

À CHAQUE QUÊTE SON TRÉSOR

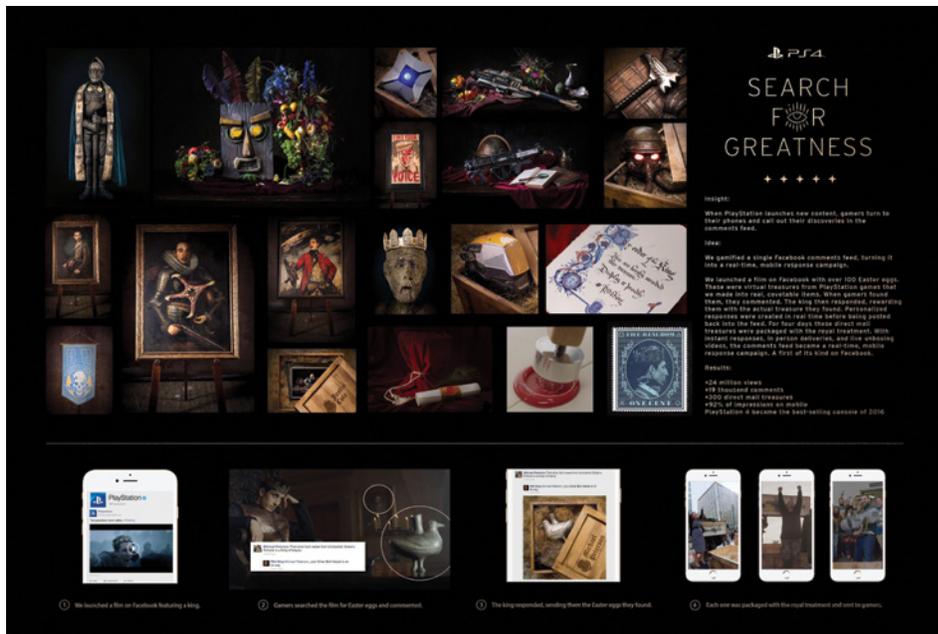
Une publicité pour la nouvelle PS4 transporte le monde virtuel dans la vraie vie en offrant des récompenses bien réelles aux joueurs.

Pour renforcer sa position dans l'industrie et promouvoir la nouvelle version de sa console, le géant du jeu Sony fait éclater la frontière des univers en ligne et hors ligne.

Les amateurs de jeux vidéo évitent généralement la publicité traditionnelle. Cependant, les milléniaux, un segment important pour Sony, aiment recevoir des articles par la poste. Afin de susciter leur engouement pour les fonctionnalités améliorées de la PlayStation 4, Sony décide donc de publier une vidéo sur Facebook mettant en scène un utilisateur roi.

Elle y cache plus de 100 œufs de Pâques, chacun contenant un trésor puisé dans différents jeux de PlayStation. Les joueurs qui mentionnent en ligne le fruit de leur chasse ont la surprise de recevoir, en vrai!, le butin qu'ils ont découvert.

Il faut dire qu'en coulisses, une équipe travaille sans relâche pour joindre les participants sur Facebook Messenger et obtenir une adresse où envoyer la récompense. Des vidéos personnalisées montrent la préparation de l'envoi, ce qui inspire plusieurs joueurs à filmer le déballage de leur gain.



En 4 jours, le roi distribue ainsi plus de 300 trésors. La chaîne des commentaires en ligne permet de documenter la campagne en temps réel – du jamais vu sur Facebook.

La campagne génère 24 millions de vues et 345 millions d'impressions dans les médias. Ce traitement royal du client fait de la PS4 de Sony la console la plus vendue de l'année.



CLIENT Sony | **PRODUIT** PlayStation 4 | **PAYS** Royaume-Uni | **AGENCE** BBH New York | **ÉQUIPE** Président à la création John Patroulis | **Directeur général des Services de la création** Ari Weiss | **Directeurs de la création** Dean Woodhouse, Hugo Bierschenk | **Directeur artistique** Alex Thompson | **Rédactrice** Alanna Watson | **Concepteur graphique en chef** Bruno Borges | **Concepteur** David Garica | **Chef de la réalisation** Kate Morrison | **Chef de la production imprimée** Lauren Fertitta | **Directrice de l'impression** LeighAnn Dykes | **Chef de la production artistique** Rebecca O'Neill | **Chef de la production** Adam Perloff | **Productrice de contenu** Corinne Porter | **Directeur administratif** Finnian O'Neill | **Directeur de compte** Justin Marciani | **Directrice de stratégie** Kendra Salvatore | **Directrice de la stratégie de communication** Megan Piro

