

LE CHALLENGE

En France, la Maison Audemars Piguet était à la recherche de l'influenceuse idéale pour incarner sa ligne féminine.

L'IDÉE CRÉATIVE

A travers l'opération My Day My Mood Madame Figaro devient l'influenceuse d'Audemars Piguet. Cette opération 100% digitale invite les lectrices à découvrir à travers une plateforme participative leur programme personnalisé pour vivre 24h qui leur correspondent.

PRODUCTION DE CONTENUS



SHOOTING PHOTO

orchestré par la rédaction de Madame Figaro
10 moments de vie associés aux montres de la collection Millenary adéquates



OPÉRATION SOCIALE

Ces moments de vie sont postés sous forme de diaporama sur le compte **Instagram** Madame Figaro et de Carrousel sur son compte **Facebook**

ACTIVATION DES AUDIENCES



CRÉATION D'UNE PLATEFORME PARTICIPATIVE

Les lectrices sont invitées à renseigner leurs habitudes de vie pour découvrir la journée qui leur ressemble à travers un des 3 programmes personnalisés dans lesquels les photos du shooting sont utilisées :

Slow Time, Family Time et Night Time.



MEDIATISATION PUBLICITAIRE, ÉDITORIALE & SOCIALE

via des formats co-brandés, des mises en avant éditoriales et des pushes sur les réseaux sociaux

LES RÉSULTATS

→ temps passé : entre 1,30 mn et 3,20 mn