

## RÉCOMPENSE

**Les Trophées de Savoie reviennent.** La sixième édition des trophées du CG de Savoie récompensera début mars dix initiatives menées par les acteurs culturels, sportifs, économiques et touristiques du département. Organisation de la soirée au Phare : Grands Événements.

## JEUNESSE

**La Savoie promeut ses médias avec TV and CO.** Une

campagne d'affichage sera visible à la fin du mois. Elle vise à promouvoir l'ensemble de ses nouveaux médias (site, blog, magazine...) auprès des jeunes Savoyards. TV and CO a travaillé sur la stratégie et le plan de communication. Lagonce stéphanoise vient par ailleurs de gagner deux budgets collectivités : la Communauté d'agglomération Loiro-Farez (plan de mandat) et l'OT du Pays de Saint-Galmier (guide touristique).



## MÉTÉO

**La Clusaz revoit ses billboards sur France3.**

La station de ski, qui parraine depuis près de dix ans la météo des neiges sur France 3 Rhône-Alpes - Auvergne, vient de revoir pour la première fois ses billboards. La réalisation a été



confiée à Dufresne Corrigan Scarlett, son agence attitrée. Le parrainage, démarré en décembre, se poursuit jusqu'à fin mars.

## NOTORIÉTÉ

**Oxylane choisit DDB Lyon et Fred & Farid pour ses MDD.** La holding de Décathlon veut booster la notoriété de ses marques Passion

(Solognac, Cabesto...). Jusqu'à présent, elles n'ont jamais bénéficié d'un véritable territoire de communication. Une vingtaine de marques seront réparties à parts égales entre les deux agences d'ici fin mars. Jusqu'ici, Young & Rubicam s'occupait de toute la communication du groupe Décathlon. Son contrat s'achève fin juin.

## TERRAIN

**Pilot reconduit Strada pour le Trophée Andros.** La marque de stylos a confié à l'agence lyonnaise des opérations marketing terrain pendant trois étapes du Trophée Andros. Après Lans-en-Vercors et Saint-Dié, les équipes de Strada Marketing seront le week-end prochain à Super Besse. Elles ont distribué 25 000 flyers pour promouvoir le nouveau stylo de Pilot, le B2P (bottle to pen), qui est fabriqué avec des bouteilles en plastique recyclées.

## RETOUR DE CAMPAGNE

SARMENTS DU MÉDOC

Attention, piège à gourmands.



Pour votre santé, mangez au moins 5 fruits et légumes par jour. [www.sarmentsdumedoc.fr](http://www.sarmentsdumedoc.fr)

À l'occasion des fêtes de fin d'année, Revillon avait lancé une campagne pour repositionner un de ses produits historiques : les Sarments du Médoc. 3 000 panneaux étaient visibles pendant une semaine dans une cinquantaine de villes en France. L'agence parisienne Melville a conçu la campagne.

« 80 % des consommateurs interrogés aiment la publicité »

Isabelle Lartefuille, directrice marketing de Revillon

**OBJECTIFS :** « Sarments du Médoc est une marque ancienne qui n'avait pas communiqué depuis les années 80. Nous avons repositionné le produit et étendu sa distribution aux GMS jusqu'au printemps, le produit n'était venu qu'en réseau spécialisé (boutiques d'aéroports). Nous voulions un changement dans la continuité, avec des codes graphiques proches et des couleurs identiques. Le packaging rappelle le côté festif des Sarments du Médoc qui ne sont vendus qu'à Noël et Pâques. »

**RETOMBÉES :** « L'impact a été dans les standards du marché avec une reconnaissance du produit d'environ 25 %. Par contre, les consommateurs ont apprécié l'idée du piège à gourmand. 80 % des clients ont répondu positivement à la question "la publicité vous plaît-elle ?". Parmi les émotions évoquées à la vue de la communication, les termes desirs, envie, curiosité, intérêt et assurance reviennent le plus. Ce retour en communication est donc dans l'ensemble très positif. »

**SUITES :** « On a noté le potentiel intéressant de cette reprise de parole. Mais nous disposons d'un petit budget et communiquons peu. On envisage donc une seconde campagne pour Noël 2010, qui est la période de prédilection de vente des Sarments du Médoc. On sait qu'il faut continuer à communiquer pour installer le produit. »

Revillon chocolatier - Siège à Roanne (42) - Leader sur le segment des papillotes - 140 salariés - CA 2007 : 54 M€ - Communication/marketing : 4 permanents - Budget communication : NC.

PLUS UN SON EST RÉFLÉCHI,  
PLUS ON OBTIENT DE BONNS ÉCHOS.

WWW.LESPROD.COM



LYON / 38, quai Arloing 69009 Lyon / France /  
T. +33 (0)4 72 53 77 77 / F. +33 (0)4 72 53 77 76  
PARIS / 51, av. Jean Moulin 75014 Paris / France /  
T. +33 (0)1 45 43 04 59 / F. +33 (0)1 45 43 98 00