

Paris, 11 mars 2024

LA FILIÈRE CÉRÉALIÈRE FRANÇAISE PART A LA RENCONTRE DES 18-35 ANS AVEC PUBLICIS MEDIA ET STUDIOBAGEL

Pour la première fois, la filière céréalière française lance une grande campagne de communication d'influence auprès des 18-35 ans. Comment ? En s'invitant dans deux de leurs univers quotidiens. Le premier, celui de Discord, avec un serveur totalement dédié aux céréales et animé par des professionnels de la filière. Et le second, celui des influenceurs en donnant carte blanche au célèbre STUDIOBAGEL, pionnier de l'humour sur YouTube et CANAL+, pour imaginer un monde... sans céréales tout en faisant appel à une guest star : Léopold (+1.7M fans) !



Un univers dystopique imaginé par STUDIOBAGEL et incarné par l'influenceur Léopold

Sur les conseils de Publicis Media Content, STUDIOBAGEL, CANAL BRAND FACTORY, l'entité créative de CANAL+ BRAND SOLUTIONS et Intercéréales, ont fait appel au talent de Léopold Lemarchand, l'influenceur aux 1,7 million de fans, **loufoque et décalé**. Fidèle à son univers absurde, Léopold se fond dans un monde... sans céréales ! Un moyen de montrer qu'elles sont partout, même là où l'on ne les attend pas !

Résultat, un court-métrage décalé produit en partenariat entre Publicis Media Content et STUDIOBAGEL, qui mêle humour par l'absurde et quotidien déstructuré. Il sera diffusé auprès de la communauté des 5,9 millions de fans du STUDIOBAGEL puis amplifié à partir du 11 mars sur les plateformes sociales Facebook, Instagram, TikTok de Léopold et de STUDIOBAGEL.

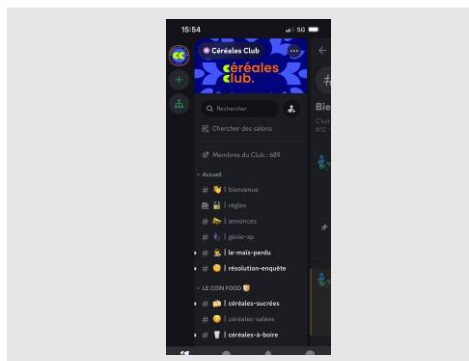
Ce court-métrage conduira les adeptes de Léopold à rejoindre le serveur Discord riche de nombreuses thématiques grâce à une campagne d'influence imaginé et déployé par les équipes de Publicis Media Content, le département content de Publicis Media France.

Au total, plus de 8 millions de contacts devraient être sensibilisés à l'issue de l'opération.

Le court métrage est à découvrir [ici](#)

Un lieu de dialogue qui s’empare des codes de la génération Z : le serveur Discord « Céréales Club » dédié aux céréales

Pour la première fois, Intercéréales, conseillé par Publicis Media Content, a mobilisé tous les acteurs de la filière céréalière française pour enrichir et animer un serveur Discord, plateforme en pleine essor auprès des 18-35 ans. Les acteurs de cette filière - qu’ils soient agriculteurs, meuniers, amidonniers, malteurs, fabricants d’aliments pour les animaux, etc - interagiront avec la communauté et répondront à toutes leurs questions. Six thématiques clé de la filière céréalière seront abordées en détails : les métiers, les formations, l’innovation, l’environnement, le made in France et la food.



Pour découvrir le serveur Discord « Céréales Club », [c’est par ici](#)

A propos de INTERCEREALES

Intercéréales est l’interprofession représentative de la filière céréalière. Créée à l’initiative des organisations professionnelles du secteur céréalière, elle réunit tous les acteurs économiques de la filière : la production, la collecte / commercialisation et les acteurs de la première transformation. C’est un lieu d’échange entre ces organisations qui œuvrent ensemble à développer les filières céréalières sur le territoire mais aussi pour valoriser le savoir-faire et la qualité des productions en France et à l’international.

La filière céréalière française compte 540 000 emplois, 211 000 exploitations agricoles et 1 500 entreprises de commerce et de transformation.

Contacts presse Intercéréales : Mathilde Toulet / mtoulet@intercereales.com / 06 58 51 78 02

A propos de STUDIOBAGEL

STUDIOBAGEL, label création et comédie de CANAL+, s’appuie sur la force de la communauté du Bagel alliée à l’expertise et l’ADN de CANAL+.

Dix après sa création et fort de ses 5,9 millions d’abonnés tous réseaux confondus, le STUDIOBAGEL est aujourd’hui un terrain de jeu et de création privilégié pour tous les talents.

Depuis sa relance en mars 2022, STUDIOBAGEL cumule plus d’1 milliard de vues grâce à des formats variés comme Hot Ones animé par Kyan Khojandi, Moitié.e.s le programme court de Pauline Clément, MST le sketchshow de Mister V ou encore Mininours format d’animation pour adulte écrit et incarné par Moustafa Benaibout.

A propos de CANAL+ BRAND SOLUTIONS :

Filiale du Groupe CANAL+, CANAL+ BRAND SOLUTIONS est la régie publicitaire de 45 marques média, dont CANAL+, C8, CSTAR, CNEWS, les marques Eurosport & Discovery, RTL9, OQEE Ciné, myCANAL, UGC et le Grand Rex et propose aux marques des solutions de communication innovantes en TV, Digital, Cinéma, Data et Brand content.

#AgregateurDeSolutionsPourVosMarques

A propos de CANAL BRAND FACTORY :

Lancée en mars 2017, CANAL BRAND FACTORY est l’entité créative de CANAL+ BRAND SOLUTIONS. Au sein du Groupe CANAL+, nous savons créer des communautés que l’on engage sur des contenus premium et exclusifs que sont le sport, le cinéma, les séries, les documentaires, la musique et l’humour. Fort de ce savoir-faire, CANAL BRAND FACTORY propose aux marques la même exigence et la même qualité que l’on trouve sur nos chaînes. Pour cela, nous mettons à leur disposition l’ensemble des moyens d’écriture, d’incarnation, de production et d’amplification média du groupe et nous proposons des solutions brand content multiscreen et événementielles.

Contact presse CANAL+ BRAND SOLUTIONS : Fanny Pirault / fanny.pirault@canal-plus.com / 06 46 47 17 73

A propos de Publicis Media France

Publicis Media France regroupe les agences media du groupe Publicis en France : Zenith, Starcom, Blue 449, Performics et Spark Foundry, Publicis Media Connect, Publicis Commerce. Publicis Media accompagne ses clients dans l’univers complexe



des médias d'aujourd'hui et décline ses expertises sur tous les leviers et points de contact. Présent dans plus de 100 pays, le pôle compte plus de 23.500 collaborateurs.

Contact presse

Florine Fondadouze, Responsable Communication | Publicis Media France

florine.fondadouze@publicismedia.com | 06 75 39 28 96