

COMMUNIQUE DE PRESSE
Paris, le 24 mars 2009

L'Oréal Paris et l'agence Nurun motivent les femmes sur Facebook

Forts d'une relation de plus de 10 ans et du succès remporté par le lancement du site L'Oréal Paris dédié pour l'iPhone (fin 2007), le n°1 mondial de la cosmétique et l'agence Nurun innove à nouveau en lançant une application Facebook pour soutenir la stratégie interactive de Body Expertise, la ligne de soins du corps de L'Oréal Paris.

Leur but ? Créer un grand concours de motivation destiné aux femmes désirant garder la forme ! Le projet à l'esprit « l'union fait la force » s'inscrit parfaitement dans la stratégie globale communautaire de L'Oréal Paris pour Body Expertise. Une belle opportunité aussi d'exploiter toutes les possibilités du plus grand réseau social du monde...

→ « Les Bodymotivées » de L'Oréal Paris, une application ludique et impliquante favorisant la viralité

Quoi de mieux que la plateforme du plus grand réseau social pour générer des interactions ludiques entre les femmes et impulser ainsi leurs probabilités de réussite pour garder la forme ?

Le principe de l'application est simple : les inscrites les plus motivées peuvent devenir « la reine des Bodymotivées » et gagner un an de coaching dans un club de sport renommé.

Pour cela, elles disposent d'une arme, les « bodypokes » dont le fonctionnement repose sur la mécanique des « pokes » bien connus des utilisateurs de Facebook. Ce sont des motivations à envoyer à leurs amies telles que la corde à sauter (de Rocky), les baskets de compét', le jean slim, ou les altères d'enfer, entre autres, mais aussi des tentations, comme le banana spleen, la choucroute party ou le fameux fatal burger ! Des armes à utiliser à bon escient pour éviter les repréailles.

Les
BODYMOTIVÉES by **BODY-EXPERTISE**

L'OREAL
 PARIS

Vous avez jusqu'au 16 avril 2009 pour devenir Reine des Motivées et gagner 1 an d'abonnement au Club Med Gym.

✕ Les BodyMotivées

+ Invitez vos amies à jouer

Bodypokes

Activités récentes

Classement des motivées

Lire le règlement et la licence d'utilisation.

1. Sélectionner une motivation ou une tentation

Points gagnés ou perdus par vos amis

Points que vous gagnez ou perdez.

Motivations			Tentations		
 Corde à sauter (de rocky) 50 pts 10pts	 Boisson à la pêche d'enfer 50 pts 10pts	 Baskets de compet' 50 pts 10pts	 Chausson traîne-savate -50 pts -10pts	 Grasse matinée -50 pts -10pts	 Craquage au chocolat -50 pts -10pts
 Jean Slim 100 pts 20pts	 Escarpins de cendrillon 100 pts 20pts	 Habères d'enfer 100 pts 20pts	 Melgross-place -100 pts -20pts	 Galette des gras -100 pts -20pts	 Fromage aux pâtes -100 pts -20pts
 Regard envieux 250 pts 50pts	 Après-midi shopping 250 pts 50pts	 Podomètre de marathon 250 pts 50pts	 Accenseur de la flemme -250 pts -50pts	 Groopies du stade -250 pts -50pts	 Choucroute party -250 pts -50pts
 Café avec un bel inconnu 500 pts 100pts	 Robe de princesse 500 pts 100pts	 Mixeur à cocktails détonnants 500 pts 100pts	 Banana spleen -500 pts -100pts	 Fatal burger -500 pts -100pts	 Cuisine à la graisse de canard -500 pts -100pts

En quelques mots, L'Oréal Paris et Nurun ont mis au point une application permettant de créer un maximum de buzz autour du dispositif communautaire «

les Bodymotivées » mais aussi d'installer la marque au cœur de communautés web très actives.

→ Une stratégie communautaire pour soutenir le lancement de l'innovation minceur L'Oréal Paris

Le site « Body Expertise » a été retravaillé pour appuyer une réelle mécanique web, globale et cohérente.

La marque propose un site communautaire pour fédérer les femmes, toutes très motivées, pour garder la ligne et avoir une silhouette au top. La communauté des Bodymotivées s'adresse à tous les types de femmes: de celles qui veulent simplement une peau veloutée à celles qui luttent activement contre les capitons et le relâchement de la peau !

Retrouvez les Bodymotivées sur www.lesbodymotivées.fr ou www.lorealbody.fr

L'Oréal a mis à disposition de la communauté une série d'outils de coaching pour motiver les femmes, à travers un dispositif intelligent reposant sur la force de groupe. En complément d'articles donnant accès à toute l'expertise de la marque dans le domaine du corps et de la cellulite mais aussi d'un diagnostic personnalisé accessible à tout moment, le « Wall motivation » offre aux membres de la communauté un véritable lieu d'échange pour partager leurs conseils et engendrer une réelle complicité.

Une vidéo vient également stimuler le concept de « Body Motivées » et faciliter l'identification à la marque via une mise en scène autour de trois profils de femmes désireuses de garder la forme.

Pour L'Oréal Paris, c'est une occasion d'investir les médias communautaires pour tisser de nouveaux liens avec ses consommatrices.

Fiche Technique

Date de mise en ligne du site : **12 Mars 2009**

URL du site : **www.lesbodymotivees.fr / www.lorealbody.fr**

URL de l'application Facebook : **<http://apps.facebook.com/bodymotivees/>**

Annonceur : **L'Oréal Paris**

Opération : **Lancement de Perfect Slim Lifting Pro**

Responsable(s) Annonceur(s) : **Céline Verleure / Hugues Demont / Nathalie Cabut**

Agence : **Nurun**

Responsables Agence : **Laure Garboua, Jean-Claude Nguyen**

Responsables Création : **Jean-Michel Rocuzzo, Iona Macgregor, Nicolas Martinez**

Responsables Projet : **Raphaël Ancellin, Anne Bretheau**