

**Une collaboration internationale et digitale**

La collaboration entre la marque et l'entreprise française est l'occasion pour les deux enseignes de communiquer au niveau international et de toucher une cible jeune grâce à la forte mobilisation des journalistes web

**134 Publications**  
dont 52% sur le web



**19 millions**

d'occasions de voir



**15 pays mobilisés**



Les Etats-Unis, la Chine et l'Inde génèrent 30% de la valorisation globale

**Plus de 102**

pages cumulées



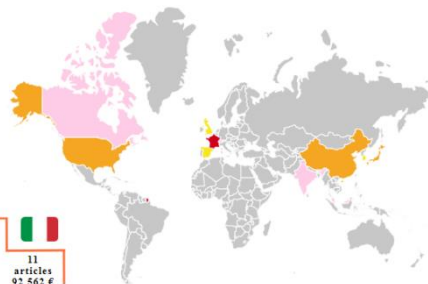
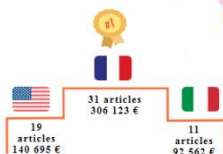
**1 258 452 €**

d'équivalent publicitaire



**Pays mobilisés**

Avec 31 articles, la France est en tête des pays médiatisés



**Top web**



**Top presse**



"C'est la collab tendance de l'année, le plus grand joaillier d'Europe s'associe au géant de la mode ! Une collab riche en couleur à des prix abordables, on va en entendre parler en 2018 !"

**VOGUE**

*madame*



**Du côté des réseaux sociaux**

2510 mentions de la collaboration  
Le hashtag #xxx a été utilisé 1562 fois tandis que la mention "xxx" a été utilisée à 1250 reprises



2300 tweets



500 posts



10 articles

**Auteur le + actif**  
1,1m abonnés  
@madamefigaro



**Auteur le + influent**  
1,5m abonnés  
@ellekorea



**Pays mobilisés**

