



En cette rentrée 2023, **SUBWAY** présente sa collection des « **SUBWAY® SERIES** » au travers de deux publicités conçues par



l'agence Glory Paris.

La collection des SUBWAY® SERIES est une nouvelle expérience culinaire disponible dans les restaurants Subway depuis le 6 septembre dernier, avec une offre composée de 10 recettes signatures en Sub, salade ou wrap, 100 % composées par les Chefs Subway.

Une collection de nouvelles recettes ultra gourmandes renvoyant chacune vers un univers culinaire : Notorious BMT, Chicken Bella Mozza, Supreme Steak & Cheese, Chicken MexiCali, Chicken Bella Mozza, Raja Tikka...

Cette nouvelle offre vient proposer une solution supplémentaire aux consommateurs indécis devant le choix des ingrédients ou en recherche d'inspiration pour créer leurs recettes.

Il y a désormais deux façons de commander chez Subway, soit en se laissant tenter par l'une des compositions signatures proposées par l'enseigne, soit en personnalisant son propre sandwich avec une combinaison de ses ingrédients préférés, ADN de Subway, avec l'offre « Sub My Way ».



L'agence Glory Paris pour accompagner ce lancement majeur chez Subway a imaginé 2 copies intitulées « Les jumelles » et « les potes » accompagnées d'une vraie stratégie des moyens.

Ainsi le film « les jumelles » plus « mainstream » touchera une cible plus large en TV et VOL alors que le film « les potes » avec différents contenus/ capsules touchera plutôt les GENZ et les millenials essentiellement sur les réseaux sociaux.

L'objectif de ces 2 comédies est de présenter la nouvelle manière de commander qui ne fera jamais débat chez les amoureux de l'enseigne ainsi que ces nouvelles recettes issues de la collection des Subway® Series.

Deux manières de commander mais toujours le même plaisir à savourer !



Le film « Les potes » s'inspire des « Rap contenders ». Il met en scène deux jeunes dans un restaurant Subway en train de se livrer une « Love Battle ». Ils complimentent leur sub respectifs. Alors que l'un prend un Sub issu de la collection des SUBWAY® SERIES, la recette « Mexicali », l'autre quant à lui choisi un Sub à composer le « Poulet Teriyaki ». La morale de cette comédie : peu importe la manière de commander, compo du chef ou compo personnalisée, le Sub choisi dans les 2 cas, est le bon choix.

<https://www.youtube.com/watch?v=6pp4fjlt-4g>

Le Film « les jumelles » présente deux jumelles, en tout point identiques, allant jusqu'à parler d'une seule voix. C'est devant le comptoir Subway qu'elles vont être en désaccord pour la première fois de leur vie. L'une va choisir une recette à personnaliser, l'autre va prendre l'une des recettes issues de la collection SUBWAY® SERIES : le Sub Chicken Bella Mozza. Elles n'en reviennent pas ...Elles commencent un Chi fu mi pour se départager et se rassurent une fois resynchronisées.



<https://www.youtube.com/watch?v=mHDrF-qhE4c>

Le plan media qui représente un des plus gros investissements en media de l'année pour la marque a été élaboré par l'agence EssenceMediacom. Il débutera en TV en septembre sur les écrans, pour booster la rentrée. La campagne sera soutenue par une campagne en VOL, digital et RS avec des contenus divers.

Enfin, une nouvelle PLV sera installée en restaurant et une vague d'affichage nationale renforcera ce plan média, annonçant clairement la Nouveauté chez Subway.

Campagne

Équipe Subway : Neyla Sanchez, Célestin Clauzet, Eliza Da Silva

Équipe Glory Paris : Arnaud le Bacquer (Directeur de création), Julien Fort (Directeur de création adjoint), Chris Berlandi (Directeur de création adjoint), Sandra Navarre (Directrice opérationnelle), Manon Labiedh (Head of social media), Romain Nouhi (Directeur artistique), Tom Fessard (Concepteur/Rédacteur), Yacine Ouatmani (Assistant directeur artistique), Margot Tournier (Assistante directrice artistique).

Production : Matière Première

Réalisation : BM



À propos de Subway France

Subway® est une enseigne présente en France depuis plus de 20 ans avec près de 400 restaurants répartis sur le territoire, détenus et exploités par des franchisés indépendants.

Grâce à sa nouvelle offre : la collection des SUBWAY® SERIES, l'enseigne propose à présent 2 expériences de commande : « SUB MY WAY » qui conserve l'ADN de Subway® avec la possibilité de personnaliser ses recettes grâce à une grande variété d'ingrédients ou les « SUBWAY® SERIES » dont les recettes signatures sont conçues pour créer les meilleures combinaisons de saveurs. En SUB 15cm ou Footlong (SUB 30cm) en wrap ou en salade, Subway® propose une offre adaptée à tous les goûts et à toutes les envies, sans oublier ses inimitables cookies.

Subway® développe également ses services digitaux qui s'inscrivent pleinement dans les tendances de consommation actuelles : livraison, click & collect et programme de fidélité mobile via la Sub App. Chaque année, ce sont 24 millions de Français qui créent des compositions à leur image chez Subway.

www.subway.com

À propos de Glory Paris

Glory Paris est une Creative Agency à très fort pouvoir de propagation fondée par Hugues Pinguet et Arnaud le Bacquer. Éluée agence iconoclaste de l'année 2022, Glory Paris s'est régulièrement distinguée, depuis sa création grâce à sa capacité à révéler le super pouvoir des marques (Subway, Futuroscope, La Boulangère, la CFBCT, ONU Femmes, Cadremploi...). Ainsi, nous transformons les potentiels des marques en une puissance irrésistible, captivant les consommateurs et les incitant à agir.

Notre approche créative et stratégique donne vie aux supers pouvoirs des marques, les propulsant vers le succès et la domination de leur marché. Avec nous, votre marque devient un véritable super héros au service des gens."

www.gloryparis.com