

Nicolas Neykov et Christophe Bordin.



Zitrocom

# Une bulle d'air à Auber

Faire redécouvrir un produit gourmand aux passants, tout en leur offrant un instant de détente. Telle était l'idée de Kinder Bueno qui, en avril dernier, a transformé la station de métro Auber en un lieu de dégustation et de massage. Invitation aux plaisirs !



**B**oulot, métro... et Ferrero. Ou plutôt Kinder Bueno. Pour fêter ses vingt ans, la barre chocolatée n'a pas fait les choses à moitié. Elle a décidé d'égayer le trajet et le quotidien des Franciliens en leur offrant un espace de détente et de gourmandise au cœur de la capitale. Du 5 au 8 avril dernier, la marque a en effet aménagé le grand hall de la station Auber en un espace de 250 m<sup>2</sup> de découverte et de dégustation. « Nous avons choisi un lieu neutre et plutôt triste de la vie quotidienne

des consommateurs pour le ré-enchanter et faire redécouvrir Kinder Bueno, dans un instant de plaisir », explique Nicolas Neykov, directeur marketing de catégorie et responsable média de Ferrero France. Et Christophe Bordin, responsable des relations extérieures, d'ajouter : « Nous sommes un des premiers annonceurs sur les médias classiques et nous voulions pour cette opération créer la surprise en sortant des sentiers battus. » Et quelle surprise que cette pause gourmandise pour les 170 000 usagers des transports qui fréquentent quotidiennement cette

station. Près de 80 000 barres ont été distribuées gratuitement sur le stand aux couleurs, senteurs et sons du produit aux accents de chocolat, de noisettes et de gaufrettes. Cerise sur le Kinder : les visiteurs pouvaient profiter d'un instant de douceur pour se faire masser à l'huile ou au coussin de noisettes dans l'un des trois « espaces petites faims » rappelant les caractéristiques de Kinder Bueno : « Fondant », « Croustillant » ou « Légèreté ». Ces espaces de massage



étaient installés dans de grandes bulles aériennes transparentes, dont l'une arborait des parois aux flocons tourbillonnants.

## C'est pas du gâteau !

La préparation de cet anniversaire n'a pas été du gâteau pour Kinder Bueno et ses partenaires ! Si les équipes responsables de la mise en place de l'événement en interne se sont penchées dès la fin 2010 sur le sujet, il aura fallu



près d'un mois et demi pour retenir l'idée de la station de métro. C'est donc dans des délais très courts (moins de deux mois), avec de lourdes contraintes, que la mise en scène a été concoctée. « Il ne faut pas oublier que mettre en place un événement dans un lieu public comme le métro induit de répondre à des normes de sécurité et à un cahier des charges précis, insiste Frédéric Ortiz, directeur de Zitrocom, l'agence de communication spécialisée dans l'événementiel chargée

de donner naissance à l'événement. Par ailleurs, c'est un réel travail de chef d'orchestre car près de 150 personnes représentant six corps de métier ont été sollicitées pour mener à bien ce projet. » Outre les six affiches 4 x 3 des 20 ans de Kinder Bueno, imprimées préalablement par Alternative Numérique, et deux des trois bulles louées à Bubble Tree, il a fallu concevoir les éléments sur mesure. Citons notamment la bulle légèreté aux flocons blancs, le film festif projeté sur le plafond de la station (Pixel Carmin et Infos décors), la lumière et le son (Lumison), le making-of (Stan TV) ainsi que le décor et le mobilier (La Compagnie des Décors).

Frédéric Ortiz,  
directeur de Zitrocom,  
agence de communication  
spécialisée dans  
l'événementiel.



Et aussi, impossible à manquer : les tables transparentes aux noisettes et le banc façon barre de Kinder Bueno. On en mangerait !

Sophie Sanchez Poussineau

## Acteurs

**Donneur d'ordre :** Groupe Ferrero

**Agence :** Zitrocom

**Impression :** Alternative Numérique

**Prestataires techniques :** Bubble Tree, Pixel Carmin, Infos décors, Lumison, Stan TV, La Compagnie des Décors



## Pâques avec Zitrocom

Si son slogan est « Les bons œufs, les yeux fermés », la marque Matines invitait les enfants à ouvrir bien grands les leurs pour fêter Pâques. Du 9 au 23 avril, elle organisait une grande chasse aux œufs dans six centres commerciaux à travers la France. En retrouvant cinq œufs colorés et décorés dans un jardin éphémère, les enfants repartaient avec des cadeaux Matines et un œuf en chocolat offert par Cémoi. Les jardins éphémères de 30 m<sup>2</sup> avec fausse pelouse, cabane en bois, barrières, pommier, fleurs, paniers et œufs décorés ont été conçus par l'agence Zitrocom.

