

TÉLÉ 7 JOURS MAINTENANT EN BOULANGERIE!

A partir de mercredi, le magazine Télé 7 Jours, qui fêtera ses 50 ans cette année, investit les boulangeries en s'affichant sur les sacs à pain. C'est la première fois qu'un titre de presse utilise ce support pour sa communication: le quotidien...

18/01/2010 à 15h19 - [Soyez le premier à réagir à cet article !](#)

Divers



A partir du 20 janvier, le leader des grands magazines télé, qui fêtera ses 50 ans cette année, investit les boulangeries en s'affichant sur les sacs à pain.

C'est la première fois qu'un titre de presse utilise ce support pour sa communication. Cette présence sur les sacs à baguettes, imaginée en collaboration avec l'agence 6:AM (Groupe FullSIX), rapproche un peu plus encore Télé 7 Jours du quotidien de ses 6 millions de lecteurs. Avec une série de 6 accroches*, clins d'œil à l'univers de la boulangerie et au programme télé, cette campagne possède un indéniable capital sympathie.

*Visuels disponibles sur [demande](#)

- « Détails croustillants à l'intérieur »
- « Chaque jour une tartine de programmes »
- « Pourquoi mettre plus de blé »
- « Dépêchez-vous, à la fin de la semaine il sera cuit... »
- « La mie de la télé »
- « Ne vous laissez pas rouler dans la farine. Exigez Télé 7 Jours »

Télé 7 Jours : une véritable marque multimédia : à C'est le 1er magazine TV généraliste avec 1 500 103 exemplaires diffusés chaque semaine (OJD- DFP 08-09) et 5 841 000 lecteurs (AEPM 08-09) à C'est aussi la première application iPhone du groupe, avec près de 500K téléchargements. Installée sur près de 20% des iPhones en France, c'est une application de référence sur les programmes TV.

à Enfin, le site [Télé7.fr](#) fait partie du réseau Première Network*, numéro 2 sur le segment Entertainment, avec près de 4 MVU (Nielsen oct. 09)

(Première Network rassemble les sites Cinéma, Télévision, People, Musique, Spectacles, Buzz) du groupe Lagardère Active).

Lagardère

- Nouvel élan pour Virgin Radio
- Europe 1 n'a jamais rassemblé autant d'auditeurs depuis 7 ans et gagne une place...
- Les Lasagnes de Laura, le «petit-dernier» de Laura Zavan aux éditions Marabout
- Europe 1 s'associe à la Croix Rouge Française pour Haïti
- Hervé Novelli, secrétaire d'État chargé du Commerce, de l'artisanat, des Petites...

(Boursier.com) -- A partir du 20 janvier, le leader des grands magazines télé, Télé 7 Jours, qui fêtera ses 50 ans cette année, investit les boulangeries en s'affichant sur les sacs à pain.

"C'est la première fois qu'un titre de presse utilise ce support pour sa communication. Cette présence sur les sacs à baguettes, imaginée en collaboration avec l'agence 6:AM (Groupe FullSIX), rapproche un peu plus encore Télé 7 Jours du quotidien de ses 6 millions de lecteurs. Avec une série de 6 accroches, clins d'œil à l'univers de la boulangerie et au programme télé, cette campagne possède un indéniable capital sympathie" explique le groupe.



Note : Boursier.com et Finance Plus sont édités par Newsweb (groupe Lagardère). Newsweb est leader sur ses thématiques spécialisées : la Bourse (avec ses marques Boursier.com et Finance Plus), le sport (avec ses marques Sports.fr et Football.fr, les paris sportifs gratuits (avec sa marque Sport4fun), l'Automobile (avec sa marque Autonews.fr), les news (avec sa marque LeJDD.fr / Le Journal du Dimanche en ligne) et l'actu (avec sa marque parismatch.com).

Com des medias

Actualité de la communication et des medias

- ACCUEIL
- MAGAZINE
- EMPLOI
- VIDEOS
- SHOPPING
- SERVICES
- ANNUAIRE

Télé 7 Jours dans les boulangeries

Télé 7 Jours communique dans les boulangeries depuis le 20 janvier 2010. Le leader des magazines télé, qui s'apprête à fêter ses 50 ans, innove dans sa campagne en s'affichant sur les sacs à pain. C'est la première fois qu'un titre de presse utilise ce support de [communication](#).

Cette publicité sur les sacs à baguettes a été imaginée en collaboration avec l'agence 6:AM du Groupe FullSIX. La campagne allie l'univers de la boulangerie et celui du programme télé sous fond d'humour avec une série de 6 accroches :

- Détails croustillants à l'intérieur
- Pourquoi mettre plus de blé
- Ne vous laissez pas rouler dans la farine. Exigez Télé 7 Jours
- Chaque jour une tartine de programmes
- La mie de la télé
- Dépêchez-vous, à la fin de la semaine il sera cuit...

Pour rappel, Télé 7 Jours est le 1er magazine TV généraliste avec 1 500 103 exemplaires diffusés chaque semaine (OJD- DFP 08-09) et 5 841 000 lecteurs (AEPM 08-09).



Télé 7 Jours représente également la 1ère application iPhone du groupe Lagardère qui est installée sur près de 20% des iPhones en France pour ces programmes TV.

Pour finir, le site web [Télé7](#), du réseau Première Network, est en 2ème position



A partir du 20 janvier, le leader des grands magazines télé, qui fêtera ses 50 ans cette année, investit les boulangeries en s'affichant sur les sacs à pain.

C'est la première fois qu'un titre de presse utilise ce support pour sa communication. Cette présence sur les sacs à baguettes, imaginée en collaboration avec l'agence 6:AM (Groupe FullSIX), rapproche un peu plus encore Télé 7 Jours du quotidien de ses 6 millions de lecteurs.

Avec une série de 6 accroches, clins d'œil à l'univers de la boulangerie et au programme télé, cette campagne possède un indéniable capital sympathie.



A partir de mercredi, le magazine *Télé 7 Jours*, qui fêtera ses 50 ans cette année, investit les boulangeries en s'affichant sur les sacs à pain. C'est la première fois qu'un titre de presse utilise ce support pour sa communication: le quotidien aux 6 millions de lecteurs s'affichera sur les sacs à baguettes. La campagne a pensé des accroches croisant les univers de la boulangerie et de la télévision ("*Détails croustillants à l'intérieur*", "*Chaque jour une tartine de programmes*").

■ [Télé 7 Jours s'affiche en boulangerie](#)

Classé dans Le 23/01/2010 à 11:12

A l'occasion de ses 50 ans, Télé 7 jours (Groupe Lagardère), le leader des magazines télé investit les boulangeries en s'affichant sur les sacs à pains. Pour se rapprocher du quotidien de ses 6 millions de lecteurs, Télé 7 jours a décidé de communiquer sur un support de communication inédit, qualifié de "tactique".

C'est une première, aucun titre de presse n'a jusqu'ici communiqué sur un tel support. La campagne, imaginée avec l'agence 6:AM (Groupe FullSIX) a été lancée le 20 Janvier dernier et se décline en une série de 6 accroches:

("Détails croustillants à l'intérieur", "La mie de la Télé", "Pourquoi mettre plus de blé", "Chaque jour une tartine de programmes", "Dépêchez-vous à la fin de la semaine il sera cuit" et "Ne vous laissez pas rouler dans la farine, exigez Télé 7 jours"), clins d'œil à l'univers de la boulangerie et aux programmes TV.

Une campagne originale, avec un fort capital sympathie, bref c'est mon coup de coeur de la semaine.

Décl

[MARKETING & PUBLICITE](#), [MEDIAS](#), [PRESSE ECRITE](#)

Tele 7 Jours maintenant en boulangerie !

Publié le 19 janvier 2010 par [Kil online](#)

