



BRIO

RELATIONS MEDIAS ET BLOGUEURS POUR LES 130 ANS DE BRIO





OBJECTIF : médiatiser les produits phares de la marque de jouets en bois BRIO tout au long de l'année. Etre présent dans les médias cœurs de cible : presse parentale, féminine, sites web. Et sur les réseaux sociaux via les blogs « famille ». Accentuer la visibilité de la marque de septembre à décembre, dans la perspective de Noël.

DISPOSITIF :

Portage produits auprès d'une sélection de journalistes cœurs de cible, communiqués de presse papier & web, contacts journalistes tout au long de l'année.

Participation à la journée presse Jeux et Jouets du mois de septembre

Organisation d'un événement blogueurs pour les 130 ans de Brio au Village JouéClub.

RESULTATS :

91 articles print et web, dont Elle, Télé 2 Semaines, Le Parisien Magazine, Ici Paris, Milk, Avantages, Famili, Parents, Cosmopolitan...

1 passage TV : placement produit dans le décor de Noël de l'émission Comment ça va bien, France 2, pendant 6 jours.

78 billets blogueurs