

The background of the entire image is a vibrant, monochromatic pink beach scene. It features several large beach umbrellas, wooden lounge chairs, and a clear blue sky. The overall aesthetic is bright and playful, consistent with the Barbie brand.

Barbie™

The Movie

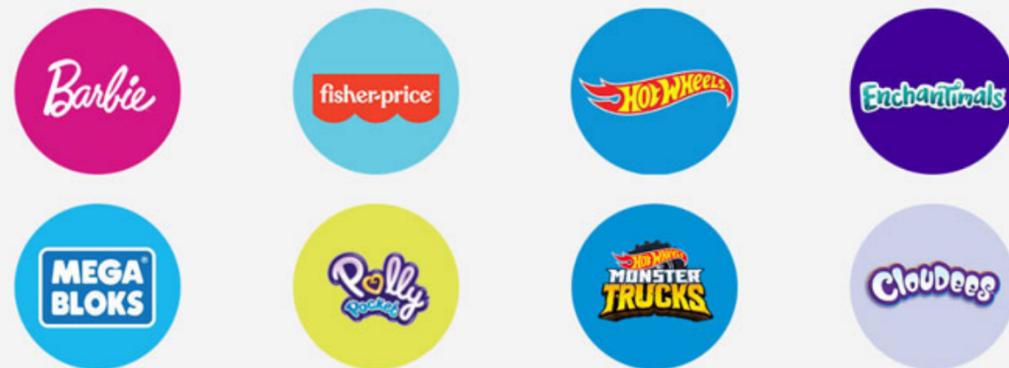
STRATÉGIE MARKETING

SOMMAIRE



- **QUI EST MATTEL, À L'ORIGINE DE LA MARQUE BARBIE ?**
- **FORCES ET FAIBLESSES DE LA MARQUE**
- **QUELQUES INFOS GÉNÉRALES SUR LE FILM**
- **LE CINÉMA, UN MARCHÉ COMPLEXE ET À PART ENTIÈRE**
- **SEGMENTATION DU PUBLIC DANS LE CAS DU CINÉMA**
- **LES CIBLES**
- **POSTIONNEMENT ET CONCURRENCE**
- **OBJECTIFS**
- **MARKETING MIX**
- **RÉSULTATS AU BOX OFFICE**

QUI EST MATTEL, À L'ORIGINE DE LA MARQUE BARBIE ?



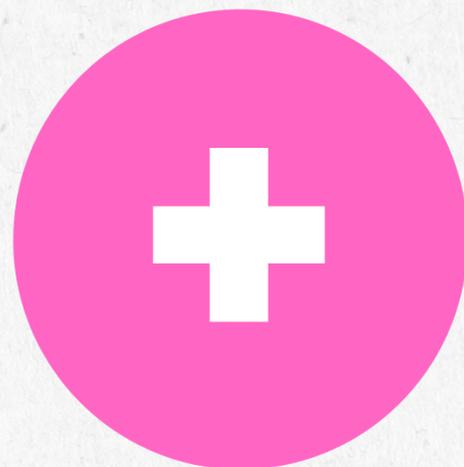
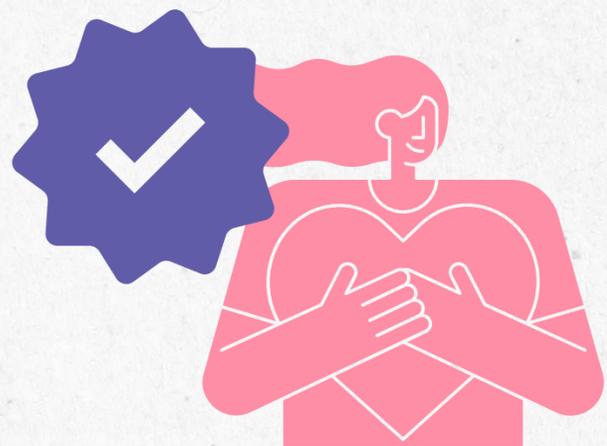
Mattel est une entreprise américaine de jouet et de jeu de société fondé en 1945 par Matt Matson et Elliot Handler.

C'est le 2e plus grand fabricant de jouet au monde, après Lego

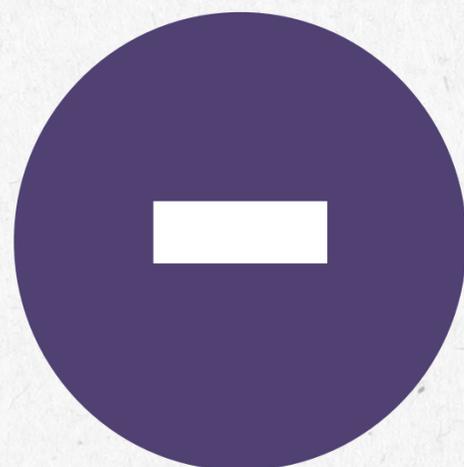
Crée en 1959, la poupée **Barbie** et ses déclinaisons ont fait le succès mondial de la marque en étant vendues à plus de **80 millions d'exemplaires par an dans 150 pays.**



FORCES ET FAIBLESSES DE LA MARQUE



**EMBLÉMATIQUE
POPULAIRE
VARIÉE**



**CRITIQUÉE
IMAGE DÉSUÈTE**



QUELQUES INFOS GÉNÉRALES SUR LE FILM

... sorti **internationalement** en salle en **juillet 2023**

... réalisé par **Greta Gerwig**, connue pour le film Lady Bird

... un casting comprenant notamment **Margot Robbie, Ryan Gosling, Will Ferrell ou Ema Mackay**

... co-produit par **Mattel Films et Warner Bros** pour 145 millions de \$

... une bande son signée par Mark Ronson avec des artistes pop tels que **Dua Lipa, Billie Eilish, Sam Smith ou Ava Max**



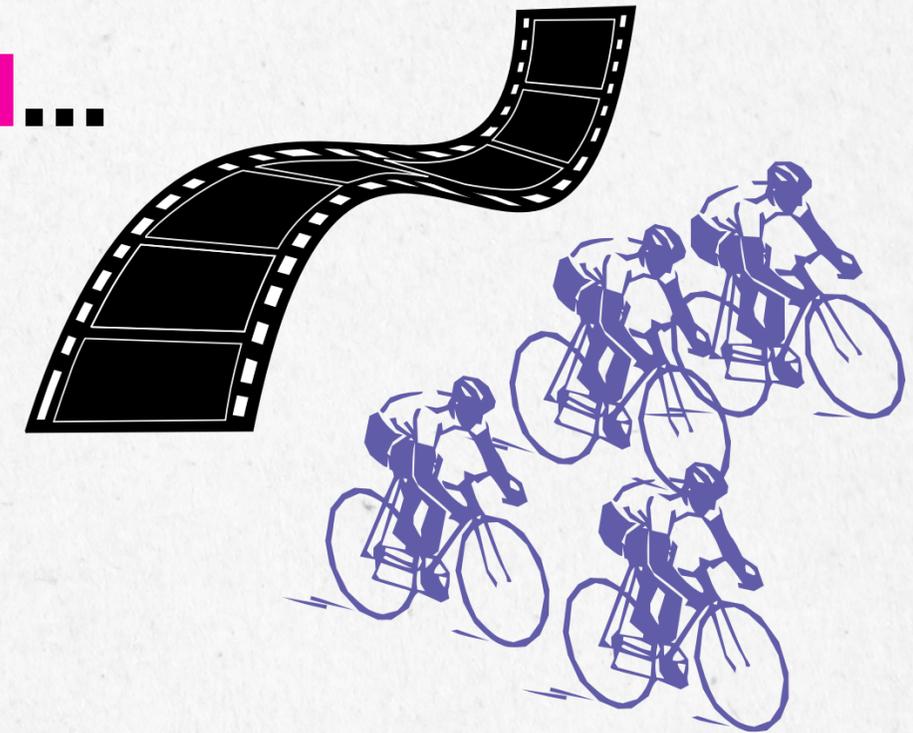
UN BOX OFFICE ET DES RECETTES RECORDS :
1 439 862 639 \$

LE CINÉMA, UN MARCHÉ COMPLEXE ET À PART ENTIÈRE

Un marché **très concurrentiel et à fort potentiel...**

avec une grande diversité de genres réalisables ...

et une multitude d'acteurs impliqués.

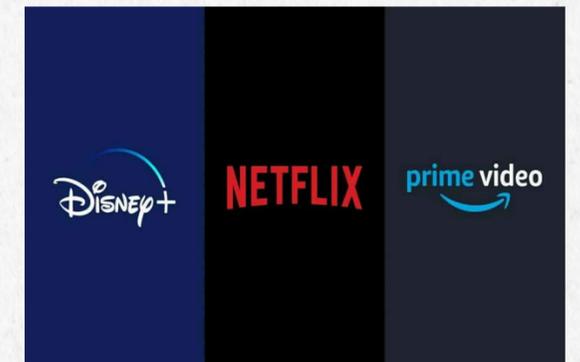
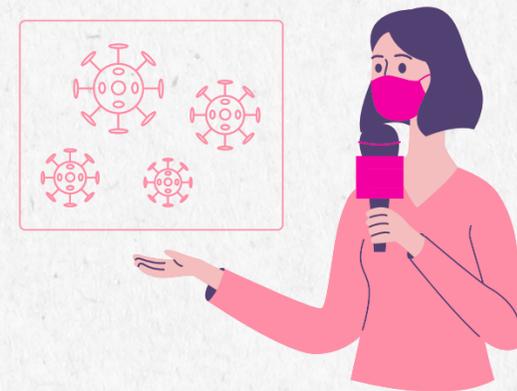


MAIS AUSSI

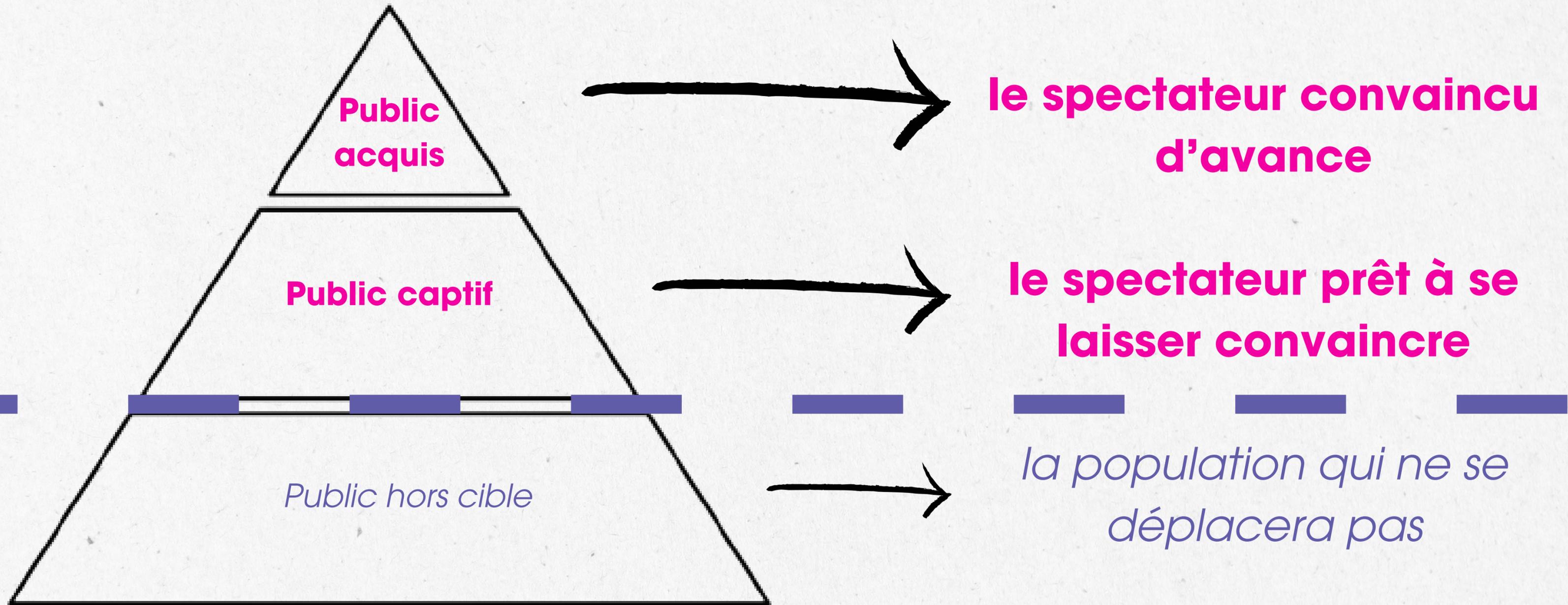
Un marché en **perte de vitesse ...**

qui s'interroge sur son avenir ...

et qui cherche de nouvelles opportunités pour se démarquer.



SEGMENTATION DU PUBLIC DANS LE CAS DU CINÉMA



d'après les travaux de Jean-François Camillieri

LES CIBLES

1

PUBLIC ACQUIS
=
CIBLE PRIMAIRE

2

PUBLIC CAPTIF
=
CIBLE SECONDAIRE

Assidus du cinéma



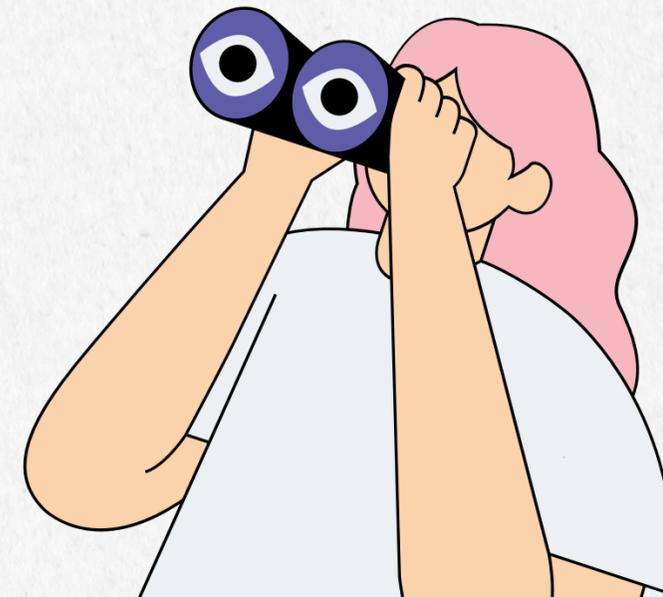
Fans de Barbie, des acteurs et actrices du casting, de la réalisatrice ou encore des artistes de la bande originale.

Adolescentes et jeunes femmes fans de Barbie

Personnes proches ou dans l'aire d'influence du public acquis.

Personnes touchées par la campagne promotionnelle.

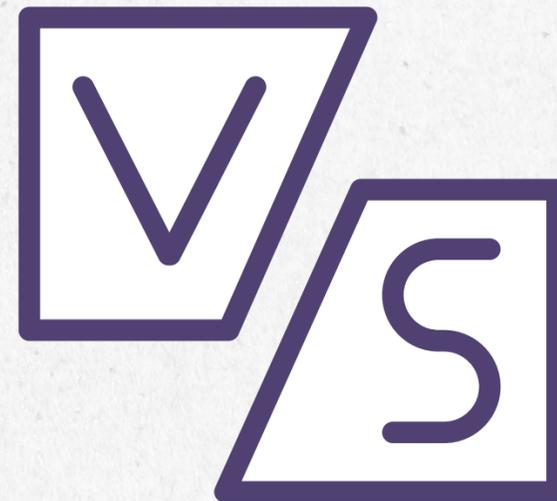
Femmes + ou - âgés qui ont été bercées dans l'univers Barbie



POSITIONNEMENT ET CONCURRENCE



- Film de comédie et d'aventure
- Familiale
- Grand budget
- Casting de renom



OBJECTIFS MARKETING DU FILM

La stratégie marketing se concentre sur trois objectifs clés :

- **Accroître la notoriété du film en amont de sa sortie**
- **Engendrer le plus d'audience possible en salle**
- **Créer ou renforcer l'attachement du public à la franchise "Barbie"**



... et de là faire augmenter à l'avenir les ventes des produits de la marque Barbie en magasin.

COGNITIFS



CONATIFS



AFFECTIFS

MARKETING MIX

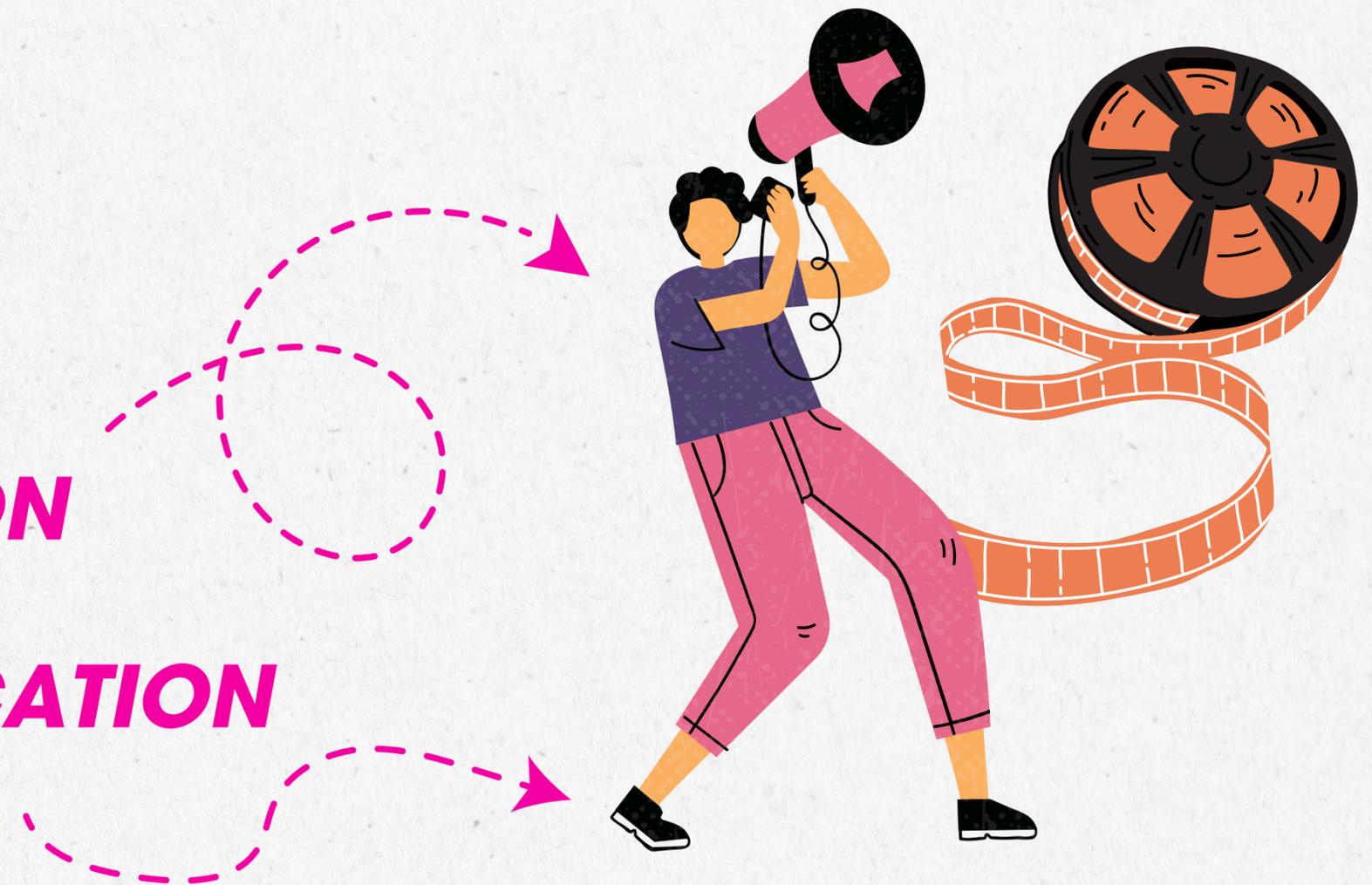
Bien que le marketing traditionnel joue sur les « 4P »,
le marketing du cinéma intervient principalement sur « 2P »

~~La politique de produit~~

~~La politique de prix~~

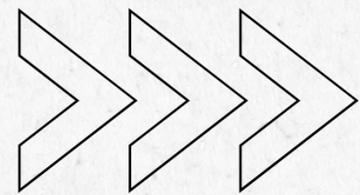
LA POLITIQUE DE DISTRIBUTION

LA POLITIQUE DE COMMUNICATION

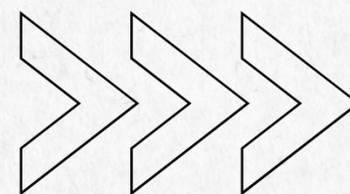


POLITIQUE DE DISTRIBUTION

Sociétés de production



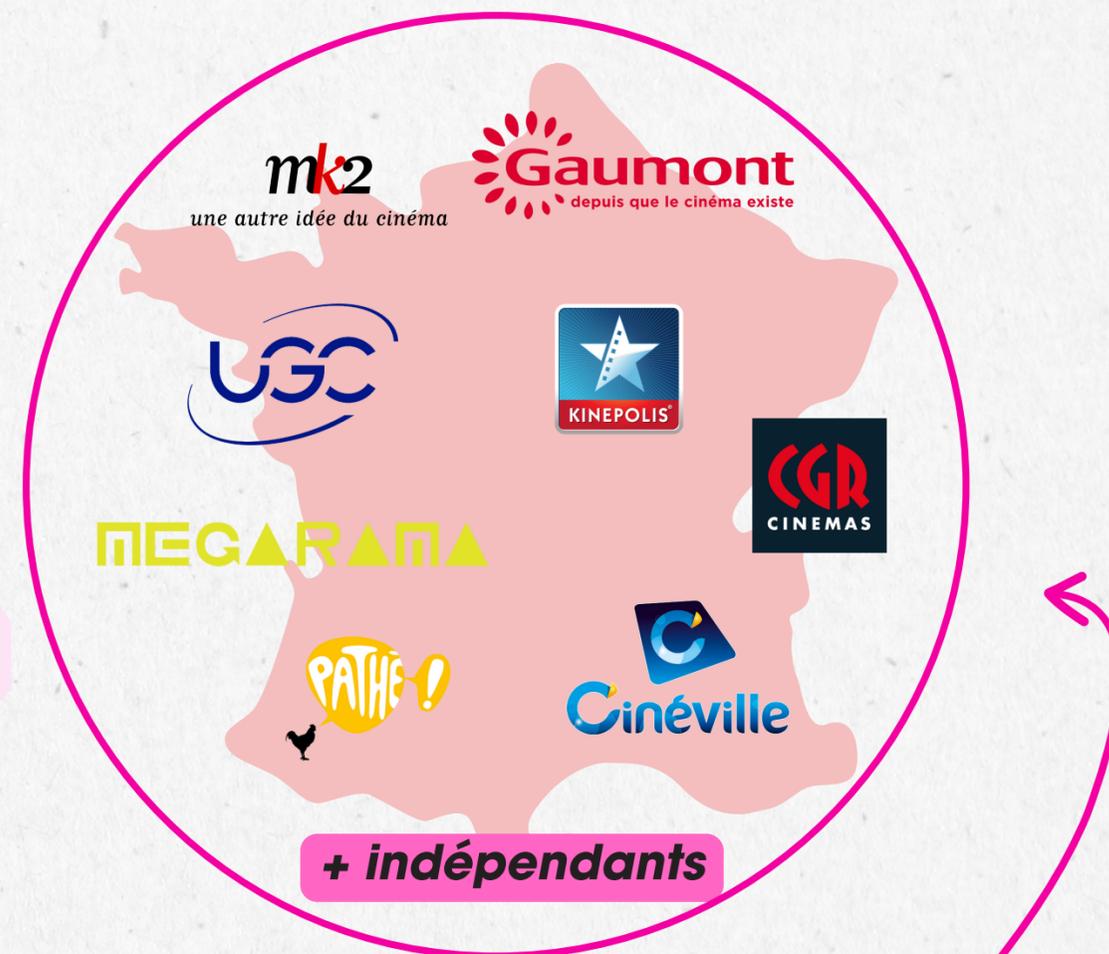
Société de distribution



Sociétés d'exploitation



LA POLITIQUE DE DISTRIBUTION S'INSCRIT DANS UNE LOGIQUE DE MAXIMISATION DE L'AUDIENCE.

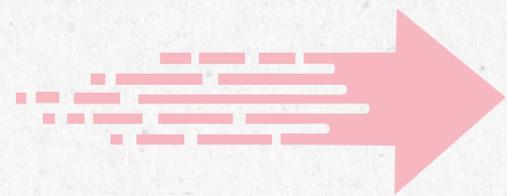


Du fait de **la notoriété et l'influence de Warner Bros**, le film a pu être distribué dans **56 pays dans le monde** dont la France, où il été projeté dans **1500 salles, soit 75% du parc cinématographique français**.

AUTRES DÉTAILS IMPORTANTS SUR LA POLITIQUE DE DISTRIBUTION



LA DATE : elle n'est pas anodine !



Vacances scolaires et congés



Période propice au programmation familiale



Période de forte affluence au cinéma



L'exploitation par les chaînes de télévision et plateformes de streaming

Différents contrats d'exploitation et de diffusion signés avec Warner Bros, mais peu communiqués.



10 mois pour les chaînes tv
15 mois pour les plateformes de streaming
à compter de la sortie, d'après la loi française.



Barbie aux Oscars ?

Warner Bros tente d'intégrer Barbie dans les grandes compétitions cinématographique, ce qui pourraient relancer une **éventuelle 2e vague de diffusion en cinéma.**

POLITIQUE DE COMMUNICATION ET DE PROMOTION

AFFICHAGE

TV

CINÉMA

PRESSE

RELATIONS
PRESSE

**RÉSEAUX
SOCIAUX**

RADIO



WEBMARKETING

**MARKETING
D'INFLUENCE**

CO-BRANDING

STREET
MARKETING

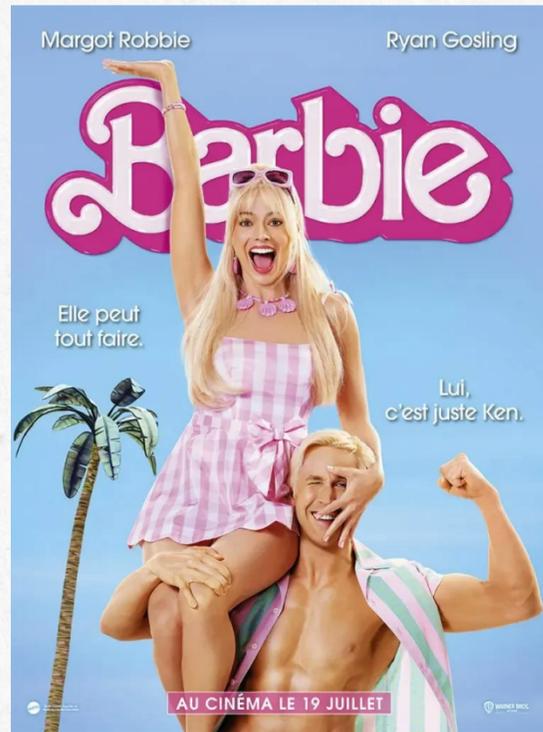
MARKETING MUSICAL

ÉVÉNEMENTIEL

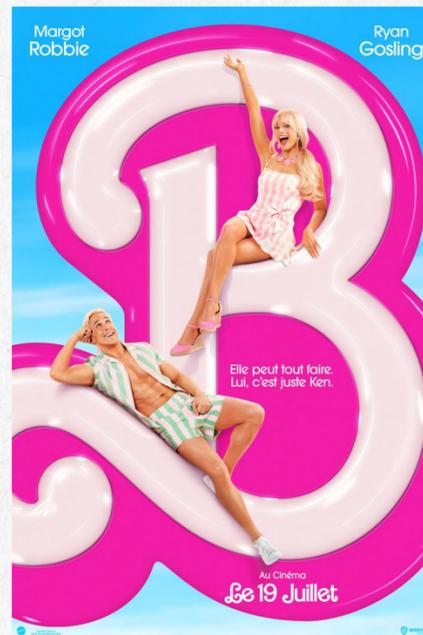
**L'OMNIPRÉSENCE MÉDIATIQUE ET HORS-MÉDIATIQUE A ÉTÉ
LE MOT D'ORDRE DE LA CAMPAGNE MARKETING DU FILM.**



AFFICHAGES



Perçu pendant longtemps avant sa sortie comme un **“ovni” du cinéma**, la production du film a joué de cela avec beaucoup d'**humour** en nourrissant le **suspense** sur l'intrigue, le casting, l'univers du film au travers d'un affichage ...



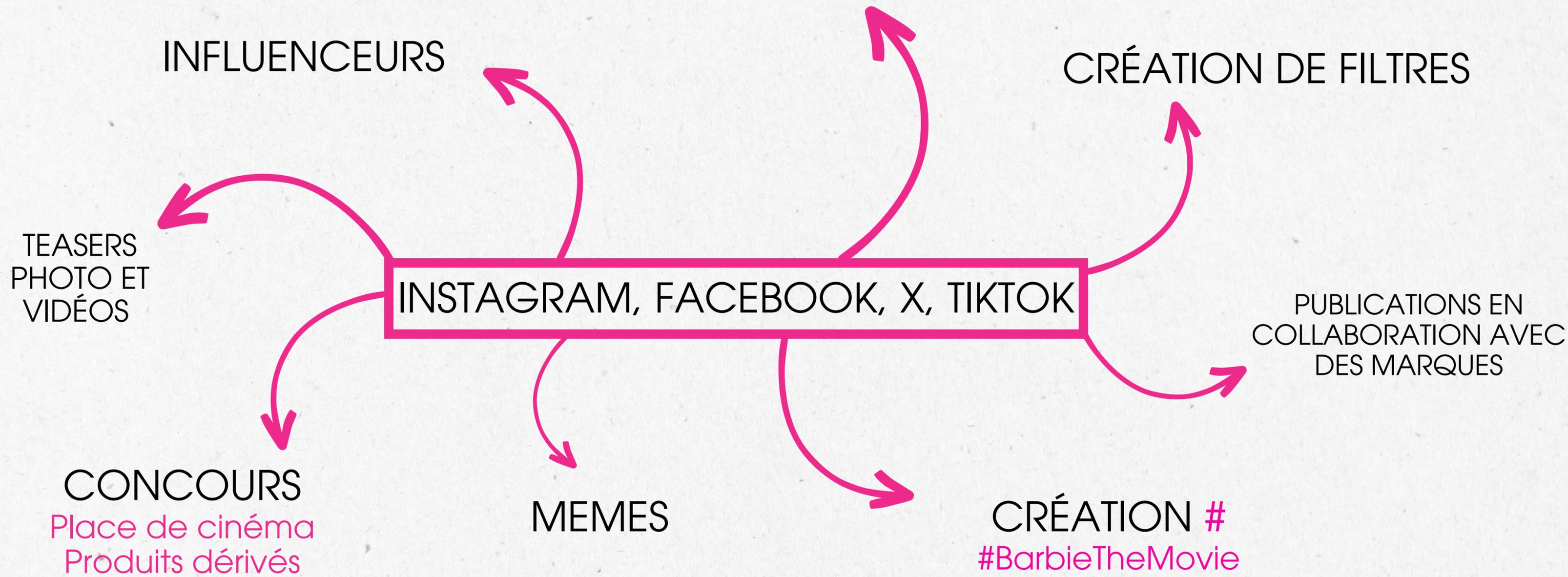
... astucieusement exploité pour **lancer le gros de la campagne promotionnelle.**



OBJECTIF : CRÉER UN FORT ENGOUEMENT AUTOUR DU FILM EN OFFLINE QUI VA BOOSTER LA CAMPAGNE ONLINE

RÉSEAUX SOCIAUX

TRENDS (MUSICALES,
VESTIMENTAIRES, ...ETC)



Les réseaux sociaux ont été l'autre support de prédilection pour cette campagne promotionnelle.

L'objectif : rendre le feed des utilisateurs rose, rose, encore et toujours rose !

MARKETING D'INFLUENCE

Pour **générer encore plus d'excitation et renforcer l'engouement** autour du film, Mattel a fait appel à de nombreux **influenceurs** du monde entier dans le cadre de **différentes opérations audacieuses** :

**TESTS ET PUBLICITÉ DES
PRODUITS DE CO-BRANDING**

**MISE EN AVANT DE LA BANDE
ORIGINALE VIA DES POSTS**

**PARTICIPATION À DES
ÉVÉNEMENTS INÉDITS ET
AVANTS-PREMIÈRES**

**RENCONTRE ET
INTERVIEWS EXCLUSIFS
AVEC LE CASTING**

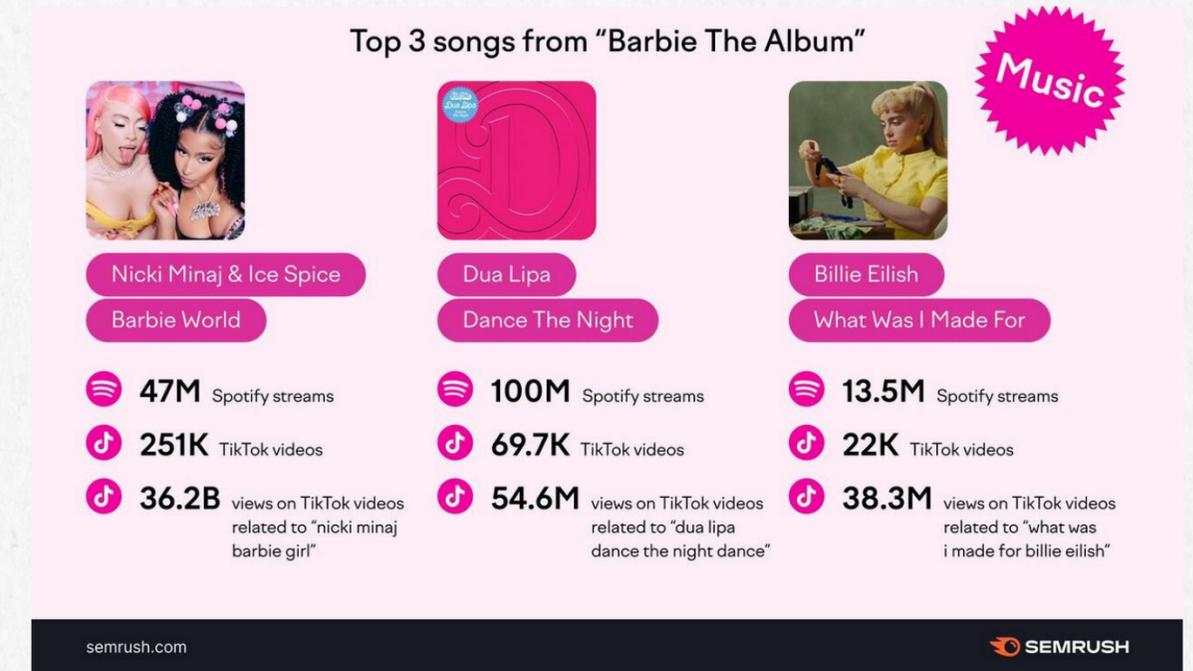
**CRÉATION DE TREND
ET DE BUZZ**

De partenariats ont également été réalisés avec des influenceurs français, dont **Lena Situations et Seb La Frite**, donnant vie aux voix françaises de **Dua Lipa et John Cena**.

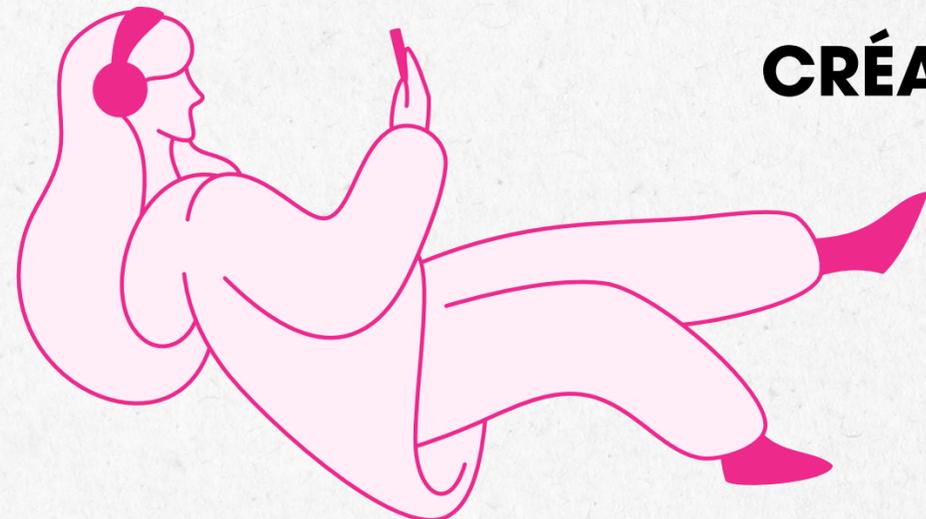


MARKETING MUSICAL

En collaborant avec **une dizaine de stars et figures tendances de la pop**, le film Barbie est parvenu à faire de sa bande originale **un support de publicité inévitable** écoutés des millions de fois :



SUSCITANT L'INTÉRÊT DU PUBLIC AYANT OU N'AYANT PAS ENCORE VU LE FILM



CRÉANT LE BUZZ VIA DES TRENDS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



GÉNÉRANT DES VENTES MULTIPLES (PLACES DE CINÉMA, STREAMS, PRODUITS DÉRIVÉS)

COLLABORATIONS COMMERCIALES

La campagne de promotion du film Barbie s'est faite particulièrement remarquable par d'innombrables opérations de **co-branding**, dont les succès ont soutenu celui du film.

BURGER KING



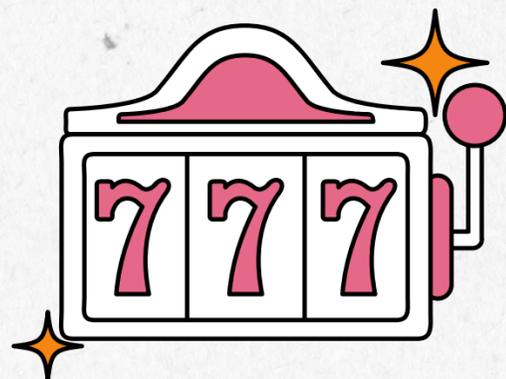
AIRBNB



CROCS

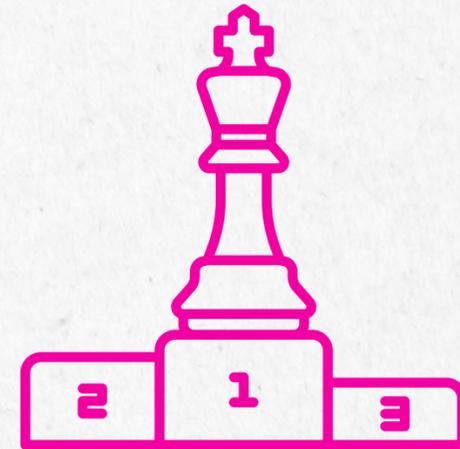


XBOX



AU TOTAL, CE SONT PRÈS DE 3000 MARQUES QUI ONT COLLABORÉ AVEC LA FRANCHISE BARBIE.

RÉSULTATS AU BOX OFFICE



Classement au box office français :

1. Super Mario Bros, le film
- 2. Barbie**
3. Astérix & Obélix - L'Empire du milieu
4. Oppenheimer
5. Alibi.com 2

Classement au box office mondial :

- 1. Barbie**
2. Super Mario Bros, le film
3. Oppenheimer
4. Les Gardiens de la galaxie Vol. 3
5. Fast & Furious X

NOS SOURCES

[BARBIE ET SON EMPIRE MARKETING : LES LEÇONS À RETENIR POUR TON ENTREPRISE ! | LINKEDIN](#)

[HTTPS://WWW.STRATEGIES.FR/ACTUALITES/MARQUES/LQ2146583C/COMMENT-MATTEL-VEUT-FAIRE-DU-FILM-BARBIE-SA-NOUVELLE-GROSSE-FRANCHISE.HTML](https://www.strategies.fr/actualites/marques/lq2146583c/comment-mattel-veut-faire-du-film-barbie-sa-nouvelle-grosse-franchise.html)

[BARBIE MARKETING - 9 STRATÉGIES QUI EN ONT FAIT UN ÉNORME SUCCÈS \(SQUEEZEGROWTH.COM\)](#)

[HTTPS://DEVENIR-REALISATEUR.COM/BLOG/LE-MARKETING-DU-CINEMA/](https://devenir-realisateur.com/blog/le-marketing-du-cinema/)

[HTTPS://WWW.WARKETINGDIGITAL.NET/STRATEGIE-MARKETING-DU-FILM-BARBIE/](https://www.warketingdigital.net/strategie-marketing-du-film-barbie/)



JEAN-FRANÇOIS CAMILLERI

Livre “ Le marketing du cinéma”

MERCI