



Mondial piscine lance une grande campagne de sponsoring TV

C'est avec Laure Manaudou, leur égérie depuis 2014, que Mondial Piscine lance sa campagne de sponsoring TV pour marquer les esprits avant l'été.

« Pour ce premier sponsoring TV, nous avons choisi de mettre Laure Manaudou au coeur de la campagne. Sportive connue et reconnue par le grand public, elle dégage de l'émotion et de l'identification pour présenter notre marque » explique Michel Morin, Président de Mondial Piscine.

Les spots de 12 secondes en entrée et sortie de programme sont diffusés du 10 au 30 juin 2019 sur France Télévisions. Cette campagne doit permettre à Mondial Piscine d'émerger et d'être visible lors d'une période à la fois stratégique en termes de ventes avant la période estivale et après l'été. Elle doit répondre à des objectifs de notoriété en l'inscrivant comme leader de son coeur de cible, les 35-59 ans.

En septembre prochain, toujours avec Laure Manaudou, c'est sur un format de 8 secondes en entrée et sortie de programme sur France Télévisions et sur BFM TV que Mondial Piscine reviendra sur le petit écran. Le choix de communiquer sur BFM TV pour cette deuxième campagne de sponsoring TV de 2019 répond à la volonté de Mondial Piscine de toucher non seulement le grand public mais également les entrepreneurs et potentiels futurs concessionnaires.

Déjà représenté par 80 concessionnaires, Mondial Piscine est en effet en croissance continue et souhaite renforcer encore davantage son maillage territorial et déployer toujours plus son offre de proximité. Ce gain de notoriété obtenu par une présence télévisuelle initiée l'an passé contribue au succès du développement du réseau.

« Nous attendons de cette campagne de nouveaux clients potentiels, bien sûr, mais aussi de pouvoir recruter de nouveaux concessionnaires pour développer et renforcer notre réseau national », souligne Michel Morin.