



ORANGINA DEVIENT ONAGRINA ET DEPLOIE UNE CAMPAGNE 360° COMPLÈTEMENT SECOUÉE POUR L'OCCASION

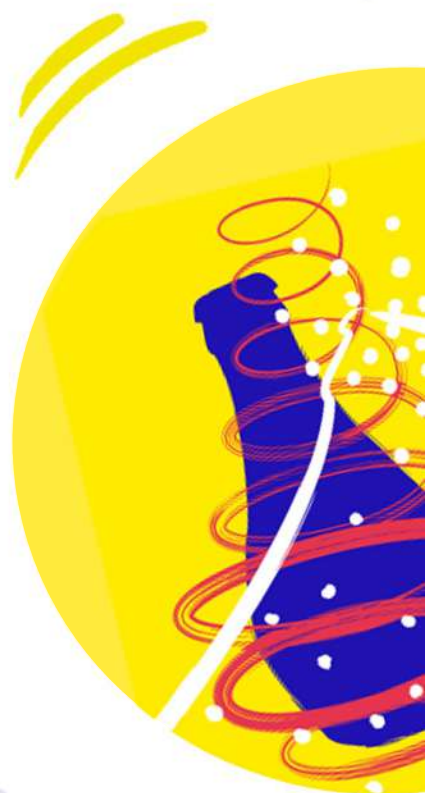
ÉDITION LIMITÉE
COMPLÈTEMENT
SECOUÉE

Après les mythiques campagnes de Chabat, l'historique « parskeuuuuu ! » d'Orangina Rouge, et les éditions limitées Rugby ou Boîte à voeuuh, Orangina revient en mai, avec sa **nouvelle Édition Limitée Complètement Secouée**.

À force de secouer le monde, de Toulouse à Miami,
À force de secouer tout le monde, de 7 à 77 ans,
À force d'être secoué, de se secouer, de se faire secouer.
Ce qui devait arriver arriva.

Onagrina.

Durant 3 mois, sur une idée originale de BETC, **Orangina devient Onagrina** : la marque la plus secouée de France devient la mraque la puls sceoéue en rayons, en TV, en presse, sur le web et sur tout le territoire.



UNE ÉDITION LIMITÉE EN RAYONS ET EN TERRASSES



Une édition limitée à découvrir avant tout en rayons avec évidemment la fameuse bouteille boule, mais aussi les canettes d'Orangina Light, Rouge et classique, qui viendront secouer les linéaires et les tables des terrasses de la France entière.



UNE COMMUNICATION EN MÉDIAS COMPLÈTEMENT SECOUÉE

Sur les écrans, l'agence BETC a secoué son film SuperLucha jusqu'à sa signature mythique qui chantera cette fois-ci un très lyrique « Onagrina » !

Le phénomène Onagrina sera également visible en **affichage** dans les plus grandes villes de France et dans de nombreuses rames de métro. Elles s'afficheront en bleu, blanc, jaune et rouge avec des messages secoués, scouées, seocués !

Dans le cas où les Français seraient passés à côté de la vague Onagrina, l'agence a également imaginé une surcouverture du quotidien **20 Minutes** pleine de surprises.



DES MÉDIAS CHAMBOULÉS PAR ONAGRINA

Côté digital, la célèbre **Boîte à Questions de Canal+** sera - elle aussi - perturbée par la vague ONAGRINA avec en guest⁽¹⁾ l'humoriste Maxime Gasteuil qui se prendra au jeu dans une interview déjantée. Un « hack⁽²⁾ » de l'émission organisé par **KR Wavemaker**. L'agence a également imaginé un dispositif exclusif sur le site **TOPITO**. Chaque visiteur aura l'occasion de vivre l'expérience Onagrina à travers une vidéo créée pour la campagne et un site qui tremblera à chaque visite.



TIK TOK ET INSTAGRAM C'MPOLÈTEMENT SCOUÉES

La marque communiquera également via une **campagne online⁽³⁾** signée **Marcel** dans une vidéo louant le secouement dont fait preuve le monde, mettant en avant une succession de vidéos agitées des images aux sous titres.

L'agence complète le déploiement de sa création par une opération **#Onagrina** sur **TikTok**. L'influenceur **Jojo Akams** amplifiera ce défi auprès de sa communauté avec une vidéo exclusive. Pour aller plus loin, Marcel a également développé un **filtre Instagram** pour le plus grand plaisir des utilisateurs qui pourront adopter l'effet Onagrina.

l'édition limitée
c mpol t NT
SoeCuée



Sur Instagram et en presse, l'agence **TRENDS paris** devrait faire du bruit avec l'activation de plus de **150 influenceurs** autour du thème Onagrina, et le lancement d'un concours soutenu par le très populaire **Just Riadh** qui secouera son profil et celui de ses followers. L'agence s'associe aussi à l'artiste **Jean André** pour la création de t-shirts, tote bags et affiches collector à gagner.

Un évènement orchestré par les agences de la marque numéro 1 dans le cœur des Français⁽⁴⁾ qui rythmera votre été, en édition limitée !

(1) invité, (2) piratage, (3) Internet, (4) Source : CSA Brand Health Tracking - Octobre 2019

Orangina Suntory France

40-52 boulevard du Parc, 92000 Neuilly-sur-Seine – 404 907 941 RCS Nanterre

