



## COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris le 18 janvier 2010

**Darégal, leader mondial des herbes aromatiques, déploie son premier programme relationnel digital avec The CRM Mobile Corp.©**

**Darégal, société française fondée en 1887, fait ses premiers pas en marketing interactif avec l'agence The CRM Mobile Corp.©. À l'occasion du lancement de « -18° [ ] », la première gamme de compléments alimentaires surgelés aux plantes, un vaste programme relationnel et communautaire en ligne vise à identifier des ambassadeurs et promouvoir cette nouvelle marque révolutionnaire auprès du grand public.**

**« -18° [ ] » : des compléments alimentaires 100% d'origine naturelle\*, savoureux et... surgelés**

Les compléments alimentaires -18° [ ] marient des extraits de plantes à des jus de fruits légers. Conditionnés dans des berlingots puis surgelés, ces savoureux compléments sont élaborés à partir d'extraits actifs d'origine naturelle\* (sans colorant ni conservateur), aux propriétés reconnues par la littérature scientifique. Cinq recettes répondent aux attentes bien-être de chacun : Minceur, Vitalité, Détente, Digestion et Beauté. Une dose par jour à laisser fondre dans un verre d'eau suffit. Ces compléments alimentaires sont distribués en exclusivité chez Picard à partir du 11 janvier 2010 au prix de 6,95€ la boîte de 7 berlingots.



\* Seul -18° [Minceur] ne peut revendiquer la mention « 100% d'origine naturelle » du fait de l'adjonction d'édulcorant nécessaires pour compenser l'amertume des extraits actifs de thé vert.



## Déploiement d'un ambitieux programme relationnel communautaire et viral

Darégal a choisi The CRM Mobile Corp.© (TCMC) pour déployer son premier programme relationnel digital. Ce programme poursuit un objectif double : faire découvrir et tester les compléments alimentaires « -18° [ ] », puis soutenir durablement les ventes.

Déployée du 28 décembre 2009 au 30 janvier 2010, la première phase du programme relationnel « -18° [ ] » vise à assurer la promotion des compléments alimentaires des Laboratoires Darégal Santé auprès d'une cible féminine, puis à transformer en ambassadrices celles qui auront été convaincues par ces produits innovants. Communautaire et virale, cette phase du programme s'appuie sur de nombreux contenus vidéos et outils en ligne afin de démultiplier le buzz en ligne autour des produits. Elle se décline en deux temps :

### Du 28 décembre 2009 au 10 janvier 2010 - Phase de teasing autour de produits « mystères »

- 17 films teaser sous forme de témoignage client évoquent, sur le site Internet [www.moinsdixhuit.com](http://www.moinsdixhuit.com) créé pour l'occasion, les bienfaits de produits mystérieux. Les internautes laissent leur e-mail pour être tenus informés sur ces produits mystères. Ils peuvent également exporter chacune des vidéos vers leur profil Facebook.
- Des bannières publicitaires en ligne énigmatiques alimentent elles aussi le mystère. Déployées sur des sites féminins affinitaires, elles renvoient vers les vidéos du site Web.



Site de teasing



Exemple de bannières de teasing

### A partir du 11 janvier - Révélation et buzz en ligne

Le 11 janvier, les produits mystères sont enfin révélés. De nombreux outils tirent parti de la puissance communautaire du Web pour faire découvrir ces produits au plus grand nombre et inciter les internautes à se procurer le produit dans les points de ventes Picard :

- Révélation : le 11 janvier
  - o Un site vitrine [www.moindsdixhuit.com](http://www.moindsdixhuit.com) est mis en ligne avec toutes les explications sur l'entreprise et les produits (composition, bienfaits, mode de consommation des produits, surgélation... )
  - o En home, une animation 3D illustre le concept et les produits « -18° [ ] »
  - o Vaste campagne publicitaire en ligne :  
Des mots-clés et bannières renvoient vers le site Internet « -18° [ ] » sur les sites des régies Horyzon media, Specific Media, Hi-media femmes, AuFeminin, Doctissimo, le journal des femmes...

The screenshot shows the website interface for -18°. At the top, there are navigation links: '-18° [ ] LA DOSE NATURE', 'LA GAMME DE PRODUITS', '-18° [ ] DANS VOTRE VIE', 'QUI SOMMES NOUS ?', and 'OU TROUVER NOS PRODUITS ?'. The 'Mode d'emploi' section is highlighted. It includes a central image of various -18° product boxes (Détente, Vitalité, Minceur, Digestion, Beauté) and glasses of drinks. Text on the right describes the product as a 'nouveau et délicieux rituel' and provides instructions on how to use the frozen sachets. A sidebar on the left contains navigation buttons: '-18° [ ] C'EST QUOI ?', '-18° [ ] LA SURGÉLATION ?', 'QUEL -18° [ ] POUR VOUS ?', and 'DÉCOUVREZ LA GAMME'. The footer contains contact information: 'CONTACTEZ-NOUS - MENTIONS LÉGALES - COPYRIGHTS 2008 LABORATOIRES DAREGAL SANTÉ'.



- A suivre :
  - o Une application communautaire Facebook permettant d'envoyer des berlingots amusants à ses contacts pour leur donner un petit coup de pouce
  - o Un quizz online autour des plantes pour éduquer les internautes aux produits et enrichir la base de la communauté
  - o Un documercial informatif diffusé sur le Web présente la quête de bien-être perpétuelle de notre société moderne, et le positionnement naturel de Darégal sur ce marché

Selon Cécile Gillot, Directrice marketing de Darégal « *Nous avons choisi l'agence The CRM Mobile Corp.© du fait de sa double expertise en marketing en ligne et en CRM, car Darégal signe, en effet, avec cette campagne un virage marketing à 180°. Au-delà de la promotion de notre gamme innovante de compléments alimentaires surgelés « -18° [ J ] », nous avons désormais l'ambition de promouvoir en ligne l'ensemble de nos produits, de développer la notoriété de notre marque et d'établir des relations régulières avec les consommateurs. »*

#### **A propos de The CRM Mobile Corp.© ([www.tcmc.fr](http://www.tcmc.fr))**

The CRM Mobile Corp.© crée et gère des Solutions de Marketing Relationnel Internet & Mobile avec traçabilité en lignes de caisses. Reconnue pour l'efficacité commerciale de ses programmes, TCMC s'est imposé en 5 ans comme la référence des créateurs et gestionnaires de Programmes Relationnels Internet et Mobile en totale complémentarité, notamment dans le secteur exigeant de la distribution. TCMC compte parmi ses principaux clients historiques : Galeries Lafayette, Monoprix, Leader Price, le Groupement des Mousquetaires (Intermarché, Ecomarché, Bricomarché, Discount Utile et DéfiMousquetaires), Franprix, Jennyfer, celio\*, BNP-Paribas Assurance, La Poste ou encore Cardif.

The CRM Mobile Corp.© réalise pour sa cinquième année une marge brute de 3M€ et compte parmi ses 18 collaborateurs des spécialistes en développements techniques, datamining et gestion d'applications iPhone, de WebApps, d'Android, de sites Internet Image et e-commerce.

En 2009, The CRM Mobile Corp.© a été lauréat du Trophée Orange Multimedia (catégorie « flashcode ».)

The CRM Mobile Corp.© a déjà iPhonisé celio\*, Intermarché, Discount Utile, Monoprix et franprix. Et d'autres à venir très bientôt...

#### **Contact Presse**

Samira Fertas - Com & Co

06 15 41 20 59

[samiraf@com-n-co.com](mailto:samiraf@com-n-co.com)