



Communiqué de Presse | le 7 juillet 2014

## « LES BROWNIE AWARDS », 1<sup>ÈRE</sup> OPÉRATION DE JWT PARIS POUR SON NOUVEAU BUDGET BROSSARD.

L'agence **JWT Paris** annonce le gain du budget digital de communication du lancement de la nouvelle recette **Brownie** (Brossard), du groupe Limagrain, à l'issue d'une compétition.

### Les aventures délirantes de Spec, Amandine, Carl et Chino !

La première opération pour Brownie, imaginée par JWT Paris en collaboration avec X-Prime, met en avant 4 personnages un peu loufoques, Spec, Amandine, Carl et Chino, représentant 4 ingrédients possibles pour la prochaine recette Brownie. Cette première phase qui consistera à engager les internautes autour d'un vote pour l'un de ces ingrédients sera soutenue par des vidéos délirantes dévoilées tout au long de l'été. Tout comme les 4 « bro » de Brownie sont inséparables, c'est un voyage pour 4 personnes à Hollywood qui sera à gagner en participant à ce jeu-concours.

### Une chasse au trésor sur Google Street View...

La seconde phase de l'opération se déroulera sur Google Street View, pour une grande **chasse au trésor digitale** ! Des indices laissés sur les réseaux sociaux permettront ainsi de retrouver les parties dispersées du trophée des « Brownie Awards » pour tenter de remporter jusqu'à un an de Brownie.

Le trailer de l'opération, en ligne depuis le 26 juin, donne le ton : <http://youtu.be/Q4veAtT-qJI>

Application Facebook « **Brownie Award** » : <http://bit.ly/S1vg1a>

### CRÉDITS

#### AGENCE : JWT Paris

Directrice de la Création : Anne-Cécile TAULEIGNE  
Direction Artistique : Laura MOREAU  
Concepteur Rédacteur : Johan TCHANG-MINH  
Responsable Agence : Pascal BOTINO  
Production : Patricia CHEMOUL  
Conseil Digital : X-PRIME

#### ANNONCEUR : Brossard

Chef de produits Senior Service Marketing : Agathe LORY  
Assistant chef de Produit Gamme Brownies : Johan HENRI



JWT  
PARIS

## PRODUCTION

Animation 3D : Chez Eddy

## CONTACT PRESSE

Peggy Malmaison | [peggy.malmaison@jwt.com](mailto:peggy.malmaison@jwt.com) | 01 41 05 38 68

## A propos de JWT Paris

Créée en 1864 à New York City puis lancée en 1928 à Paris, JWT compte 90 collaborateurs en France et emploie presque 10 000 personnes dans le monde dans plus de 200 agences réparties dans 90 pays, et célèbre cette année ses 150 ans.

JWT figure parmi les premiers réseaux d'agences mondiaux et assure une position dominante dans l'industrie de la communication en restant un leader en matière d'innovation depuis le premier film publicitaire jamais produit en 1939 jusqu'au développement aujourd'hui de programmes de contenu de marque récompensés par les plus prestigieux prix.

JWT en France accompagne des marques telles que BMW, Nestlé, Bayer, Johnson & Johnson, Nokia, Sephora...

**JWT Paris** | [www.jwt.com/paris](http://www.jwt.com/paris)

**Facebook JWT Paris** | [www.facebook.com/jwtparis](http://www.facebook.com/jwtparis)



### The Wise Owl. L'icône originale JWT.

Apparu en 1864, le hibou a été choisi car il est l'emblème de la sagesse, de la connaissance et du discernement dans de nombreuses cultures. La lampe qu'il tient dans ses serres est quant à elle un symbole de la lumière et de la clarté d'esprit.

Ensemble, ils symbolisent le fait qu'expérience et savoir sont toujours les clés du succès.

**Le Sage Hibou fait son retour, avec style, pour célébrer les 150 ans d'existence de JWT.**