

Orange reçoit deux prix pour sa campagne "l'effet boule de neige"

Le magazine Stratégies a doublement récompensé Orange pour sa campagne multimédia, lors de la Soirée Grand prix Stratégies du Marketing Digital le 10 mars dernier.

"L'effet boule de neige" a ainsi reçu deux distinctions :

- Le Prix Spécial, coup de cœur du jury, pour la communication globale d'Orange sur internet : son site leffet-boule-de-neige.fr, son dispositif viral et ses nombreuses bannières.
- Une Mention dans la catégorie Application des Contenus, pour la mise en place du dispositif et la création de contenus sur la toile, notamment grâce à son partenariat avec Dailymotion™.

L'internaute au cœur de la campagne "l'effet boule de neige"

A l'occasion des fêtes de fin d'année, Orange a lancé une campagne originale et interactive. Dans le cadre de cette campagne qui intègre notamment un film TV « Et si Noël durait plus qu'un Noël ? », Orange a fait appel à l'esprit créatif des internautes en leur permettant de réaliser leurs propres vidéos sur le site leffet-boule-de-neige.fr. Grâce à leur webcam, leurs photos ou à partir du film TV, les internautes ont pu simuler un lancer de boule de neige, accompagnées de messages personnalisables pour souhaiter de joyeuses fêtes à leurs proches.



Du 7 au 31 décembre 2009, plus de 60 000 vidéos ont été créées et diffusées sur Internet.

Dans le cadre de cette campagne, Orange a également développé une application pour iPhone : Orange Snowballs. Gratuite et téléchargeable sur l'App Store, l'application Orange Snowballs proposait aux utilisateurs de lancer des boules de neige et de replonger au cœur du film de la campagne. Téléchargée plus de 200 000 fois en un mois, l'application Orange Snowballs a rencontré un franc succès et a été classée 2^{ème} au TOP 25 de l'App Store. (Source : L'App Store)

A propos d'Orange

Orange est la marque phare de France Télécom, un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde. Elle compte 131,8 millions de clients, pour l'internet, la télévision et le mobile dans la majorité des pays où le Groupe est présent. En 2009, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 50,9 milliards d'euros pour l'ensemble de ses activités y compris au Royaume-Uni. Au 31 décembre 2009, le Groupe comptait près de 193 millions de clients dans 32 pays, dont 132,6 millions de clients du mobile et 13,5 millions de clients ADSL dans le monde. Orange est le troisième opérateur mobile et le deuxième fournisseur d'accès internet ADSL en Europe et l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales, sous la marque Orange Business Services.

La stratégie du Groupe est fondée sur la convergence et l'innovation. Elle se caractérise par la maîtrise des coûts et vise à faire d'Orange l'opérateur intégré de référence pour les services de télécommunications en Europe. Aujourd'hui, le Groupe reste concentré sur son cœur de métier d'opérateur de réseau, tout en développant ses positions sur des nouvelles activités de croissance. Afin de répondre aux attentes des clients, le Groupe s'efforce de fournir des produits et des services simples et conviviaux, grâce à son modèle de performance durable et responsable qui peut s'adapter aux conditions d'un écosystème en pleine mutation.

France Télécom (NYSE :FTE) est cotée sur Euronext Paris (compartiment A) et sur le New York Stock Exchange.

Pour plus d'informations (sur le web et votre mobile) : www.orange.com, www.orange-business.com, www.orange-innovation.tv