

MARIE CLAIRE REÇOIT UN LION A CANNES POUR SA CAMPAGNE MERCI A TOUS



**MARIE CLAIRE A ÉTÉ PRIMÉ PAR UN LION DE BRONZE POUR SA CAMPAGNE CONTRE
LE HARCÈLEMENT DANS L'ESPACE PUBLIC.**

A l'occasion de la journée internationale des droits des femmes, Marie Claire a lancé une opération coup de poing - **Merci à tous #IndifferenceZero** - pour lutter contre le harcèlement de rue et susciter une prise de conscience collective et davantage de la solidarité dans l'espace public.

La campagne d'affichage - **Merci à tous #IndifferenceZero** - s'inscrivait dans une initiative globale de la rédaction, soutenue par une trentaine de personnalités.

Cette campagne d'affichage, signée DDB et déployée sur un vaste dispositif urbain les 8, 9 et 10 mars, vient de recevoir un Lion de bronze à Cannes.

L'engagement de Marie Claire et la créativité de l'agence DDB ont été récompensés parmi 32 000 campagnes lors du **Cannes Lions International Festival of Creativity**.

Pour en savoir plus :

Clémence Procnard - cprocnard@gmc.tm.fr (Contact Brand)

Anne-Caroline de Stoppani - acdestoppani@gmc.tm.fr (Contact Trade)

MARIE CLAIRE EN QUELQUES CHIFFRES

Premier mensuel féminin avec 2,2 millions de lecteurs (Source : ONE 2017)

Première brand féminine mensuelle avec + de 6 millions d'individus touchés (+4% VS ONE 2017 V4) (Source : ACPM ONE GLOBAL 2018 V1)

697 000 abonnés (Source : Réseaux Sociaux, février 2018)