



COMMUNIQUE DE PRESSE

BuzzParadise libère les blogs espagnols de leur étiquette avec Absolut No Label

Paris, le 8 septembre 2009

BuzzParadise a rassemblé la blogosphère espagnole autour de l'opération « libère ton blog des étiquettes » lancée pour l'édition limitée, Absolut No Label. Fort de son concept, cette campagne RP 2.0 s'est avérée une belle réussite avec plus de 100 participants.

BuzzParadise, une communauté à solliciter sans modération



Suite aux 5 campagnes menées par BuzzParadise pour la marque Absolut en 2007/2008 dans le cadre de la campagne annuelle « In an Absolut world », l'agence Wysiyg a choisi de faire appel à notre plateforme (portail de mise en relation entre les annonceurs et les leaders d'opinion 2.0), affiliée à l'agence de communication à 360° Vanksen, afin de promouvoir sa série limitée Absolut No Label.

Une belle opportunité pour cette agence internationale qui souhaite renforcer sa présence sur le marché espagnol. « *Nous espérons et sommes confiants sur l'avenir dans nos futures collaborations avec cette blogosphère, qui s'est pleinement investie dans cette aventure collective* », confie Acia Baghdadi, chef de projet chez BuzzParadise.

Le concept « Dans un monde parfait, aucune étiquette ne pourrait te définir ...libère toi de tes étiquettes ».

Clé de voûte de cette stratégie promotionnelle, ce concept est à l'origine de l'appellation produit, Absolut No Label. Dans cette démarche, BuzzParadise a invité 100 blogueurs espagnols à participer au tirage au sort en ligne Absolut No Label à partir d'un module flash ; ce dernier représentant une étiquette qu'il vous faut déchirer après avoir inscrit le nom de votre choix.



Passée cette étape, les internautes indiquaient leurs coordonnées afin d'espérer profiter d'un voyage à Stockholm.

En outre, les blogueurs ont reçus trois bouteilles et un kit photo leur offrant la possibilité de remplacer leur header (principale étiquette de leur site) par un header NO LABEL. Ainsi 40 blogs ont abandonné leur blason durant un mois, sans hésiter à s'affranchir de leur image.

En l'occurrence et à l'instar du slogan « In an Absolut world » capitalisant sur un monde parfait, « *l'important n'est pas de mettre en lumière un bénéfice produit mais de véhiculer une philosophie post-moderne, celle de refuser d'être catalogué à ses propres dépens.* » précise Grégory Pouy Directeur de communication et stratégie chez Vanksen.

Ainsi, cette campagne a bénéficié d'une centaine d'articles et d'une participation massive des lecteurs, révélant dès lors une identification à cette tendance. En l'occurrence, cette campagne justifie sa pertinence en surfant sur un phénomène sociétal, celui de libérer son image d'un carcan de préjugés.

Les éléments graphiques ainsi que le communiqué de presse sont également disponibles à [cette adresse](#).

A propos de BuzzParadise :

Plateforme internationale permettant aux marques de concevoir et lancer des campagnes de buzz marketing vers leurs consommateurs influents (plus de 8.000 blogueurs sur 12 pays).

Les marques peuvent initier et amplifier le bouche-à-oreille autour de leurs produits et services en entrant en relation avec la communauté des membres BuzzParadise®. Elles peuvent aussi consulter l'opinion des membres sur un produit, un concept (étude de marché, panel), et évaluer le bouche-à-oreille généré. Blogueurs influents, trendsetters, leaders de communauté online, consommateurs avertis, les membres sont invités à propager librement le bouche-à-oreille à propos des produits et services qu'ils décident de tester de manière exclusive avec BuzzParadise®.

Plus d'infos: <http://www.buzzparadise.com>

BuzzParadise a été fondé par l'agence Vanksen (www.culture-buzz.fr), leader européen du marketing du Bouche à Oreille présent à Paris, Luxembourg, Genève, Hong Kong, Milan et New York.

Contact:

Grégory Pouy: Strategy and Communication Director

Tél : +33 55 33 89 00 / contact@buzzparadise.com

A propos de Vanksen :

Opérant au Luxembourg, en France, aux Etats-Unis, en Suisse, en Italie et en Chine avec 70 employés pour 9 millions d'€ de CA en 2008 Vanksen est une agence conseil en communication 360° regroupant 5 pôles d'expertise :

- **Conseil** : élaboration de la stratégie de communication, stratégie de visibilité, mise en place de plans médias 1.0 et 2.0 & benchmark
- **Création** : conception de moyens de type digitaux, print, audiovisuel et événementiel
- **Media et activation** : référencements naturels et payants des marques dans les moteurs de recherche, achat d'espace online/offline, présence dans les médias sociaux et les blogs
- **Monitoring et analyse** : promotion et protection des marques sur Internet. Analyse des conversations online sur votre marque et vos produit
- **Training** : 70 conférences par an : Formations par thématiques : cible, secteur, marketing 2.0, buzz viral/Evénements : organisation d'événements clefs autour du buzz, du viral et du marketing 2.0

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:

Grégory Pouy: Directeur stratégie et communication

Tél : +33 55 33 89 00 / contact@buzzparadise.com

A propos d'Absolut Vodka :

Absolut Vodka est une marque suédoise de vodka appartenant au groupe public Vin & Sprit jusqu'à l'été 2008, date de son rachat effectif par Pernod Ricard. La marque fut introduite en 1879 par l'entrepreneur Lars Olsson Smithet et est produite à Åhus, en Scanie, dans le sud de la Suède.

Positionnée sur le segment des vodkas parfumées depuis 1986, Absolut s'est fait une réputation en basant son marketing sur l'image de sa bouteille. Toutes ses publicités représentent de manière variée cette bouteille avec un slogan tenant souvent en deux mots, dont le premier est invariablement le nom de la marque.