



Nikon Verres Optiques fidèle au rendez-vous avec Roland Garros

Forts de ses trois mois de communication déjà réalisés et de son plan d'action tactique autour des plus grands rendez-vous médiatiques de ces derniers mois, Nikon Verres Optiques a déjà touché bon nombre de Français. Mais l'ambition de la marque est telle qu'elle ne compte pas s'arrêter là.

NIKON VERRES OPTIQUES PÉRENNISE SA PRÉSENCE SUR LE TOURNOI DE ROLAND GARROS

Cette année encore, Nikon Verres Optiques sera visible sur toute la durée du Tournoi Roland Garros, sur la plateforme de France TV Sport (site web et application – détail des diffusions ci-dessous).



france•tv
sport

« Nous sommes très attachés à cette action de communication, que nous réitérons chaque année depuis 2019*. C'est un tournoi à renommée internationale, dont les valeurs d'élégance, authenticité, performance et émotion ne sont pas sans rappeler l'ADN de Nikon Verres Optiques. Nous avons choisi de jouer ce partenariat via un canal qui nous permet de toucher une cible ultra-qualifiée, autrement dit les consommateurs les plus réceptifs aux valeurs de la marque, avec toujours cette optique de générer de l'intérêt pour Nikon Verres optiques et in fine, créer du trafic chez nos partenaires. »

Céline TORRACINTA, Directrice Marketing de BBGR et Nikon Verres Optiques

Pourquoi avoir choisi une diffusion en VOL (Video On Line) ?

✓ Une plateforme à forte légitimité		✓ Un pari 100% gagnant pour la marque	
✓ Une couverture colossale	✓ Un trafic en constante augmentation	✓ Une forte exposition	✓ Un ciblage ultra-qualifié
20 millions de vues enregistrées en moyenne sur la durée du tournoi	+31% de trafic vs 2020	2 millions d'impressions attendues	Permet d'être visible des profils particulièrement sensibles aux valeurs de la marque

Retrouvez donc notre spot « Tout commence par un détail » sur la plateforme France TV Sport, du 23 mai au 5 juin 2022, sur tous les directs (en multi-cours), replays & extraits du tournoi Roland Garros.

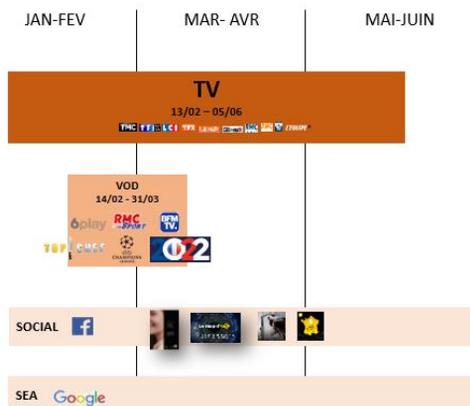
*A l'exception de l'année 2020 en période de crise sanitaire



UN DISPOSITIF QUI VIENT COMPLÉTER UN PLAN DÉJÀ TRÈS EFFICACE

Depuis le début de l'année, Nikon Verres Optiques a choisi de se rendre visible en articulant toutes ses actions de communication autour des canaux les plus populaires chez les consommateurs, tels que la télévision, la VOD (Video on Demand) et le digital ; et sur des rendez-vous médiatiques à forte audience, comme l'émission Top Chef ou les débats en période de campagne présidentielle.

De part ce choix, la marque se positionne stratégiquement là où les Français regardent, l'ancrant ainsi naturellement dans l'esprit des consommateurs.



Grâce à ce dispositif puissant, la marque a déjà accumulé :

+ de 1500 spots

diffusés en TV,
dont une majorité entre 20 et
22H, où l'audience est la plus
importante

+ 300 millions
de contacts cumulés

Un nombre de clics
vers notre site Internet
X3
Vs N-1

Pour le 2nd semestre, nous préparons des actions musclées qui continueront à pérenniser notre stratégie gagnante visibilité – proximité.

Plus d'informations à venir prochainement.

À propos de Nikon Verres Optiques

Fondée en 1917, la compagnie se nomme d'abord Nippon Kogaku Kogyo. Kogaku signifie «optique». Depuis toutes ces années, Nikon n'a cessé de capturer et travailler la lumière, et a ainsi bâti une marque de légende en optique. Aujourd'hui, Nikon avec son savoir-faire centenaire, est présent dans une multitude d'équipements de notre quotidien. Verres optiques, photographie, microscopes, télescopes, scanners médicaux, nano-composants : l'innovation Nikon, c'est tout cela à la fois !

L'optique et le traitement de la lumière sont au cœur de ce savoir-faire. Chacune des avancées dans l'un de ces domaines bénéficie aux autres. C'est ainsi que Nikon a toujours su être à la pointe de la technologie. En 1946, les verres optiques furent les premiers produits commercialisés pour le grand public, 1 an avant le premier appareil photo Nikon.

Contact presse : Serge RODRIGUEZ – rodrigse@bbgrfr