

Cette semaine, c'est une Newsletter un peu spéciale que je vous ai concoctée. 🎄 ✨ Parce que vous n'êtes pas sans savoir que dans deux jours, c'est Noël, j'ai voulu ajouter un petit peu de **magie dans votre boîte mail**. ✨ Retraçons, ensemble, les campagnes dédiées à ce moment unique. Les fêtes de fin d'année représentent une opportunité pour les marques de montrer leur créativité et de rassembler en jouant sur l'émotion.

Label Emmaüs "des histoires pour Noël"

Cette année, le **Label Emmaüs met en lumière ses objets en racontant leur histoire**. L'association décide d'ajouter une petite carte dans les paquets destinés à aller au pied du sapin, en expliquant l'histoire des objets. **Les descriptions sont générées par l'IA** et viennent apporter de la valeur à chacun des articles. Stratégie qui attise la curiosité, et qui permet de considérer les produits de seconde main comme une option en cette période de fête. Cette alternative répond aux attentes des consommateurs qui sont en quête de cadeaux durables et d'idées respectueuses de l'environnement. **Les affiches de la campagne sont colorées et vintage les rendant percutantes.**



Jean Paul Gaultier revisite les œuvres de la Renaissance sur Snapchat

La semaine dernière, je vous partageais la campagne de Paco Rabanne sur Snapchat. C'est au tour de Jean-Paul Gaultier de profiter de cette période de fin d'année pour faire **voyager les utilisateurs dans son musée imaginaire en réalité augmentée sur Snapchat**. C'est une véritable **exposition, entièrement générée par IA** où les parfums du fameux créateur français sont présentés comme des chefs-d'œuvre de la Renaissance. De nouveaux **Lens à tester** dès maintenant pour une **immersion garantie**.



Bouygues Telecom vous permet d'échanger avec le Père Noël sur WhatsApp grâce à l'IA

En un simple **scan de QR code**, vous pouvez **échanger avec le Père Noël sur WhatsApp**. Grâce à l'intelligence artificielle, **créez votre décor sur mesure** pour votre vidéo du papa Noël. Que ce soit pour échanger en direct avec lui ou qu'il raconte un conte de Noël à vos enfants, on s'y croit vraiment : musique qui reprend la thématique des festivités et le père Noël cite le nom de votre enfant pour plus de personnalisation. Cette opération crée une proximité et des interactions avec la marque et permet de rappeler la facilité des échanges.



Coca-Cola : The Holiday Magic is coming.

Impossible de parler de Noël, sans citer **Coca Cola**. Et pourtant, cette année, sa campagne fait débat. Alors que c'est le moment de l'année où l'on attend des marques qu'elles soient plus proches que jamais de leurs consommateurs en humanisant leur enseigne, le géant américain, décide d'**utiliser l'IA pour réaliser l'intégralité de sa vidéo**.

Le spot **reprend la fameuse campagne de la marque de 1995 "Holidays Are Coming"** qui a marqué de nombreuses générations avec ses camions illuminés traversant des paysages enneigés avec bien sûr sa musique qui ne manque pas de nous émouvoir.

Alors que penser de l'utilisation de l'IA pour ce type de publicité ? Gros coup de génie pour certain, déception pour d'autres, cela pourrait **révolutionner le monde de la publicité** en proposant un contenu toujours plus créatif tout en économisant sur les coûts de production et en gagnant beaucoup de temps, évitant toute la partie de réalisation.



Le bon coin : "L'oublié"

La plateforme en ligne de vente d'objets de seconde main de particulier à particulier révèle une **campagne humoristique diffusée sur Instagram et sur YouTube** mettant l'accent sur cette fameuse personne que l'on a tous oubliée au moins une fois (*oups*) sur notre liste des cadeaux à faire à l'occasion des fêtes. La morale du spot : au lieu d'acheter n'importe quel article, pour un budget équivalent, vous pouvez trouver un objet d'occasion qui aura beaucoup plus de succès auprès du destinataire.

Cette campagne répond aux préoccupations actuelles des français tantôt **économiques** qu'**écologiques**, sur le ton de l'humour.



Dates à retenir cette semaine 📅

Avez-vous programmé votre contenu pour être l'esprit tranquille pendant les fêtes ?
Retrouvez toutes les dates du [calendrier Social Media 2025](#)

[Je programme mon contenu avec Metricool](#)

Vous l'aurez compris, les publicités reflètent les attentes des Français qui évoluent, cherchant de plus en plus des alternatives plus propres afin d'éviter la surconsommation en cette période d'excès. D'autre part, cette année **l'IA est au cœur de la créativité** pour les fêtes. **Cela au détriment de l'humanisation ou à l'inverse pour servir une proximité** ? Qu'en pensez-vous ? **N'hésitez pas à nous dire votre opinion**.

Et voilà Metricoolers, cette Newsletter prend fin, et le moment est venu pour moi de **souhaiter de très belles fêtes de fin d'année**. Qu'elles soient remplies de magie et que vous puissiez recharger vos batteries. 🎄 ✨

On se retrouve début janvier pour de **nouvelles actualités sur les réseaux sociaux**. 📺

Chloé, de Metricool

With ♥ **metricool**



Copyright © 2024 Metricool.com. All rights reserved.
{unsubscribe_text}