



Brand content



Le contenu de marque dans le cosmétique.



PROCTER & GAMBLE / GILLETTE

The best Gillette ad is you:

une vidéo qui montre un faux making-off de film publicitaire dans lequel Jean-Claude Van Damme refuse de tourner.

<http://www.e-marketing.fr/Breves/Gillette-cree-le-buzz-pour-Gillette-Fusion-Proglide-36772.htm>



Testez votre look avec Gillette

Une appli Iphone proposée par Gillette pour tester différents looks à partir d'une photo :

<http://www.gillette.com/uart/>

Cette initiative a été primée au One Club Entertainment 2010.



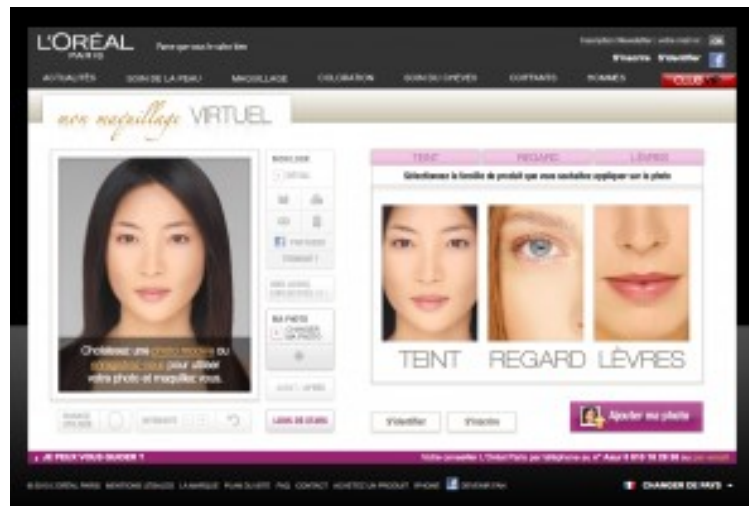
Depuis toujours très engagée auprès des femmes, la Marque Yves Rocher a décidé d'être mécène de la première exposition européenne des artistes femmes elles@centrepompidou.

<http://www.ina.fr/fresques/elles-centrepompidou/accueil/>



<http://www.loreal-paris.fr/mon-maquillage-virtuel.aspx>

Cette technologie propose de charger simplement sa photo sur internet puis y superposer différents types de maquillage.



Buzz My Heart, série chinoise de 8 épisodes de 12 minutes par Yue Sai (L'Oréal)

Article:

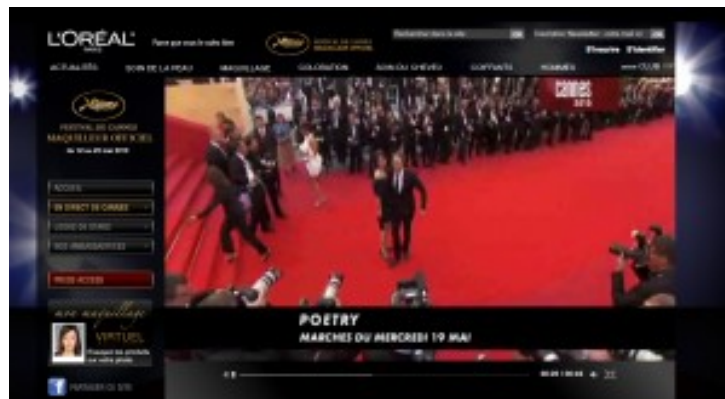
<http://www.blended.fr/3542/%C2%AB-buzz-my-heart-%C2%BB-la-web-serie-commanditee-par-l%E2%80%99oreal-au-400-millions-de-vues/>



La WebTV de Cannes par L'Oréal, maquilleur officiel

Le festival vu par L'Oréal : looks de stars, montées des marches, etc

<http://www.loreal-cannes-festival.com/fr#/looks/>

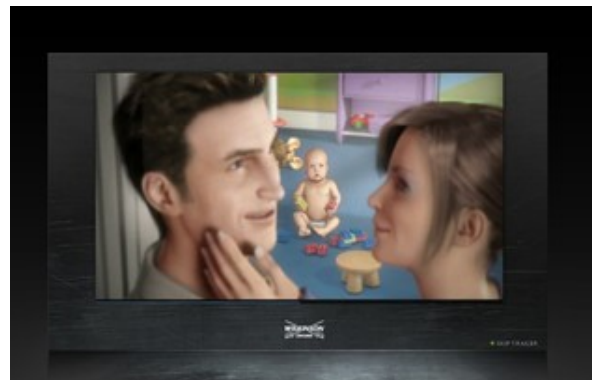


L'adéquation entre Wilkinson et Fight For Kisses Film publicitaire et Advertgame

Il fut un temps où les bébés menaient une vie de rêve. La douceur de leur peau leur permettait d'accaparer leur mère. Mais un jour, les pères découvrirent une arme spéciale, le nouveau rasoir Quadro de Wilkinson. Désormais, pères et fils peuvent lutter à armes égales. Les hommes peuvent maintenant reconquérir leur femme. Pour récupérer leur mère, il n'y a pas d'autre choix que de se battre.

www.ffk-wilkinson.com

<http://www.strategies.fr/actualites/marques/r45714W/wilkinson-l-arme-fatale-des-papas.html>



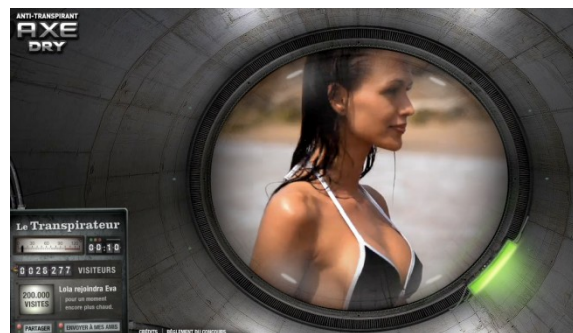
Un groupe créé de toute pièce pour un “tube” humoristique qui se réfère discrètement aux déodorants Axe et son clip : “hotfever”

<http://www.muchamaracas.com/tag/axe-hot-fever>

The image is a screenshot of a website for 'les Muchas Maracas'. At the top, the group's name is written in a stylized font. Below it, a tagline reads 'UN GROUPE QUI EN A DES GROSSES'. There are two buttons: 'PARTICIPE au CONCOURS YouTube' and 'RE JOINS NOUS SUR LE AXE BOAT'. The main header features a group of people in white outfits dancing with large beach balls. To the right, there are images of Axe deodorant bottles and speakers. Below the header, there are four tabs: 'LE MAKING-OF', 'LE GROUPE', 'LE CONCOURS', and 'AXE BOAT'. The 'LE CONCOURS' tab is active. The main content area has a yellow background and contains the following text: 'Articles pour le mot-clé « axe hot fever »', 'Plus que 2 week-ends Axe Boat à gagner...', and a paragraph of text: 'On a une super nouvelle !!! Les 2 dernières gagnantes du tirage au sort sont... des filles. Il s'agit de Perrine Desmeth et Elisabeth Thomassin. Autant vous dire que l'été sera chaud sur le Axe Boat. Alors bougez vous les maracas, il ne reste que deux tirages au sort. Le prochain aura lieu mercredi 8 juillet et le dernier le 15 juillet. Cliquez ici pour vous inscrire.' Below the text is a photo of a group of people cheering. To the right, there is a video player for 'Muchas Maracas - Hot Fever' with a play button and a progress bar showing 0:00 / 2:32. Below the video player, there is a text input field for 'Envie les Muchas Maracas a tes amigos' and an 'Envoyer' button. At the bottom, there are social media icons for Facebook, Myspace, and Twitter.

<http://www.letranspirateur.fr/>

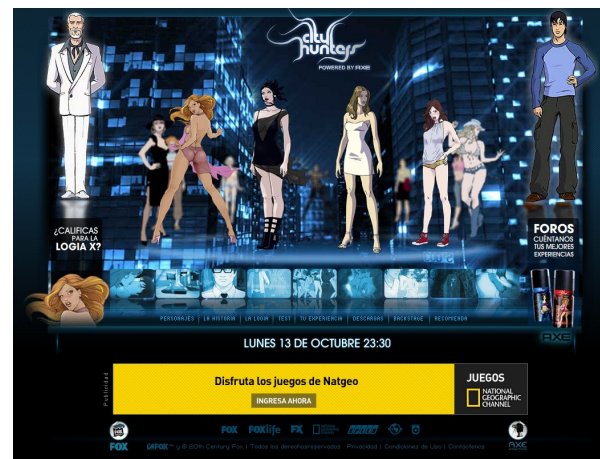
« Le Transpirateur » est un mini-site monté pour le compte de leur client Axe où l'internaute devra éviter de trop suer pour mater un nana qui sort de l'eau...



Dessin animé de Manara powered by Axe

Un contenu sexy exceptionnel coproduit par Fox Factory et par Axe Attractions (le logo de Axe Attractions est très révélateur du positionnement éditorial) :

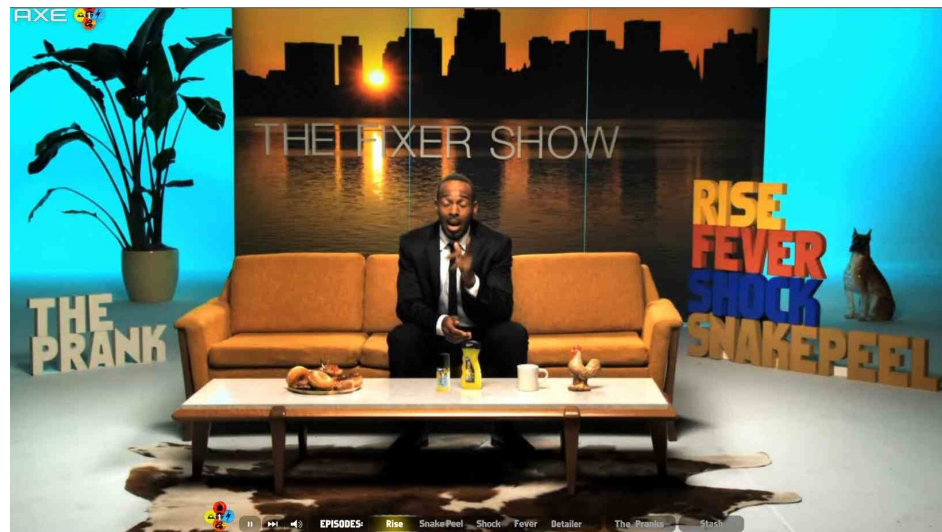
<http://www.cityhunters.tv/mx/>



The fixers, conseils de drague avec Axe

<http://www.thefixers.com/> : une parodie d'émission TV qui dévoile des conseils de drague de manière humoristique.

L'occasion de présenter un produit de la gamme et de donner des idées de blagues.



Mesurer sa force physique et mentale avec le nouveau parfum de Biotherm

Sur Internet, Biotherm invite les internautes à mesurer leur force sur le site Yourforce.com. On peut y manipuler l'eau selon trois types de mouvements et ce sans souris ni clavier, à l'aide seulement d'une webcam qui capte les mouvements de l'internaute dont elle traduit les conséquences sur le fluide à l'écran. L'effet est très réaliste. « L'expérience interactive concrétise la promesse émotionnelle transmise dans le film publicitaire ».



L'application Facebook Play de Hermès

<http://www.facebook.com/hermes>

La marque a choisi de jouer sur l'humour en mettant en scène cette initiative dans une vidéo et en proposant aux internautes une application inédite : le manifeste de la cravate. Des animations amusantes qui séduisent les "Facebook addict".



Yves Saint Laurent

Le court-métrage de la Nuit de l'homme d'YSL

http://ysl-lanuitdelhomme.com/home_fr.html



Le film « The Tale of Fairy » de Chanel par Lagerfeld

Karl Lagerfeld a imaginé, écrit et réalisé le nouveau film de Chanel intitulé « *The Tale of Fairy* » d'une durée de 30 minutes.

<http://chanel-news.chanel.com/en/by-karl/the-tale-of-a-fairy/>



Rendez-vous, court-métrage de 5 minutes diffusé au cinéma pour Dior Homme

Voici le court-métrage de Dior Homme avec Jude Law et Michaela Kocianova, dirigé par Guy Richie.

<http://veillebrandcontent.fr/2010/09/10/rendez-vous-court-metrage-de-5-minutes-diffuse-au-cinema-pour-dior-homme/>



Hermès

Hermès Fingerskate

<http://lessaies.hermes.com/na/en/>



Le réveil en beauté, application Iphone de Nivea <http://labeauteenlive.nivea.fr/Mon-Fabuleux-Shopping/le-reveil-en-beaute.aspx>

Colorez vos matins par une touche personnelle et commencez du bon pied. Vous ouvrez les yeux sur une délicate attention. Votre rituel du lever se fait selon vos envies et vos humeurs. La musique que vous voulez écouter, le petit conseil NIVEA du jour pour vous inspirer... Choisissez le ton que vous voulez donner à votre journée !

NIVEA LA MARQUE ACTUALITÉS PRODUITS DECODER LA BEAUTÉ EN LIVE CONSEILS

MON FABULEUX SHOPPING | LE BEAUTY EXPERT | PAROLES DE TESTEUSES | LE BLOG | MA BEAUTÉ & MOI

L'APPLICATION IPHONE, LE COMPAGNON DES RÉVEILS ANIMÉS !
LE RÉVEIL EN BEAUTÉ

Colorez vos matins par une touche personnelle et commencez du bon pied. Vous ouvrez les yeux sur une délicate attention. Votre rituel du lever se fait selon vos envies et vos humeurs. La musique que vous voulez écouter, le petit conseil NIVEA du jour pour vous inspirer... Choisissez le ton que vous voulez donner à votre journée !

TELECHARGEZ L'APPLICATION RÉVEIL BEAUTÉ

App Store

AJOUTER À MES FAVORIS

MES FAVORIS SAUVEGARDEZ TOUT CE QUE VOUS PLAÎT

IMPRIMER MES BONS VOUS AVEZ GRUVEGRUDE 0 BONS

Kisser ou Hugger par Nivea

Pour promouvoir son bâton à lèvres lors de la St Valentin, Nivea a créé aux USA une émission autour de la question « are you a hugger or a kisser? »

<http://veillebrandcontent.fr/2010/03/13/kisser-ou-hugger-par-nivea/>

