



Communiqué de presse

Juin 2009

PIXmania.com présente Secret Story Le Jeu !

Le leader européen du e-commerce vient de lancer un jeu consacré à Secret Story (TF1), dont il est partenaire officiel. Fondé sur le fonctionnement de l'émission, le jeu créé par PIXmania.com permet aux internautes d'inviter leurs amis à découvrir leur secret en se baladant dans la maison des secrets de Secret Story. L'un des objectifs de cette opération est de mettre en avant l'exhaustivité de l'offre disponible sur PIXmania.com de manière ludique et innovante.

Les participants accèdent au jeu directement depuis les sites de PIXmania.com et de TF1. Après s'être inscrits, les amis mystères rédigent 5 indices et les cachent dans chacune des pièces de la maison des secrets de Secret Story, en les associant à un objet. Ils renseignent ensuite leur secret puis invitent leurs amis à participer au jeu. Il leur suffit pour cela de préciser leurs adresses e-mail. Ces derniers recevront alors une invitation pour venir découvrir qui est leur ami mystère.

AVANCEZ MASQUE, SEMEZ DES INDICES, INVITEZ VOS AMIS ET LANCEZ-LES DANS UNE PALPITANTE CHASSE AUX SECRETS !

TOP 5
QUEL EST VOTRE SCORE ?

SECRET STORY LE JEU !

A-GAGNER...
5 Nespresso Krups Citiz Rouge

VOIR TOUS LES LOTS

COMMENCER LE JEU !

JOUEZ ET GAGNEZ AVEC LA MAISON DES SECRETS !

Comment jouer ?

© 2009 So Nice Production - Original format by Endemol Nederland BV and Endemol Development SAS - Licensed by Endemol International

Règlement Crédits

Pour les joueurs invités, il est également très simple de jouer. Une fois connectés et inscrits, ils se promènent dans la maison des secrets en cliquant sur les objets indiqués en surbrillance. Lorsqu'ils sont chanceux, ils découvrent l'un des indices dissimulés par leur ami mystère. Dans tous les cas, le site leur propose d'accéder à de vrais produits

commercialisés sur PIXmania.com. Une fois que les participants disposent des 5 indices, ils peuvent alors tenter de démasquer leur ami en indiquant son prénom.

A peine lancé, le jeu connaît déjà un fort succès. Sur la seule journée de samedi 27 juin, plus de 2000 personnes s'y sont connectées.

5 vainqueurs seront élus, en fonction du nombre d'amis qui auront découvert leur secret. Ils se partageront 2 voitures Daihatsu, un téléphone portable Samsung M7600 Platine, un caméscope Samsung SMX-F30 et une Nespresso Krups Citiz. En plus de ce concours, PIXmania.com organisera 2 tirages au sort qui permettront également à l'ensemble des participants (amis mystères et joueur invités) de gagner des téléphones, ou encore des caméscopes, des GPS, des téléviseurs, et des appareils photos. Ces deux tirages auront lieu les 17/07/09 et 14/08/09.

Céline Vuillequez, Directrice Exécutive Customer Centric de PIXmania.com explique :
« Nous voulions montrer, à travers ce jeu, l'étendue de l'offre proposée par PIXmania.com. Avec l'ouverture de notre place de marché en 2008, nous proposons aujourd'hui près de 850.000 produits qui ne concernent plus uniquement l'Electronique Grand Public, mais l'ensemble de la vie quotidienne. L'idée était aussi d'avoir un jeu en parfaite adéquation avec le concept de l'émission et qui permette une diffusion virale pour bénéficier de la communauté des fans de Secret Story. Un jeu ludique et innovant ! »

Olivier Derouette et Olivia Vigouroux, Directeur de Création et Responsable Marketing chez Pixmania.com reviennent sur la création de ce jeu : *« Le résultat est vraiment à la hauteur de nos espérances. Nos équipes sont parvenues à développer un jeu à la fois complet et graphiquement abouti. Les internautes peuvent visiter les pièces avec beaucoup de liberté et les fans de l'émission ne seront pas dépaysés. Nos infographistes ont en effet visité les lieux avant de créer le jeu, pour offrir une interface la plus proche possible de la réalité. »*

Retrouvez Secret Story le Jeu en suivant ce [lien](#).

Contact presse : Renaud Bouré – 01.46.21.85.59 – r.boure@pixmania-group.com

[A propos de PIXmania.com]

Créé en 2000, PIXmania.com est le leader européen de la vente de produits électroniques grand public sur Internet. Présent dans 26 pays, PIXmania.com compte 20 millions de visiteurs uniques par mois et plus de 6 millions de clients. Avec plus de 850.000 références, PIXmania.com doit son succès à l'importante disponibilité de ses produits, à ses prix bas, à la rapidité de la livraison et à ses nombreux services associés. PIXmania.com c'est aussi PIXmania-PRO.com, site dédié aux professionnels. Depuis Avril 2006, PIXmania.com est intégré au groupe DSGi Plc, 3^{ème} distributeur mondial de produits d'électronique grand public, avec plus de 100 millions de clients par an, 1.300 magasins et 40.000 collaborateurs. PIXmania.com, c'est également PIXplace, la place de marché qui permet aux marchands professionnels de commercialiser leurs produits directement sur PIXmania.com. Le lancement de cette place de marché début 2008 a permis au leader européen du e-commerce en Europe de répondre à la demande grandissante des internautes en ouvrant de nouvelles catégories de produits et en ajoutant plus de 800.000 références à son catalogue. C'est aussi e-merchant, la plateforme technologique permettant à des compagnies tiers d'accéder à l'e-commerce.