

INCREDIBLES 2

Les Indestructibles 2 sortent en salle le 27 juin, en pleine Coupe du Monde. Habillés de noir, jaune, rouge, ils vont soutenir les Diables lors de la plus prestigieuse compétition footballistique internationale.

NOTRE CLIENT & SON ACTIVITÉ

Pixar Animation Studios est une société américaine faisant partie du groupe Disney. Elle produit des films en images tridimensionnelles de synthèse.



LANCEMENT DE PRODUIT

LA CIBLE : PRA 18-54 (& familles avec enfants)

LE CHALLENGE

- Promouvoir la sortie en salle (27 juin 2018) du 2ème volet des Indestructibles, quatorze ans après la réalisation du 1^{er} long métrage.
- Créer une communication et une visibilité forte à l'heure où une grande partie de l'attention des Belges est focalisée sur la Coupe du Monde de football en Russie.

LES OBJECTIFS

- Créer le lien entre le film et les Diables Rouges en exploitant la similitude "noir/jaune/rouge" entre les costumes des personnages et les couleurs de l'équipe nationale
- Toucher prioritairement les familles dans un contexte foot

LA STRATÉGIE

- Combiner une campagne média et une campagne "terrain" pour maximiser le reach et l'impact de l'action
- En TV : billboards créatifs "Indestructibles" intégrés dans 150 trailers annonçant la diffusion des matchs sur écrans géants + spots classiques autour des matchs des Diables du 23/06 et du 28/06
- Activation terrain ciblée "familles" : choix de "Belgique/Tunisie" (samedi PM), écran géant place Dumon à Stockel (lieu convivial), stand "Indestructibles" à l'entrée, distribution de tee-shirts & animation photos (prise de vue avec tee-shirt dans un décor du film), ...

MEDIA & EVENT ACTIVATION



500

tee-shirts noir/jaune/rouge à l'effigie des "Indestructibles" circulent sur la place publique lors de la diffusion "Belgique/Tunisie" sur écran géant

LES RÉSULTATS

Campagne TV Sud (cible PRA 18-54)

- 54% couverture
- 229 GRP

Action terrain

- 9.000 supporters sur la place Dumon à Stockel
- 500 tee-shirts "Indestructibles" distribués
- 250 participants au photobooth
- Et au-delà des chiffres : bonne humeur, chaleurosité, attrait & intérêt confirmés

CONCLUSION

Le case "Indestructibles" est un exemple parfait de sponsoring et d'association à un événement majeur. Sur les antennes de la RTBF comme sur le terrain, l'action a tiré profit de l'enthousiasme de la population pour le Mondial, et de son soutien à l'équipe nationale. Résultat : une proximité intense et un impact optimal !

PLUS D'INFOS ?

Appelez votre contact commercial habituel ou contactez Dimitri Lemmens, Head of Content & Creativity : d.lemmens@rmb.be ; Tél : 02 / 730 45 28

