

## LES IDÉES DU MOIS

**La lessive X-tra fait appel à des magiciens pour faire disparaître les taches**

«Attention, mesdames, messieurs, regardez bien ce foulard tout taché, et hop ! Il est comme neuf.» Le premier week-end d'avril, le lessivier Henkel a envoyé des presti-

**ASTUCIEUX**

digitateurs répéter ce tour de passe-passe dans les rayons de 139 hypermarchés Carrefour. En prime, les spectateurs recevaient des bons de réduction de 1,20 euro. Objectif de cette animation d'un genre nouveau : doper les ventes de la poudre X-tra et faire passer la part de marché de 7,5 à 8,1%. «Plus chers que les démonstratrices classiques, les magiciens sont 25% plus efficaces», assure Damien Bertrand, le fondateur de Joseph Magic Media, l'agence parisienne qui a inventé le concept de «magie communicante». Parmi ses autres clients, on compte Coca-Cola, Hermès et L'Oréal.

90 Capital Mai 2003