

KFC CHOISIT HAVAS MEDIA FRANCE

Havas Media France, 1^{ère} agence du réseau Havas media Network, consolide son portefeuille client dans le secteur du retail et de la restauration. Après plusieurs mois de compétition face à des acteurs majeurs de son marché, Havas Media France remporte ainsi le conseil et la gestion des achats pluri médias de KFC, enseigne spécialiste du poulet comptant 350 restaurants répartis sur le territoire national. Cette confiance accordée confirme l'expertise d'Havas Media France dans les stratégies d'acquisition clients, de visibilité de la marque et de la transformation digitale au service de groupes internationaux.



Filiale du Groupe Yum! Brands, KFC est présente en France depuis plus de 30 ans et compte 330 restaurants répartis sur l'ensemble du territoire. Grâce à ses 13 000 collaborateurs, l'entreprise sert plus de 200 000 clients par jour.

Dans le cadre de la stratégie media de KFC au service de la marque et de la performance, Havas Media France aura notamment la charge du conseil et de l'ensemble des achats médias de KFC. Havas Media France se voit ainsi mandatée pour les leviers suivants : TV, OOH, Presse, Radio, Cinéma, Social Media, VOL, Display, Programmatique, SEA, Brand content, OPS, Evénement, Influence et Sponsoring. KFC compte spécifiquement élargir ses parts de voix auprès d'une cible 15-24 ans et figure désormais parmi les plus gros annonceurs du portefeuille clients d'Havas Media Network.

Pierre CAILLEAU, Chief Marketing Officer KFC France :

« Nous sommes, chez KFC, engagés dans une démarche de transformation majeure de notre marque en France. Sur l'un des marchés les plus concurrentiels, le média est aujourd'hui notre levier de performance marketing n°1. Un accélérateur qui mérite un très haut niveau d'engagement et d'agilité. En choisissant Havas Média, nous avons l'ambition de renforcer l'émergence de notre marque, digitaliser nos ventes, et mettre la data au cœur de notre stratégie. Havas Média a su nous engager vers une stratégie de conquête des 15-34 ans audacieuse, un déploiement cross-média innovant, et la volonté affirmée d'entrer dans l'aventure KFC. Une collaboration qui viendra amplifier notre plateforme de marque croustillante, déclinée avec réussite avec Havas Paris depuis maintenant 3 ans. »

Antoine MINVIELLE-DEBAT, Directeur Général Adjoint Havas Media France :

« KFC, challenger de la catégorie QSR, est à un moment charnière de sa reconquête en France, notamment auprès des populations les plus jeunes ! C'est un défi multiple, en termes de mediaplanning, d'innovation, et de créativité, pour adresser ces jeunes communautés. Pour l'agence, c'est l'aboutissement d'un travail collectif de plusieurs mois, une magnifique victoire qui vient récompenser une équipe conseil incroyable de talent et d'implication, des experts à la pointe de leurs métiers et une agence forte de son collectif et de sa solidarité. Je suis extrêmement fier que les équipes KFC aient senti notre volonté de co-construire, notre audace et notre volonté d'innovation.

À titre personnel j'ai pris énormément de plaisir à emmener ces talents, c'est la victoire de l'humain et la preuve de l'évolution de notre produit. Je me réjouis de ce nouveau challenge »

A propos d'Havas Media Network

Havas Media Network est le réseau media du Groupe Havas, réseau présent dans 126 pays.

Havas Media France, premier groupe media en France, a su intégrer les différents métiers de la communication dans une approche globale et transversale. Sa structure simplifiée et diversifiée l'impose comme l'agence de référence, la plus intégrée et la plus réactive du marché. Havas Media France se déploie également autour d'un processus stratégique intégré, mettant au service de la croissance de ses clients une expertise unique mêlant management de la donnée et maîtrise des stratégies de contenus.

A propos de KFC France

Filiale du Groupe Yum! Brands, KFC est présente en France depuis plus de 30 ans et compte 350 restaurants répartis sur l'ensemble du territoire. Grâce à ses 13 000 collaborateurs, l'entreprise sert plus de 200 000 clients par jour. Spécialiste du poulet, KFC France propose à ses consommateurs une offre accessible fondée sur des produits de qualité. Ceux-ci sont issus de filières d'approvisionnement rigoureusement sélectionnées et cuisinés selon des recettes uniques et un savoir-faire inimitable. KFC France est une entreprise engagée dans une démarche d'amélioration continue en matière de nutrition, de bien-être animal et d'environnement.