



COMMUNIQUE DE PRESSE

Un Noël festif et éthique pour les blogueuses et The Body Shop® grâce à BuzzParadise

A Paris le 7 janvier 2009,

Les valeurs véhiculées par The Body Shop® sont bien trop souvent méconnues. Pour remédier à cela la marque a convié une sélection de blogueuses à discuter et découvrir l'essence de The Body Shop® lors d'une soirée qui leur était dédiée.



Noël arrive et pour l'occasion The Body Shop® lance plusieurs gammes aux senteurs gourmandes et sucrées. Le temps d'un rendez-vous très privé les blogueuses sont allées à la rencontre de l'équipe.

C'est au sein de la boutique rue de Rivoli que 12 blogueuses mode et beauté telles que Babillages ou bien encore NizzaGirl ont fait la connaissance de Graham Clewer, Directeur du Commerce Equitable, Sandrine Rad, make up artist pour la France et Karim Sattar, Make Up artist international chez The Body Shop®.

Ensemble ils ont discuté des valeurs de la marque et de ses engagements pour des causes telles que la lutte contre les violences conjugales ou bien encore le commerce équitable.

Cette opération orchestrée par BuzzParadise s'est déroulée en trois temps :

- Tout d'abord, 30 blogueuses ont reçu un coffret de Noël afin de pouvoir tester les produits aux aïrelles de The Body Shop.
- 12 d'entre elles ont ensuite été conviées, dans l'une des boutiques de l'enseigne de beauté éthique afin d'en apprendre davantage sur la fabrication des produits et les valeurs de la marque. Discussion, séance de maquillage, les jeunes filles ont été choyées tout au long de la soirée.
- Enfin les demoiselles ont eu l'occasion d'organiser un concours sur leur blog afin de faire gagner un coffret de Noël à leurs lectrices.

En s'entourant de BuzzParadise, The Body Shop® a souhaité se rapprocher de ses consommatrices, faire vivre une véritable expérience à toutes et discuter de ce dont peu de clientes sont au courant, comme les engagements de The Body Shop® pour combattre les tests réalisés sur les animaux ou bien encore le silence face aux violences conjugales et le soutien des droits de l'homme.

Réunir les blogueuses autour de thématiques sociétales se révèle être un choix pertinent pour toucher les consommateurs finaux.

Une opération aux retombées plus que positives puisque la marque bénéficie déjà de nombreux articles relatant la soirée.

A propos de Vanksen :

Opérant à Luxembourg, Hong-Kong, Francfort, New-York, Genève et Paris, avec 91 employés pour 12 millions d'€ de CA estimé en 2008, Vanksen Group est un groupe conseil en communication à 360° regroupant 3 pôles d'expertise :

- LegitiName : management des marques online – protection, promotion, référencement, monitoring.
- Vanksen|Culture-Buzz : Agence conseil en communication 360.
- BuzzParadise : Mise en relation des marques et blogueurs à l'internationale.

Avec près de 2000 articles publiés et 125 000 pages vues/mois, le blog de l'agence : <http://www.culture-buzz.fr> est devenu le premier portail francophone sur le thème du Bouche à Oreille, en décryptant chaque semaine l'actu blog, buzz, guerilla et marketing viral. Il est aujourd'hui décliné en anglais et allemand.

Nous accompagnons de grandes marques telles que Procter & Gamble, LVMH, Microsoft, Louvre Hotels, ArcelorMittal, Quiksilver, Warner Bros, Ubisoft, 20th Century Fox, Canal Plus, BIC, Sony, Nokia, LG, Casio, Roxy,... pour la conception et la mise en place de dispositifs de communication online et offline.

Contact Agence : Grégory Pouy / VanksenGroup / Strategy and Communication Director / tél. 01 55 33 89 00 / pr@vanksengroup.com