



GRAZIA IN CINA

délai: 09.02.2008 23:59 GMT

Marque: Mondadori

Secteur: Médias et radiodiffusion

Pays: China

Catégorie: Above The Line : Internet, TV/Cinéma, Radio, Presse, Actions d'extérieur; Below The Line : PR (Relations Publiques), Evénements

Publié: 27.11.07 12:00 GMT

Budget: \$9 000

État: Fermé

Langue des Solutions: Anglais, Chinois, Italien

1 Step Marque

[qui a écrit un Brief BootB pour les Créateurs BootB ?]

GRAZIA est un magazine féminin qui est en vogue et qui adore la mode. Il s'intéresse de près à ce qu'il se passe et parle de la vie à tout le monde par le biais de célébrités, d'histoires et d'actualités. Il porte le nom d'une femme qui, en italien, est synonyme d'élégance innée. Né d'une mère italienne, il a beaucoup de sœurs qui lui sont proches et avec lesquelles il partage d'innombrables passions : les vêtements, les accessoires de mode, les cosmétiques, les expositions, les livres, les voyages, les recettes, la musique et les hommes ! En fait, c'est comme une amie qui est de quelques années ton aînée, qui a vécu en Italie et qui a beaucoup de choses à te dire sur le monde et la mode. Bien entendu, ça se passe dans un bar branché. Un jeudi après-midi. Élégante mais pas en tenue de soirée.

2 Step Objectif / Description Du Projet

[que cherchez-vous à réaliser ?]

Créer une campagne de lancement pour s'emparer du marché chinois grâce à l'image moderne et riche en style qui distingue Grazia. Par campagne de lancement, nous entendons le concept d'un événement de relations publiques out-of-the-box tout comme des produits publicitaires qui précèdent ou accompagnent le lancement (campagne-mystère + campagne de lancement + campagne à long terme). Le but est d'atteindre un niveau important de connaissance de la marque. En outre, la campagne doit susciter de la curiosité et encourager les gens à essayer le magazine.

(Attirer la cible – inciter à l'essai du produit – susciter une fureur pour le produit)

3 Step Public-Cible

[qui cherchez-vous à influencer ?]

Les jeunes femmes chinoises entre 20 et 35 ans (ne les appelle jamais des « jeunes filles » !), les consommatrices avides (mais « qui n'ont pas toujours de quoi s'acheter du Gucci ! »). Il y a quelques années, elles ont commencé à bien gagner leur vie. Elles vivent généralement au cœur de grandes villes ou de villes de taille moyenne. Elles ont un esprit positif, sont curieuses et ont des valeurs fortes, possèdent les tout derniers produits de Motorola, peut-être en rose, avec un petit ours en peluche de couleur vive qui y est accroché. Elles n'ont pas de voiture mais assez d'argent pour prendre des taxis. Elles sont indépendantes et à la mode et fréquentent régulièrement les endroits en vogue et les nouveaux restaurants. Elles s'intéressent de près à la mode, ou plutôt, à ce qui est considéré comme la mode en Chine.

Elles mélangent l'américanité – et ce qui est occidental en général – avec ce qu'elles considèrent comme « cool » et chinois. Elles veulent comprendre le contexte cosmopolite dans lequel elles se trouvent et y participer de manière active. Elles veulent être et paraître informées et elles sont en quête d'une identité et d'un style originaux et personnels dans un monde qui change constamment autour d'elles.

4 Step Proposition

[que souhaitez-vous que le public-cible reçoive / comprenne / fasse ?]

Grazia est un magazine qui s'adresse aux femmes et qui est attentif à leurs besoins. Avant tout, le besoin d'être informées de ce qui est vraiment important à leurs yeux : de la mode aux actualités en passant par le divertissement. Grazia entretient un rapport chaleureux et interactif avec ses lecteurs et est l'interprète le mieux qualifié du style « Made in Italy » bien qu'il soit de nature internationale. La mode est sans aucun doute son point fort : positif, à la mode, chic facile, jamais vulgaire ou banal, avec des photos dont les images évoquent des situations qui comprennent un élément de rêve incitant les lectrices à s'habiller de cette manière.

5 Step Support

[pour quelle raison le public-cible devrait-il croire à la proposition de l'annonceur ?]

Grazia est le premier magazine à papier lustré bimensuel sur le marché chinois. Il diffère des magazines mensuels haut-de-gamme qui sont devenus lents et incapables de suivre la vie trépidante des jeunes femmes chinoises avides de mode, d'actualités et de tendances, qui s'intéressent à la politique, et aussi aux dernières infomatiées populaires. Grazia diffère aussi des magazines hebdomadaires à potins qui ne cherchent qu'à publier des photos scandaleuses de célébrités. Grazia est un magazine bimensuel vraiment « cool », qui parle de ce qu'il se passe (actualités et événements) et de ce que font les personnalités (la vie extraordinaire de personnes ordinaires et la vie ordinaire de personnes extraordinaires) au cours de la période de deux semaines. C'est tellement curieux et indiscret qu'on en devient dépendant.

6 Step Personnalité

[quelles sont les caractéristiques qui définissent le mieux la personnalité de la Marque ?]

Railleur, chic, féminin, international, confiant et positif, surprenant et quelque peu insolent.

7 Step Plan média / Diffusion

[quels médias seront utilisés ?]

La campagne de lancement doit être un événement médiatique spécialement conçu pour l'environnement fragmenté et hypermédiatique dans lequel vivent les jeunes femmes chinoises. Par conséquent, Grazia est ouvert à toutes sortes de médias.

Puisqu'il s'agit de femmes curieuses qui sont constamment actives, le lancement se fera principalement par le biais de publicité à l'extérieur. Dans ce cas précis, cela comprend toute forme de publicité qui atteint son public cible en dehors du foyer. Quand elles se promènent dans la rue, elles sont curieuses et enthousiastes et elles guettent ce qui pourrait rendre leur vie plus brillante.

EXIGENCES

1) PUBLICITÉ MÉDIA

La publicité en dehors du foyer, la presse écrite (journaux), les quotidiens, la radio, la télé

2) PUBLICITÉ HORS MÉDIA

Publicitaires, points de vente (centres commerciaux et grands hôtels), outils de marketing viral (vitrines de magasins, stand de présentation, types d'événements, etc.)

8 Step Éléments D'exécution Supplémentaires

[Toute information supplémentaire que vous souhaiteriez fournir aux Créateurs]

LISTE DES CONCURRENTS

Revue mensuelles de mode : Vogue, Elle, Marie Claire, Harper's Bazaar, Cosmo, Rayli Her Style, Rayli Fashion Pioneer, Mar
Prix moyen : 20 rmb

Revue hebdomadaires : OK, Modern Weekly, Fashion Weekly Prix moyen : 5 rmb

PRIX DE GRAZIA

10 rmb

DISTRIBUTION

Les grandes villes en commençant par Beijing, Shanghai, Shenzhen et Guangzhou (23 villes en tout)

BUDGET PUBLICITAIRE

1 700 000 EUROS.