartoon Network et Nickelodeon). Elle prendra fin le 31 mai 2010.

Panini a également mis en place un large dispositif Web via MSN Messenger, portant sur 11 millions de contacts, essentiellement des garçons âgés de 4 à 14 ans, du 15 mai au 15 juin.

Concernant la radio, une campagne nationale est orchestrée sur RMC depuis le 4 mai dernier et jusqu'au 15 mai, avec des spots de 20 secondes.

De leur côté, plus de 10 titres de la Presse Quotidienne Régionale ont distribué près de 3 millions d'albums fin avril/début mai.

40 000 exemplaires de l'album ont été joints avec le magazine Bugs Bunny spécial Football du 20 avril dernier et 31 000 exemplaires seront distribués avec le Spiderman Mag de juin.

LE "STREET" MARKETING

25 000 albums ont été distribués lors de la 36^e journée de championnat opposant l'Olympique de Marseille et le Stade Rennais FC le 5 mai dernier au stade Vélodrome ; journée qui a confirmé le sacre de l'OM.

D'autres albums seront également envoyés à de nombreux clubs de football.

DES OPERATIONS EN MAGASINS TRES VISIBLES

Ce dispositif de promotion sera complété par une campagne nationale PROMAP, avec des affiches mises en avant dans 6050 points de vente de l'Hexagone, ainsi que par un jeu-concours dédié aux diffuseurs les incitant à valoriser les albums dans leurs vitrines.

Dans les hypermarchés et supermarchés, la visibilité sera renforcée avec l'installation de boîtes en carton.

À propos de Panini :

Le groupe Panini, dont le siège est à Modène (Italie) et qui détient des filiales dans tous les principaux pays d'Europe ainsi qu'au Chili, au Brésil, aux États-Unis, est leader mondial dans le secteur des images autocollantes et 4^e éditeur européen pour les jeunes.

Relations Médias :

FHCOM

42, rue des Jeûneurs - 75002 Paris

Tél. : 01 55 34 24 24 / Fax : 01 55 34 24 25

agence@fhcom.net / www.fhcom.net