

—

Campagne collective  
de communication en faveur du bijou  
pour les fêtes de fin d'année

—



Pour les fêtes de fin d'année 2018, Francéclat poursuit la campagne collective de communication en faveur du bijou qui fait appel à plusieurs médias complémentaires – la presse magazine, internet et les réseaux sociaux – renforcés par une campagne de sponsoring télévision en fin d'année.

Elle met l'accent sur le pouvoir du bijou à embellir celle qui le porte, en se basant sur le concept : « Rien ne met mieux en valeur votre féminité que les bijoux précieux ».

# Les parutions presse de fin d'année

Au total, la campagne aura fait l'objet de près de 70 parutions en 2018 dans une vingtaine de titres de la presse hebdomadaire et mensuelle, principalement féminins mais aussi dans des titres de la presse mixte d'actualité.

Sur l'année, 57,4 % des femmes de 35 à 59 ans de catégorie CSP+ auront été exposées à la campagne près de 3,4 fois, ce qui représente plus de 8 millions de contacts (Source Etude One).

Pour la fin de l'année, un ambitieux dispositif est mis en place avec 38 parutions en alternance des visuels Bijoux diamants, Bijoux perles et Bijoux pierres de couleur dans une quinzaine de titre de presse dont de nouveaux titres : L'Equipe Magazine, l'Officiel, Les Echos Week-end, Marianne et Vogue.



## 21 parutions

dans la **presse féminine** :

- **Avantages**, mercredi 5 décembre ;
- **Biba**, jeudis 1<sup>er</sup> novembre et 5 décembre ;
- **Elle**, « Spécial Joaillerie » vendredi 23 novembre et « Spécial Cadeaux dernière minute » vendredi 7 décembre ;
- **Gala**, « Spécial Joaillerie » mercredi 21 novembre et « Spécial Fêtes » mercredi 5 décembre ;
- **Grazia**, « Spécial Joaillerie » vendredi 9 novembre, « Spécial Cadeaux » vendredi 23 novembre et « Spécial Cadeaux dernière minute » vendredi 7 décembre ;
- **L'Officiel**, jeudi 22 novembre ;
- **Madame Figaro** « Spécial Cadeaux » vendredi 16 novembre et « Spécial Bijoux » vendredi 23 novembre ;
- **Marie Claire**, jeudi 6 décembre ;
- **Point de vue**, « Spécial Luxe » mercredi 14 novembre, « Spécial Cadeaux » mercredi 28 novembre et mercredis 12 décembre et 19 décembre ;
- **Stylist**, « Spécial Joaillerie » jeudi 15 novembre et « Spécial Cadeaux » jeudi 6 décembre ;
- **Vogue**, lundi 3 décembre.

## 17 parutions

dans la **presse mixte d'actualité** :

- **L'Equipe Magazine**, samedis 8 et 15 décembre ;
- **L'Express**, mercredi 5 décembre ;
- **L'Express - Guide Cadeaux**, mercredi 28 novembre ;
- **L'Express Dix**, « Spécial Luxe/Joaillerie » mercredi 14 novembre et « Spécial Fêtes/Cadeaux » mercredi 12 décembre ;
- **Le Figaro Magazine** « Spécial Cadeaux » vendredi 30 novembre et « Spécial Joaillerie » vendredi 7 décembre ;
- **Les Echos Week-end**, vendredis 30 novembre et 14 décembre ;
- **Marianne** « Spécial Cadeaux de Noël » vendredi 7 décembre ;
- **M - Le Magazine du Monde**, « Spécial Joaillerie » vendredi 23 novembre et « Spécial Cadeaux dernière minute » vendredi 7 décembre ;
- **Paris Match** « Spécial Noël de Luxe » jeudi 15 novembre, « Spécial Noël pour tous » jeudi 29 novembre et jeudis 6 et 13 décembre.



## REPRISE DES VISUELS SUR VOS POINTS DE VENTE

Les professionnels qui souhaiteraient utiliser les visuels presse en magasin peuvent les obtenir – par voie électronique exclusivement – sur demande auprès du Comité, qui les leur communiquera en leur précisant les conditions d'utilisation (a.bessodes@franceclat.fr ou a.lefauconnier@franceclat.fr).



# 2018 : montée en puissance des bijoux précieux sur les réseaux sociaux

**Francéclat continue d'amplifier la présence des Bijoux Précieux sur les réseaux sociaux qui attirent chaque jour près de 75 000 femmes de son cœur de cible.**

La stratégie social média est basée sur **2 objectifs** :

- augmenter l'engagement des internautes ;
- homogénéiser la visibilité des bijoux précieux sur toute l'année.

**Pour atteindre ces objectifs, Francéclat a produit plus d'une centaine de contenus regroupés sous plusieurs thématiques :**

- des bijoux en gros plan dans des mises en scène épurées (5 photos par mois) ;
- des bijoux portés photographiés avec un stylisme travaillé (2 photos par mois) ;
- des bijoux dans des compositions originales et stylisées en fonction de thématiques spécifiques (1 photo tous les 2 mois) ;
- des histoires précieuses : les bijoux s'inscrivent dans une histoire ou un univers particulier dans une mise en scène contextualisée (1 photo par mois) ;
- des cinemagraphs - *photo dont un des éléments est animé d'un léger mouvement* - (1 photo tous les 2 mois).

Une nouvelle stratégie éditoriale et média a été adoptée, en cohérence avec la campagne presse et sa base line **« Les Bijoux Précieux ont le pouvoir de vous révéler ».**

En complément, pour amplifier le message et favoriser l'engagement des fans, **les bijoux précieux valorisent les femmes qui se révèlent grâce aux bijoux**, en repostant leurs contenus sur les réseaux sociaux. Chaque regram est accompagné du **#RévèleToi**.



- Près de **50 000 fans**
- Plus de **170 000 interactions** depuis avril 2018 (*x7 par rapport à 2017*)
- **Un taux d'engagement** (nombre de personnes qui ont vu une publication et qui l'ont aimée ou partagée, qui ont cliqué dessus ou ajouté un commentaire) **de 5,4 %** (versus 2,5 % en 2017) et **au-dessus des moyennes habituelles du marché (3,9 %)**



- Plus de **1 200 abonnés** (communauté doublée en 1 an)
- **215 000 interactions** depuis avril 2018
- **Un taux d'engagement très élevé de 20 %** (versus 10,5% en 2017)



Facebook



Instagram

## Le nouveau site internet

Grâce à une refonte complète du site internet [www.lesbijouxprecieux.com](http://www.lesbijouxprecieux.com) réalisée au mois d'avril 2018, à l'image des récentes innovations et évolutions digitales, la visibilité des Bijoux Précieux a été renforcée grâce à un meilleur référencement et à une meilleure remontée des contenus dynamiques des réseaux sociaux.

Ce nouveau site, qui se veut résolument visuel, moderne et expérientiel avec une navigation fluide et intuitive par univers de bijoux intègre les spécificités du « mobile first » pour répondre aux consultations sur les smartphones et les tablettes.