

# L'ÉCRIRE BLANC SUR NOIR

RBC collabore avec une marque branchée et mise sur une invitation postale exclusive pour inciter les jeunes entrepreneurs canadiens à participer au OVO Summit.

Ce que peut faire une grande banque traditionnelle pour attirer l'attention d'une nouvelle génération d'entrepreneurs? Collaborer avec Drake, évidemment.

Pour promouvoir ses efforts favorables à l'entrepreneuriat auprès des jeunes adultes, RBC s'associe avec OVO, la marque axée sur le style de vie du rappeur. L'objectif? Inciter la cohorte à participer au OVO Summit, une conférence immersive qui s'adresse aux jeunes entrepreneurs dynamiques du Canada. Une campagne multicanal est lancée pour la vente des billets.

En premier lieu, les panneaux publicitaires font leur apparition au centre-ville de Toronto. Ornés de messages cryptiques comme *Live it* (Vivez-le) et *Earn it* (Méritez-le), ils rappellent une tactique déjà utilisée par Drake pour faire la promotion de ses albums. On lance aussi une vidéo mettant en vedette Oliver El Khatib, cofondateur d'OVO, et une bande sonore produite par Noah « 40 » Shebib, cofondateur d'OVO Sound et collaborateur fréquent de Drake. Le clou de la campagne? Une lettre d'invitation postée à 25 000 jeunes entrepreneurs torontois âgés de 18 à 29 ans. Plusieurs la reçoivent comme un honneur et en publient des photos dans les réseaux sociaux.

La lettre noir et or, qui respire le prestige, annonce la collaboration exclusive entre un lion et un hibou... Un partenariat inusité qui parvient à générer un véritable engouement et des résultats inattendus.



CLIENT RBC | PRODUIT Conférence OVO Summit | PAYS Canada | AGENCE Carry Corp | ÉQUIPE Stratège et fondatrice Stephanie Brownlow | Directrice de la création Nicky Rei

