



Créateur de *cultures*

Konbini®
17 ANS D'EXPERTISE



17 ANS *de culture web*

LANCÉE EN 2008,

COMME L'IPHONE



UN AN APRÈS FACEBOOK

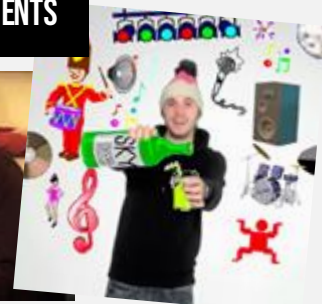


ET EN PARTANT DU CONSTAT QU'IL N'Y A RIEN DE COOL À LA TV POUR TOUTES LES NOUVELLES GÉNÉRATIONS



KONBINI C'EST ALORS UNE WEB TV

QUI MET EN LUMIÈRE DES TALENTS ÉMERGENTS



AUJOURD'HUI C'EST,

LE MÉDIA REFERENT DE LA POP CULTURE EN FRANCE

PIONNIER

ENGAGÉ AUPRÈS DE LA JEUNESSE

PRÉSENT SUR TOUTES LES PLATEFORMES



4 MÉDIAS

puissants et complémentaires



Le média qui célèbre
la culture
in pop we trust

300M
DE VIDÉOS VUES
PAR MOIS



Le média inspirant
des femmes qui ont
des choses à dire

12M
DE PERSONNES TOUCHÉES
PAR MOIS



Le traitement de l'information à
travers un angle unique en
France : *la satire*

1^{er}
MÉDIA PURE PLAYER SUR X
(1,4M D'ABONNÉS)



Le média qui nourrit
l'ambition des femmes

1^{er}
MÉDIA DES FEMMES
ENTREPRENEURES

NOUS SOMMES LE MÉDIA

de celles et ceux qui font la culture



En conclusion,
LES PILIERS DE LA CULTURE G
made by Konbini c'est

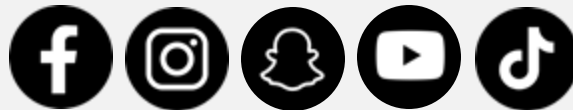
APPRENDRE
INSPIRER
DIVERTIR

Un MÉDIA SOCIAL *de référence auprès* DES JEUNES

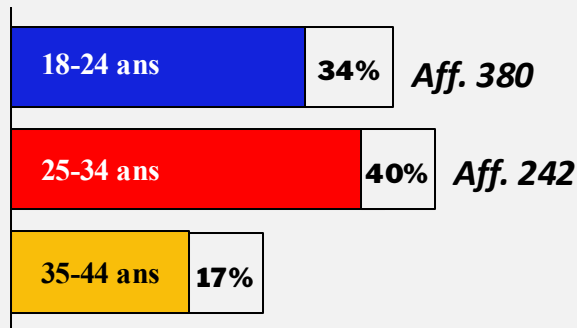
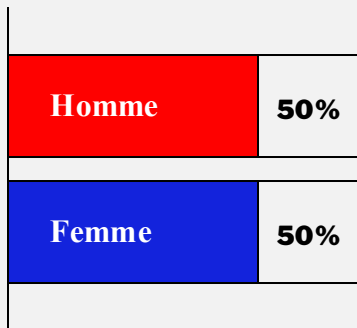
On touche tous les mois
76% des **18-34 ans**
en France

&

300M
de vidéos vues par mois

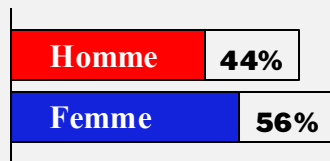


UNE AUDIENCE *Jeune & Mixte*



Une **audience urbaine** : + de 65% de notre audience ce trouve dans les villes de plus de 200k habitants (dont 29% en IDF).

FOCUS INSTAGRAM



UNE PRÉSENCE MASSIVE

Sur toutes les plateformes



150M
VIDÉOS VUES

16M
REACH

3,1M
ABONNÉS



100M
VIDÉOS VUES

15M
REACH

3,2M
FOLLOWERS



20M
VIDÉOS VUES

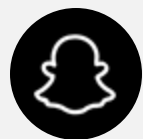
14M
REACH

4,1M
ABONNÉS



20M
VIDÉOS VUES

2,2M
FOLLOWERS



10M
VIDÉOS VUES

2M
REACH

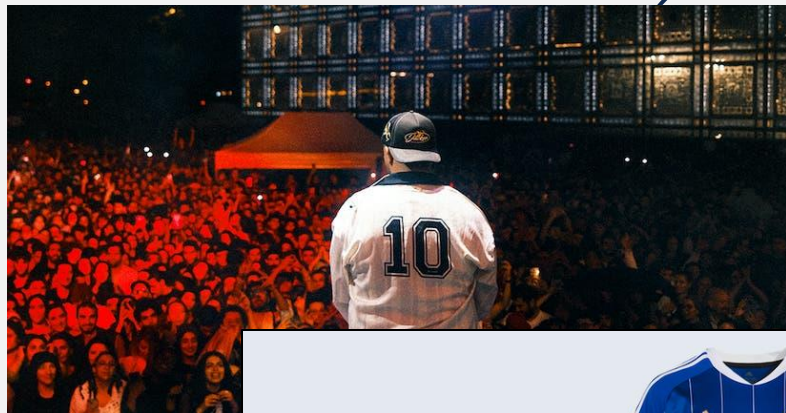
4M
ABONNÉS



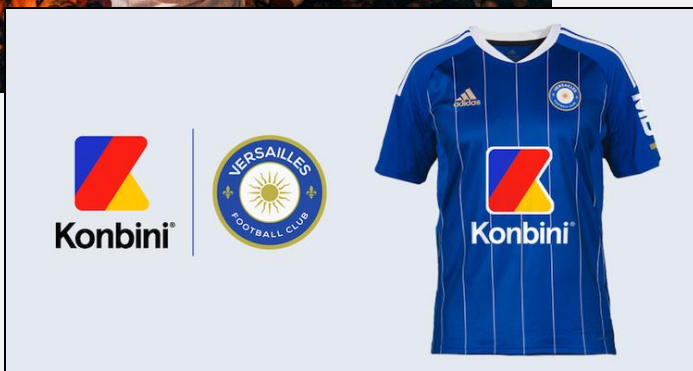
1M
VIDÉOS VUES

3,2M
DE VISITEURS UNIQUES

MAIS ON S'INSCRIT DE PLUS EN PLUS EN DEHORS DU DIGITAL



La fête de la musique
À l'Institut du monde arabe



Sponsor du
FC Versailles



Une soirée Konbini x les Ardentes
Pour l'annonce du Line-Up

*Cette expertise et cette
passion, on la met au service
des marques pour en faire*
**DE VÉRITABLES
ACTEURS CULTURELS.**

Parce que les marques doivent être des acteurs
de la **CULTURE** au delà de leurs produits

25%

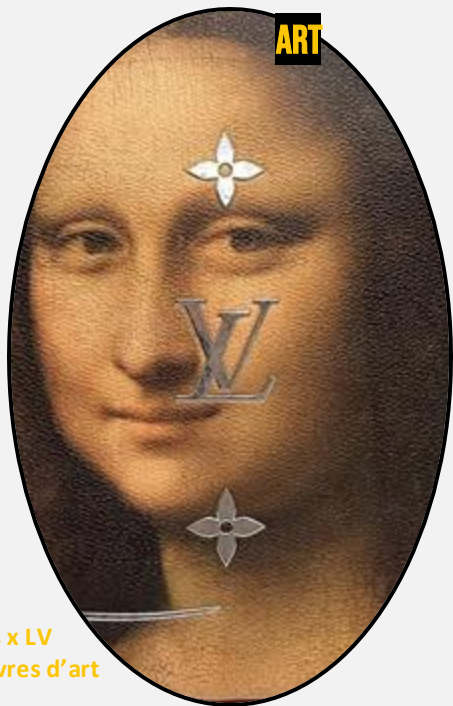
des décisions d'achat sont
motivées par la
pertinence culturelle.

**Enquête Adweek*



*“Louis Vuitton vend de la culture,
et pas que des sacs à main”*

Bernard Arnault



Collection Jeff Koons x LV
Oeuvres d'art

SCI-FI



Défilé 2017
Strangers Things x LV

MUSIQUE



Pharrell Williams, chanteur et producteur international
DA de LV depuis 2023

CULTURE

Déclencheur d'émotion

ENGAGEMENT

Point d'entrée de la conversion



ÉMOTION

Levier d'engagement



NOTRE AMBITION :

**MAGNIFIER LES MARQUES PAR
DES EXPÉRIENCES DE
CONTENUS ANCRÉES DANS
*la culture***

C'EST POURQUOI
NOUS *créons*



Konbini[®]
brand
experience

Créateur de *cultures* de marque

Un pôle
multicompétent
dédié aux marques

**SOCIAL
INTELLIGENCE**

SOCIAL LISTENING
DATA ANALYSE
ÉTUDES



**MEDIA
SOLUTIONS**

CONTENTS NATIFS
DISPLAY
SPONSORING

**Konbini
studio**

CONTENTS MARQUES BLANCHES
EVENT
SOCIAL MEDIA
INFLUENCE

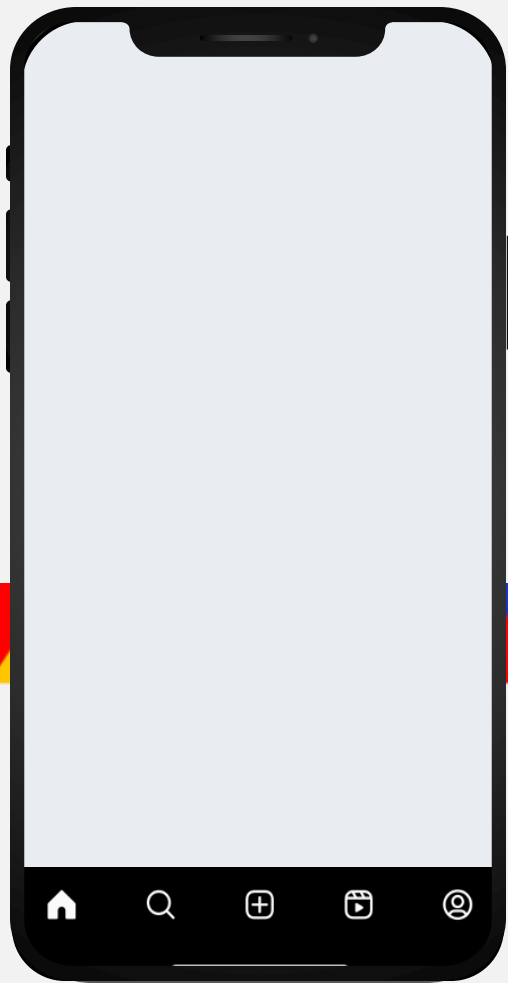
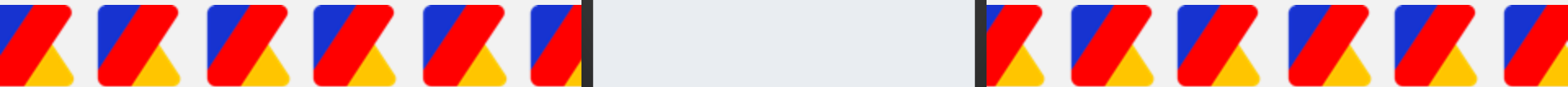


LA CRÉATION **POUR MAGNIFIER VOS MARQUES**

A man and a woman are sitting in wooden chairs against a plain white background. The woman, on the left, has long blonde hair and is wearing a light-colored top with lace sleeves and blue jeans. She is gesturing with her right hand near her face. The man, on the right, has dark hair and a beard, and is wearing a brown ribbed sweater. He is gesturing with both hands open. A black text box is overlaid in the center of the image.

Le content

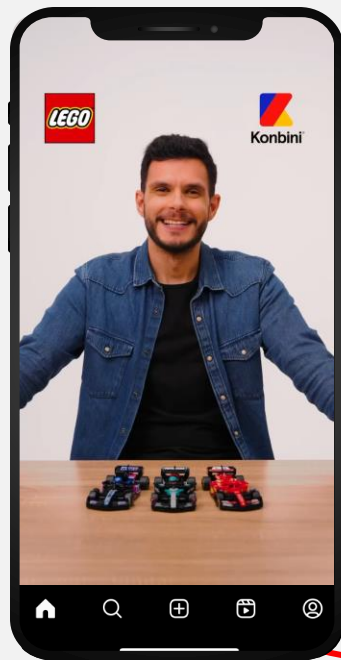
**AU COEUR DE NOTRE
SAVOIR-FAIRE CRÉATIF**



CONCRÈTEMENT
NOS EXPÉRIENCES DE MARQUES
SE MATÉRIALISENT PAR LA CRÉATION
DE CONTENUS DIGITAUX ET PHYSIQUES

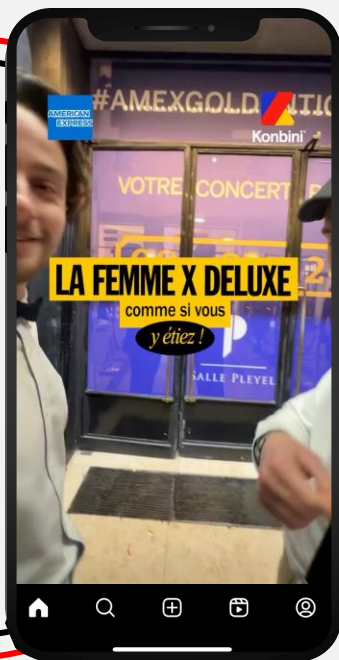


FORMATS & CONCEPTS



VIDEO STUDIO

5 semaines de production



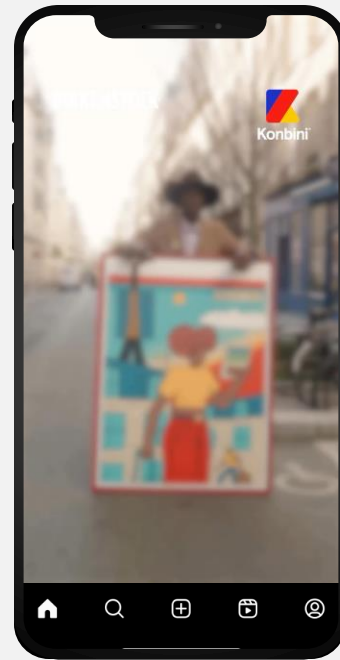
BACKSTAGE

2 semaines de préparation



VIDEO MOTION

4 semaines de production

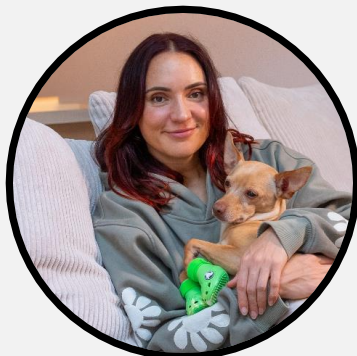


VIDEO DOCU

6 semaines de production

INCARNÉES PAR DES GUESTS QUE L'ON AIME

Vos valeurs, vos cibles, les plateformes



DIFFUSION & ATTRIBUTION



COMMENT ?

2 à 3 semaines en organique & paid

CIBLAGE

Géolocalisation, socio-démo & affinitaire

AU SEIN DE LA VIDÉO/PUSH

Introduction avec logos et Watermark rotative

Tag partenariat

Crosspost possible sur IG



AU SEIN DU SITE KONBINI

Cover avec nom de la marque

Display (optionnel) autour de l'article

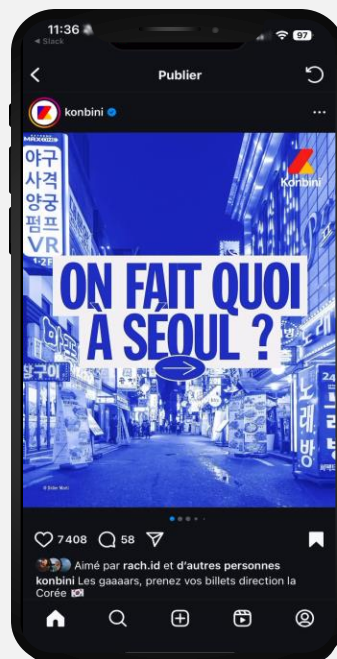
FORMATS & CONCEPTS



STORY CARROUSEL



CARROUSEL BACKSTAGE



CARROUSEL TOURISME



CARROUSEL LISTE

DIFFUSION & ATTRIBUTION

OÙ ?  

COMMENT ?

2 à 3 semaines en organique & paid

CIBLAGE

Géolocalisation, socio-démo & affinitaire

AU SEIN DU CARROUSEL

Présence logo sur toutes les tiles

Tag partenariat

Crosspost possible sur IG

konbini • Allez, pour aiguiser ton sens de l'humour, on te dit pourquoi voir ou revoir Daria, l'icône du non cool (mais du coup du super cool), et South Park les boss de l'absurde. Cerise sur le gâteau, ces classiques sont dispos gratuitement sur Pluto TV (@plutotvfr)



FORMATS & CONCEPTS



COMMENT ?

Directement au sein de la story édité de Konbini pendant 24h

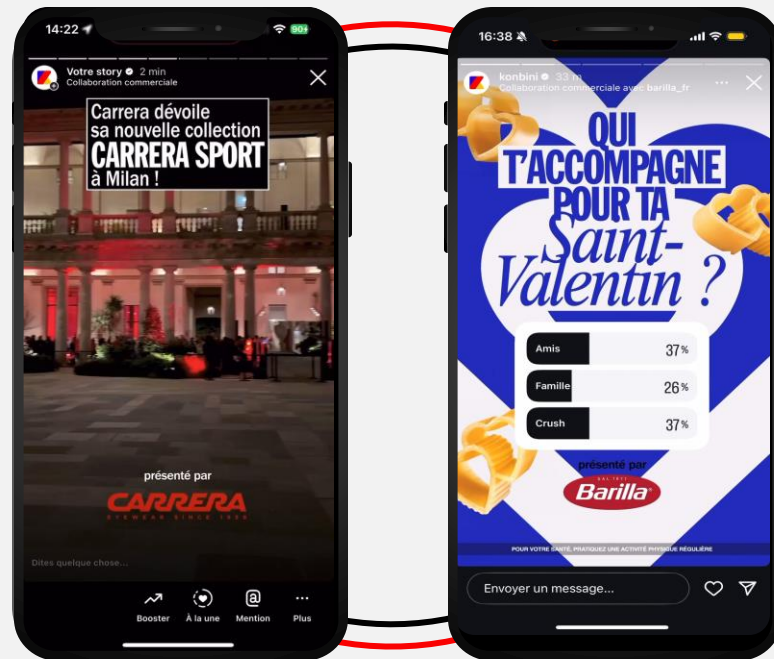
AU SEIN DE LA STORY

Présence logo au bas de la story

Mention du partenariat

Présence de la marque dans les visuels

STORY



STORY INSIDE

STORY INTERACTIVE

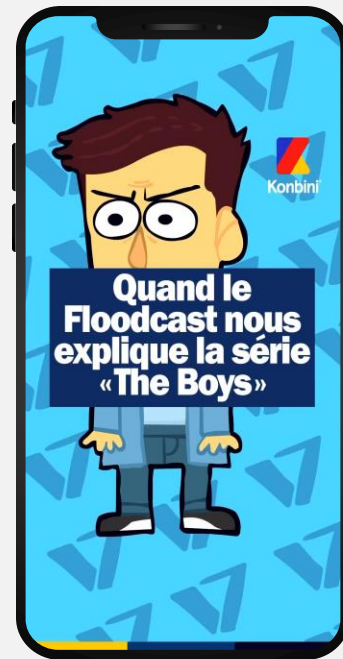
FORMATS & CONCEPTS



PODCAST AUDIO



PODCAST VIDEO



EXTRAITS VIDEO

DIFFUSION & ATTRIBUTION

OÙ ?

- Audio : 

- Vidéo longue : 

- Vidéos extraits : 

COMMENT ?

- Audio et vidéo longue : Push organique

- Vidéos extraits : 2 à 3 semaines en organique & paid

CIBLAGE

Géolocalisation, socio-démo & affinitaire*

* Uniquement vidéos extraits

AU SEIN DES PODCASTS VIDEOS

Introduction avec logos et Watermark rotative

Tag partenariat

Crosspost possible sur IG

COMMUNITY +



C'est la data exclusive DC COMPANY issue d'une technologie propriétaire qui permet de retoucher nos audiences sur les plateformes en fonction de leur consommation de contenus DC.

1

On identifie les thématiques en lien avec l'annonceur en s'appuyant sur nos partenaires.



2

On regroupe les personnes qui consomment nos contenus traitants de ces thématiques.



3

On diffuse vos contenus de marques (*display ou Brand content*) auprès de ces personnes.

Un ciblage qui permet
de booster les CTR de

X3

par rapport au ciblage
"centres d'intérêts"
proposé par les plateformes

EVENT

L'EVENT BY KONBINI

Une vraie proximité avec nos audiences

Tout notre savoir faire créatif décliné pour des contenus IRL

Konbini c'est un état d'esprit qui vit aussi à travers d'évènements physiques qui nous permettent de renforcer le lien unique qui nous unit à notre audience



IDÉE CRÉATIVE

Nos équipes de créatifs imaginent des évènements *uniques et sur mesure* pour créer de la proximité et mettre en avant vos valeurs

CONCEPTION

En lien avec des partenaires experts, nous donnons vie à notre idée créative et gérons toute la partie organisationnelle

AMPLIFICATION

Nous imaginons l'événement pour qu'il soit un lieu de captation de contenus de brand content pour maximiser sa visibilité sur les plateformes

CREATE NEXT



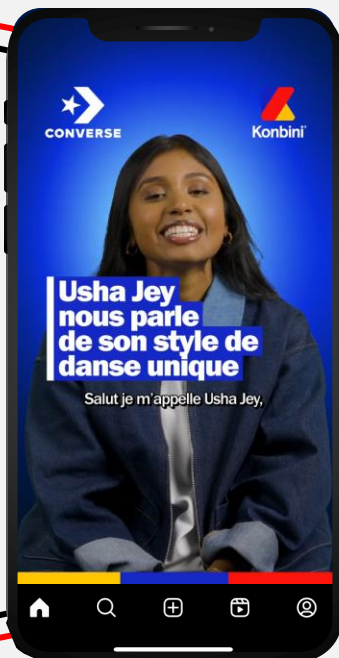
COVER AD - SAVE THE DATE



Diffusion en extension
d'audience sur avec
géolocalisation IDF & 15-24

Launch J-10

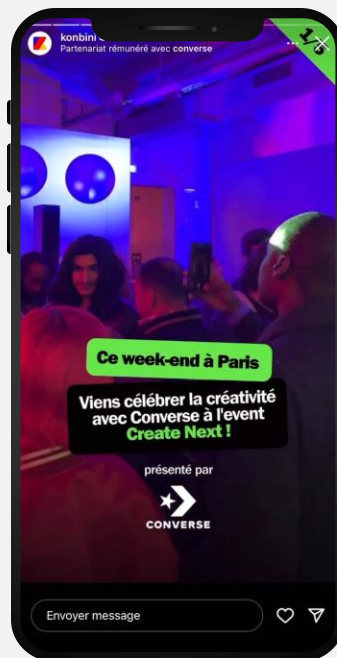
ITW STUDIO ARTISTE



Mise en avant de
l'événement au travers des
artistes sur

Launch J-7

STORY LIVE REPORT



Story organique
Instagram relay d'événement
Diffusée sur .

Broadcast J+1

VIDEO BACKSTAGE



Vidéo relay d'événement
avec ITW d'artistes,
diffusée sur

Broadcast J+5

NOS CONTENT SE DÉCLINENT
pour répondre à vos enjeux



***CESSION DE
DROITS***



***BRAND
IMPACT***





***SOCIAL
PUBLISHING***



***MARQUE
BLANCHE***

UNE COMPLEMENTARITÉ À TOUS LES NIVEAUX

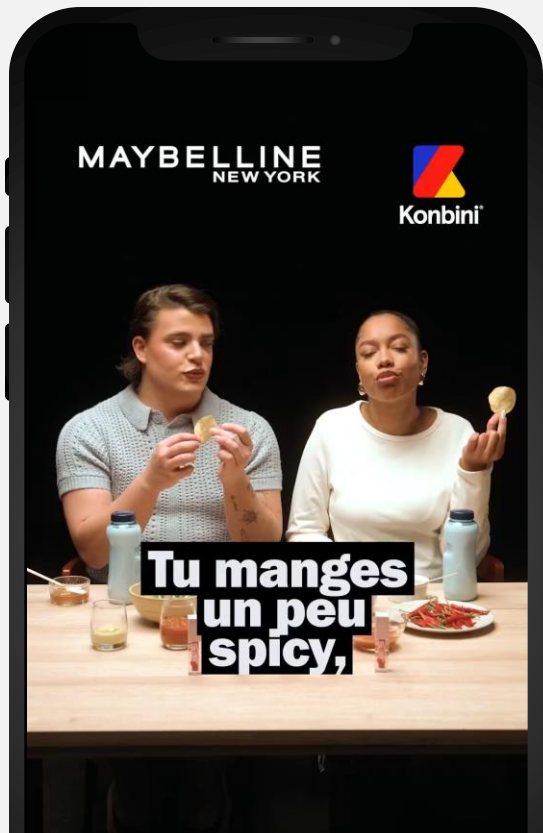
	<i>BRAND CONTENT</i>	<i>BRAND IMPACT</i>
Média de diffusion	 Média historique	 Notre espace dédié aux marques partenaires
Mode de diffusion	Organique + Sponso	Sponso
Sujet principal du contenu	Une thématique, une valeur, un métier...	Votre marque, votre produit, votre service...
Intégration annonceur	Naturellement intégré au contenu	Au coeur du contenu
Objectif marketing	Branding, notoriété, brand love, considération, préférence,...	Intention d'achat, conversion, recommandation,...

DES TOURNAGES UNIFIÉS POUR UNE VRAIE COHÉRENCE ENTRE LES CONTENUS ET DES ÉCONOMIES D'ÉCHELLE

L'EXEMPLE MAYBELLINE



*Campagne Brand Content
autour de la food spicy
Diffusion organique et
sponsorisée*



*Campagne de Product
Content pour faire tester les
Gloss
Diffusion sponsorisée avec
retargeting et ciblage
socio-demo*

VOS CAMPAGNES SOCIAL ADS DIFFUSES DEPUIS KONBINI BRAND IMPACT

Social Ad



Social Publishing



3 LOGIQUES CRÉATIVES

Brand Assets

Diffusion de vos créas existantes

From Scratch

Ecriture et prod depuis une page blanche

Adapt

Adaptation de vos spots classiques

DES OFFRES DICTÉES PAR LE CIBLAGE

Standards

Générique - socio-démo - géolocalisation - intérêts

Retargeting

Toucher les viewers d'un précédent contenu

Community +

Adresser nos audiences selon les contenus DC qu'elles consomment

Intentionnistes

Une diffusion auprès des personnes susceptibles de convertir

UNE EFFICACITÉ DÉMONTREE :

**+30
à
+50%**

sur les perfs globales en moyenne
du social publishing vs social Ad

+160% d'engagement avec des créas
natives vs créas directs annonceurs

LA MARQUE BLANCHE

BRAND CONTENT & ASSETS DE MARQUE

Créations et productions de contenus
diffusés sur les médias Konbini



Une entité dédiée à la construction de
stratégies et d'histoires de marques

Ils permettent de matcher :

LES ENJEUX DE LA MARQUE

LA TONALITÉ DE KONBINI

**LES CODES DES PLATEFORMES ET DE
L'AUDIENCE**

Tout l'esprit de Konbini sur vos plateformes

CRÉATIONS D'IDENTITÉS DE MARQUE

ACTIVATIONS DIGITALES, SOCIALES ET IRL

**ÉDITORIALISATION DE STRATÉGIE
DE MARQUES**

...

LA MARQUE BLANCHE

L'EXEMPLE PRIME VIDEO

Assets produits lors du même tournage

*Campagne
Brand Content Natif
Diffusion sur Konbini*



*Campagne
Brand Content Marque Blanche
Diffusion sur les réseaux sociaux
de Prime vidéo*





LA DIFFUSION **POUR AMPLIFIER VOS MESSAGES**

SPONSORING & DISPLAY

KONBINI



Konbini

LE SPONSORING

Konbini ouvre au sponsoring ses contenus éditoriaux les plus emblématiques

Sponsoring

Une offre pensée pour les annonceurs

Une *association* directe

Aux valeurs créatives, feel good
et trendsetter de Konbini

Une *communication* ultra acceptée

Qui positionne la marque comme celle
qui a permis la création du contenu

Une forte *attribution*

Grâce à des présences annonceurs sous
toutes leurs formes et adaptées à
chaque contenu

Une puissante *couverture*

Obtenue par la multiplication des
touchpoints auprès d'une cible jeunes,
difficile à atteindre

100% Brand Safety

Konbini, un média reconnu depuis plus
de 15 ans pour son savoir-faire en prod
digitale et sociale

Un *tarif* préférentiel

Avec un coût au contact jusqu'à
moins de 1 centime,

Une grille des programmes avec une vraie logique de **RENDEZ-VOUS**

Les formats “club”



Les talk show



Les itw à la Konbini



Les recos carrousels



La newsletter Konbini

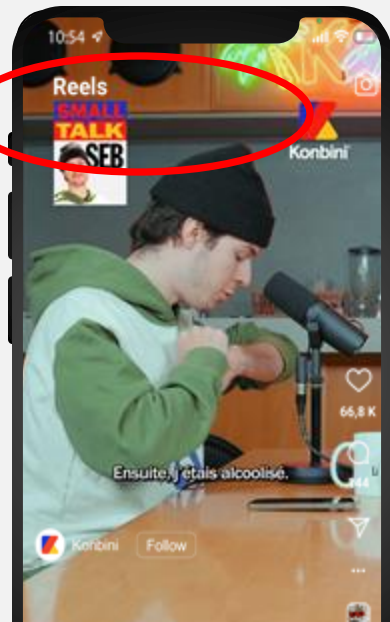


UNE FORTE ATTRIBUTION ANNONCEUR

sur tous les formats

SPONSORING DES

FORMATS COURTS :



1 à 3 intégrations animées du logo de 8s au côté du logo du programme.
Début de l'animation dans les 10 premières secondes de la vidéo

+ Mention de l'annonceur dans la description de la vidéo

konbini Est-ce qu'Alpha Wann est le meilleur rappeur actuel ? On vous a posé la question **
Le débat est ouvert !

Merci @kappa pour le maillot stylé !
Voir les 448 commentaires
8 juin

SPONSORING DES

FORMATS LONGS :



Voice Read animé

30 à 45 secondes après le générique

+ Rappels de sponsoring pendant la vidéo via des apparitions logo

UNE FORTE ATTRIBUTION ANNONCEUR

sur tous les formats

SPONSORING DES

CARROUSEL INSTA :



Mention "soutenu par"

+ Logo sur la 1^{ère} image du carrousel

konbini Est-ce qu'Alpha Wann est le meilleur rappeur actuel ? On vous a posé la question 🗳️
Le débat est ouvert !

Merci @kappa pour le maillot stylé !
Voir les 448 commentaires
8 juin

+ Mention de l'annonceur dans la description de la vidéo

SPONSORING




SMALL TALK

David Castello-Lopes reçoit une personnalité pour parler de tout sauf de ce pour quoi elle est connue, débouchant sur des conversations aussi surprenantes que touchantes.

COMMENT ?

1 épisode tous les 15 jours avec :

3 vidéos shorts    

1 vidéo longue 

1 Podcast   

2,6M

vues et écoutes
estimées par épisode

AUDIENCES

18-24 ans  29%

25-34 ans  45%

35-44 ans  18%



PRESENCES ANNONCEUR

Short : 1 présence logo de 8s

Long : Voice Read animé de 30-45s
+ présence logo toutes les 10 minutes

Podcast : Voice read de 30-45s

+ Mention de l'annonceur en description des posts

SPONSORING

KONBINI VIDEO CLUB



Depuis 5 ans et à travers plus de 100 épisodes, on reçoit les artistes emblématiques du monde du cinéma pour des interviews qui passionnent les cinéphiles.

COMMENT ?

2 nouveaux épisodes par mois

3 vidéos shorts    

1 vidéo longue 

2,7M

vues et écoutes
estimées par épisode

AUDIENCES

18-24 ans	<div></div>	29%
25-34 ans	<div></div>	45%
35-44 ans	<div></div>	18%



PRESENCES ANNONCEUR

Short : 1 présence logo de 8s + avec la mention “soutenu par...”

Long : Voice Read animé de 30-45s
+ présence logo toutes les 10 minutes

+ Mention de l'annonceur en description des posts



LE DISPLAY

*Nous sommes partenaires commerciaux de l'ensemble
des plateformes et proposons des dispositifs display
puissants et sur mesure*

DISPLAY **IN CONTENT**

Au plus près des contenus Konbini
Autour des contenus produits par la rédaction



DISPLAY IN-CONTENT

KONBINI.COM

On s'adresse au jeunes et aux cibles publicitaires

15-34 ans

32%

Aff=120

25-49 ans

55%

Aff=160

CSP+

43%

Aff=153

ind 25-49 ans CSP+

31%

Aff=177

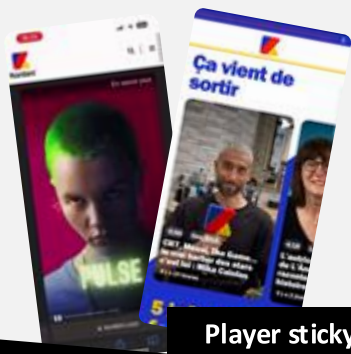
Préroll

InContent

Haut de Page

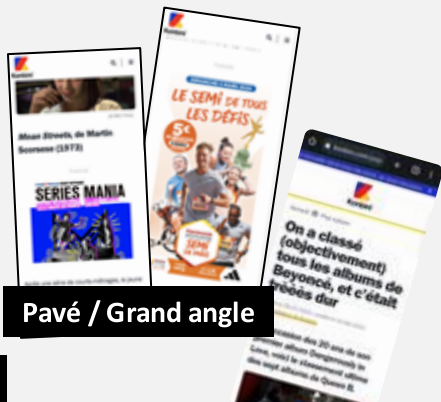
Possibilité de ciblage
contextuel

Campagnes en
rotation générale ou
en exclusivité



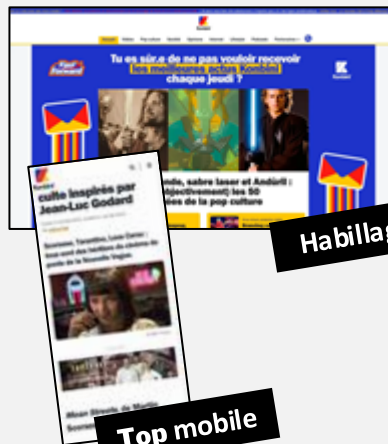
Player sticky

Format vertical



Pavé / Grand angle

Parallaxe

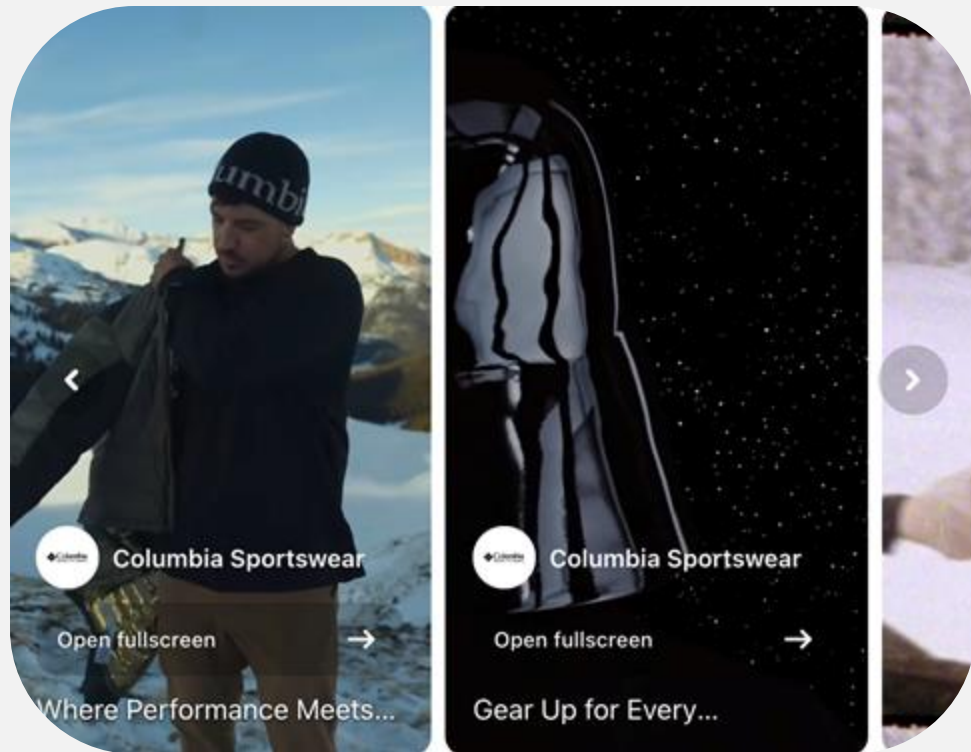


Habillage PC

Top mobile

LA STORIE , UN AXE QUI NE CESSE DE SE DÉVELOPPER

BRAND STORIES : LE FORMAT IDÉAL POUR RACONTER UNE HISTOIRE CAPTIVANTE ET IMMERSIVE EN VIDÉO.



UN FORMAT QUI OFFRE ÉMERGENCE ET VISIBILITÉ

Une intégration optimale à nos pages
Konbini desktop et mobile

→ Une présence Logo en continu

→ Jusqu'à 8 vidéos
par carrousel

→ Jusqu'à 3 minutes
par vidéo

→ Un Format : 9:16



DISPLAY IN-CONTENT

YOUTUBE



La plateforme des formats longs de Konbini

**SMALL
TALK**

REPORTAGE

**KONBINI
VIDEO CLUB**

**ALL
in**

**WALK
&TALK**

18-44 ans

77%

Aff = 217

100% formats vidéos



6"

-20" non-skippable

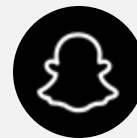
+20" skippable

Possibilité de ciblage
socio-démo

Campagnes en
rotation générale ou
en exclusivité

DISPLAY IN-CONTENT

SNAPCHAT

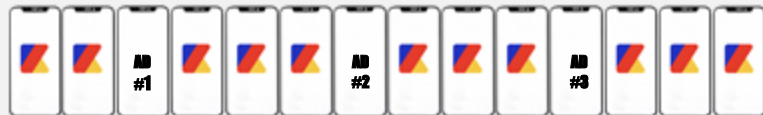


18-44 ans

92%

Aff = 259

**Des contenus exclusifs
Snapchat et tous les
jours une story qui
retracent l'actu pop**



100% formats vidéos



**Possibilité de ciblage
centres d'intérêts**

**Campagnes en
rotation générale au
cœur des contenus
Konbini**

DISPLAY **SOCIAL MEDIA**

Au sein des RS Konbini

Avec la caution de la marque Konbini



DISPLAY SOCIAL MEDIA

DIFFUSION



*Un contexte de diffusion
pour vos campagnes sociales
qui combine*

**Les avantages des
plateformes**

**Les valeurs de
Konbini**

Reach - Ciblage - Engagement



NOS TROIS OPTIONS CREATIVES



**ASSETS FOURNIS PAR
L'ANNONCEUR**



**ASSETS CRÉÉS
BY KONBINI**



**ASSETS ECRITS ET CRÉÉS
BY KONBINI**

DARK POST KONBINI BRAND IMPACT

PEUGEOT



DARK POST KBI



BEST CASES



KONBINI x MACIF : LE DEMENAGEMENT

Promouvoir l'assurance habitation avec Macif

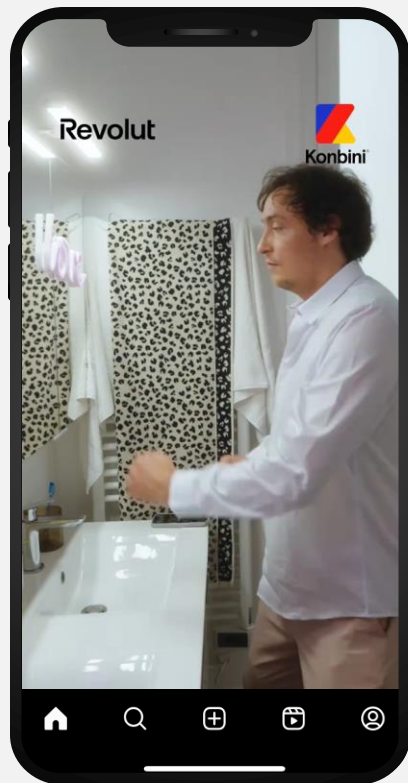
Afin de mettre en avant l'assurance habitation de Macif nous avons réunis sur un canapé Anyme, Flamby et Nico en situation de déménagement. Entre anecdotes, appel à la daronne, mettre une couette dans son drap, les trois protagonistes rappellent l'importance d'avoir une bonne assurance quand on emménage dans son propre appartement.

Les vidéos complètes : [ICI](#), [ICI](#) et [ICI](#)

5,4M
VUES

33,6K
INTERACTIONS

3,36%
TAUX D'INTERACTIONS



KONBINI x REVOLUT : STEPHANE, COACH EN RUPTURE

Pour la première fois, Konbini et Revolut se sont associés.

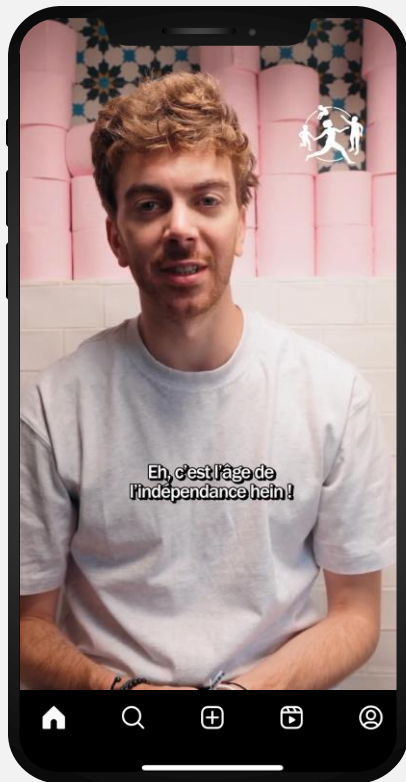
Pour illustrer la nécessité de passer chez Revolut et de quitter sa banque, nous avons fait appel à un “coach en rupture”, incarné par Stéphane Malassagne, à travers une campagne digitale qui compare le départ de sa banque traditionnelle à une rupture amoureuse.

Nous avons publié une série de 5 épisodes de 1m30 sur Konbini où notre expert en séparation donne des conseils avec humour pour passer à Revolut.

Les vidéos complètes : [Ep1](#), [Ep2](#), [Ep3](#), [Ep4](#) et [Ep5](#)

7,7^M
VUES

18^K
INTERACTIONS



KONBINI x ASSURANCES MALADIE : EN MAJORITÉ W/ ELIOTT DOYLE

La première série mockumentaire de Konbini !

L'Assurance Maladie s'associe à Konbini pour mettre en avant les gestes santé à 18 ans.

À travers un confessionnal et des parents qui poussent leur fils à quitter le cocon familial, nous suivons une journée filmée en mockumentaire. Entre clichés d'ado, besoin de liberté et confort, il est temps que notre héros commence par le début : s'inscrire sur ameli.fr.

Les vidéos complètes [ICI](#), [ICI](#), [ICI](#) et [ICI](#)

6,3M
VUES

36,3K
INTERACTIONS

6,6M
IMPRESSIONS



KONBINI x M'T DENTS : UNE DENT CONTRE TOI

Sensibiliser à l'importance de l'hygiène bucco dentaire en préemptant un territoire ultra affinitaire avec l'audience

M'T Dents et Konbini imaginent des battles de rap pour parler hygiène bucco-dentaire. Au travers de plusieurs vidéos et stories, ce sont 2 duos (Totoche et Lonni & Tim et Djayson) qui vont se clasher sur des sons imaginés et écrits par eux.

Les vidéos complètes [ICI](#) et [ICI](#)

4,5M
VUES

110K
INTERACTIONS



KONBINI x MACIF : LE BILAN SANTÉ D'ALICE & PANAYOTIS

Panayotis Pascot et Alice Moitié partagent leurs anecdotes de santé en salle d'attente

Afin de mettre en avant l'assurance Santé de la Macif, Alice et Panayotis vont parler au travers de souvenirs positifs et négatifs ou encore d'anecdotes liés à la santé.

Une série de trois vidéos Konbini qui donnent envie de prendre RDV chez son dentiste.

Les vidéos complètes [ICI](#), [ICI](#) et [ICI](#)

4,5M
VUES

57,2K
INTERACTIONS

4,5M
IMPRESSIONS



KONBINI x FANTA : LA TIER LIST DU KIFF !

Fanta fait appel à Konbini afin de mettre en avant le titre original « Wanta », spécialement conçu par Naza pour la dernière campagne Fanta.

À cette occasion, Naza c'est prêté au jeu de l'interview tier-list du kiff dans laquelle il a pu classé le ketchup dans les pâtes, les vocaux de plus d'une minute, le son Wanta ou encore le Fanta Cassis !

La vidéo complète [ICI](#)

1,1M
VUES

110K
INTERACTIONS

10%
TAUX D'INTERACTION



KONBINI x SYSTEME U : GUESS MY JOB

Promouvoir la diversité des métiers chez Système U

Des métiers de bouche aux fonctions supports en passant par la finance, le marketing, etc.... Système U à un enjeu de recrutement sur de nombreux métiers et souhaite valoriser sa marque employeur.

Pour mettre en avant la diversité des métiers mais aussi des profils, Système U c'est associé à Konbini avec une série de 4 vidéos dans lesquelles l'influenceuse RH Adeline va tenter de deviner le métier de 4 employés de Système U

Les vidéos complètes : [Ep1](#), [Ep2](#), [Ep3](#) et [Ep4](#)

2,2M
VUES

21K
INTERACTIONS

2,2M
IMPRESSIONS



KONBINI x RAY BAN | META : DANS LES YEUX DE...

Cet été, Ray-Ban Meta et Konbini ont activé un dispositif 360° aux Ardentes pour imposer les lunettes connectées comme accessoire mode & musique.

Contenus exclusifs (carrousels immersifs, vidéos avec Jolagreen23, L2B,...) ont fait vivre l'expérience à travers le regard Ray-Ban Meta.

Certains contenus ont bénéficié du ciblage **COMMUNITY +**, permettant ainsi optimiser les CTR et complétions.

Les vidéos complètes : [Ep1](#), [Ep2](#), [Ep3](#) et [Ep4](#)

4,5M
VUES

139K
INTERACTIONS

13,3M
IMPRESSIONS



KONBINI x YVES ROCHER : LA MAUVAISE HERBE QUI VOUS VEUT DU BIEN

Konbini accompagne Yves Rocher pour son enjeu d'image autour de la naturalité de ses produits, de désirabilité et d'asseoir son expertise beauté, notamment sur la cible 18-35 ans

Konbini et Yves Rocher se sont associés autour d'un format Explainer pour parler naturalité et vertu des plantes emblématiques de la marque de manière pédagogique, ludique en adoptant les codes Konbini et ceux des plateformes.

+1M
VUES

12K
INTERACTIONS

+1M
IMPRESSIONS

**IN POP
WE
TRUST.**