

marketing avec des matelas ambulants. Au centre de la campagne, on retrouve le site reveillezvous.be qui illustre le positionnement de la gamme de matelas Ikea sous forme de trois webisodes ludiques et d'un concours viral. En deux semaines, 114.000 personnes ont visité le site, 120.000 films ont été visionnés et 15.000 surfeurs ont participé au concours.

Tout à proximité à Anvers

LDV United lance un nouveau film pour la ville d'Anvers. Ce spot vise à attirer de jeunes ménages à venir s'installer en ville. Il joue sur le côté émotionnel de cette décision, en décrivant la façon dont un enfant perçoit sa maison et son environnement à Anvers. Sa salle de bains devient la piscine, son jardin le zoo animalier et son train est stationné à la gare centrale. L'objectif est de démontrer qu'Anvers est une ville où tout se trouve à portée de main. Le spot sera diffusé sur Eén et ATV ainsi que dans les cinémas.

Germaine a toujours la frite

Cette année encore et tout comme les cinq précédentes, Germaine est en charge de la Semaine de la Frite, une initiative du Vlam. L'événement est soutenu par une campagne radio sur Donna et Studio Brussel et via le site weekvandefriet.be. Chaque année, Germaine aborde la culture de la frite de manière différente et en souligne un aspect distinct. Cette année, l'agence a fondé sa campagne sur la fourchette à frites. En tant que parrain de cette action, Urbanus a réalisé sa propre fourchette à frites. Son modèle a été produit à 10.000 exemplaires et distribué aux friteries affiliées au Vlam. Les fourchettes à frite fabriquées par d'autres BV's seront mises aux enchères au profit de

Cliniclowns et exposées en grand format au musée de la Frite à Bruges.

Un Pas Plus Loin pour Rec'Up

Ressources, le réseau wallon et bruxellois des entreprises d'économie sociale actives dans la récupération et le recyclage (Oxfam, Les Petits Riens, Terre...), a choisi l'agence namuroise Un Pas Plus Loin pour la communication autour de Rec'Up, son nouveau label de qualité. Objectif: accroître la notoriété des acteurs du réemploi et des services qu'ils proposent, développer une image positive et professionnelle du secteur et, surtout, intégrer le don et l'achat en seconde main parmi les habitudes de consommation du public. Un Pas Plus Loin a déjà développé l'identité visuelle de Rec'Up. La collaboration se poursuivra avec le développement d'une campagne de communication multi-mode étendue sur les derniers mois de 2008 et tout au long de l'année 2009. Outre des actions retail et du street marketing, une campagne média, un site web et des RP sont au programme.

Chercher sur Internet, acheter en magasin

38% des internautes belges cherchent de l'information sur le Net avant d'acheter un produit. 39% d'entre eux achètent ensuite sur le Net et 61% se rendent dans un "vrai" magasin. Telles sont les principales conclusions d'une étude menée par Google sur les comportements de recherche et d'achat en ligne auprès des internautes de notre pays. L'entreprise en conclut qu'on ne peut pas parler de cannibalisme de l'e-commerce sur le commerce dans le monde réel. Le domaine

TELEX

Lycos Europe va cesser ses activités de portail et de régie en France, Grande-Bretagne et en Allemagne. Le groupe, contrôlé par l'opérateur espagnol Telefonica et le groupe allemand, Bertelsmann, n'a pas trouvé de repreneur. Il était en vente depuis avril.

Le groupe français **NRJ** annonce la nomination de Christophe Montague au poste de Head of International Operations. Il était depuis peu Managing Director de NRJ en Allemagne.

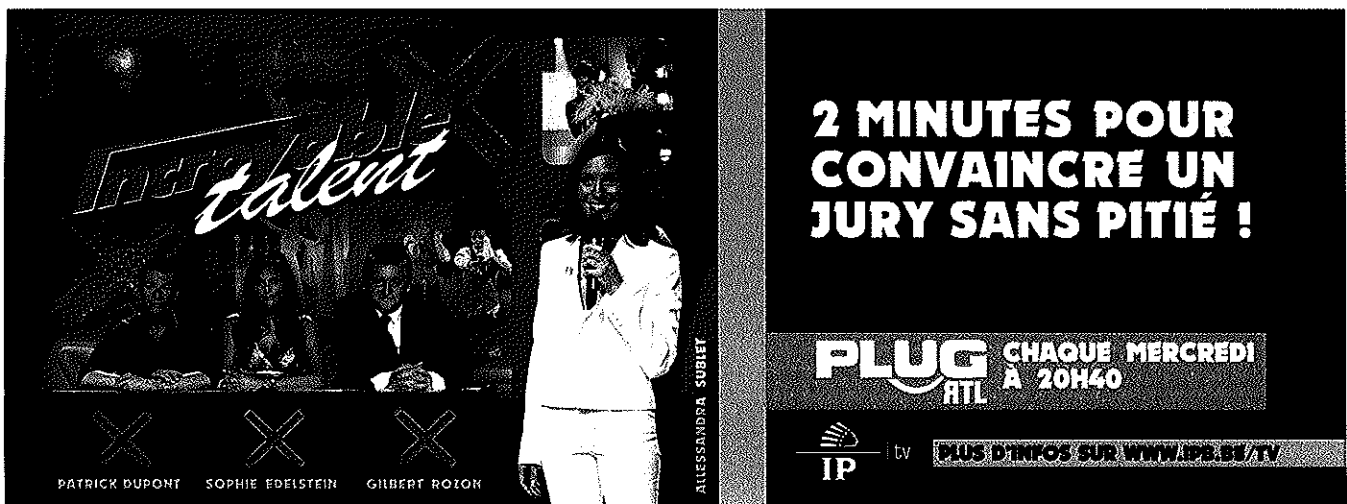
En France, **JWT** et Wilkinson ont remporté le Grand Effie 2008 avec la campagne de lancement du rasoir jetable Quattro Titanium "Fight for kisses".

En collaboration avec Boondoggle, **Mewaf** profitera du Congrès de la Fondation Marketing pour faire connaître son "Unchained Working". Ce concept d'aménagement de bureau rattache l'importance d'un lieu de travail non à la personne mais à la tâche qui doit y être effectuée. Plusieurs commodités seront présentées lors du Congrès: le Pantry pour travailler en réseau, le Lounge pour vendre et le Bench pour travailler.

Ribs, en collaboration avec les Restos du Coeur de Belgique, a développé une action POS pour le camembert Coeur de Lion. Cette dernière durera tout le mois de décembre et est destinée à améliorer les ventes ainsi que la notoriété de la marque. L'action comprend entre autres des bons de réduction sur des chèques repas et sur Best Shopping.

Brandhome a développé une campagne d'image pour Delta, le fournisseur hollandais de télévision et de téléphonie digitales et d'Internet. La première phase s'articule autour d'une campagne en affichage, presse et télé. Objectif: définir clairement les possibilités du câble.

Sur base d'une action déjà menée par Philips au Brésil, **Ubiquity** va faire courir des rasoirs géants derrière des poils à travers toute la Belgique. Cette action événementielle entre dans le cadre d'une action "pari", destinée à doper les ventes pendant les fêtes: "s'il neige le 25 décembre, votre achat Philips sera entièrement remboursé". Des actions de trial seront également orchestrées par l'agence chez MediaMarkt.



Incredible Talent

PATRICK DUPONT SOPHIE EDELSTEIN GILBERT ROZOK

ALESSANDRA SUBIET

2 MINUTES POUR CONVAINCRE UN JURY SANS PITIÉ !

PLUG RTL CHAQUE MERCREDI A 20H40

IP tv PLUS D'INFOS SUR WWW.IPB.BE/TV