PAR CHANEL CASTONGUAY , CAMILLE PORTUGAIS, LÉA QUESNEL , ADRIENNE DANSEREAU
ET AUDREY BRUNELLE

PLAN PROMOTIONNEL - PARTIE 3

POUR LE COURS
PLAN DES ACTIVITÉS PUBLICITAIRES ET PROMOTIONNELLES

TRAVAIL PRÉSENTÉ
À
JEAN-RICHARD MORIN

COLLÈGE LASALLE
4 DÉCEMBRE 2017

TABLE DES MATIÈRES

Introduction ..... P. 2

Objectif de campagne ..... P. 2

Recherches précédentes ..... P. 3

Dévoilement de stratégie créative ..... P. 4

- Publicité Principale ..... P. 5
- Déclinaison Saint-Valentin ..... P. 6
- Déclinaison Printemps ..... P. 7
- Déclinaison Fête des mères ..... P. 8
- Emplacement des publicités ..... P. 9

La communication marketing intégrée ..... P. 10

- Marketing internet P.10
- Marketing direct P.12

Promotions des ventes p.12

Relations publiques P.14

Calendrier des activités du CMI et évaluation de la campagne ..... P. 17

Introduction

Le mandat nous ayant été confié englobe la saison du printemps 2018 et couvre plusieurs fêtes pendant cette période. Pour notre campagne, nous couvrirons trois événements spéciaux, soit la Saint-Valentin, l'arrivée du printemps, ainsi que la fête des Mères. Nous voulons créer une campagne sous le thème de la saison du printemps, pour l'entreprise Rubino, couvrant plusieurs fêtes différentes. Nous avons donc décidé de créer une campagne qui pourra s'adapter à tous ses différents évènements. Nous désirons garder l'emphase sur les valeurs familiales et amicales qui sont déjà présentes dans la compagnie. Ainsi, par le fait même, nous ferons la promotion d'un style de vie active et familiale qu'apportent les chaussures de chez Rubino. Nous savons que les consommateurs urbains et de banlieue de la marque ne sont pas les mêmes, c'est alors pourquoi nous voulons faire ressortir les valeurs de la famille et les amis, puisque c'est ce qui les rassemble. L'aspect plus familial se retrouve majoritairement chez les jeunes adultes urbains, puis l'amitié pour la clientèle plus jeune de la banlieue. Nous souhaitons projeter plusieurs générations dans l'ambiance de Rubino à travers notre campagne publicitaire pour la saison printemps 2018.

Objectif de la campagne

Notre campagne pour le printemps prendra place du mois de janvier à juin et aura pour but de créer une communauté officielle et permanente autour de la marque, avec des événements sporadiques visant deux groupes cibles : une clientèle de région ainsi que celle de la ville.

Les sous-objectifs de la campagne sont les suivants :

- Promouvoir les tendances → par des activités médiatiques et l'aide d'influenceurs
- Transmettre l'idée que les produits sont adaptés pour tous → aide d'influenceurs
- Renforcer l'image de la marque ainsi que sa notoriété → aide d'influenceurs
- Encourager et améliorer la fidélisation des clients → créer une tendance et impliquer les consommateurs dans les activités de la compagnie sur internet ainsi qu'en personne.

Recherches Précédentes

Tableau 1.0 Tableau Comparatif : FFOM de 3 magasins Rubino, nous avons noter quelques points à améliorer.

	RUBINO → Brossard	RUBINO → Mont-royal	RUBINO→ Longueuil
FORCES	• Possède un grand local. • Accueil d'une vendeuse à l'entrée, qui offre une aide quelques minutes suivant l'arrivée. • Les chaussures sont bien à la vue. • Grande variété de modèles. • Beaucoup de soldes • Musique pop au goût du jour. • Couleurs neutres qui ne dérangent pas la clientèle. • Propreté de l'endroit. • Design intéressant dans quelques endroits du local. • Les produits sont bien identifiés et placés, selon les marques et le style des chaussures. • Aucune concurrence directe à proximité. • Arrêt d'autobus à proximité.	• Très propre. • Bien aménagé et décoré. • L'ambiance est minimaliste et moderne. • Chaussures bien disposées avec leur boîte en dessous de leur modèle respectif. • Marque bien affichée. • Beaucoup de places pour s'asseoir. • Uniformité du décor. • Deux vitrines. • Situé sur un coin de rue. • Rue très achalandée.	• Situé dans le centre commercial de Longueuil. • Près d'une entrée et une sortie. • Accueil des vendeuses dès l'entrée dans la boutique. • L'endroit est propre. • Beau design à l'intérieur de la boutique. • Les produits sont bien identifiés et placés selon les marques et le style de la chaussure. • Possède deux grandes vitrines qui sont bien exploitées.
FAIBLESSES	• La localisation de la boutique : située à côté d'un maxi et d'un Tutti Frutti. (Non favorable au trafic et loin du dix30) • La présentation ne met pas en valeur le produit. • Faible exploitation de la vitrine. • Table pliante prêt de la caisse pour y disposer les sacs à main en soldes, ce qui ne fait pas très professionnel et donne une impression très bas de gamme. • Le service à la clientèle est à travailler. • Certaines parties de la boutique sont négligées au niveau de la décoration.	• Seulement 3 chaussures de sport affichées dans la seconde vitrine de la boutique, il manque d'originalité. • Manque à combler au niveau de l'accueil et du service à la clientèle. • Le service est plutôt lent jusqu'à ce qu'on manifeste notre intérêt pour un produit.	• Le client doit aller chercher une vendeuse pour obtenir une aide spéciale. • Beaucoup de choses en magasin, ambiance chargée, beaucoup plus qu'aux autres boutiques.
OPP.	• Ouvrir une boutique dans le dix30. • Personnaliser la boutique et la rendre plus attrayante et vivante.	• Aller chercher une clientèle plus urbaine.	• Être plus près de leur concurrent qui apporte du trafic à la boutique.
MENACES	• La localisation peut devenir problématique. La boutique est située à la place portobello et il n'y a que Rubino et Ardène entrepôt comme boutique mode, ce qui n'attire pas une grande clientèle.	• Yellow et Tony Papas sont à un coin de rue du Rubino. • Jbloom, Aldo, Little Burgundy et l'interval sont situés également sur Mont-Royal dans un rayon de moins de 1km.	• Concurrence: à proximité Foot locker, Payless Shoesource, Sport expert.

Dévoilement de la stratégie créative

L'axe publicitaire

#CommeRubino

Nous avons choisi, pour l'entreprise Rubino, de couvrir plusieurs fêtes différentes qui ont lieu dans la saison du printemps, pour ainsi avoir plus de contenu à publier tout au long de la saison et de la campagne. L'axe de la campagne « Comme Rubino » se concentrera donc autour du slogan « Portez-les ! Aimez-les ! Affirmez-les #CommeRubino » qui consiste ainsi créer une communauté à travers le « hashtag » #CommeRubino. Bien que notre campagne sera dans les médias de masse, avec ce slogan et notamment le « hashtag » qui en suit, le but est principalement de vouloir percer dans les réseaux sociaux, pour que la marque atteigne un public beaucoup plus large. La stratégie des médias sociaux sera donc plus poussée que ce que la compagnie fait déjà.

Le slogan

Notre slogan principal ira comme suit :

#COMME RUBINO

Portez-les ! Aimez-les ! Affirmez-les !

De son état simple et accrocheur, il représente une identification à la marque familiale. Nous voulons présenter un slogan qui est court et efficace pour qu'il s'imprègne dans la mémoire des gens et qui représente les valeurs de l'entreprise. Chaque partie du slogan est cohérente avec le visuel pour chacune des images de la campagne. Premièrement, l'arrivée du printemps : « Portez-les », ensuite la Saint-Valentin : « Aimez-les » et pour finir la fête des Mères « Affirmez-les ». Les couleurs seront également appropriées aux fêtes respectives.

Campagne Principale :

La campagne principale de Rubino sera une série de 3 photographies différentes (comme les photos placées ci-dessus) placées sur 10 billboards à travers l'île de Montréal ainsi que sur la route entre la région et Montréal. Il s'agit de photos de groupes d'amis ou d'une grande famille tous réunis portant les chaussures Rubino. Visuellement, le groupe de tous âges sera très joyeux et festif en montrant leurs chaussures Rubino (certains seront assis, d'autres debout).

Déclinaison → Saint-valentin

La première déclinaison de la publicité principale sera sous la thématique de la fête de la Saint-Valentin. La publicité se retrouvera sur les abribus, ainsi qu'en ligne sur les différentes plateformes de la marque. Le slogan restera le même, par contre le mot clé « Aimez-les ! » sera rouge pour garder la thématique de la fête en question. Nous y retrouverons deux jeunes enfants portants des souliers de la même marque, rouge qui s'embrassent ou se font une accolade pour représenter l'amour et la famille.

Déclinaison → Printemps

Ensuite, chez Rubino nous fêterons l'arrivée du printemps, la deuxième publicité sera donc pour le printemps. Nous pensons mettre en scène un père avec ses enfants pour fêter le printemps. La couleur thématique sera le vert et ainsi la couleur des chaussures et des mots clés « Portez-les ! » le seront également. Les petits enfants et le jeune père de famille porteront les mêmes souliers, encore une fois.

Déclinaison → Fête des mères

La dernière déclinaison de la campagne publicitaire sera la fête des Mères qui est au mois de mai. La couleur thématique pour celle-ci sera le jaune, ainsi, encore une fois, les souliers et les mots-clés seront tous deux de la même couleur. Nous voulons que la maman et sa fille sautent en l'air, comme sur la photo ci-dessus, pour pouvoir mettre en évidence les mots clés « Affirmez-les ! » La mère et sa fille porteront encore une fois les mêmes souliers Rubino.

Emplacement de la publicité.

Billboards

La campagne comptera au total, 10 billboards répartis au Québec, soit, 5 sur l'île de Montréal et dans les alentours. Le billboard le plus important sera situé sur l'autoroute 720, dans l'arrondissement montréalais de Ville-Marie et du Sud-Ouest, afin d'apporter une certaine connaissance de la marque plus près du centre-ville. Les autres seront distribués un peu partout près de leurs magasins, soit sur le Plateau Mont-Royal, sur l'autoroute Décarie, près de Laval et Longueuil. Deux seront situés entre la banlieue et l'île de Montréal, sur l'autoroute 10, direction Montréal, au niveau de Granby et Brossard, sur l'autoroute 20 directions Vaudreuil-Dorion, sur l'autoroute 15 directions Laval, puis finalement à proximité du magasin succès de l'entreprise. Les visuels de la campagne seront affichés sur les billboards.

Abribus

Rubino profitera d'ailleurs de la popularité des transports en commun sur Montréal, pour se procurer une visibilité sur les abribus. Ceux-ci s'adressent à tout le monde autant aux automobilistes, piétons, cyclistes, étudiants, professionnels ou retraités pour afficher dans celui-ci. L'affichage dans les abribus permet de cibler stratégiquement et efficacement les clients de la ville et de ses environs. Rubino pourra y afficher ses déclinaisons de la campagne #CommeRubino sur quelques abribus tout autour de Montréal dans les endroits les plus empruntés chaque jour. Une recherche des lignes les plus fréquentées sera donc de mise, ainsi qu'un article publié par Radio-Canada nous aide à suivre les lignes où le plus de personnes s'y trouvent chaque jour, ces facteurs seront de bons indicateurs pour le positionnement des publicités.

Affichage sauvage

Pour maximiser la visibilité de la campagne, l'affichage sauvage sera une autre belle opportunité de s'y afficher, toujours en considérant la pertinence et la propreté de l'endroit. Cet affichage servira tout simplement à attirer, une fois de plus, l'attention du public en répétant le hashtag à plusieurs reprises pour que notre slogan et hashtag rentre dans la tête des consommateurs. Notre publicité qui sera affichée en affichage sauvage sera donc un fond blanc avec le hashtag #CommeRubino en noir très gros et en dessous notre slogan en plus petit étant «Portez-les ! Aimez-les ! Affirmez-les !» Nous poserons donc des affiches comme celle en dessous sur tout un mur pour créer une répétition et attirer l'oeil de tous les passants et créer un sentiment d'intrigue.

La communication marketing intégrée

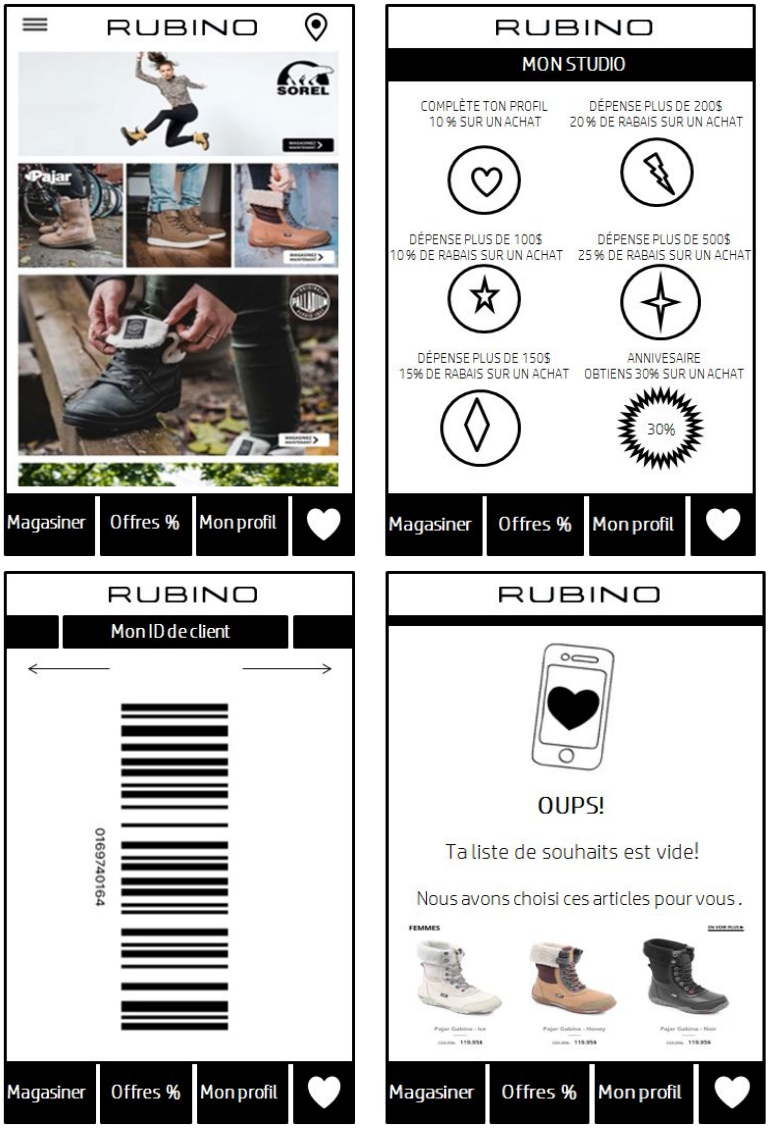
Marketing internet

Concernant le marketing internet, l'entreprise Rubino lancera leur toute première application mobile afin de sensibiliser la clientèle à faire partie de la communauté #CommeRubino. L'application permettra à l'entreprise de bénéficier de certains avantages et consiste à offrir aux clients un accès à différentes offres en magasin. Afin d'expliquer en profondeur cette fidélisation, le tableau ci-dessous montre les différentes offres offertes par l'application.

TABLEAU 2.0 Descriptions des offres de l'application mobile	
1.Création du compte et offre de 10 %	Avantage du consommateur : - 10% de rabais sur leur achat, soit disant un rabais maximal de 10.00$ pour un temps limité. - Facture électronique Avantage de l'entreprise: - Dans l'onglet mon profil, il y a une collecte de données du consommateur : Prénom et nom, numéro de téléphone, adresse courriel et date d'anniversaire - Faciliter à faire des retours en magasins puisque l'application offre dans l'onglet mon profil, un historique de commande où il est possible de voir leur facture en cas de perte sur papier.
2. Dépense plus de 100$ et reçoit 10% sur un achat	Avantage du consommateur: - 10% de rabais sur leur achat, soit disant un rabais maximal de 10.00$, pour un temps limité.
3.Dépense plus de 150$ et reçoit 15% sur un achat	Avantage du consommateur: - 15% de rabais sur leur achat, soit disant un rabais maximal de 15.00$, pour un temps limité.
4.Dépense plus de 200$ et reçoit 20% sur un achat	Avantage du consommateur: - 20% de rabais sur leur achat, soit disant un rabais maximal de 20.00$, pour un temps limité.
5.Dépense plus de 500$ et reçoit 25% sur un achat	Avantage du consommateur: - 25% de rabais sur leur achat, soit disant un rabais maximal de 25.00$, pour un temps limité.
6. Anniversaire	Avantage du consommateur: - 30% de rabais sur seulement un produit à prix régulier, soit disant un rabais maximal de pour un temps limité.

À la suite de ce tableau, on remarque que cette fidélisation permettrait à l'entreprise d'accroître leurs ventes et aussi, de générer plus de trafic. En effet, les clients vont dépenser plus afin de débloquer les offres le plus rapidement possible. De plus, cela a donc un impact sur le trafic puisque les gens vont vouloir revenir en magasin utiliser leurs offres et ainsi, encore dépenser.

Concernant les onglets, on retrouve à l'accueil de l'application le site internet de Rubino, ce qui permet au consommateur de visionner à partir de son téléphone, les produits de l'entreprise. Deuxièmement, l'onglet avec le cœur est justement en lien avec le site puisqu'il permet d'enregistrer les souhaits du client. De plus, cela génère des données spécifiques sur le consommateur en question et ses données permettront de cibler davantage les désirs ou besoins du client. Troisièmement, on retrouve l'onglet offres % et mon profil qui ont été expliqués précédemment dans le tableau.



Marketing direct

Afin de stimuler les ventes de manière directe entre l'acheteur et le vendeur, nous offrons au consommateur la chance de participer, directement en boutique, à un concours, à la condition d'achat. En effet, en magasin, il y aura un réseau internet et un emplacement réservé dans la boutique avec une belle thématique qui reflètent la campagne de l'entreprise soit par le fond de couleur ou des éléments comme le «hashtag» ou le slogan. Les clients pourront donc prendre des photos de leurs chaussures qu'ils viennent d'acheter, pour les partager sur les réseaux sociaux. Cela permettra aux clients de publier la photo immédiatement sur leur Facebook ou Instagram avec le «hashtag» #CommeRubino grâce aux réseaux internet. En récompense, les clients auront la chance de gagner une paire de chaussures que l'entreprise fera tirer chaque mois parmi les 29 boutiques de Rubino. Par contre, l'entreprise exigera qu'à la fin du mois, la publication soit toujours présente sur les réseaux sociaux avec le «hashtag» et aussi, que leur compte ne soit pas privé pour qu'il soit accessible visuellement. Ceci est un avantage pour la clientèle qui peut se mériter un beau prix, mais aussi, il s'agit d'une bonne stratégie pour bâtir une communauté autour de la compagnie.

Promotions des ventes

Tout d'abord, l'utilisation des médias sociaux est primordiale dans notre campagne publicitaire et pour optimiser son efficacité, nous devons l'utiliser à son plein potentiel. Rubino fera quelques collaborations avec des influenceurs d'Instagram et de YouTube et mettra en ligne un concours bien spécial.

- <u>Influenceurs :</u>
  Parmi les influenceurs Instagram et YouTube que nous paierons et qui feront collaboration avec Rubino, nous y trouvons Alex Centomo, Priscilla Ventura, Elie Duquet et Marie Paul. Ces Influenceurs devront publier du contenu pour la marque lors des évènements et des concours mis en ligne, ce qui résultera à attirer du trafic vers les médias sociaux de la marque. Des collaborations comme celles-ci permettent à la marque de rejoindre les abonnées des influenceurs populaires, d'augmenter la reconnaissance de la marque et de parvenir à fonder une communauté Rubino.

Tableau 3.0 - Influenceurs rémunérés sur Instagram

Nom	**Nom instagram**	**Nombre d'abonnés**	**Youtubeur**	**Types d'activités**	**Types de collaboration**
Alex Centomo	@alexcentomo	1 M	À temps plein	Promotions sur les réseaux sociaux de services, produits divers et fashions. Cible la clientèle de urbaine.	- Envoie trois paires de chaussures avec un code promotionnel de 10 % à utiliser en ligne. En échange, nous demandons publications sur la page de l'usager, avec l'identification de Rubino et le #CommeRubino Code promo : alexcentomo10. - Invitation à l'événement du printemps
Priscilla Ventura	@priscillaventurablog	105 K	X	Promotions sur les réseaux sociaux de produits pour elle ainsi que pour ses enfants. Invitation pour participer à la journée plein air. Cible la clientèle de région et de ville.	- Envoie deux paires de chaussures avec un code promo de 10 % à utiliser en ligne. En échange, nous demandons 1 publication sur la page de l'usager et une « story » avec l'identification de Rubino et le #CommeRubino Code promo : priscillaventura10. - Invitation à l'événement du printemps
Éli Duquet	@eliduquet	54 K	À temps plein	Promotions sur les réseaux sociaux des produits. Cible la clientèle urbaine.	- Envoie une paire de chaussures avec un code promo de 10 % à utiliser en ligne. En échange, nous demandons 2 publications sur la page de l'usager, avec l'identification de Rubino et le # CommeRubino Code promo : elieduquet10. - Invitation à l'événement du printemps
Marie Paul	@mariepauls	45 K	X	Promotions sur les réseaux sociaux via Marie Paul et ses enfants. Cible la clientèle urbaine.	- Envoie une paire de chaussures à chacun de ses 2 enfants et une pour elle. - Invitation à l'événement du printemps

- Concours :
  De plus, en l'honneur de nos mamans, Rubino sollicitera non seulement sa page Instagram et ses influenceurs, mais aussi les utilisateurs de la plateforme. La compagnie lancera un concours le 29 avril 2018, qui sera également diffusé par ses influenceurs. Le but sera de partager une photo de l'usager en compagnie de sa mère, en mentionnant le nom du instagram de Rubino, le hashtag #CommeRubino et bien sûr, de suivre leur page. Le 13 mai 2018, 2 gagnant(e)s seront dévoilés par la compagnie et se méritent une paire de chaussures pour eux et leur maman.

Relations publique

Comme mentionné plus haut, l'objectif étant de créer une communauté autour de la campagne publicitaire, la participation du public est donc très importante, autant en personne que virtuellement. En ligne, nous ferons collaboration avec des influenceurs, non rémunéré pour nous aider à élargir notre communauté. Nous avons également mis en place un événement afin rassembler les gens à l'extérieur en raison de l'arrivée du printemps.

Tableau 4.0 - Influenceurs non rémunérés sur Instagram

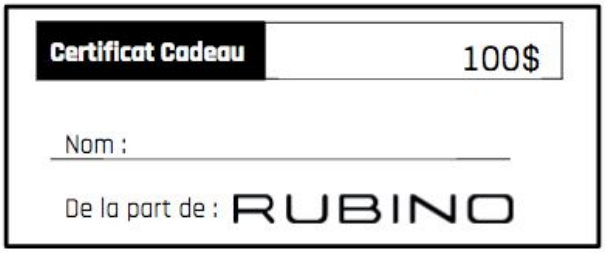
Nom	**Nom instagram**	**Nombre d'abonnés**	**Youtubeur**	**Types d'activités**	**Types de collaboration**
Élysabeth Lemieux	@elylemieux	29,4 K	À temps partiel	Promotions sur les réseaux sociaux de service, produits divers et fashions. Cible la clientèle de région.	- Envoie d'une paire de chaussures avec un code promo de 10 % à utiliser en ligne. En échange, nous demandons 2 publications sur la page de l'usager, avec l'identification de Rubino et le # CommeRubino Code promo : elylemieux10. - Invitation à l'événement du printemps
Mila Taillefer	@Milataillefer	23,5 K	À temps plein	Promotions sur les réseaux sociaux de produits divers et fashions. Cible la clientèle de région.	- Envoie une paire de chaussures avec un code promo de 10 % à utiliser en ligne. En échange, nous demandons 2 publications sur la page de l'usager, avec l'identification de Rubino et le # CommeRubino Code promo : milataillefer10. - Invitation à l'événement du printemps
Amanda Marie	@the.chbat.crew	16,1 K	X	Promotions sur les réseaux sociaux de produits pour enfants et items fashions, principalement via sa	- Envoie un sac à main pour elle et une paire de chaussures à ses deux enfants. - Invitation à l'événement du

				famille. Cible la clientèle urbaine	printemps
Marie Hélène	@tellement mom	26,5 K	À temps plein (un vidéo par jour) 33 000 abonnés	Promotions sur les réseaux sociaux via Marie Hélène et ses enfants. Cible la clientèle urbaine	- Envoie une paire de chaussures à chacun de ses 4 enfants et une pour elle - Invitation à l'événement du printemps

<u>Événement pour fêter l'arrivée du printemps :</u>

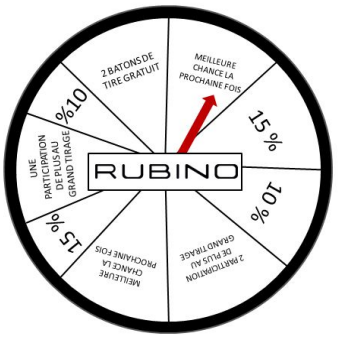
L'évènement sera situé dans le vieux port, ou il y a beaucoup de passants pour pouvoir avoir une plus grande visibilité. L'entrée à l'événement sera gratuite, les participants se feront donner deux billets lors de leur entrée. Un billet pour tourner la roue de prix Rubino et un billet de participation au grand tirage Rubino. Mini stand à cabane à sucre (tire sur la neige), roulette du hasard, soulier gonflable personnaliser Rubino, grand tirage, distribution de boissons chaudes. Sur le site de l'événement, il y aura aussi des groupes émergents qui mettront de l'ambiance sur une petite scène près du stand David's Tea qui distribuera des boissons chaudes.

- Le grand tirage: Un coupon par client sera distribué lors de l'entrée à l'événement. Ils n'auront qu'à écrire leurs nom, numéro de téléphone et adresse courriel sur le coupon pour ensuite le déposer dans la boîte prévue à cet effet. À la fin de l'événement sois le samedi soir lors de la fermeture, deux personnes seront pigées dans la boite de participations. Ces personnes seront alors contactées pour leur annoncer qu'ils gagnent chacun un chèque cadeau d'une valeur de 100$, applicable dans tous les magasins Rubino.



- Mini stand à cabane à sucre : L'événement sera pour fêter l'arrivée du printemps, comment mieux le représenter qu'en faisant déguster les célèbres produits québécois tels que la tire d'érable. Une table sera montée question de faire déguster de la tire d'érable aux participants. Pour avoir la chance de déguster la délicieuse tire, les clients devront débourser un prix fix de 2 $ par bâton.

- Roulette du hasard : Durant l'événement plusieurs activités seront suggérées telles que la roulette du hasard Rubino. Les consommateurs n'auront qu'à tourner la roulette pour découvrir leurs prix. Voici les prix :
    - 2 bâtons de tire gratuits.
    - 15 % de rabais applicables en magasin
    - 10 % de rabais applicables en magasin
    - Une participation de plus au grand tirage



- Distribution de boissons chaudes: La célèbre compagnie de thé David's Thea sera présente lors de l'événement faisant déguster aux participants de délicieuse nouveauté retrouver en magasin. La compagnie sera située près de la petite scène ou les orchestres émergents performeront. Les participants pourront donc déguster un excellent thé tout en découvrant de nouveaux artistes musicaux.

LES THÉS DAVIDsTEA

- La chaussure gonflable Rubino : Nous installerons une énorme chaussure gonflable personnalisé rubino ou les participants pourront glisser dedans. La chaussure étant très grosse, elle attirera les gens marchant dans la rue à venir participer à l'événement.

Calendrier des activités du CMI

Tableau 5.0

Campagne	Publicité/Évènement	Dates de lancement	Fin	Billboard	Abribus	Affichage Sauvage	Influenceur Rémunérés	Médias Sociaux
Principale	Photo et slogan : Portez-les ! Aimez-les ! Affirmez-les ! #COMMERUBINO	24 Janvier 2018	7 Juin 2018	X				X
	Slogan : Portez-les ! Aimez-les ! Affirmez-les ! #COMMERUBINO	24 Janvier 2018	7 Juin 2018			X		X
Déclinaison → St-Valentin	Photo et slogan : Portez-les !Aimez-les ! Affirmez-les ! #COMMERUBINO	1er Février 2018	15 Février 2018		X			X
Déclinaison → Printemps	Photo et slogan : Portez-les ! Aimez-les ! Affirmez-les ! #COMMERUBINO	1er Mars	31 mars 2018		X			X
	Fêtez l'arrivée du printemps avec Rubino (Plusieurs activités)	24 Mars 2018	24 mars 2018				X	X
Déclinaison → Fête des mères	Photo et slogan : Portez-les ! Aimez-les ! Affirmez-les #COMMERUBINO	1er Mai 2018	13 Mai 2018		X			X
Promotion des ventes : **En l'occasion de la fête des mères**	Lancement du concours pour la fête des mères.	6 Mai 2018	13 Mai 2018				X	X