

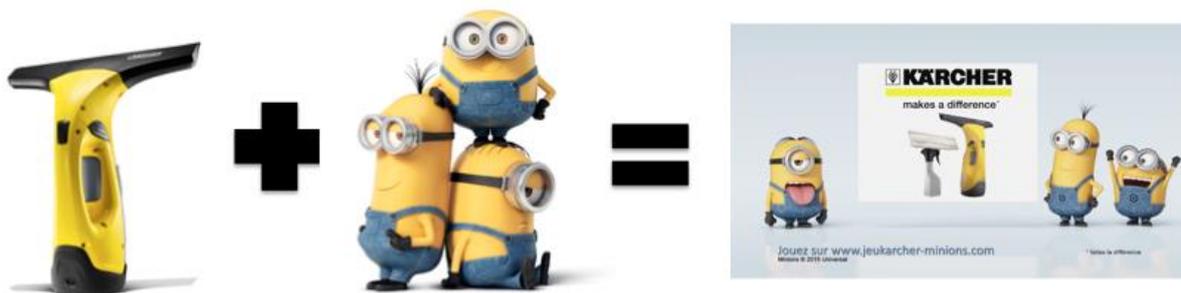
Communiqué de presse  
Paris, le 22 avril 2015

## Avec Kärcher et les Minions, laver les vitres est un jeu !

Kärcher crée l'évènement en s'associant au prochain film d'Universal Pictures LES MINIONS<sup>®</sup>, pour placer son nettoyeur de vitres sous les feux des projecteurs. Elu produit de l'année à sa sortie en 2012, le nettoyeur de vitres Kärcher a révolutionné les usages en proposant une alternative innovante aux solutions de nettoyage classiques. Ce produit original recèle de nombreux points communs avec les très drôles et très fédérateurs Minions<sup>®</sup>.

### Un partenariat hors du commun placé sous le signe de l'humour

A l'occasion de la sortie du prochain film d'animation d'Universal, LES MINIONS<sup>®</sup>, le 8 juillet prochain, Mindshare, agence de GroupM France, avec le soutien de Movie, l'agence de brand Entertainment de GroupM France, ont proposé à Kärcher de s'associer à ces petits personnages jaunes issues des studios Illumination pour écrire une histoire inattendue déclinée sur une campagne 360°. Une collaboration marquée par une véritable intégration des personnages dans l'univers de la marque.



Les Minions © 2015 Universal Studios Tous droits réservés

### Un spot original pour une collaboration de grande ampleur

Pour l'occasion, Kärcher et son agence Mindshare lancent une campagne média et hors-média d'envergure pour promouvoir le produit désormais emblématique du leader des solutions de nettoyage. Un spot télévisé décalé, imaginé par Kärcher et MOVIE, et produit en collaboration avec Universal Pictures, est diffusé depuis le 20 avril en TV et sera relayé sur le web à partir du mois de mai, puis en affichage digital en région parisienne dans les gares, centres commerciaux et dans le métro.

### Un jeu concours dynamique et ludique, soutenu en points de vente

Du 1<sup>er</sup> avril au 7 juillet prochain, les internautes pourront jouer avec les Minions et Kärcher via l'opération *Laver les vitres est un jeu !* sur le site [www.jeukarcher-minions.com](http://www.jeukarcher-minions.com) et gagner de nombreux cadeaux. Enfin, l'opération sera mise en scène dans des milliers de points de vente en

France avec une expérience immersive en magasin cobrandée Minions<sup>®</sup> et Kärcher, produite par l'agence Le Fil : stickage au sol, ilots événementiels, flyers, et même la possibilité pour les consommateurs de se faire prendre en photo avec Les Minions<sup>®</sup>

Les nombreux points communs entre Les Minions<sup>®</sup> et Kärcher font de ce partenariat une évidence : originaux, petits et capables de tout, ils sont aujourd'hui réunis pour le meilleur ... et pour le rire !



Les Minions © 2015 Universal Studios Tous droits réservés



Les Minions © 2015 Universal Studios Tous droits réservés

**Focus sur le WV2 Plus, le produit qui a révolutionné le nettoyage des vitres :** afin de simplifier le quotidien des utilisateurs, Kärcher a conçu un appareil innovant au concept unique sur le marché. Facile à utiliser, compact et autonome, grâce à sa batterie rechargeable, il permet de nettoyer tous les types de fenêtres et de surfaces vitrées de la maison (baies vitrées, miroirs, pare-douche, tables basses). Le WV2 Plus est LA solution complète de nettoyage des vitres. L'avantage ? Il aspire l'eau sale, qui ne coule plus sur le sol et ne laisse aucune trace ni goutte sur la surface. Avec lui, fini la corvée !

Plus d'informations sur le nettoyeur de vitres Kärcher sur [www.karcher.fr](http://www.karcher.fr) ou [www.karchersatisfaction.com](http://www.karchersatisfaction.com)

Participez au jeu sur [www.jeukarcher-minions.com](http://www.jeukarcher-minions.com)



MINDSHARE



groupm



#### **A propos de Kärcher**

Créée en 1935, la société familiale Kärcher dont la maison-mère est située à Winnenden en Allemagne, est composée de 60 filiales et commercialise ses produits dans plus de 190 pays. En 2014, Kärcher compte 11 000 collaborateurs et réalise un Chiffre d'Affaires record de 2,116 Mrd€. L'innovation est au cœur du succès de la société qui détient plus de 1 450 brevets dont 500 actifs en 2014, et propose ainsi plus de 3000 produits destinés aux professionnels et au grand public. 900 ingénieurs et techniciens développent des solutions de nettoyage toujours plus performantes avec des technologies permettant de réduire l'impact environnemental des produits et des procédés de fabrication : moins de composants dans la conception des machines, détergents biodégradables à plus de 90%, unités de production fonctionnant à partir d'énergies renouvelables, etc. Kärcher maintient également son engagement en matière de développement durable et de responsabilité sociétale en soutenant de nombreuses actions caritatives à travers le monde.

#### **A propos de GroupM France**

Présidé par Pierre Conte, GroupM France regroupe les agences media du groupe WPP : MEC, Mindshare, Mediacom, KR Media et Maxus. GroupM France est également doté de départements dédiés : GroupM Next (Etudes, Efficacité, Data, Planning stratégique), GME (métiers de création de contenus), GMI (équipes digitales spécialisées), GroupM PBU (programmation) et GroupM Power (services fonctionnels). En 2014, GroupM a été le premier groupe media sur les achats d'espaces publicitaires selon Kantar Media.

GroupM Entertainment (GME), collectif « Creative Media », est l'unité de conception, de production et d'exploitation de contenus de GroupM en France : au service des agences elle élabore des stratégies de contenus 360° intégrant partenariat, production on et offline, Brand Entertainment, social media et événementiel. Au sein de GME, MOVIE est l'entité spécialisée dans les partenariats entre les marques et les studios de production avec la mise en place d'opérations on et off line, en association avec les grands événements cinématographiques internationaux et tout type de manifestations culturelles d'envergure (lancement de jeux video, musicals...)

#### **A propos de Mindshare**

Un des 4 grands réseaux media de WPP, Mindshare dispose de plus de 100 bureaux dans le monde. En France, Mindshare est dirigée par Magali Florens et compte 129 collaborateurs. Mindshare déploie pour ses clients une approche agile et flexible des média par laquelle les marques peuvent répondre rapidement à l'évolution de leur environnement. Cette approche, l'Adaptative Media s'appuie sur l'exploitation de la "fast et slow data" pour identifier les insights actionnables et sur une organisation totalement intégrée On/Off. Parmi ses principaux clients : Unilever, Chanel, Ford...

#### **A propos de l'agence Le Fil**

« Le Fil, l'agence agile pour créer des liens durables. Le Fil est une agence conseil en communication, digital et marketing, créée en 2006 par Julia Drupt et Lisa Prunel Laplace. Les domaines de prédilection de Le Fil sont les stratégies de contenu et le customer marketing, en B2C comme en B2B. Le Fil accompagne les réseaux de distribution, les marques de grande consommation, les marques expertes, ainsi que les services et institutions. »

#### **Contacts :**

**Contact Presse Annonceur: AGENCE AUVRAY & ASSOCIÉS** – Emilie Dèbes - 01 58 22 25 95 – [e.debes@auvray-associes.com](mailto:e.debes@auvray-associes.com)

**GroupM France** : Image Sept – 01 53 70 74 89 – Lauranne Guirlinger & Nathalie Feld – [nfeld@image7.fr](mailto:nfeld@image7.fr)

**Agence Marketing – Le Fil** - Julia Drupt – 01 79 71 76 20 – [jdrupt@le-fil.fr](mailto:jdrupt@le-fil.fr)