

# Tutti Quanti pour Astral

## Règles du jeu

Le marché du bricolage et de la décoration est l'un des rares à être très dynamique. Les français vivent une "histoire d'amour" avec leur maison et tous les intervenants du marché rivalisent tant en innovations produit, qu'en offres consommateurs. Astral, acteur historique du marché de la peinture, demande à l'agence d'orchestrer son plan d'actions 2005.

## Cartes en mains

- Exploiter l'opportunité du 150<sup>ème</sup> anniversaire de la marque comme levier de mise en avant de toute une série d'actions promotionnelles, financières et d'image, nationales et trade.
- Charger ces actions d'une dimension de plaisir forte et les entourer d'un habillage créatif cohérent avec le thème : plaisir de la décoration, émotion des couleurs.

## Bonne pioche !

A la clé, un plan d'actions haut en couleurs et riche en émotions...

- Communication distribution



salle de jeux



- Actions thématiques événementielles

La décoration puise souvent son inspiration dans les cultures et les couleurs du monde : quoi de plus naturel pour Astral que de prolonger l'émotion en invitant ses consommateurs à gagner d'exceptionnelles "destinations couleur" ?



Mai 2005

- Actions trade

La marque Astral s'associe à l'anniversaire de Mr Bricolage : 25% remboursés pour fêter les 25 ans de l'enseigne !

- Actions financières

Pour soutenir les ventes de son produit "Plafond Vision", Astral offre aux consommateurs l'accessoire indispensable : leur rouleau est 100% remboursé pour l'achat d'un bac de Plafond Vision !



;-) Tutti Quanti. Le plaisir a une mémoire.