

OKNOPLAST lance une campagne de communication 360° pour soutenir son développement en France



OKNOPLAST est un acteur incontournable sur le marché de la menuiserie en France grâce à son offre de fenêtres, portes d'entrée et volets roulants PVC de haute qualité alliant performance, esthétique et durabilité.

Au printemps 2026, la marque dévoile un plan de communication d'envergure qui s'appuie sur un dispositif 360° combinant médias, digital et actions terrain. Cette stratégie a pour objectifs de renforcer la visibilité de la marque à l'échelle nationale et générer du trafic qualifié pour soutenir l'activité du réseau de partenaires Premium OKNOPLAST sur l'ensemble du territoire.

Dans un marché de la rénovation de plus en plus concurrentiel, où les attentes des consommateurs ne cessent de croître, la capacité à émerger repose autant sur la qualité des produits que sur la puissance des prises de parole. OKNOPLAST fait ainsi le choix d'une stratégie globale, pensée pour créer une véritable synergie entre communication nationale et activations locales.



Retrouvez toutes les informations et les visuels OKNOPLAST sur www.primavera.fr

Rubrique Espace Presse ou sont disponibles sur demande à :

Primavera Communication - Rosa MOKRI - Sylvain AUDIGOU

55, rue de Paris - 92110 CLICHY - Tél. : 01 55 21 63 85 - E-mail : primavera@primavera.fr

Une campagne TV nationale pour renforcer la notoriété

OKNOPLAST lance une nouvelle campagne en télévision connectée (CTV) du 13 avril au 31 mai 2026, sur la nouvelle fenêtre PILAR, innovation phare de la marque. Diffusée sur les plateformes TF1+ et France.tv, cette campagne s'appuie sur des formats vidéo premium, incluant des pré-rolls de 20 secondes, ainsi que des formats intégrés aux pauses publicitaires. Un format « coverbreak » sera également proposé sur France.tv exclusivement en prime time (20h-24h), afin de garantir une audience optimale.

Ce dispositif permet d'associer la puissance de la télévision à la précision du ciblage digital, en phase avec les nouveaux usages de consommation des contenus audiovisuels.

La campagne devrait générer près de 4,7 millions d'impressions, avec un ciblage stratégique : les propriétaires de 35 ans et plus, CSP+, particulièrement sensibles au confort de leur habitat et à l'esthétique de leurs équipements. Un ciblage géographique précis autour des points de vente Premium permettra également de maximiser l'impact local, de favoriser la génération de leads qualifiés pour soutenir directement l'activité commerciale du réseau.

Une stratégie digitale complète orientée sur la performance

En parallèle, OKNOPLAST déploie une stratégie digitale ambitieuse exclusivement dédiée à ses partenaires Premium. Ce plan multicanal combine plusieurs leviers complémentaires : campagnes Google Ads - incluant une campagne Performance Max -, activations sur Meta, Pinterest et YouTube, ainsi que des redirections vers des pages d'atterrissage optimisées pour la conversion.

Les campagnes sont finement ciblées, notamment via des dispositifs géolocalisés dans un rayon de 30 minutes/20 km autour des revendeurs Premium OKNOPLAST.

YouTube joue également un rôle clé dans le dispositif, avec la diffusion du spot de la fenêtre PIXEL OKNOPLAST avec une carte interactive incitant à se rendre dans les showrooms.

La campagne OKNOPLAST dédiée à PILAR mobilise à la fois des leviers de notoriété et de performance, complétés par une campagne Google Ads afin de générer des leads qualifiés et créer du trafic additionnel chez les partenaires Premium OKNOPLAST.

Enfin, des prises de parole organiques sur les réseaux sociaux viennent compléter ce dispositif, avec des publications non sponsorisées qui renforcent la présence de la marque auprès de ses audiences.



Journées d'excellence 2026

Une opération commerciale nationale au cœur du dispositif

Pour animer son réseau, booster les ventes et permettre la concrétisation des projets, OKNOPLAST lance l'opération commerciale « Les Journées d'excellence ». Jusqu'au 30 avril 2026, les revendeurs Premium pourront proposer une remise de 10% sur les gammes de fenêtres et portes d'entrée OKNOPLAST et ALUHAUS.

L'opération « Les Journées d'excellence » de printemps permet de soutenir directement l'activité du réseau, tout en renforçant le positionnement sur le marché avec des produits haut de gamme à des prix compétitifs. Les revendeurs Premium bénéficient ainsi d'une dynamique commerciale forte, appuyée par des investissements médias nationaux et des activations locales ciblées.

OKNOPLAST met également à leur disposition des **kits de communication complets et prêts à l'emploi**. Personnalisables, ils incluent des affiches et des PLV. Des kits digitaux, composés de nombreux visuels statiques et animés, adaptés pour les réseaux sociaux, les sites internet et les signatures mail sont également proposés.

Ces dispositifs garantissent une prise de parole homogène et professionnelle du réseau OKNOPLAST sur l'ensemble du territoire.

Par ailleurs, certains partenaires ont choisi de renforcer localement la campagne nationale en déployant des actions complémentaires, telles que des **campagnes d'affichage 4x3** ou des opérations de street marketing. Cette résonance locale permet d'amplifier l'efficacité globale du dispositif.

Pour concevoir et déployer cette campagne nationale, OKNOPLAST s'est entouré de partenaires de référence. L'agence **Touch Point** a assuré la stratégie et l'achat d'espace TV et l'agence **Yumens** a orchestré la partie digitale, avec un dispositif précis de ciblage et de diffusion pour amplifier la visibilité locale. Enfin, **Jours de marché** a conçu les kits de communication magasins personnalisables.

-10%
SUR VOS menuiseries

OKNOPLAST
FENÊTRES | PORTES | DOMOTIQUE

Découvrez les offres
Journées Excellence

À découvrir en magasin
* Du 1^{er} au 30 avril 2026

J'EN PROFITE >

*Offre valable du 1er au 30 avril, conditions, liste des produits et modalités de règlement définies en magasin. Offre réservée aux partenaires premium participants.