

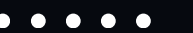
COMPETITION

CANAL+

L'OFFRE POUR LES
MOINS DE 26 ANS

2025

AGENCE INSOLITO



NOTRE AGENCE

insolito

l'agence insolente et insolite

RAPPEL DU BRIEF

Créer une identité forte pour la nouvelle offre Canal+ afin de promouvoir et d'inciter à sa souscription pour les moins de 26 ans.

The logo for Canal+ is displayed in white, bold, sans-serif capital letters. The plus sign is a simple horizontal bar. The logo is centered within a dark blue rectangular area that has a background of numerous small, bright white stars, creating a starry or night sky effect.

CANAL+

NOS CIBLES

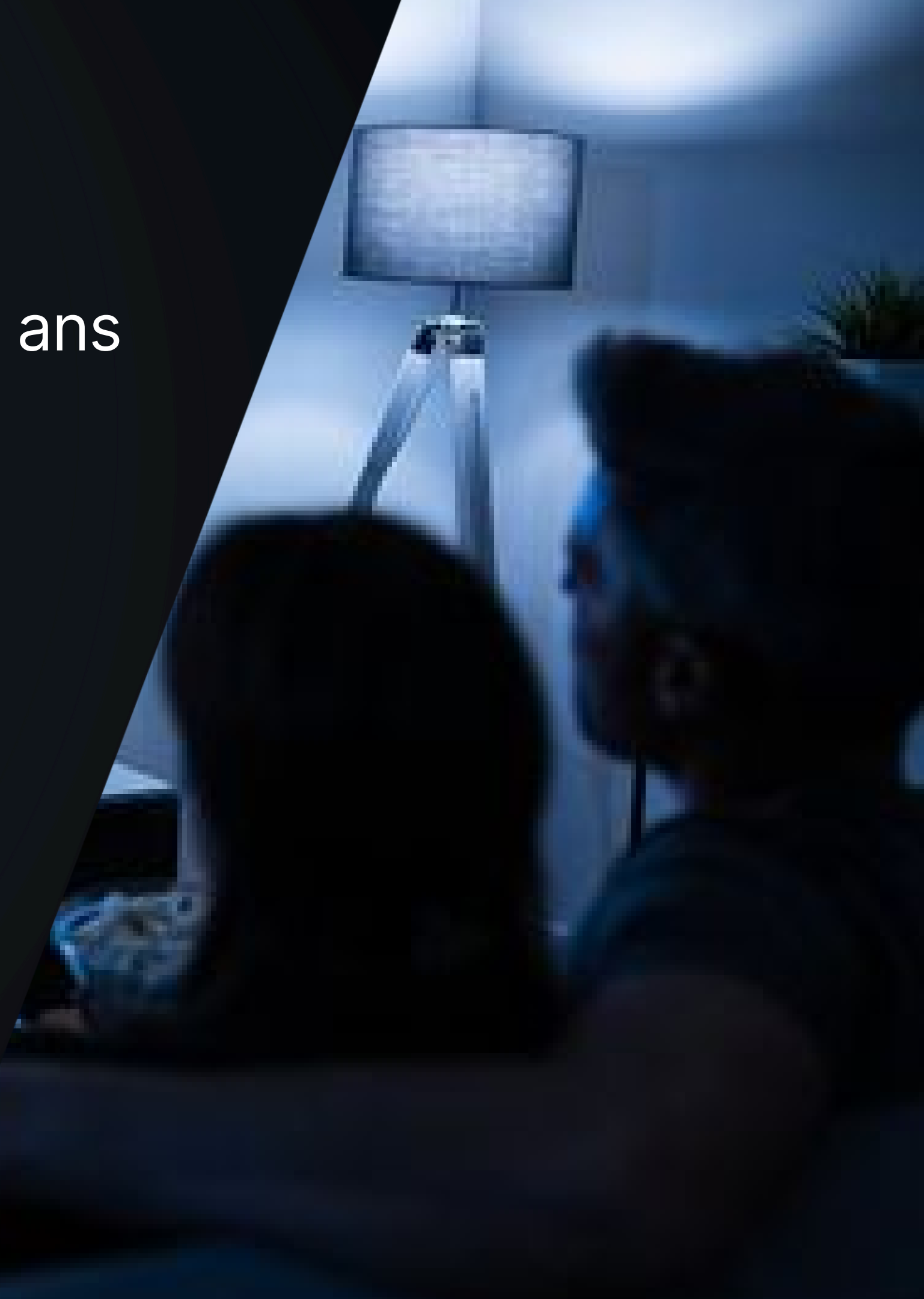


Les étudiants ou actifs de - 26 ans
consommateur de SVOD et de
cinématographie

Jeunes de moins de 26
ans



Entourage des moins de
26 ans





NOUS LES AVONS SONDÉS

5/10 CONSOMMENT CANAL+

7/10 REGARDENT LA SVOD


VONT EN MOYENNE 1 FOIS PAR MOIS AU CINÉMA

LES OBJECTIFS

01 | Obtenir une augmentation de **300K** d'abonnements sur le **1er trimestre**

02 | Cumuler **800k de likes** sur les posts promotionnels de l'offre sur les différentes plateformes **durant 6 mois**

03 | Obtenir une **augmentation de 10% d'adhésions** supplémentaire que l'offre rat sur la **première année**



CANAL+

LA PROBLÉMATIQUE

COMMENT **SÉDUIRE LES MOINS DE 26 ANS** AVEC UNE OFFRE SVOD,
ALORS QU'ILS SONT **DÉJÀ SUBMERGÉS PAR DES ALTERNATIVES** ET
ONT DES **CONTRAINTE BUDGÉTAIRES** ?

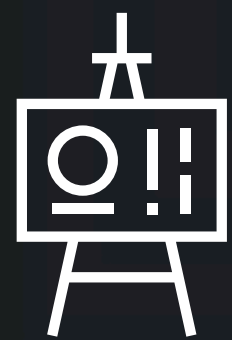


PROCESSUS DE RECHERCHE

Afin de répondre à la problématique, nous avons réfléchis au mieux pour trouver le concept le plus pertinent pour cette offre.



Créer un concept qui capte immédiatement l'attention des moins de 26 ans



Marquer les esprits avec un nom qui soit à la fois intrigant, mémorable, et légèrement provocateur



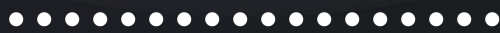
Le nom choisit pour cette offre avait pour but de s'inscrire dans une tendance propre aux jeunes adultes



Nous savons que les jeunes adultes d'aujourd'hui sont habitués à un humour piquant et à une culture de la provocation légère.

L'OFFRE

FDP+



AU PREMIER
ABORD...

FDP

(URBAN DICTIONARY):
ACRONYME D'UNE EXPRESSION
FRANÇAISE QUI SIGNIFIE FILS DE
p***

FDP+, UN ACRONYME À PLUSIEURS SIGNIFICATIONS



Film, **D**ivertissement, **P**opcorn

Fan **Du P**lus

Fan **Du P**rix

LE POSITIONNEMENT

L'OFFRE FDP+ SE POSITIONNE COMME **UNE OFFRE SPECTACULAIRE ET UNIQUE** DE PAR SON ACCESSIBILITÉ ET SA DIVERSITÉ



LA STRATÉGIE

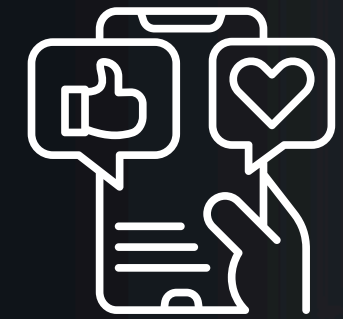
FDP+

NOS ACTIONS

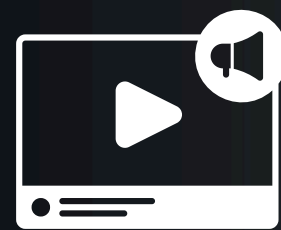
La stratégie de communication de FDP+ se déroulera en 5 étapes.



DOOH / Affichage
sauvage



Les réseaux
sociaux



La publicité vidéo

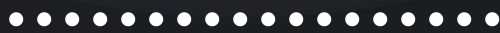


Goodies



Guérilla
marketing

DOOH



Arrêts de bus
et de tram

PRINCIPALEMENT,
Près des lieux de contact
avec la cible, zones
universitaires ou
entreprises

Les grandes villes
de France
et leur
agglomération

PAR EXEMPLE,
PARIS, LYON, BORDEAUX,
MARSEILLE, LILLE, RENNES,
NANTES, MONTPELLIER,
STRATSBURG

Dans les bars

PAR EXEMPLE,
Où nous sommes surs
d'être au contact de la
cible

LA
LOCALISATION

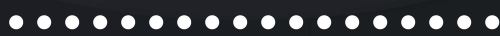
stratégique vis-à-vis de la
cible



LA
MAQUETTE

L'AFFICHAGE

SAUVAGE



où



- Quartiers étudiants et universitaires
- Zones de transports publics (arrêts de bus, stations de tramway/métro)
- Centres commerciaux et grandes surfaces
- Gymnases et complexes sportifs
- Fêtes étudiantes et événements (festivals, soirées, compétitions)



UN
EXEMPLE

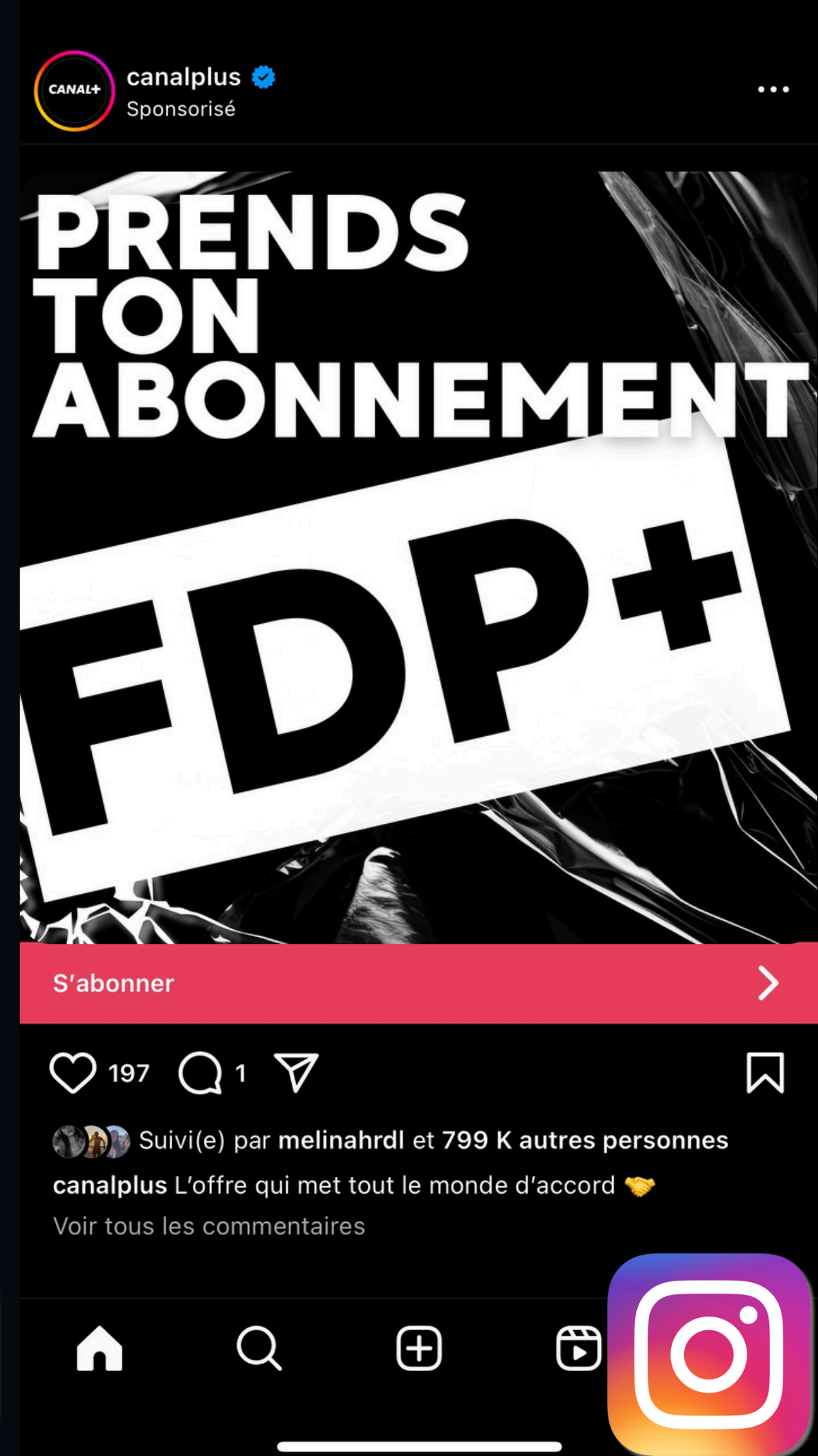


LES RÉSEAUX SOCIAUX



SOCIAL ADS

- Ciblage précis
- Visibilité accrue
- Engagement instantané
- Création de contenu viral

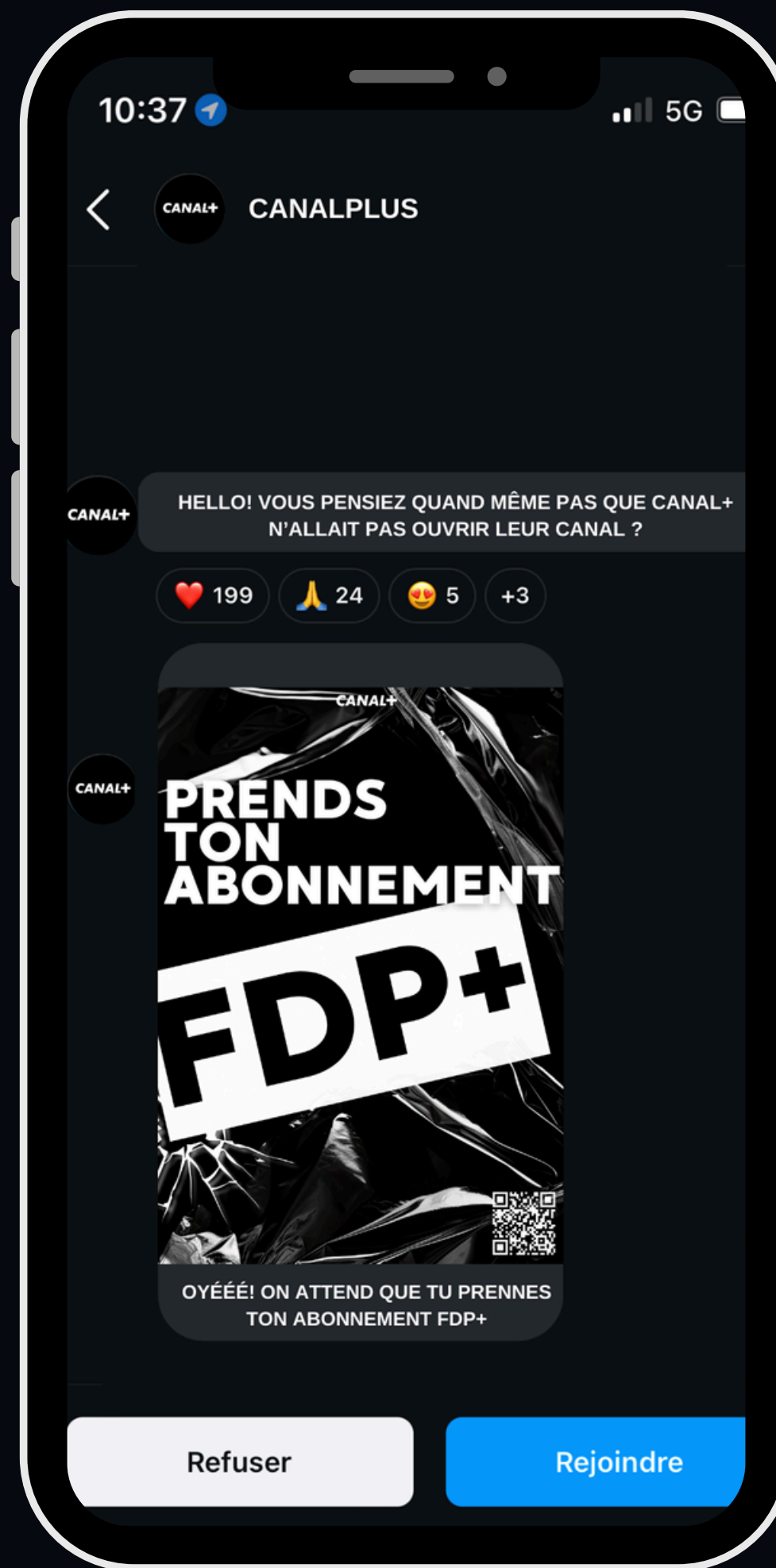




**SOCIAL ADS VIDÉO
POSSIBLE SUR TIKTOK
ET INSTAGRAM**

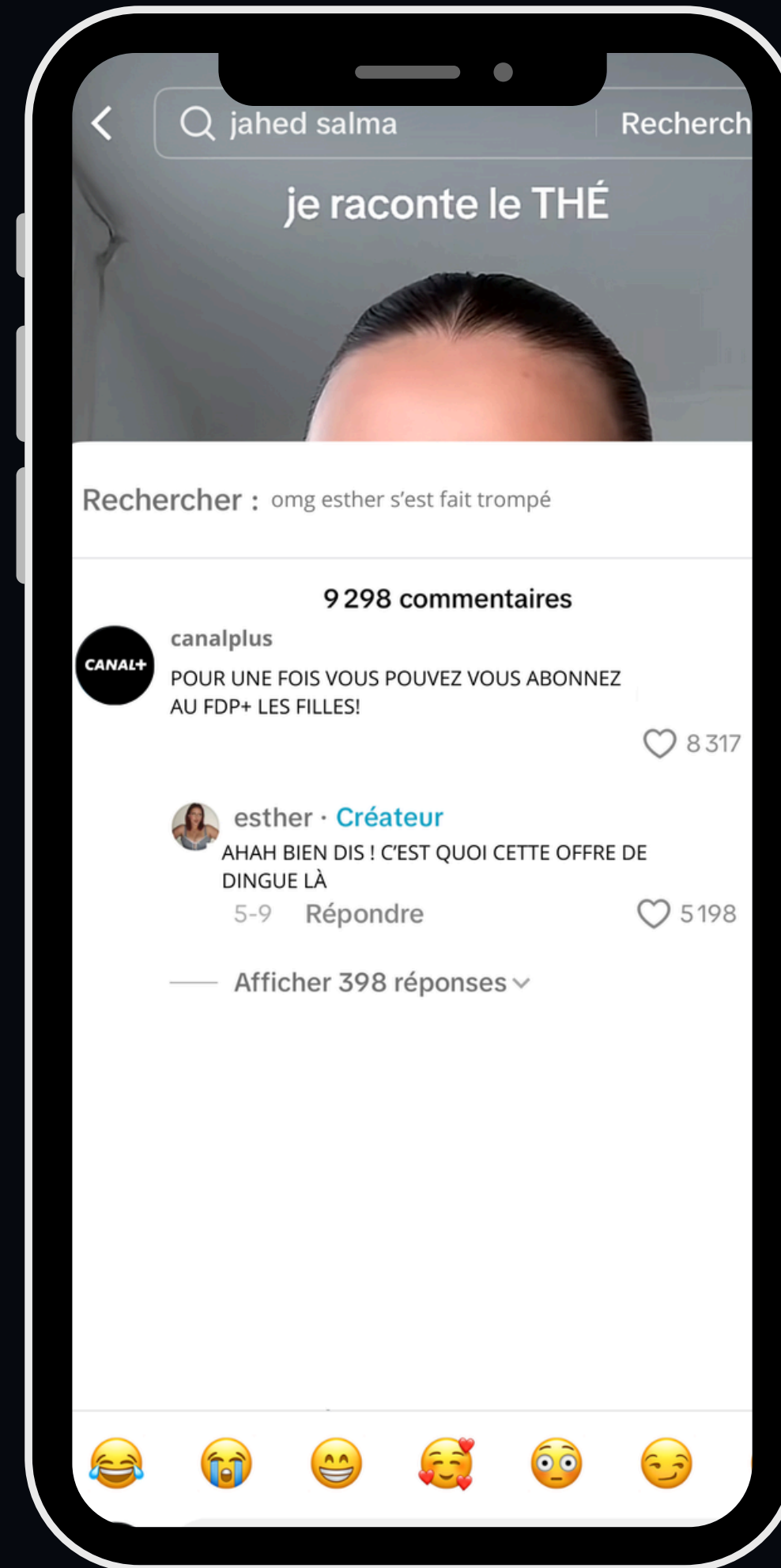
LE COMMUNITY MANAGEMENT

- Création d'un **buzz viral**
- Affirmation d'un **ton décalé**
- Interaction forte avec la **cible**
- **Provocation réfléchie** pour capter l'attention

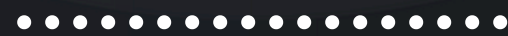


LE COMMUNITY MANAGEMENT

- Création d'un **buzz viral**
- Affirmation d'un **ton décalé**
- Interaction forte avec la **cible**
- **Provocation réfléchie** pour capter l'attention



LA PUBLICITÉ VIDÉO





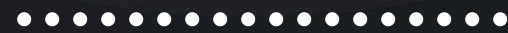
*Déclinable
sur d'autres
plateformes

**LA PUBLICITÉ VIDÉO SUR YOUTUBE
ET SUR LES PLATEFORMES SVOD**



LA PUBLICITÉ VIDÉO
DANS LES CINÉMA

LES GOODIES



LES POTS DE POPCORN

Afin d'accentuer notre présence au cinéma, le design FDP+ pourrait être ajouté aux pots de popcorn.



GUÉRILLA MARKETING



GUÉRILLA MARKETING | JEU CONCOURS FDP+

POURQUOI

- Approche **décalée** et **créative** pour **surprendre la cible**
- Communication non traditionnelle, générant du **buzz** avec un investissement minimal.
- Format original qui **encourage la viralité et la discussion** autour de l'offre FDP+.

GUÉRILLA MARKETING | JEU CONCOURS FDP+

LE PRINCIPÉ

- Les participants **crient "FDP" le plus fort possible dans une machine à décibels.**
- Celui qui atteint le **volume sonore le plus élevé remporte le concours.**
- Le gagnant reçoit **2 mois d'abonnement gratuit à l'offre FDP+.**

GUÉRILLA MARKETING | JEU CONCOURS FDP+

LE PRINCIPÉ

- Deuxième jeudi de Mars
- **près des bars et boîtes fréquentés par les jeunes dans les villes étudiantes de France.**
- Créer du **buzz autour du Guérilla Marketing.**

GUÉRILLA MARKETING | JEU CONCOURS FDP+

COMMUNICATION



- Visibilité locale accrue
- Impact visuel fort

GUÉRILLA MARKETING | JEU CONCOURS FDP+

COMMUNICATION



- Amplification digitale
- Présence physique

GUÉRILLA MARKETING | JEU CONCOURS FDP+

PLANNING

- **Semaine 1** : Teasing jeu concours
- **Semaine 2** : Jeu concours (deuxième jeudi de mars)
- **Semaine 3** : Post-événement, engagement et amplification
- **Semaine 4** : Bilan et évaluation

PLANNING

FDP+

PLANNING

Janvier

Février

Mars

Avril

Mai

Juin

Guérilla Marketing

Affichage sauvage & DOOH

Stratégie réseaux sociaux

Publicité vidéo & goodies

DE VOTRE ÉCOUTE



FDP+
CANAL+

