Culture COM : « Volkswagen ». En Suède, cette poubelle de jardin public est au coeur d'une campagne de communication de la marque Volkswagen. Comment ?

27-05-2017

avec

- Volkswagen

a lancé en Suède une campagne de communication intitulée « The Fun theory ».

- L'idée

centrale est qu'il est possible d'améliorer nos comportements et de changer notre mentalité si on ajoute une petite touche de « fun » aux objets qui nous entourent.

- Le

constructeur automobile a organisé à cet effet un concours pour recueillir, mettre en oeuvre et récompenser les meilleurs projets de street marketing imaginés autour de la Fun theory.

- C'est ainsi

qu'a été retenu un dispositif consistant à placer dans des poubelles de jardins publics un appareil électronique qui simule, quand on y jette un déchet, le bruit de la chute d'un objet dans un puits profond.

- L'effet est

étonnant et ne manque pas d'attirer les promeneurs, notamment les enfants, immédiatement volontaires pour placer dans la poubelle les débris qui les entourent.

- La petite

touche de fun fonctionne.

- Et
Volkswagen profite du buzz qui l'accompagne.

- Voir la vidéo