



**KING JOUET ENCOURAGE LES PARENTS POUR NOËL
AVEC UNE CAMPAGNE A L'ESPRIT GIFS
POUR FAIRE CONNAITRE LES SERVICES !**

À l'approche des fêtes de Noël, King Jouet prend la parole avec une campagne digitale décalée de 4 spots au format inspiré des GIFs (15' et 6'). Ces petits films à la tonalité humoristique mettent en scène des parents désespérés, découragés, voire même abattus devant l'ampleur de la tâche, celle de trouver le jouet qui fera plaisir à leur enfant en respectant le budget et le temps ! Cette prise de parole décalée, empathique et cocasse joue sur le format court consommé et apprécié des internautes pour mieux émerger en ce temps fort de consommation et de communication.

Cette campagne nouveau format, imaginée par Havas Paris, présente les services de l'enseigne : le service e-resa pour réserver ses jouets en ligne et les récupérer en magasin sous 48h, les facilités de paiement (possibilité de différer les paiements en 2018), les conseillers spécialisés en magasin pour guider et accompagner les parents dans leur choix et le catalogue enrichi en jeux et activités pour faire patienter les enfants.

Diffusée sur des carrefours d'audience sociaux en novembre et en décembre (Facebook, YouTube TrueView et Bumper Ads) mais aussi TV replay (TF1, 6Play, TMC, HD1, NRJ12, Chérie25...), la campagne s'adresse aux jeunes adultes de 25-49 ans.

« Dans cet océan de campagnes de Noël classiques à base de spots TV, radio ou catalogues..., King Jouet investit un format et une tonalité plus modernes pour parler de services. » explique Arnaud Thizy.

A propos de King Jouet :

Dirigé par Philippe Gueydon, le groupe King Jouet est l'un des réseaux importants du marché français de la distribution de jeux et de jouets. Il réalise un chiffre d'affaires sous enseigne de 250 millions d'euros, emploie plus de 1000 collaborateurs et rassemble 240 points de vente succursales et affiliés en France, en Belgique et en Suisse.