

Information Presse

26/09/2011

Et si vous deveniez du matin grâce à l'Eveil Lumière de Philips ?

Une nouvelle expérience à suivre

Suresnes, France – Philips lance aujourd'hui une **campagne de communication dans le but de rendre du matin des personnes qui ne le sont pas du tout**, en seulement 21 jours. L'objectif est non seulement de comprendre pourquoi simuler le lever du soleil améliore l'humeur et la forme mais aussi la facilité à se lever. La campagne, conçue par Tribal DDB, One Voice, Carat et IRIS est inspirée du succès de l'expérience « Wake up the town » menée l'an passé à Longyearbyen, ville arctique où 98% des habitants ont abandonné leur ancien mode de réveil au profit de l'Eveil Lumière, après l'avoir utilisé pendant 4 mois d'obscurité : l'hiver polaire.

RECRUTEMENT

Le lancement de la campagne "Et si vous deveniez du matin" a commencé **mi-septembre** avec le recrutement des pires Grognon, Zombies et Habités du snooze. Les participants peuvent s'inscrire eux-mêmes au Défi ou désigner leurs amis, membres de la famille ou collègues sur la page Facebook www.facebook.com/PhilipsHealthyLiving pour qu'ils y participent Ils peuvent aussi remplir un quiz sur Facebook pour savoir lequel des 7 profil-types du matin leur correspond: le Grognon, le Grincheux, l'Habitué du snooze, le Zombie, le Cadavre, le Lève-tôt ou le Joyeux. **Cent candidats français seront alors sélectionnés et recevront un Eveil Lumière pour leur permettre de participer aux 21 jours de Défi.**

L'EXPERIENCE

A partir de mi-octobre, les participants au Défi pourront évaluer leurs progrès via l'**Appli iPhone "Wake"** faite de mini-jeux testant leur vivacité, leur humeur et leur facilité à sortir du lit le matin. Ces mini-jeux ont été élaborés avec l'aide des experts Philips en matière de luminothérapie et Wake est l'une des premières applis à proposer au grand public des tests issus d'études cliniques et des laboratoires du sommeil. Toute personne peut aussi télécharger l'appli gratuitement et relever le Défi par elle-même.

Les participants pourront par ailleurs enregistrer leurs progrès sur la page Facebook quasiment en temps réel. Les résultats définitifs seront communiqués fin Novembre.

L'idée créative de cette campagne repose sur une observation : **une écrasante majorité de français* ne se sent pas en forme au lever (93%) et les deux tiers d'entre eux ont besoin d'au moins 15 minutes pour se sentir réveiller après s'être levés.** **D'après une étude menée par Ketchum Research Network.*

Chris Bayliss, Directeur artistique exécutif de Tribal DDB explique à son tour : « Nous avons inventé une stratégie intégrée à la campagne « Et si vous deveniez du matin » par laquelle nous nous infiltrons dans les conversations en ligne où les gens décrivent l'impact que peut avoir leur réveil sur leur journée et celle de leur entourage. Parler des matins difficiles est un sujet de conversation habituel auquel nous donnons une dimension virale grâce aux contenus dynamiques et divertissants permettant à notre audience de partager leurs propres expériences. Et tout ceci se passera à un moment où l'obscurité automnale se fera de plus en plus envahissante, lorsque se réveiller devient de plus en plus pénible. »

EN SAVOIR PLUS:

- Une vidéo de présentation du Défi « Et si vous deveniez du matin » est disponible ici : www.youtube.com/philipshealthyliving
- Le recrutement du Défi « Et si vous deveniez du matin ? » débute le 15 Septembre 2011. Pour s'inscrire, participer et suivre le Défi, il suffit de se connecter à l'adresse suivante : www.facebook.com/philipshealthyliving
- Les agences en charge du Défi Eveil Lumière de Philips « Et si vous deveniez du matin ? » sont Tribal DDB Amsterdam, IRIS, Carat et du consortium d'agences RP OneVoice.

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Claire MARIAT - Local PR Manager
KETCHUM PLEON
E-mail: claire.mariat@ketchumpleon.fr
Téléphone: +33 153326249

About Royal Philips Electronics

Royal Philips Electronics N.V. (NYSE : PHG, AEX : PHI) se pose comme une entreprise diversifiée, active dans les domaines « de la Santé et du Bien-être » et qui a pour but d'améliorer la qualité de vie des personnes par des innovations significatives. Philips est un leader mondial dans les domaines des soins de santé, de la vie moderne et de l'éclairage ; l'entreprise intègre la technologie et le design dans des solutions qui sont axées sur les personnes, qui s'appuient sur une connaissance profonde des consommateurs et qui répondent à la promesse de la marque « sense and simplicity »/du sens et de la simplicité. Philips, dont le siège social se trouve aux Pays-Bas emploie plus de 118.000 personnes dans plus de 60 pays et a réalisé un chiffre d'affaires de 23 milliards d'euros en 2009. L'entreprise est leader sur les marchés des soins cardiologiques, des soins de médecine d'urgence et des soins de santé à domicile, des solutions d'éclairage économique et des nouvelles solutions d'éclairage, des produits de la vie moderne ; elle occupe une position de leader très forte dans les marchés des télévisions à écran plat, des rasoirs électriques, des systèmes de divertissement portables et des soins dentaires. Vous trouverez plus de renseignements sur Philips via les liens suivants : www.philips.com/newscenter et www.philips.fr.