

Wash & Watch



LE CONTEXTE :

Ils sont des centaines de milliers de consommateurs à utiliser chaque jour les quelques 4 000 laveries automatiques existantes sur le territoire français.

Et ils ont tous un point commun : ils s'ennuient.

Alors après avoir pris des nouvelles de grand-mère et que l'on a fini tous les niveaux d'Angry birds et Candy crush sur son portable... Que pourrait-on faire ? Après tout, la durée d'une lessive équivaut souvent à 45 minutes, ce qui est exactement la durée d'un épisode de la plupart des séries à succès.

L'IDÉE :

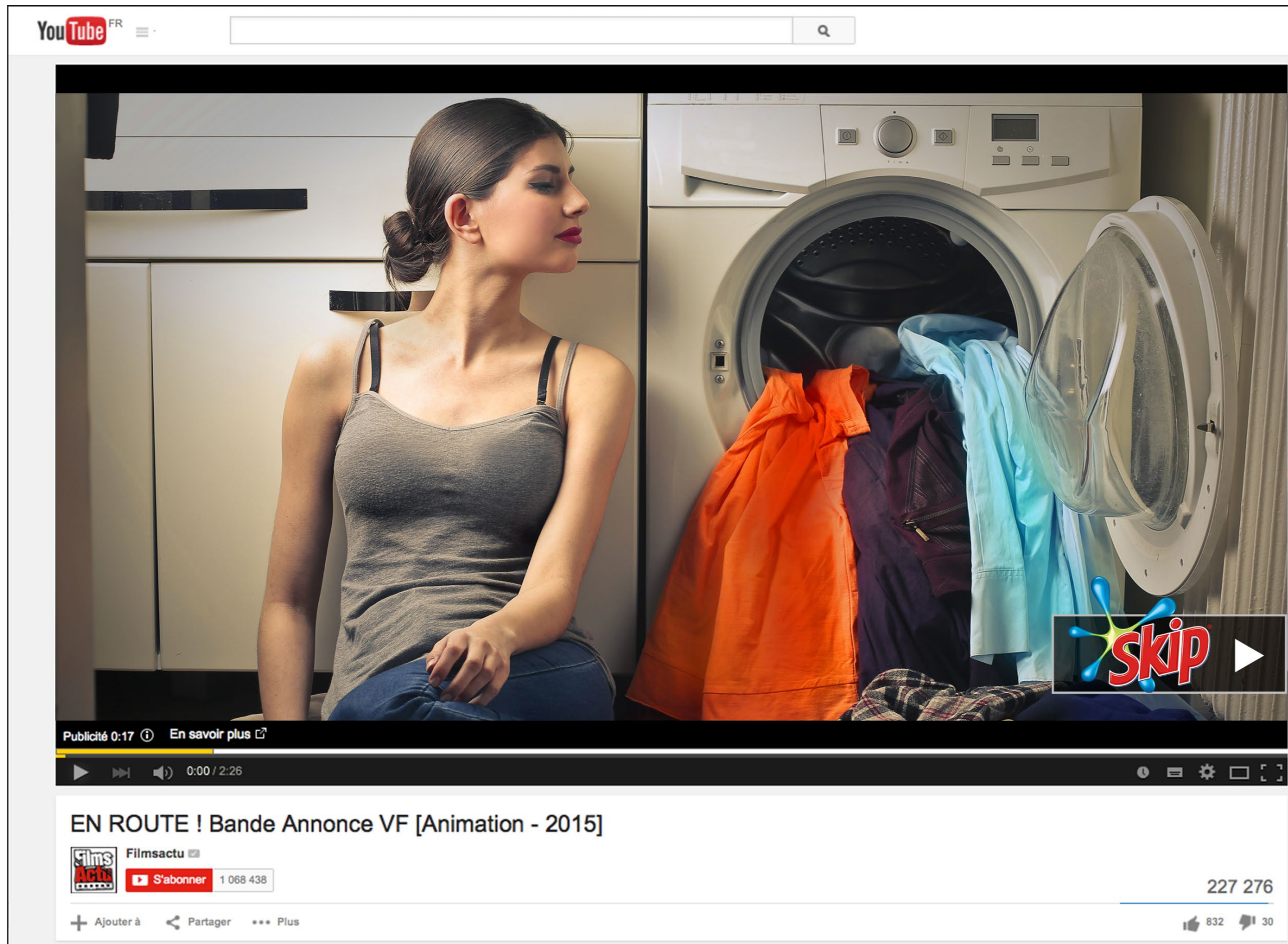
WASH & WATCH

Un épisode de la série de votre choix à regarder en streaming sur votre mobile pendant votre lessive.

COMMENT ÇA MARCHE :

Un code à l'intérieur du bouchon à entrer sur son mobile. Ce code ouvre l'accès à une plateforme de streaming comme NETFLIX et offre la possibilité au consommateur de regarder un épisode de la série de son choix pendant sa lessive.

EN PLUS ! Ça marche aussi si on est chez soi et que l'on s'ennuie !



The image shows a YouTube video player interface. The video content features a woman in a grey tank top sitting on a bench next to a white front-loading washing machine with its door open. Inside the machine, there are several items of clothing, including a bright orange jacket, a dark purple jacket, and a light blue shirt. A red 'skip' button with a white play icon is overlaid on the bottom right of the video frame. Below the video, the title 'EN ROUTE ! Bande Annonce VF [Animation - 2015]' is visible, along with the channel name 'Filmsactu' and a subscriber count of 1,068,438. The video progress bar shows 0:00 / 2:26. At the bottom, there are options to 'Ajouter à', 'Partager', and 'Plus', along with like and dislike counts of 832 and 30 respectively.

LE CONTEXTE :

Au moment de visionner une vidéo sur youtube, c'est toujours la même chose: je suis venu écouter ma chanson préférée mais je dois regarder une pub avant cela.

Il y a là l'opportunité de faire un cadeau aux visiteurs en leur épargnant ce douloureux moment publicitaire qu'ils n'ont pas envie de vivre.

L'IDÉE :

La pub qui se skip !

Skip offre l'opportunité aux visiteurs de youtube de pouvoir zapper la pub pour arriver directement à la vidéo qu'ils sont venus voir !

Il suffit de cliquer sur «Skip»

COMMENT ÇA MARCHE :

Un pré roll youtube modifié avec un bouton «skip» à la place du bouton youtube classique «passer»

La vidéo en background : Une jeune femme qui joue la connivence avec les visiteurs: "Oui je sais que vous détestez les pubs avant les vidéos, hé bien bonne nouvelle, pour faire disparaître celle-ci, il suffit de cliquer sur «skip»".

MA GYM À LAVER

“ICI, on élimine **TOUT** le gras”

LE CONTEXTE :

Aujourd'hui, nous n'avons plus le temps pour rien. Faire son linge, aller à la salle de sport... Mais... Mais...

Et si nous combinions ces deux activités hautement chronophages pour offrir aux consommateurs une expérience unique ET qui profite à tous ?

L'IDÉE :

MA GYM À LAVER

La première laverie automatique/salle de sport !

COMMENT ÇA MARCHE :

Un lieu éphémère est lancé dans plusieurs grandes villes de France.

On y vient avec son linge sale, ses affaires de sport et on profite d'appareils de fitness ou de musculation pendant que notre lessive tourne dans des machines à laver alimentées par les efforts des visiteurs.

Écologique, ludique, économique.

Ma Gym à laver, élimine vraiment TOUT le gras.

LE CONTEXTE :

La lessive est un enjeu important de chaque voyage: il faut prévoir sa lessive avant de partir et compter assez de vêtements propres pour la durée de son séjour. Souvent, l'une ou l'autre de ces étapes ne se passent pas comme prévu...

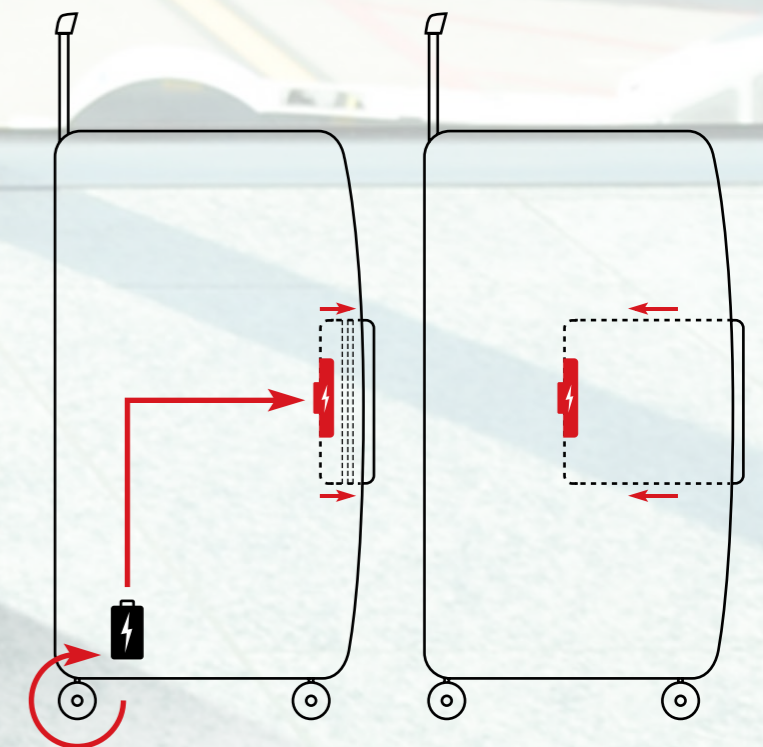
Et si les marques de lessive proposaient LA solution pour avoir du linge propre où que l'on soit dans le monde.

L'IDÉE :

Wash & Go, la première valise qui intègre un petit module de machine à laver. Avec elle, vous lavez les quelques chaussettes et t-shirts dont vous avez besoin pour continuer votre voyage en toute propreté.

COMMENT ÇA MARCHE :

Avec un système escamotable de mini tambour et un petit moteur. Le moteur est alimenté par une batterie, rechargeable par une prise OU grâce au mouvement des roues de la valise.





LE CONTEXTE :

Une tache, ça peut arriver n'importe où, n'importe quand et surtout au mauvais moment : avant un rendez vous de travail crucial ou un verre avec la peut-être future femme/homme de sa vie.

Alors que faire lorsque l'on est à des kilomètres de sa machine à laver et que l'on a rien pour se changer ? Qui allez vous appeler ?

L'IDÉE :

Le LESSIVAN !

La première laverie mobile qui vient au secours de ceux qui ont un besoin urgent de propreté, où qu'ils soient.

Un camion ultra réactif et truffé de machines à laver / sèche linge au programme hyper court.

COMMENT ÇA MARCHE :

Avec un numéro d'urgence diffusé sur les réseaux sociaux et un film de démonstration, l'opération fait le buzz.

Le camion intervient surtout après le déjeuner dans des quartiers d'affaires comme la Défense. Les interventions sont filmées. Une petite cabine pour se changer dans le camion offre un t-shirt brandé aux utilisateurs pour qu'ils n'attendent pas leur linge tout nus ;)



LE CONTEXTE :

Les marques de lessive ont du mal à fidéliser leur clientèle: Elles lavent toutes très bien et surtout, elle sentent toutes très bon. Oui, mais voilà, elles sentent toutes la lessive et ça, ça ne fait pas rêver le consommateur qui se tourne alors vers une autre variable : le prix.

Et si nos lessives n'étaient plus comme les autres ?
Et si les lessives ne sentaient pas QUE la lessive ?

L'IDÉE :

Les parfums.

La première opération de partenariat entre les parfumeurs et les marques de lessive.

Avec des collaborations uniques, les lessives empruntent les parfums des jus préférés des français.

COMMENT ÇA MARCHE :

Un additif parfumé est ajouté aux marques de lessive Skip, Persil, Omo et à l'adoucissant Cajoline. Le packaging reçoit un joli lifting mélangeant les univers de la marque de lessive et du parfumeur pour une édition limitée ultra collector.

ALTERNATIVE :

Des billes de gel parfumées sont offertes avec la lessive et se dissolvent au lavage pour libérer leur parfum.



LE CONTEXTE :

Ces derniers temps, certains sont prêts à payer pour se salir, on observe un succès grandissant des événements type color run ou Mud day. Mais une fois l'épreuve passée, la saleté perdure sur les vêtements des participants.

Comment profiter de ces événements pour faire briller nos marques de lessive ?

L'IDÉE :

Mud day

Une activation qui offre l'opportunité aux participants d'épreuves salissantes de repartir chez eux avec des vêtements frais et propres !

COMMENT ÇA MARCHE :

L'activation se situe à la fin des parcours « Mud Day », les participants peuvent se relaxer dans un espace bar-laverie et prendre un verre pendant que leur affaires sont lavées. Pas de panique, pour ne pas qu'ils soient nus comme des vers, nos marques de lessive leur offre un t-shirt et un short brandés !

Pour déposer son linge, il suffit de se check in sur twitter ou Facebook pour permettre d'amplifier l'écho de l'opération.



LE CONTEXTE :

La sensation de porter des vêtements fraîchement lavés, encore chauds et qui sentent bon la lessive, ça n'a pas de prix. Alors imaginez à quel point il serait bon de vivre ces sensations en plein hiver, après une bonne séance de piscine.

L'IDÉE :

Swimming Cool.

La première laverie / piscine.

Une opération éphémère dans une piscine publique qui offre la possibilité aux consommateurs de venir faire du sport et de repartir avec des vêtements propres et secs, le tout avec une délicieuse odeur de lessive tout juste faite !

COMMENT ÇA MARCHE :

Les consommateurs se rendent à la swimming cool avec leur sac de linge sale, pendant qu'ils se dépensent, leur lessive est faite et séchée. En sortant de la piscine, les consommateurs s'habillent avec leurs vêtements propres et encore tout chaud !