



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

La Madeleine, le 21 août 2019

Supermarché Match lance son 7e collector : un collector pédagogique sur la nature : Nature Explorers

Du 19 août au 06 octobre, l'enseigne de distribution alimentaire du Nord Est de la France lance son nouveau collector. Après les Emojs en 2017, les Tokidoki en 2018, place à Nature Explorers en cette rentrée des classes 2019 !

Le collector un moment fort de l'animation commerciale de l'enseigne

C'est en 2012 que Supermarché Match lance son premier collector. L'objectif était de s'adresser à un public encore peu ciblé par l'enseigne : les familles, et plus spécifiquement les enfants.

Relationnel et générosité guident chaque nouveau collector. Le concept est simple mais efficace : des cartes, des stickers, des magnets, des balles, des figurines à collectionner, un album bourré de jeux, de recettes, d'anecdotes, de blagues pour le plus grand plaisir des enfants !



Plus qu'une licence, l'objectif du collector est de capitaliser sur un univers permettant de faire vivre l'opération sur tous les canaux (web, print, cinéma, magasins, services supports). L'enseigne met un point d'honneur à proposer à nos clients des primes qualitatives, innovantes... qui rendront les enfants « addicts », et qui feront le buzz dans les cours de récréation des écoles !

Un album, des cartes et des stickers sont offerts aux clients aux porteurs de la carte de fidélité à chaque passage en caisse (ou en DRIVE) par tranche de 15€ d'achat. Des figurines sont offertes pour l'achat de produits partenaires. Et cette année encore, une pyramide de lots à gagner en ligne, 100 kits du parfait petit explorateur (jumelles, loupe, pinces, boussole, casquette, sac à dos, boîte d'observation...)

Les clients de l'enseigne impliqués dans le choix du collector

Le choix du collector est un moment important pour l'enseigne qui, chaque année, mobilise ses clients pour trancher sur le choix final de la licence qui habillera le collector.

Les réflexions débutent un an avant le lancement de l'opération par une veille attentive des tendances et la participation aux salons européens des licences. La sélection est ensuite soumise à un jury sans pitié : les enfants de clients et des équipes Supermarché Match. Durant une demi-journée, ils sont invités à découvrir les différents univers et tester les goodies dérivés. Ils ont toujours le dernier mot et ne se trompent jamais !

Le collector 2019 : place à Nature Explorers, un collector « nature » et pédagogique sur la nature



Depuis le 19 août, les clients découvrent les divers espaces naturels et leurs habitants grâce à Supermarché Match !

Cette année, le choix du collector s'est porté sur une licence peu connue, un peu en décalage par rapport aux précédentes éditions qui surfaient plutôt sur les effets « de mode ». En effet, Nature Explorers est peu connu des enfants mais l'objectif est de profiter de ce collector pour faire découvrir aux jeunes générations la nature, ses richesses et l'importance de la connaître pour mieux la protéger.

Au-delà de la thématique « nature », la forme du collector sera également revue pour éviter de nuire à l'environnement :

les 6 500 000 cartes ne seront plus emballées, soit environ 7 tonnes d'emballages plastiques économisés. En bref, un collector 100% « nature friendly » !

A propos de Supermarché Match :

Créée en 1908, l'enseigne de grande distribution spécialiste du frais, Supermarché Match, est présente dans le Nord Est de la France avec un parc de 116 magasins, et 108 drives. Elle compte 5300 collaborateurs.

Contact presse : Mathilde Salmon
msalmon@supermarchesmatch.fr
06 75 09 73 48

