



# SODASTREAM

*CONCRÉTISER L'ENGAGEMENT DE SODASTREAM  
POUR UN MONDE PLUS RESPONSABLE*



FLEISHMANHILLARD



**SYNTEC Conseil  
en Relations Publics**



## OBJECTIF :

Faire de la campagne *Secret Continent* plus qu'un divertissement mais une sensibilisation à la problématique environnementale.

## STRATEGIE :

Engager l'audience française au quotidien grâce à une approche social media des contenus.

Engager les fans sur une problématique environnementale grâce à un ton divertissant et décalé plutôt que culpabilisant.

## DISPOSITIF :

Création de contenus originaux dérivés du concept du *Secret Continent* et adaptés à Facebook.

Relai des contenu via une campagne de posts sponsorisés sur Facebook pendant 2 semaines afin d'engager la conversation avec l'audience et de renvoyer du trafic vers le site et la pétition.

Promotion de la vidéo sur YouTube pendant 1 semaine.

## RESULTATS :

Site : 1/3 des visites totales du [site](#) depuis la France.

Vidéo : la France représente plus de 50 % des visionnages de la [vidéo](#) sur Youtube.

Pétition : la France est le 3<sup>e</sup> pays signataire.

Facebook : 50 000 interactions avec les publications et une audience touchée de plus de 5 millions d'utilisateurs cumulés à travers 26 posts.

Sabre Awards EMEA 2015 : vainqueur dans la catégorie *Cause-Related Marketing*.