

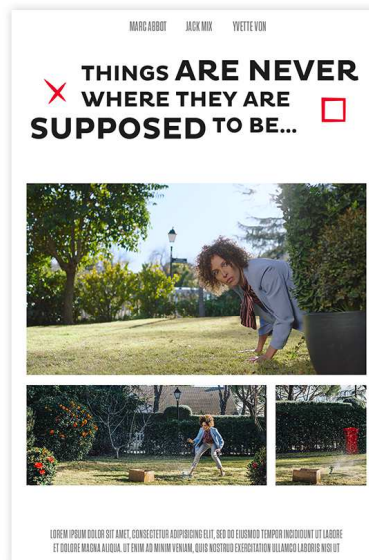
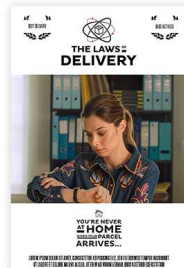
Paris, 23/04/2018

## DPDgroup présente sa première campagne pan-européenne #LawsOfDelivery

*DPDgroup déploie sa première campagne de communication digitale dans 20 pays, en présentant la vie quotidienne des e-acheteurs.*



**THE LAWS OF DELIVERY**



- Communication 100% en ligne
- 8 épisodes, 6 et 20 secondes chacun
- Cœur de cible : e-acheteurs de 18 à 39 ans, soit 75 millions de personnes en Europe
- Diffusion dans 20 pays pendant 4 à 8 semaines
- 17 langues
- Ton humoristique
- Lancement le 23 avril 2018
- Découvrez la campagne "The Laws of Delivery" : <https://lawsfordelivery.dpd.com/en-dpdgroup/>

### Une campagne pan-européenne avec une pointe d'humour

La première campagne pan-européenne menée par DPDgroup est diffusée à travers 20 pays<sup>1</sup> du 23 avril jusqu'à mi-juin.

Le programme a été créé de façon collaborative entre les équipes communication locales et centrale, conçu par Supper, et l'achat média confié à Starcom.

Pour réaliser les 8 épisodes, DPDgroup a fait appel au metteur en scène anglais [Simon Levene](#), une référence dans la réalisation de publicités. *“Ce qui m'a attiré dans ces scénarios c'est l'humour. J'aime que les personnages soient crédibles, attachants et qu'on puisse facilement s'identifier à eux. C'est très important qu'on puisse créer un lien avec les personnages et ainsi se retrouver en eux. Ce sont 8 situations du quotidien qui décrivent comment une livraison de colis peut mal tourner, en exagérant un peu les choses à des fins humoristiques.”* explique Simon Levene, après un tournage de qualité cinéma fin janvier, accompagné d'une équipe de 4 acteurs internationaux.

### Une campagne 100 % digitale

Cette campagne 100 % digitale correspond aux habitudes de consommation médias des e-acheteurs réguliers sur les réseaux sociaux, les sites e-commerce, et les plateformes à large audience, ainsi que sur les sites internet de DPDgroup.

Pour faciliter ces moments de “media snacking” en ligne, DPDgroup a pris le parti de formats courts, impactants et avec une pointe d'humour, à travers une série d'expériences clients du quotidien, qui s'adressent à un public moderne, et sont destinées à mieux faire connaître les services phares de DPDgroup.

Cette campagne s'intitule “The Laws of Delivery” (“Les Lois de la Livraison”) et peut être suivie sur les réseaux sociaux grâce au #LawsOfDelivery.

DPDgroup diffuse la campagne sur son site internet ([dpdgroup.com](http://dpdgroup.com)) et ses réseaux sociaux.

### Une campagne centrée sur les e-acheteurs et la Génération Y

*“En tant qu'expert de la livraison du e-commerce en Europe, DPDgroup livre chaque jour 2 millions de destinataires. Cette campagne est l'occasion d'engager une conversation avec ces destinataires de colis, qui sera maintenue au fil du temps.”* – Ingrid Maillard, Directrice Communication de DPDgroup.

En effet, les e-acheteurs sont au cœur de cette campagne, c'est-à-dire les 18-39 ans dans 20 pays, soit 75 millions d'e-acheteurs en Europe. Notamment les e-acheteurs réguliers, représentant un tiers des e-acheteurs européens, qui effectuent 86 %<sup>2</sup> des achats en ligne et qui ont une influence significative en termes de recommandation de services de livraison.

Avec le développement du e-commerce et des interfaces en ligne évoluées, les consommateurs ont de plus en plus le contrôle sur leurs achats, y compris la livraison. Une expérience de livraison flexible, fiable et pratique constitue un facteur déterminant pour un achat en ligne réussi. Les e-acheteurs sont maintenant très désireux d'options de livraison innovantes, comme le suivi en temps réel, la flexibilité du délai de livraison, la possibilité de planifier ou encore de reprogrammer sa livraison.

La campagne met en lumière les services spécifiquement développés par DPDgroup pour faciliter l'achat en ligne : Predict, Pickup, Live-Tracking et l'application myDPD.

---

<sup>1</sup> Allemagne, Belgique, Croatie, Espagne, Estonie, France, Hongrie, Irlande, Lettonie, Lituanie, Luxembourg, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République tchèque, Royaume-Uni, Russie, Slovaquie, Slovénie et Suisse.

<sup>2</sup> Source: édition 2017 du “E-shopper barometer” de DPDgroup réalisée par Kantar TNS et DPDgroup dans 22 pays auprès de 24 871 participants.

**À propos de DPDgroup**

DPDgroup est le numéro 2 de la livraison de colis en Europe. DPDgroup combine des technologies innovantes et un savoir-faire local pour proposer des services simples et flexibles, aux expéditeurs comme aux destinataires. Avec son service Predict, DPDgroup établit de nouveaux standards de service en mettant le client au cœur du processus de livraison.

Avec plus de 68 000 experts de livraison et un réseau de plus de 32 000 points relais, DPDgroup livre 4,8 millions de colis vers 230 pays et territoires chaque jour à travers les marques DPD, Chronopost, SEUR et BRT.

DPDgroup est le réseau international de livraison de colis de GeoPost, qui a enregistré un chiffre d'affaires de 6,8 milliards d'euros en 2017. GeoPost est une société holding détenue par le Groupe La Poste.

**Pour plus d'informations**

Découvrez la campagne "The Laws of Delivery" : <https://lawsofdelivery.dpd.com/en-dpdgroup/>

Vous pouvez également suivre DPDgroup sur [Twitter](#) et [LinkedIn](#) [www.dpdgroup.com](http://www.dpdgroup.com)

Contact Presse

Stéphanie Fraisse

[Stephanie.fraisse@laposte.fr](mailto:Stephanie.fraisse@laposte.fr)

06 68 02 06 22