



» ACTUALITÉS

» DOSSIERS

» RESSOURCES

» ANNUAIRE PRO

» CARRIÈRE

[Bibliographie](#) | [Agenda](#) | [Lexicom](#) | [Marques](#) | [Chiffres](#)

RECHERCHER  Recherche personnalisée



INSCRIPTION NEWSLETTER

Ressources : [Chiffres](#)



« En avril, les médias sont sur le fil... | Retour  
Baromètre publicitaire quadrimedia, mai 2009, Yacast »

## Pige hors médias : le top 5 de avril 2009

Par Elisabeth Exertier - Publié le 28.05 | 0 commentaire(s) | Partager sur VIADEO



### Animation Diadermine, TOP 1

Une animation pour « Crème de jour Diadermine » pigée dans deux magasins (Géant et centre Leclerc)  
Test de la crème et un bon de réduction de 1€ remis par l'animatrice vêtue d'un tablier blanc+un stand avec mention «Diadermine, parce qu'on a une seule peau» où les produits sont exposés.

En ce temps fort de la beauté en GSA, Henkel multiplie les animations dans les magasins pour concurrencer Nivea et L'Oréal qui sont aussi présentes avec des grands podiums qui leur offrent une bonne visibilité et des ventes incrémentales.

## TOP 2 : Canderel avec des ballons au ciel

Pour fêter ses 30 ans, la marque Canderel défile dans les rues de Paris. Une animatrice distribue des échantillons de la nouvelle gamme «ECO» avec des bons de réduction (0,50€ à valoir sur la gamme).

Participation à une loterie de type instant win : un code donnée sur le leaflet pour gagner des cadeaux sur canderel.fr.

Dotation :

- Un week end SPA à l'hôtel 5 étoiles Excedra d'une valeur unitaire de 4500 euros
- 10 fitness cube domyos d'une valeur unitaire de 149 euros
- 10 lecteurs audio vidéo Philips d'une valeur unitaire de 80 euros

La marque utilise le concept simple mais très efficace et économique du ballon souvent utilisé en Street Marketing. Ce média mobile de proximité, original et ludique lui permet d'avoir une forte visibilité et d'aborder les consommateurs dans leur environnement pour leur offrir des échantillons de la nouvelle gamme.



Canderel animation ballon street marketing echantillons

## TOP 3 : la consommation durable par Auchan



Consommation durable Auchan

L'enseigne Auchan a organisé un événement écologique afin de sensibiliser les passagers du centre commercial à la consommation durable. Un groupe d'élèves expérimente le concept et les produits avec l'un de leurs professeurs.

Afin de se différencier lors de la semaine du Développement Durable, Auchan joue la proximité avec ses clients en impliquant ses futurs clients dans sa démarche. C'est aussi une bonne occasion pour mettre en valeur la qualité environnementale et sociale de ses propres produits.

## TOP 4 : Yelle chante pour Dove

Le groupe Unilever lance une campagne digitale pour le produit «Dove go Fresh».

La chanteuse Yelle a composé et interprété le titre «Go Fresh » spécialement pour la marque Dove. Un espace a été dédié au clip sur [www.dovegofresh.fr](http://www.dovegofresh.fr) et d'autres plateformes comme MSN et youtube, les internautes pourront aussi participer à un concours de lip dub et gagner un concert privé avec la chanteuse.

Pour toucher sa cible, les 18-25 ans, Dove a choisit Yelle afin de mettre en scène les valeurs de la marque (la fraîcheur, la jeunesse et la beauté)



## TOP 5: La garden party by Wilkinson



Un concours a été réalisé par la marque Wilkinson qui consiste à dessiner son jardin préféré sur le site [www.magardenparty.com](http://www.magardenparty.com), avec un outil au choix (tondeuse ou rasoir), laissant libre à leur imagination.\*

L'élue du « jardin le plus stylé » sera récompensée par des cadeaux et une soirée Garden Party avec ses 10 amies.

Pour convaincre les consommatrices de l'efficacité du nouveau rasoir Wilkinson Quattro Bikini et leur donner envie de l'acheter, la marque met en place ce site avec beaucoup d'humour pour faire un parallèle entre tondre son jardin et ... !