



New business & Création

Okó révèle l'esprit d'innovation de Foire de Paris

Après consultation, Foire de Paris a confié à Okó la création de sa nouvelle plateforme de communication et le déploiement de sa stratégie brand content.

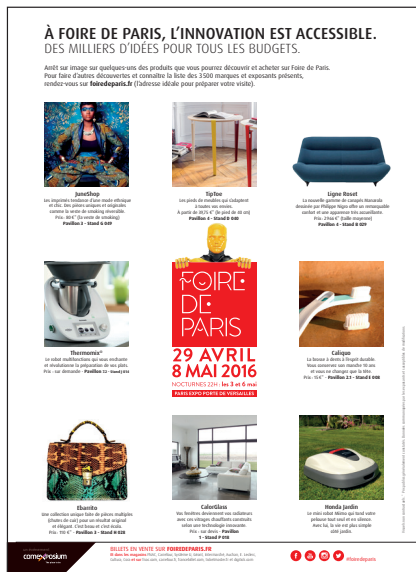
Si Foire de Paris fait partie des événements les plus notoires et les plus importants de la capitale (date de création : 1904), les contours de son offre méritent d'être valorisés. **Une offre complète, inédite, dans les univers de l'Habitat et du Shopping, dont le fil rouge s'incarne par un maître mot : l'esprit d'innovation.**

Un état d'esprit avant-gardiste incarné par l'ingéniosité des produits et services proposés par les 1 800 exposants mais aussi par le Grand Prix de l'Innovation et la Maker Faire Paris présente pour la 2ème fois à Foire de Paris.

Outre une campagne publicitaire radicalement différente de celle des années précédentes puisqu'elle met en scène **un robot adoptant la posture du penseur de Rodin, Foire de Paris déploie également une stratégie de brand content d'envergure à travers ses réseaux sociaux.** L'ampleur et l'unicité de l'offre commerciale de Foire de Paris doit être mieux appréhendée par ses 550 000 visiteurs ... et mieux connue par les non-visiteurs ! Tous les jours, une information nouvelle leur est délivrée mettant en scène des produits innovants et des technologies inédites qui seront présentés pendant les 10 jours de l'événement. De la même façon, la campagne presse mettra à l'honneur une sélection de produits phare présentés sur Foire de Paris 2016.

Publicité et brand content déclinent le même univers puisque le robot, devenu égérie de Foire de Paris 2016, se met en scène dans une dizaine de situations correspondant aux grands secteurs d'exposition : maison & habitat, bien-être, mode, plaisirs gourmands... sans oublier les grands marqueurs identitaires de Foire de Paris que sont les nocturnes shopping et festives.

*"Foire de Paris a toujours stimulé la curiosité de ses visiteurs, souligne Carine Préterre, directrice de Foire de Paris. **En plus d'une offre profonde et complète, nous sommes le rendez-vous incontournable pour celles et ceux qui veulent connaître les concepts les plus originaux et comparer les produits les plus innovants. Il n'y a aucun équivalent à Paris ou en France. Avec cette nouvelle campagne et ce nouveau dispositif éditorial, nous voulons faciliter la connaissance de nos visiteurs pour qu'ils puissent préparer au mieux leurs venues et leurs achats.**"*



Okó fait partie du top 10 des agences indépendantes françaises (plus de 4 M€ de MB en 2015). En 2015, Okó a été élue pour la quatrième fois en six ans parmi les Agences de l'Année (2010 Agence Corporate de l'Année - 2012 et 2013 Agence Marketing Relationnel de l'Année - 2015 Agence Éditoriale de l'Année).

Créée et présidée par Hervé Francès, Okó défend le modèle d'une agence engagée :

- **pas de précarité sociale** : 20 collaborateurs associés aux résultats, 90% de profils seniors
- **des clients reconnus et fidèles** : plus de 2 clients sur 3 clients fidèles depuis au moins 3 ans : Audi, Keolis, MAE, MGEN, AFM-Téléthon, SEAT, Frisquet, TBS, Vaincre la mucoviscidose, concours SESAME...
- **une agence utile** : plus petite entreprise française à avoir créé en 2010 sa **fondation d'entreprise** (Fondation Francès) dédiée à favoriser l'accès à l'art contemporain

Contact presse : Hervé Francès • presse@oko.fr • T. 01 74 71 46 46