

## ➔ PROMOTION DES VENTES

# Il y a de la magie dans l'air

L'agence Joseph Magic Media aurait-elle trouvé la recette miracle pour doper les ventes d'un produit ? Quelques tours de passe-passe et les consommateurs se pressent.



A chaque intervention de Joseph Magic Media, **les ventes du produit mis en scène ont augmenté de près de 40%**.

Observez les yeux d'un enfant lorsqu'il assiste à un spectacle de magie... Ses yeux pétillent et il y croit. Imaginez maintenant que cet enfant a grandi et qu'il est devenu un consommateur. Peut-être ses yeux pétillent-ils encore lorsque le lapin sort du chapeau. L'agence Joseph Magic Media en est, en tout cas, convaincue, elle qui a lancé le concept de "magie communicante". Son principe : mettre l'illusion au service de la promotion des ventes d'un produit. Sa méthode : faire entrer la magie dans les points de vente. Un concept qui a déjà fait des émules : Hermès, L'Oréal, Zippo, Coca Cola, Champagne Mumm et, dernièrement, Henkel ont choisi l'illusion pour séduire leurs clients. Les 3, 4 et 5 avril derniers, 139 magasins Carrefour ont ainsi vu arriver des magiciens mobilisés par la marque Henkel et chargés de doper les ventes des barils de lessive X-TRA. Grâce à quatre tours de magie spécialement créés pour l'opération, ces

animateurs d'un nouveau genre vont rendre visuelle la promesse de vente du produit et susciter l'acte d'achat chez les "conso-spectateurs". Pour prouver la puissance des fameuses "perles bleues" de la lessive, ils font apparaître, en moins de dix secondes, des petites boules bleues sur les vêtements des spectateurs. Et ces derniers ne sont pas au bout de leurs surprises. Afin d'illustrer l'efficacité de la poudre, les magiciens n'hésitent pas à tacher un foulard avec de la sauce tomate. Le tissu est ensuite introduit par un client dans un baril de lessive, et en ressort, évidemment, immaculé. Et ça marche ! A chaque opération, les ventes du produit mis en scène ont augmenté de près de 40 %, affirme-t-on chez Joseph Magic Media. Quant au coût d'une telle animation, il varie en fonction du nombre de magiciens mobilisés. Comptez néanmoins 25 % de plus que pour une animation classique.

**Maud Aigrain**