

Une publicité
solidaire
pour faire
sourire les
enfants
à Noël



Microsoft



Goodeed



Microsoft et la Fnac ont souhaité réaffirmer leur engagement social & environnemental, autour de la mise en avant du PC Portable HP Laptop 15s sur le temps fort de Noël.

- Ainsi Havas Media Group, Retailink et les experts médias Fnac Darty ont déployé une campagne publicitaire solidaire avec Goodeed du 18 au 31 décembre 2022. Pour chaque publicité diffusée avec le format solidaire Goodeed, une partie du budget média investi est reversée à une association. L'internaute, en visionnant la vidéo, contribue au projet solidaire.
- Le bénéficiaire choisi était l'association Rejoué. Elle offre des cadeaux aux enfants nécessiteux et oeuvre en parallèle à l'inclusion des personnes en situation de chômage.

OBJECTIFS

MOYENS

Pour créer l'expérience auprès des intentionnistes PC, une vidéo publicitaire de 15" en co-branding avec Goodeed, a été déployée à travers trois canaux principaux :

- une page opération sur les écosystèmes de Goodeed (site internet et application mobile) fréquentés par une communauté de consommateurs engagés
- via de l'affiliation au sein du réseau d'éditeurs premium Good'Network
- sur Youtube.



RÉSULTATS

POUR L'ASSOCIATION

L'opération solidaire de Fnac x Microsoft avec Goodeed a ainsi contribué à reverser 18 K€ à l'association Rejoué.

Ce soutien lui a permis d'offrir plus de 1300 lots de cadeaux environ à des enfants en situation de précarité, entreprendre des rénovations et accompagner des personnes éloignées de l'emploi.



VS



RÉSULTATS

POUR LES MARQUES

Une étude post-campagne révèle que le format de vidéo solidaire a eu un impact à divers niveaux pour les marques Fnac / Microsoft :

- **+8 points de perception positive sur l'image des marques vs vidéo non solidaire** ⁽¹⁾
- **+12 points d'agrément au message publicitaire** ⁽²⁾
- **+10 points de différenciation des marques Fnac /Microsoft vs les autres marques.** ⁽³⁾

Etude post-campagne en ligne réalisée par l'institut YouGov du 2 au 4 janvier 2022 sur 1004 personnes représentatives de la population française de plus de 18 ans | (1) Question : Après avoir visionné cette publicité, diriez-vous que vous avez une image plus positive ou plus négative de la marque Fnac/Microsoft ou est-ce la même qu'avant ? (2) Question : Quels sont tous les éléments qui vous ont plu dans cette publicité : le message ? (3) Question : Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou non avec cette affirmation : cette publicité se démarque des autres ?



Qu'en pensez-vous

Tenté par afficher
votre engagement
chez Fnac Darty ?

RETAILINK
BY FNAC DARTY