

Communiqué de presse

Le 05/04/2017

notchup DDB signe une campagne native pour La Flandre avec « 4 Flamands dans le vent »

Après avoir réinterprété les codes de la peinture flamande, notchup DDB s'appuie sur un autre pilier de la culture locale pour la dernière campagne de la destination : la bande-dessinée. Pour inviter les « voyageurs culturels » français à visiter la Flandre, l'agence a imaginé 4 personnages flamands, qui prennent vie sous le crayon du dessinateur Jean-Michel Tixier.

Dans cette opération déclinée en affichage, presse et digital, nos 4 narrateurs suggèrent des activités, découvertes et bons plans pour sortir des sentiers battus en visitant les villes de Flandre. Une vingtaine d'articles originaux développent les thématiques du Street art, de l'architecture, de la peinture et de la gastronomie sur www.theplaceto.be

Adapté au lectorat pointu de Télérama et du Groupe Le Monde grâce à un encart 8 pages et une campagne display, le contenu est également relayé sur Facebook grâce aux « Instant articles » afin d'optimiser sa consultation sur mobile. Une première pour une destination, qui lance ainsi une campagne 100% native, tant sur le fond que sur la forme.

Une campagne d'affichage digital complète le dispositif en permettant aux 4 personnages d'interpeller les voyageurs dans les gares et les aéroports.

À propos de notchup DDB :

Notchup DDB est une « blended agency » de 35 personnes : un mélange de talents mixant les cultures issues du digital, de la pub, du marketing retail, du design, de la data et du brand content. Un modèle d'agence où l'agilité et la co-création sont au coeur du mode de fonctionnement. Ses principaux secteurs d'expertise sont l'agroalimentaire et le tourisme. Notchup DDB est une société partenaire du réseau de DDB Worldwide Communications Group Inc.- notchup DDB / Emmanuel FLATRÈS - e.flatres@notchupddb.com / www.notchupddb.com