

MCFLY

Typologie de cible :

Homme & Femme FR (50/50)
Divertissement / Lifestyle
13-25 ans

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : Mcfly met en avant une photo qui représente la montagne pour lui l'été d'elle dans un paysage nature/montagne avec une légende inspirante sur les bienfaits de la montagne l'été.

2/ Stories Instagram : Mcfly explique avec ses mots que cet été, compte tenu des mesures, l'occasion est de découvrir une des plus belles région de France, oui c'est sponso mais exemple en photo

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnerhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 9,90 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 4M de reach minimum
- 7M d'impression minimum



CARLITO

Typologie de cible :

Homme & Femme FR (50/50)
Divertissement / Lifestyle
13-25 ans

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : Carlito met en avant une photo qui représente la montagne pour lui l'été d'elle dans un paysage nature/montagne avec une légende inspirante sur les bienfaits de la montagne l'été.

2/ Stories Instagram : Carlito explique avec ses mots que cet été, compte tenu des mesures, l'occasion est de découvrir une des plus belles région de France, oui c'est sponso mais exemple en photo

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnerhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 8,70 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 3,8M de reach minimum
- 6M d'impression minimum



KEVIN TRAN

Typologie de cible :

Hommes et Femmes
Passionnés de culture japonaise
17-25 ans

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : Kevin met en avant une photo qui représente la montagne pour lui l'été d'elle dans un paysage nature/montagne avec une légende inspirante sur les bienfaits de la montagne l'été.

2/ Stories Instagram : Kevin explique avec ses mots que cet été, compte tenu des mesures, l'occasion est de découvrir une des plus belles région de France, oui c'est un sponso mais exemple en photo

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnerrhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 3,90 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 1,3M de reach minimum
- 1,8M d'impression minimum



TIBO INSHAPE

Typologie de cible :

Hommes et Femmes
Culture du sport
17-35 ans

Plateforme de création / éléments d'activation :

Youtube : Dans l'introduction, Tibo parle durant **1 minute** de la montagne l'été avec des images illustrant les propos de Tibo.
Pour plus d'information rendez-vous en description

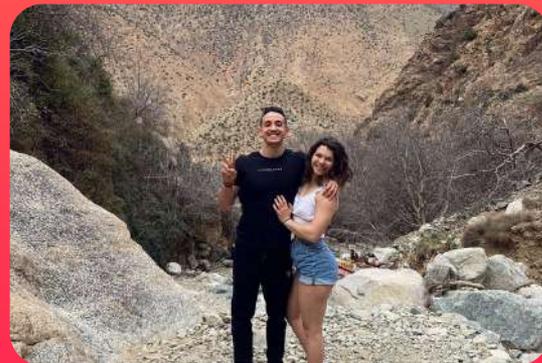
Tracking de la campagne :

Lien dans la description du compte Instagram + du lien dit "commercial"

-> 6,44 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 1,6M de reach minimum
- 5M d'impression minimum



AMIXEM

Typologie de cible :

Hommes et Femmes
13-25 ans
Lifestyle

Plateforme de création / éléments d'activation :

Stories Instagram : Maxime explique avec ses mots que cet été, compte tenu des mesures, l'occasion est de découvrir une des plus belles région de France, oui c'est un sponso mais exemple en photo

Tracking de la campagne :

Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 8,84 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 1M de reach minimum
- 2,3M d'impression minimum



JOYCA

Typologie de cible :

Hommes et Femmes
12-18 ans
Lifestyle

Plateforme de création / éléments d'activation :

TikTok : Création d'une vidéo virale pour la plateforme des 12-18 ans. Cette vidéo sera une composition musicale comme Joyca à l'habitude de faire. Généralement, ces compositions atteignent des dizaines de million de vues.

Tracking de la campagne :

Mention de la marque en description avec incitation à cliquer sur Instagram + #myauvergnerhonealpes (les viewers vont utiliser la musique + le # pour faire pareil)

Best Case :

- 12M de vues sur un TikTok
- 4134 vidéos faites avec cette musique

- 20M de vues sur un TikTok
- 12K de vidéos faites avec cette musique

KPI(s) :

- 3M de reach minimum
- 25M d'impression minimum



JÉRÉMY NADEAU

Typologie de cible :

Hommes et Femmes
Culture urbaine
17-35 ans

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : Jeremy met en avant une photo d'elle dans un paysage nature/montagne avec une légende inspirante sur les bienfaits de la montagne l'été.

2/ Stories Instagram : Jeremy explique avec la situation actuelle son envie d'ailleurs, la possibilité de faire des choses inspirantes à la montagne en France l'été

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnherhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 7,95 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 680K de reach minimum
- 1,5M d'impression minimum



MICHOU

Typologie de cible :

Hommes FR
Passionnés de gaming / high tech
10-17 ans

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : Miguel met en avant une photo d'elle dans un paysage nature/montagne avec une légende inspirante sur les bienfaits de la montagne l'été.

2/ Stories Instagram : Miguel explique avec la situation actuelle son envie d'ailleurs, la possibilité de faire des choses inspirantes à la montagne en France l'été

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnerhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 15,76 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 780K de reach minimum
- 1,8M d'impression minimum



JÉRÉMIE DETHÉLOT

Typologie de cible :

Hommes
Culture HipHop
20-35 ans
Lifestyle

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : Jeremie met en avant une photo d'elle dans un paysage nature/montagne avec une légende inspirante sur les bienfaits de la montagne l'été.

2/ Stories Instagram : Jérémie explique avec la situation actuelle son envie d'ailleurs, la possibilité de faire des choses inspirantes à la montagne en France l'été

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnerrhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 8,08 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 80K de reach minimum
- 200K d'impression minimum



VALENTIN LIENARD

Typologie de cible :

Hommes
Football
15-25 ans

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : Valentin met en avant une photo de lui dans un paysage nature/montagne avec une légende inspirante sur les bienfaits de la montagne l'été. Il sera en Auvergne Rhône Alpes fin juin pour un tournoi, sur un terrain proche montagne

2/ Stories Instagram : Valentin montre en storie là où il évolue sur son tournoi avec un fond de montagne sur son football

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnerhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 18,50 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 40K de reach minimum
- 100K d'impression minimum



ALEX RAMIRES

Typologie de cible :

Hommes / Femmes
20-35 ans
Humoriste

Plateforme de création / éléments d'activation :

Alex a plusieurs idées pour cette campagne :

Soit :

- Le dispositif simple de photo en post Instagram + Stories
- Une vidéo "Low Cost" avec un paysage de montagne en carton avec un échange humoristique entre un passionné de montagne et un novice en la matière + Stories

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnerhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 4,04 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 150K de reach minimum
- 300K d'impression minimum

Soit

- 250K de reach minimum
- 470K d'impression minimum



MARTHA GAMBERT

Typologie de cible :

Femmes
17-34 ans
Lifestyle

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : Martha publiera une photo qui représente la montagne pour elle. L'idée est de mettre en avant un paysage avec une légende indiquant ce que cela représente pour elle l'été (ses potentiels souvenirs, ses envies d'évasion etc.).

2/ Stories Instagram : Martha se confie à sa communauté en dévoilant une destination idéale pour cet été en France (compte tenu de la situation actuelle): La Montagne. Elle mettra notamment en avant quelques activités à faire dans cette belle région.

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnerhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 15,74 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 200K de reach minimum
- 300K d'impression minimum



MANON LANZA

Typologie de cible :

Femmes FR
Passionnées de sport
17-35 ans
Lifestyle

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : Manon met en avant une photo d'elle dans un paysage nature/montagne avec une légende inspirante sur les bienfaits de la montagne l'été.

2/ Stories Instagram : Manon explique avec la situation actuelle son envie d'ailleurs, la possibilité de faire des choses inspirantes à la montagne en France l'été

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnerhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 8,08 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 200K de reach minimum
- 400K d'impression minimum



MEGAN VLT

Typologie de cible :

Femmes
18-34 ans
Lifestyle

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : Comme à son habitude, Megan fera preuve d'une belle créativité en se mettant en scène dans des montages pour promouvoir la Montagne l'été.

2/ Stories Instagram : Megan peut revenir sur les backstage de ses montages photos et/ou vidéo tout en expliquant les bienfaits de la Montagne l'été à sa communauté.

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnerhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 6,24 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 200K de reach minimum
- 300K d'impression minimum



LOU BARIN

Typologie de cible :

Femmes FR
Ski / Montagne
17-35 ans
Lifestyle

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : Lou se lance dans une des activités phare de la montagne, la via ferrata, elle poste une photo de l'arrivée

2/ Stories Instagram : Lou raconte son épopée au fur et à mesure de l'aventure

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnerhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 19,07 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 12K de reach minimum
- 30K d'impression minimum



MATHILDE BECERRA

Typologie de cible :

Passionnés de sport
22-34 ans
Escalade

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : Mathilde au bout du monde sur un sommet qu'elle vient de monter

2/ Stories Instagram : Mathilde nous montre le quotidien d'une voie naturelle

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnerhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 4,12 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 40K de reach minimum
- 60K d'impression minimum



ALIX BOUQUET

Typologie de cible :

12-25 ans
Roller / Bordeaux

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : Alix met en avant une photo d'elle dans un paysage nature/montagne avec une légende inspirante sur les bienfaits de la montagne l'été.

2/ Stories Instagram : Alix explique avec la situation actuelle son envie d'ailleurs, la possibilité de faire des choses inspirantes à la montagne en France l'été

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnerhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 3,48 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 5K de reach minimum
- 10K d'impression minimum



MANON PETIT LENOIR

Typologie de cible :

Femmes FR
Passionnées de sport
17-35 ans
Lifestyle

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : Manon se lance dans une des activités phare de la montagne, le canyoning , elle poste une photo de l'arrivée

2/ Stories Instagram : Manon raconte son épopée au fur et à mesure de l'aventure avec une série de stories

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnherhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 10,02 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 9K de reach minimum
- 30K d'impression minimum



ZOÉ DAVID

Typologie de cible :

Femmes FR
Passionnées de sport
17-35 ans
Lifestyle

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : Zoé aimerait faire une balade en moto dans les collines d'Auvergne, il est possible de lui faire faire du vélo plutôt.

2/ Stories Instagram : Stories de l'aventure

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnerhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 17,09 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 29K de reach minimum
- 100K d'impression minimum



FANNY GIBERT

Typologie de cible :

Femmes FR
Passionnées de sport
17-35 ans
Lifestyle

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : Manon met en avant une photo d'elle dans un paysage nature/montagne avec une légende inspirante sur les bienfaits de la montagne l'été.

2/ Stories Instagram : Manon explique avec la situation actuelle son envie d'ailleurs, la possibilité de faire des choses inspirantes à la montagne en France l'été

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnerhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 8,08 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 200K de reach minimum
- 400K d'impression minimum



LUCIE HERVOCHE

Typologie de cible :

Sport aquatique
H/F
20-40 ans

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : Lucie met en avant une photo d'elle dans un paysage nature/montagne avec une légende inspirante sur les bienfaits de la montagne l'été.

2/ Stories Instagram : Lucie explique avec la situation actuelle son envie d'ailleurs, la possibilité de faire des choses inspirantes à la montagne en France l'été

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnerhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 12,08 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 30K de reach minimum
- 100K d'impression minimum



LAURINE LEMIEUX

Typologie de cible :

Skateboard life
City
18-35 ans

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : Laurine met en avant une photo d'elle dans un paysage nature/montagne avec une légende inspirante sur les bienfaits de la montagne l'été.

2/ Stories Instagram : Laurine explique avec la situation actuelle son envie d'ailleurs, la possibilité de faire des choses inspirantes à la montagne en France l'été

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnerhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 8,08 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 20K de reach minimum
- 80K d'impression minimum



CASSANDRE LEMOINE

Typologie de cible :

Paris
Sport urbain
18-25 ans

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : Cassandre met en avant une photo d'elle dans un paysage nature/montagne avec une légende inspirante sur les bienfaits de la montagne l'été.

2/ Stories Instagram : Cassandre explique avec la situation actuelle son envie d'ailleurs, la possibilité de faire des choses inspirantes à la montagne en France l'été

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnerhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 14,06 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 45K de reach minimum
- 120K d'impression minimum



ANNA MARTINEZ & KIM MARTINEZ

Typologie de cible :

Annecy/ H&F
15-35 ans
Sport life

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : les filles mettent en avant une photo d'elles dans un paysage nature/montagne avec une légende inspirante sur les bienfaits de la montagne l'été.

2/ Stories Instagram : Elles expliquent avec la situation actuelle son envie d'ailleurs, la possibilité de faire des choses inspirantes à la montagne en France l'été

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnerhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 8,08 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 200K de reach minimum
- 400K d'impression minimum



MARYH ROUGIER

Typologie de cible :

Femmes FR
Toulouse
17-35 ans

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : Maryh met en avant une photo d'elle dans un paysage nature/montagne avec une légende inspirante sur les bienfaits de la montagne l'été.

2/ Stories Instagram : Maryh explique avec la situation actuelle son envie d'ailleurs, la possibilité de faire des choses inspirantes à la montagne en France l'été

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnherhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 12,08 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 20K de reach minimum
- 40K d'impression minimum



CHARLENE PLAISANCE & MARGOT ROSE

Typologie de cible :

Scène Freeride / Ancecy
17-35 ans
Communauté du ski Français

Plateforme de création / éléments d'activation :

1/ Post Instagram : les filles mettent en avant une photo d'elles dans un paysage nature/montagne avec une légende inspirante sur les bienfaits de la montagne l'été. Elle peuvent faire l'activité en direct

2/ Stories Instagram : Elles expliquent avec la situation actuelle son envie d'ailleurs, la possibilité de faire des choses inspirantes à la montagne en France l'été

Tracking de la campagne :

1/ Post Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Identification du #myauvergnerhonealpes en description

2/ Stories Instagram : Mention du compte @generationmontagne + Swip Up du lien www.generation-montagne.fr

-> 8,08 % de taux d'engagement

KPI(s) :

- 10K de reach minimum
- 50K d'impression minimum



MERCI

