

Le 21 décembre 2011

Communiqué de presse

Sur la page Facebook de ELLE, Lacoste lance la première opération de social shopping


La page Fan de **ELLE** (plus de 83 000 fans) accueille la F-boutique de **LACOSTE**, juste avant Noël.

L'accord entre ELLE et Lacoste prévoit :

- la présence du F-store Christmas de la marque Lacoste, comme un onglet dédié, sur la page Fan de ELLE,
- un Widget-Wall-Shop, permettant de faire une mise en avant des produits Lacoste sur le « mur » de ELLE,
- de l'achat d'espace en format Facebook-Ads,
- une présence sur le site elle.fr et dans la newsletter ELLE,
- un cadeau réservé aux Fans de ELLE et les frais de port offerts.

Le dispositif a été conçu par **l'agence de Social Marketing 24H00**. Celle-ci était déjà à l'initiative des 4 F-stores de Lacoste pour la France, la Grande-Bretagne, l'Allemagne et les Etats-Unis, avec **Bookset**.

« A ma connaissance c'est la première fois que ce type de dispositif Social Marketing est mis en place sur Facebook. Nous sommes d'autant plus fiers que les deux premiers partenaires qui nous ont fait confiance sont, l'un et l'autre, très prestigieux. Lacoste est client de l'agence 24h00 depuis plusieurs mois, notamment sur la socialisation de leur site, le social commerce et sur l'achat et l'optimisation de leurs campagnes Facebook Ads sur la France et l'Angleterre... L'équipe digitale de Elle.fr a su, pour sa part, être très réactive sur cette opération que nous souhaitons monter avant Noël, bien entendu. Nous devrions répéter l'opération en janvier pour les soldes sur plusieurs pages Fan de médias et pour plusieurs marques...» **déclare Patrick Robin Président de 24h00-Boosket.**



Pour Biljana Savic, Responsable E marketing de Lacoste : *« C'est une opération innovante qui nous permettra de toucher une audience autre que celle de notre propre fan page sur laquelle nous avons déjà lancé une F-boutique éphémère sur le thème des fêtes de fin d'année. Les objectifs sont doubles, il s'agit bien entendu de générer du trafic et des ventes additionnelles mais également de communiquer auprès d'une cible féminine CSP+, fan de mode »*

Alix Pandrea, Directeur général adjoint du Pôle Digital de Lagardère Publicité souligne : *« Nous sommes ravis d'avoir pu mettre en place si rapidement une belle opération de social shopping avec un partenaire comme Lacoste. C'est la première fois que nous utilisons la Fan page de ELLE comme pierre centrale d'une opération spéciale. Nous pensons que nos fans seront réactives et sensibles à ce type d'opérations.»*

Contact Presse

Valerie BLONDEAU

<mailto:valerie.blondeau@lagardere-pub.com>

