

Subway doublement récompensée au Grand Prix Stratégies Media 2022

pour le lancement de sa collection capsule “Déjeuner sur l’herbe” avec Tealer

Subway remporte l’OR dans la catégorie Opération de partenariat, placement de produit, de mécénat du Grand Prix Stratégies des Médias 2022 pour le lancement de sa collaboration avec la marque de streetwear Tealer. Cette opération se voit également récompensée de l’ARGENT dans la catégorie Expérience de marque / Objet, packaging du Grand Prix Stratégie du Brand Content 2022.

De gauche à droite : Sandra Chassan, Directrice générale Subway France - Neyla Sanchez, Head of Marketing Subway France - Lisa Platero, Content Director Mediacom et Mouadh Kellal, Account Director Mediacom à la cérémonie de remise de prix. En octobre 2021, Subway lançait sa première collection capsule en partenariat avec la marque de streetwear français Tealer. 900 pièces uniques unisexe étaient alors mises en vente pour composer une collection décapante et impertinente inspirée du tableau d’Edouard Manet “Le déjeuner sur l’herbe”.

Bobs, hoodies, t-shirts à manches courtes et longues, chaussettes et lunchboxes composaient cette collection mêlant aux codes de la culture populaire des inspirations street-culture & food pour célébrer les 20 ans de Subway.

Chiffres clés :

8,6 millions de personnes touchées

25 millions d’impressions

3,6 M de vidéos vues

14% de taux d’engagement

- + de 400 contenus sur toute la campagne incluant les contenus de marque et relais influence)

Des pièces sold-out en quelques jours et des retours consommateurs très positifs qui réclament de nouvelles pièces.

“C’est une vraie reconnaissance pour nous et tous les partenaires qui ont contribué à ce lancement. Cela nous rend très fiers et nous conforte dans le fait de continuer à nourrir ce

positionnement à la fois décalé et audacieux qui, cette année, s'est notamment illustré par le lancement de notre bar éphémère dédié au cookie, le CookieWay.", **déclare Neyla Sanchez, Directrice Marketing Subway France.**

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 créent des compositions à leur image chez Subway®.

Contact presse Subway

Chloé Odstrcil - chloe.odstrcil@publicisconsultants.com – 06 31 17 73 06

Contact presse Mediacom

Maé Boyer - mae.boyer@groupm.com – 06 11 56 31 58

Additional assets available online: [Photos](#)
[\(1\)](#)

<https://stage.mediaroom.com/subway-emea/2022-10-12-Subway-doublement-recompensee-au-Grand-Prix-Strategies-Media-2022>