



Hépar® va surprendre avec une campagne digitale décalée pour décomplexer un sujet tabou : celui de la constipation

Avoir un bon transit... un sujet dont nous parlons peu mais ô combien essentiel dans notre quotidien. En effet, les problèmes de transit sont souvent très douloureux, mais au-delà de la douleur, ils peuvent fortement jouer sur notre qualité de vie au quotidien et sur notre façon d'être avec notre entourage.

Hépar®, l'eau minérale naturelle pour avoir un bon transit (1), a souhaité décomplexer ce sujet en rendant hommage à la créativité de la langue française. Pour cela, l'agence Marcel a imaginé une campagne digitale étonnante...

Un vrai sujet de société

Un Français sur cinq (2) est sujet à des problèmes de constipation, il n'y a donc aucune raison que le sujet reste tabou. Hépar® se donne pour mission de décomplexer la discussion sur ce sujet délicat : la constipation ça peut arriver à tout le monde, alors ne soyons pas gênés d'en parler !

Cette campagne s'inscrit dans la démarche de dédramatisation entamée par Hépar® avec les films du « feu d'artifice » et de la « fusée ».

Une campagne en 2 temps pour permettre à chacun de se l'approprier

Couler un bronze, démouler un cake, lâcher une brique, monter sur le trône... chacun a son expression pour parler de son transit.

À partir du 22 février, Hépar® invite chacun à partager son expression, en la postant sur les réseaux sociaux avec le hashtag

#ChezMoiOnDit

1

Coup d'envoi de cette opération : un étrange film drôle et décalé, réalisé par Noémie Saglio (« Connasse », « Toute première fois », « Telle mère, telle fille »), avec sa complice de longue date, la comédienne Olivia Côte... Sous son allure de testimonial innocent, il est truffé d'expressions savoureuses qu'il s'agira de trouver.

2

Dans un second temps, les meilleures expressions collectées auprès des Français donneront lieu à des vidéos toutes aussi décalées. Dans le plus pur respect des codes du tutoriel, on verra ainsi un agent immobilier nous expliquer comment faire la grosse commission, une monitrice d'équitation comment aller à la selle, un pilote de montgolfière comment lâcher du lest, etc. Ces vidéos vont ainsi être mises en ligne sur les différents réseaux sociaux Facebook, Twitter et Youtube, mais également sur le nouveau site internet de la marque.



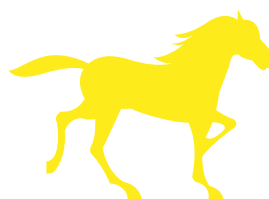
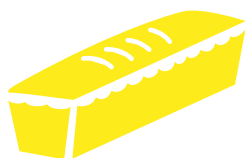
Hépar® c'est aussi un tout nouveau site Internet

Une activation 100% digitale et sociale qui est aussi l'occasion de mettre à l'honneur le nouveau website Hépar®. Site où sont réunis de nombreux conseils utiles pour chouchouter son transit : quelles sont les causes de la constipation, comment l'éviter et comment l'eau Hépar® peut aider.

www.hepar.fr



L'Agence C'est dit, c'est écrit ! accompagne Hépar® dans cette campagne avec notamment l'organisation d'un événement sur-mesure le **21 février** dédié aux influenceurs et journalistes qui marque le coup d'envoi de cette campagne.



Crédits

Nestlé Waters

Directeur marketing : Philippe Gallard
Directrice de marque : Florence Durr
Chef de groupe marketing : Eric Belin
Chef de produit : Yann Thollet

Marcel

Directrice de la création : Anne de Maupeou
Concepteur-rédacteur : Gaëtan du Peloux
Directeur artistique : Youri Guerassimov
TV producer Prodigous : Elodie Jonquille
Directeur associé : Michel Kowalski
Directrice de clientèle : Bérangère Schehl
Chargée de clientèle : Marine Abello

Production

Réalisatrice film : Noémie Saglio
Réalisateur capsules : Doudou Wilsonne
Production : Collins & Cooper
Producteur : Florent Fay
Post production : Prodigious - Pierre-Arthur Goulet
Production son : Prodigious - Clémens Hourrière
Business Affair : Prodigious - Lise Anne Bonnard

CONTACTS PRESSE



Nathalie Roland
nathalie.roland@marcelww.com / 06 09 49 63 29

C'est dit, c'est écrit !

RP **Elodie Cousin** ecousin@cditcecrit.com / 01 58 56 66 69
Apolline Natier anatie@cditcecrit.com / 01 58 56 66 64

E-RP **Julie Lucas** jlucas@cditcecrit.com / 01 58 56 66 61

(1) Hépar® peut être laxative. Nous vous recommandons de boire 1L d'Hépar® par jour dans le cadre d'une alimentation variée et équilibrée et d'un mode de vie sain.

(2) Suares NC et al. Prevalence of, and risk factors for, chronic idiopathic constipation in the community: systematic review and meta-analysis. Am J Gastroenterol 2011 ; 106(9):1582-91*.