



Une campagne implacable

A l'occasion de la Fête des Pères, Biotherm Homme expose ses Kits Experts avec JCDecaux Innovate.

Jusqu'au 20 juin prochain, la marque a choisi le procédé exclusif ShowCase de JCDecaux Innovate pour présenter les kits de soin offerts lors de l'animation spéciale Fête des Pères de Biotherm Homme. Pour l'événement, 10 Abribus ont été équipés pour agir comme de véritables vitrines urbaines en exposant les quatre Kits Experts.

Parallèlement à leur pouvoir de démonstration, les ShowCases invitent les citoyens à se procurer l'un des kits dans la pharmacie ou la parfumerie agréées la plus proche du mobilier (Kits offerts pour l'achat de deux produits de la gamme Biotherm Homme).

Cette sélection de faces s'est bien sûr appuyée sur Géologic, l'outil géomarketing expert de JCDecaux, afin d'identifier les mobiliers les plus proches des meilleurs points de vente Parisiens de Biotherm Homme.

D'une durée d'une semaine, cette opération originale renforcera l'autre événement de la campagne nationale de Biotherm Homme sur le réseau Distingo puisque la marque présente pour l'occasion sa nouvelle égérie : Frédéric Michalak, joueur de l'Equipe de France de rugby et demi d'ouverture du Stade Toulousain.

JCDecaux Innovate est le département de JCDecaux dédié aux solutions de Communication Extérieure événementielles, dynamiques, audiovisuelles et interactives.

Neuilly, le 16 juin 2006

Choisissez d'être VU