

Soif de Victoire :

une opération de valorisation des CHR pour la Coupe du Monde de football 2010

A l'occasion de la Coupe du Monde de la FIFA qui se tient du 11 juin au 11 juillet 2010 en Afrique du Sud, France Boissons propose à ses établissements partenaires un kit complet leur permettant de valoriser leur offre pendant ce mois dédié au football : **Soif de Victoire**.



Soif de Victoire : le kit CHR qui célèbre le football !

Convivialité et plaisir demeurent aujourd'hui les principales raisons de fréquentation des cafés*. Le consommateur français entretient un rapport émotionnel avec ces véritables lieux de vie et de rencontres, dont l'intérêt dépasse largement le simple côté pratique (ne pas avoir à cuisiner, manger différemment...). **Fédérateur et créateur de lien social**, le sport vient renforcer cette dimension en période de matches : chacun vient partager et soutenir son équipe dans un lieu de vie propice à l'échange. Dans ce contexte, France Boissons a choisi d'accompagner ses établissements partenaires pendant la Coupe du Monde de football 2010, afin de les aider à gagner en visibilité pendant cet événement présentant de réelles opportunités d'augmentation de chiffre d'affaires. L'entreprise leader de la distribution de boissons sur le circuit hors domicile a ainsi conçu **un dispositif promotionnel générateur de business : Soif de Victoire**. Décliné en 2 versions en fonction de la capacité et du positionnement de l'établissement, il combine **1 offre spécifique produit** et **1 ensemble d'éléments de PLV attractifs** : guirlandes, drapeaux, sous bocks, ardoises, affichettes, etc.

*Selon une étude France Boissons/TNS Sofres réalisée en juin 2009



La sélection officielle France Boissons comprend notamment des références de vins sud-africains « Spier » afin de coller aux tendances du moment et célébrer l'Afrique du Sud :

Spier 100% Pinotage et **Spier 100% Chenin Blanc**.



Un jeu concours pour gagner des places pour la finale en Afrique du Sud !

Pour dynamiser l'opération auprès des professionnels et générer du trafic, **un grand concours**, relayé sur les éléments PLV, permettra à un heureux consommateur de remporter **2 billets et 1 séjour pour assister à la finale en Afrique du Sud** et au patron de l'établissement gagnant de se voir offrir **1 safari pour 2 personnes en Afrique du Sud**. Le principe est simple : il suffit aux consommateurs d'envoyer le mot SOIF + un code disponible dans chaque établissement participant au numéro de téléphone indiqué sur les supports de l'opération. Le tirage au sort du vainqueur aura lieu le 5 juillet pour un départ vers l'Afrique du Sud le 9 juillet suivant. Fidèle à sa signature « **Servir, Animer, Réussir** », France Boissons accompagne ses clients pas à pas dans l'élaboration de leur animation événementielle : les équipes commerciales France Boissons visiteront les établissements participants dès le mois d'avril afin de les aider à mettre en place le kit promotionnel « **Soif de Victoire** ».

Dès le 11 juin, 10 000 établissements joueront le jeu à travers toute la France.

Contact France Boissons

Anne-Sophie Flochel – Responsable Communication et Développement
Tel : 01 47 14 36 77 – Fax : 01 47 14 29 59
www.france-boissons.fr

Contact Presse

Agence Cap & Cime
Tel : 01 44 50 50 57 – Fax : 01 44 50 50 21
Agence@capetcime.fr

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération

Soif de Victoire

Entrez et tentez de décrocher 2 places pour la finale du 11/06/2010 au 03/07/2010

Un événement FRANCE BOISSONS
●●● servir, animer, réussir