



## **OFFRE EXTENSION DIGITALE**

### **Co-financement solidaire**

#### **CAS : RSE CRISTALINE**

1<sup>er</sup> juin – 12 juillet 2020

#### Problématique

- En complément de la campagne TV nationale, promouvoir l'engagement RSE de Cristaline via une vidéo de 90'' de la fabrication d'une bouteille fabriquée plus près de son lieu de consommation, plus légère, avec son bouchon solidaire qui ne peut se perdre dans la nature.
- Relayer le message RSE promu par la marque vers un nouveau et large public.

#### Moyens

- Diffusion du spot TV national Cristaline (18 fois par jour) en alternance avec la vidéo *Engagés ensemble* Ad for Good/C33 suivie du spot avec QR code (12 fois par jour)

#### Résultats

- Couverture C33 : 3,7 Millions de personnes atteintes
- Augmentation de 50 % du nombre de contacts (spot TV + spot TV QR Code)
- Total contacts : 7,4 Millions
- Total leads C33 : 300 vues de la vidéo par GRP (vs15 à 30 leads par GRP à la TV)
- Engagement du consommateur au micro-financement, payé par l'annonceur, d'une association œuvrant pour les mêmes causes que la marque.
- Partage de la contribution et de la vidéo sur les réseaux sociaux.

### **Dix fois plus de leads sur C33 vs la TV sur l'engagement RSE de Cristaline**

Sources : C33/Ad for Good et Retours TV source Livre Blanc du ROI 2020.