

[View online version](#) • [Unsubscribe](#)



Téléchargement du visuel HD et de la video : <https://we.tl/t-hEGsBnut5>

Lien Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=S7II_1Yt7kw&feature=youtu.be

A l'approche de la rentrée, Deliveroo lance la campagne "Jackpot de Rentrée", pour continuer à se faire plaisir, sans casser sa tirelire !



deliveroo



POUR VOTRE SANTÉ, ÉVITEZ DE GRIGNOTER ENTRE LES REPAS. WWW.MANGERBOUGER.FR

Face à la situation économique actuelle marquée par une inflation persistante, Deliveroo prend l'initiative de redonner du pouvoir d'achat aux consommateurs, leur offrant ainsi la possibilité de continuer de se faire plaisir en limitant l'impact sur leur porte-monnaie !

Selon les estimations de la Banque de France, l'inflation atteint un niveau préoccupant de +5,6% en 2023, principalement due à la hausse des prix dans le secteur alimentaire.

Les familles se retrouvent ainsi confrontées à des contraintes financières avec une réduction de 4,2% des achats en supermarché depuis le début de l'année. Et "55,7 % des Français disent vouloir – ou plutôt devoir – diminuer leurs achats bar et restaurant" (étude LSA/Appinio sur le pouvoir d'achat des Français, 31 août 2023).

.Dans ce contexte, Deliveroo souhaite que ses clients continuent à se faire plaisir en lançant la campagne "Jackpot de Rentrée".

Cette campagne vise à redonner du pouvoir d'achat aux Français en leur offrant des réductions sur la plateforme Deliveroo. Dans le même temps, cette campagne permet de soutenir l'activité de ses restaurants partenaires.

"Pour Deliveroo, la campagne "Jackpot de rentrée" vise deux objectifs principaux : aider nos clients à continuer à se faire plaisir et soutenir nos restaurants partenaires en leur donnant l'opportunité de réaliser un chiffre d'affaires additionnel, dans le climat inflationniste actuel", déclare Hélène Hertzfeld, Directrice marketing de Deliveroo.

"Jackpot de rentrée" c'est jusqu'à 25€ de plaisir en plus !

A chaque commande d'au moins 25€ vous débloquent des réductions de plus en plus généreuses valables sur votre prochaine commande: 7 euros lors de la première commande, puis 8€ lors de la deuxième et enfin 10€ pour la troisième.

Soit jusqu'à 25€ de réductions!

La campagne a débuté le 28 août et se poursuivra jusqu'au 24 septembre.

La campagne "Jackpot de Rentrée" s'adresse aux clients Deliveroo ayant commandé sur Deliveroo avant le 21 août.

La plateforme souhaite également donner un coup de pouce aux nouveaux utilisateurs et a prévu un dispositif qui leur est exclusivement réservé de 5 bons de réduction de 5€.

Cette campagne puissante et 360 va s'inscrire sur tous les écrans de nos clients: télévision, smartphones, app, panneaux publicitaires...

A la télévision, 2 nouveaux spots de la marque : un pour les restaurants, un pour l'offre des courses du quotidien.

Le spot sur les restaurants suit la tournée d'un livreur et met en scène le plaisir de se faire livrer à sa porte tous les bons restaurants de son quartier. Celui sur les courses du quotidien présente l'étendue de l'offre qui va aussi bien de sa supérette à son boulanger ou boucher favoris, là aussi livré à sa porte.

Sur les smartphones, des animations sur les principaux réseaux sociaux.
Sur l'app, des pops up.

Pour les parisiens une campagne d'affichage et des écrans XXL à la Défense ou à Saint Lazare par exemple.

A propos de Pablo (l'agence créative)

Pablo est une agence créative indépendante basée dans le quartier de Shoreditch à Londres. Pablo est dirigée par des figures reconnues du secteur du marketing et de la publicité, avec un large éventail de spécialités. Elle est structurée de manière unique pour soutenir les changements continus dans un paysage marketing de plus en plus sous pression. Pablo a une ambition modeste : créer des idées qui font parler d'elles et qui stimulent la croissance des marques et des entreprises. Pablo travaille avec un large éventail de clients, de Carlsberg à DFS en passant par Deliveroo.

CAMPAIGN CREDITS

Deliveroo credits

Global VP Marketing: Tina Koehler

Global Director of Brand Strategy & Creative: Emily Somers

Director of Marketing, Global Brand Strategy & Campaigns: Sophie Laghzaoui

Head of Global Brand Campaigns: Laura Brady

Senior Global Brand Marketing Manager, Grocery: Iona Cameron

Global Brand Marketing Manager: Lance Kowlessar

Global Brand Marketing Manager: Beth Hall

Global Creative Director: Paul Hewitt

Head of Planning, Media & Campaigns: Emma Bucknall

Senior Marketing Manager, Media & Campaigns: Amie Farrell

Senior Marketing Manager, Grocery: Charlotte Hagel

Global Head of Consumer Communications: Aisha Jefferson

Pablo

Executive Creative Director: Dan Watts

Managing Creative Partner: Laura Rogers

Creative Directors: Chris Bovill & John Allison

Art Director: Martins Miller

Copywriter: David Carr

Art Director: Gustavo Bonzanini

Copywriter: Adam Reicke

Managing Partner: Sam Morgan

Business Director: Jamie Richards

Account Director: Kate Sheppard

Account Executive: Alexandria DeLeon

Head of Production: Tom Moxham

Agency Film Producer: Charlotte Lipsius

Senior Project Manager: Kelly Watts

Designer: Mark Harrison & Emile Toledo

Senior Creative Artworker: Viren Patel

Film production credits

Stink

Watts - Director

Andrew Levene - EP

Charlotte Jones - Producer

Charlie Jones - Production Manager

Elifcan Yazgun - Production Assistant

Crew

1st AD: James Sharpe

DOP: Joe Douglas

Production Designer: Arthur DeBoreman

Food Stylist: Elaine Ngan

Costume Designer: Tom Lipop

Gaffer: Steve Finburg

À propos de Deliveroo

Deliveroo est une entreprise primée à plusieurs reprises fondée en 2013 par William Shu et Greg Orlowski. Deliveroo collabore avec plus de 185 000 restaurants et commerces et 170 000 livreurs partenaires, afin de proposer la meilleure expérience de repas et courses en ligne au monde. L'entreprise, dont le siège est situé à Londres, est présente dans 10 marchés géographiques : la Belgique, la France, Hong Kong, l'Italie, l'Irlande, Qatar, Singapour, les Émirats arabes unis, le Koweït et le Royaume-Uni.