

Glory Paris et Subway reviennent en TV avec une campagne à vous mettre le SUB au ventre.

Subway et Gloryparis nous offrent un film haut en couleurs pour son Best-seller de l'hiver, l'incontournable SUB RACLETTE qui revient pour la 13^{ème} année consécutive en édition limitée.

Pour ce nouveau film, Subway et Gloryparis nous invitent à suivre l'aventure d'un jeune homme guidé par une énergie



dévorante venue de son ventre bien déterminée à assouvir sans attendre son envie de Sub Raclette.

<https://youtu.be/2UI3pfEabck>

Pour soutenir cette comédie tournée en réel et accompagnée d'illustrations, Gloryparis et Mediacom imaginent un dispositif cross média. Il est soutenu par un relais social média, de l'activation indoor et outdoor ainsi que de la PLV. De plus, une campagne de couponing est à retrouver sur la SUB APP.



Cette comédie mêlera le traité illustratif au réel. En effet l'illustration sera un protagoniste central de cette comédie. Symbolisée par un fluide coloré et énergique, la faim s'empare avec vigueur et dynamisme du corps d'un jeune homme pour le conduire chez Subway.



Produit par Matière Première, Adrien Galo, jeune réalisateur insuffle une rythmique et une poésie à ce film. Cette atmosphère originale et galvanisante est appuyée par une bande-son classico/drill. Un remix de l'hiver des 4 saisons de Vivaldi. Cette production à mi-chemin entre le clip et la fiction, balade nos yeux et nos oreilles, et nous donnera une nouvelle raison d'aimer l'hiver.

A propos de Subway France



Présente depuis déjà 20 ans en France, Subway® comptabilise aujourd'hui près de 400 restaurants sur le territoire, que des franchisés indépendants font vivre, en y apportant leur audace et leur ambition. L'offre de l'enseigne s'appuie sur un concept fort : la personnalisation des sandwiches « Sub », de salades et de wraps.

Les clients choisissent leurs ingrédients pour composer un repas au plus près de leurs goûts, de leur régime alimentaire et de leurs envies du moment, le tout préparé à la demande. Subway® développe également de nouveaux services digitaux qui s'inscrivent pleinement dans les tendances de consommation actuelles : livraison, click & collect et programme de fidélité mobile via la SubApp®. Chaque année ce sont 24 millions de Français qui créent des compositions à leur image chez Subway®.

A propos de Glory Paris

Glory Paris est une agence de communication Advertising & social média à très fort pouvoir de propagation fondée par Hugues Pinguet et Arnaud le Bacquer. Élue meilleure jeune agence de l'année, Glory Paris s'est régulièrement distinguée, depuis sa création pour son audace créative et sa capacité à créer un très haut niveau de learned médias pour ses clients (Subway, Futuroscope, La Boulangère, la CFBCT, ONU Femmes, Cadremploi...).

Elle s'appuie sur son ADN créatif pour développer son expertise digitale et sociale médias afin d'accompagner ses clients sur tous leurs écosystèmes de communication.

Nous croyons en l'onde organique, un pouvoir que seul l'humain possède pour propager naturellement une stratégie, un message, une idée. L'humain qui est au cœur de notre agence comme dans les concepts que nous développons pour nos clients. C'est ce qui donne vie à une belle et vertueuse onde organique.

Notre audace sera votre succès.

www.gloryparis.com

Équipe Subway : Neyla Sanchez et Eliza Da Silva / Équipe Glory : Arnaud le Bacquer (Directeur de Création), Julien

Fort (Concepteur/ Rédacteur), Etienne Deloraine (Directeur Artistique Digital), Margot Tournier (Assistante Directrice Artistique), Sandra Navarre (Directrice Opérationnelle), Manon Labiedh (Cheffe de Projet) / Illustrations : Superfeat / Boîte de prod : Matière Première / Réalisateur : Adrien Galo