PASSAGE-PIÉTON
ACTIVATEUR DE MARQUES

Communiqué de presse
Paris le 14 février 2012

Passage Piéton,
devient l'agence "Event & Social Engagement"
de Procter & Gamble France

Après une collaboration fructueuse de plusieurs années au travers d'événements on et off line avec l'agence Passage Piéton, Procter & Gamble confie à cette dernière l'activation sociale de ses marques.

Depuis début 2008, Passage Piéton accompagne de nombreuses marques de Procter & Gamble dans la définition et le déploiement d'événements hors médias. L'agence s'est notamment illustrée avec des opérations remarquées comme les 35 ans du lapin Duracell, les défis de Pringles avec Mickael Vendetta ou les caméras cachées de François Damiens, le village Pampers à Paris puis en tournée, la Bulle Febreze dans le métro parisien, etc.

Aujourd'hui, l'agence a été choisie pour accompagner les marques du groupe dans la définition de leur stratégie de présence sur les médias sociaux. L'agence aura pour mission l'activation sur les réseaux sociaux des principaux temps forts des marques présentes sur ce medium, à travers notamment la création et l'animation des pages Facebook. Pour chaque marque concernée, l'agence sera consultée pour la mise en place d'une stratégie sociale idoine, en plus de son accompagnement régulier en événementiel avec Procter & Gamble.

"Nous sommes ravis de cette nouvelle confiance de Procter & Gamble. Notre but a toujours été de créer un moment privilégié entre une marque et ses consommateurs. Peu importe pour nous l'endroit, physique ou non, de la rencontre. Ce que nous pensons c'est qu'il faut événementialiser le rapport entre la marque et ses consommateurs. Depuis nos débuts, nous cherchons des moyens originaux de favoriser l'engagement avec les marques du groupe. Notre travail sur les réseaux sociaux répond à cette même logique. La technique doit suivre une idée forte et non l'inverse" expliquent Frédéric Lambert et Vincent Quenor fondateurs de l'agence Passage Piéton.

En 2010, Passage Piéton avait été élue par Procter & Gamble meilleure agence dans la catégorie « marketing interactif et digital » pour la campagne « Pringles Xtreme ».

A propos de Passage Piéton

Fondée en 2005 par Frédéric Lambert et Vincent Quenor, issus respectivement des medias et de la publicité, le métier de l'agence : Activateur de marques.
Sa vocation : trouver de nouveaux terrains d'expression inédits on line et off line.
Créer un contenu de marque original et différent pour décupler les retombées média et business initialement prévues.
Elue Meilleure Agence Digitale Procter & Gamble en 2010 et « Jeune Agence de l'année » lors du XXXIe Grand Prix 2010 des Agences de l'Année, l'agence s'est notamment fait remarquer en 2010 pour des campagnes variées telles que : Le Village Pampers, Pringles Xtreme avec François Damiens, la Grande Collecte pour La Halle, le Shoes Dating pour Spartoo.com ou encore la soirée JCVD « pète les plombs » pour Gillette Fusion Proglide.

Contact presse PASSAGE PIETON :
IDENIUM
Enguerran Cottarel
01.56.21.19.93
enguerran@idenium.com