



Rapport Animation CLEAR MPX coupe du monde

Date de l'action : Du 06 au 19 juillet 2026





Présentation de l'activation

Date de l'activation : de 06 au 19 juillet 2026 (VSD)

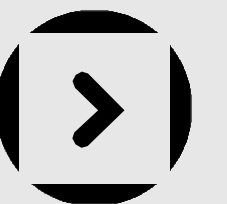
Dispositifs :

- Présence de 7 animatrices (chaque VSD), portant des polos aux couleurs et aux logos de la marque « CLEAR », afin d'assurer la visibilité et la représentation des marques sur le terrain.
- Horaire de l'activation : de 10h à 19h avec une heure de pause de 14h à 15h

Mécanisme :

L'animation repose sur une approche interactive et promotionnelle : les animatrices vont à la rencontre des consommateurs afin de leur présenter le shampoing **CLEAR**, mettre en avant ses principaux bénéfices et répondre à leurs éventuelles questions. L'objectif est de créer de l'intérêt autour du produit, de favoriser l'essai et de stimuler l'acte d'achat afin d'augmenter les ventes.

CLEAR





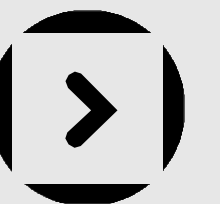
Données de participation



La participation enregistrée chaque week-end (VSD) s'établit en moyenne entre 50 et 60 personnes touchées par jour. Ce niveau de fréquentation traduit un intérêt encourageant des consommateurs pour l'activation et témoigne de la bonne visibilité du dispositif au sein des magasins MG, Sur l'ensemble de la période de l'action, l'animation a permis de toucher entre 2000 et 2500 consommateurs.

L'activation a ainsi contribué à renforcer la visibilité et la présence de la marque en point de vente, tout en favorisant un contact direct avec les consommateurs et en soutenant la dynamique commerciale autour du produit.

CLEAR





VISIBILITE

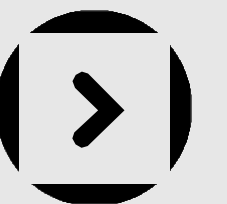
A hand-drawn black arrow starts from the bottom left of the word 'VISIBILITE' and points diagonally upwards and to the right, ending near the first paragraph of text.

en complément de l'animation déployée dans les MPX, un habillage des têtes de gondole (TG) a été mis en place afin de renforcer la visibilité et l'impact du dispositif promotionnel.

Cette mise en avant a permis d'accroître la présence de la marque CLEAR en point de vente, de renforcer l'attractivité de l'espace d'animation et de faciliter l'identification du produit par les consommateurs.

L'habillage des TG a ainsi contribué à créer une présence de marque plus forte et plus impactante, tout en optimisant l'exposition du produit et en soutenant l'efficacité globale de l'activation.

CLEAR





MPX Sfax

MPX ain zaghouen

MPX jardin d'el menzah

MPX laouina

VISIBILITE



CLEAR





MPX soukra

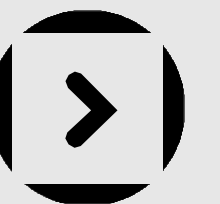
MPX zayatine

MPX Menzah 6

VISIBILITE



CLEAR





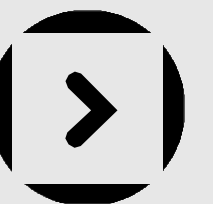
MPX monastir mall

MPX CDG

MPX belvédère

VISIBILITE

CLEAR





MPX monastir

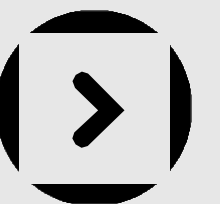
MPX Menzel bourguiba

MPX maghreb arabe

VISIBILITE



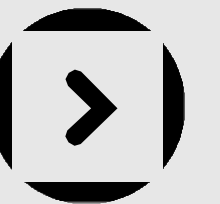
CLEAR



RAPPORT PHOTOS



CLEAR



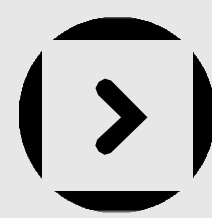


Liste des MPX

A hand-drawn black arrow originates from the text 'Liste des MPX' and points towards the top of the table.

MPX
MPX Jardins D'El Menzah 2
MPX ain zaghouen
MPX Zayatine VS
MPX sfax centre
MPX Manzel Bourguiba VS
MPX sousse Maghreb Arabe
MPX Monastir Mall

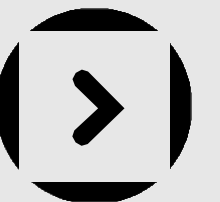
CLEAR





**MPX menzel
bourguiba**

CLEAR





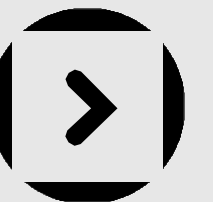
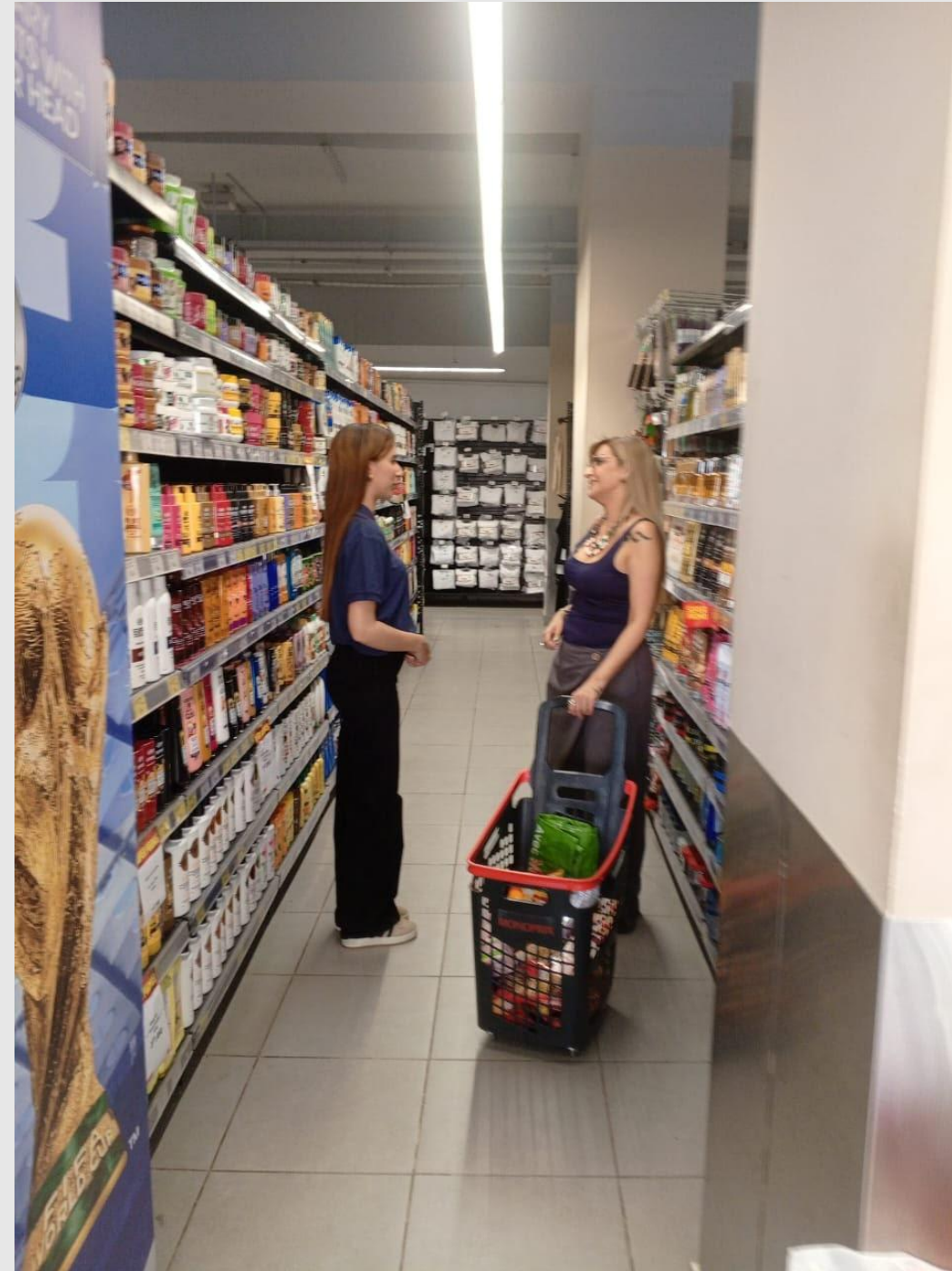
Unilever

**MPX ain
zaghouen**



CLEAR

GILEN
events





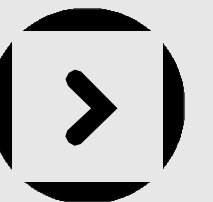
Unilever

**MPX sfax
centre**



CLEAR

GiLEN
events





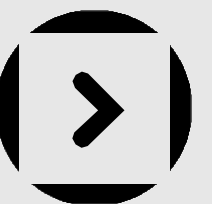
Unilever

**MPX sousse
messi**



CLEAR

GILEN
events

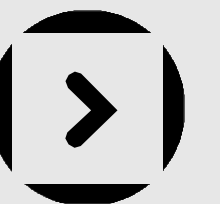




**MPX jardin
d'el menzah**

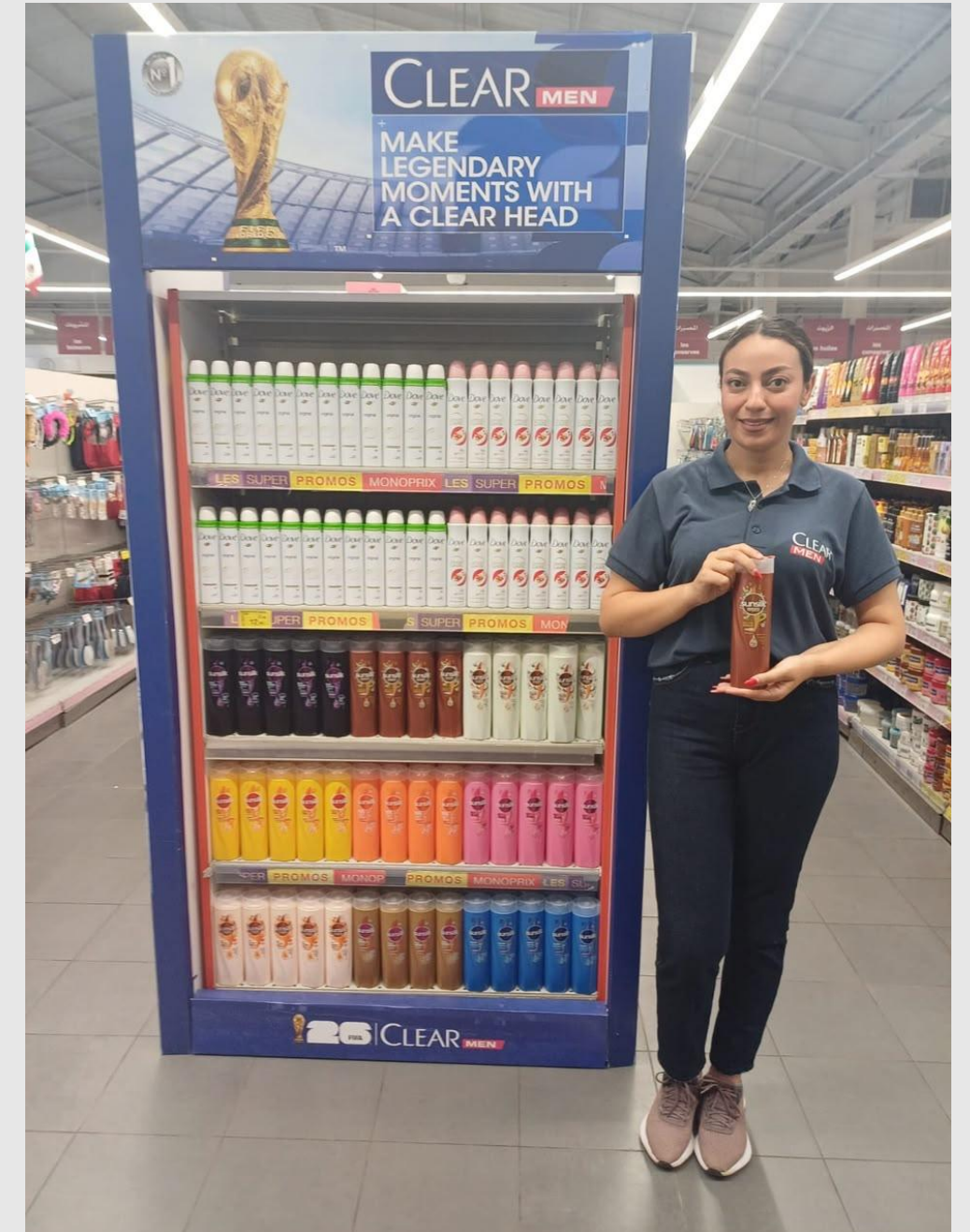


CLEAR

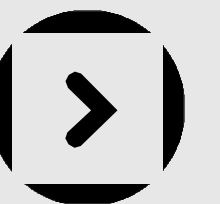




**MPX monastir
mall**



CLEAR

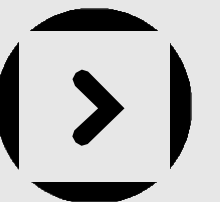




MPX zayatine

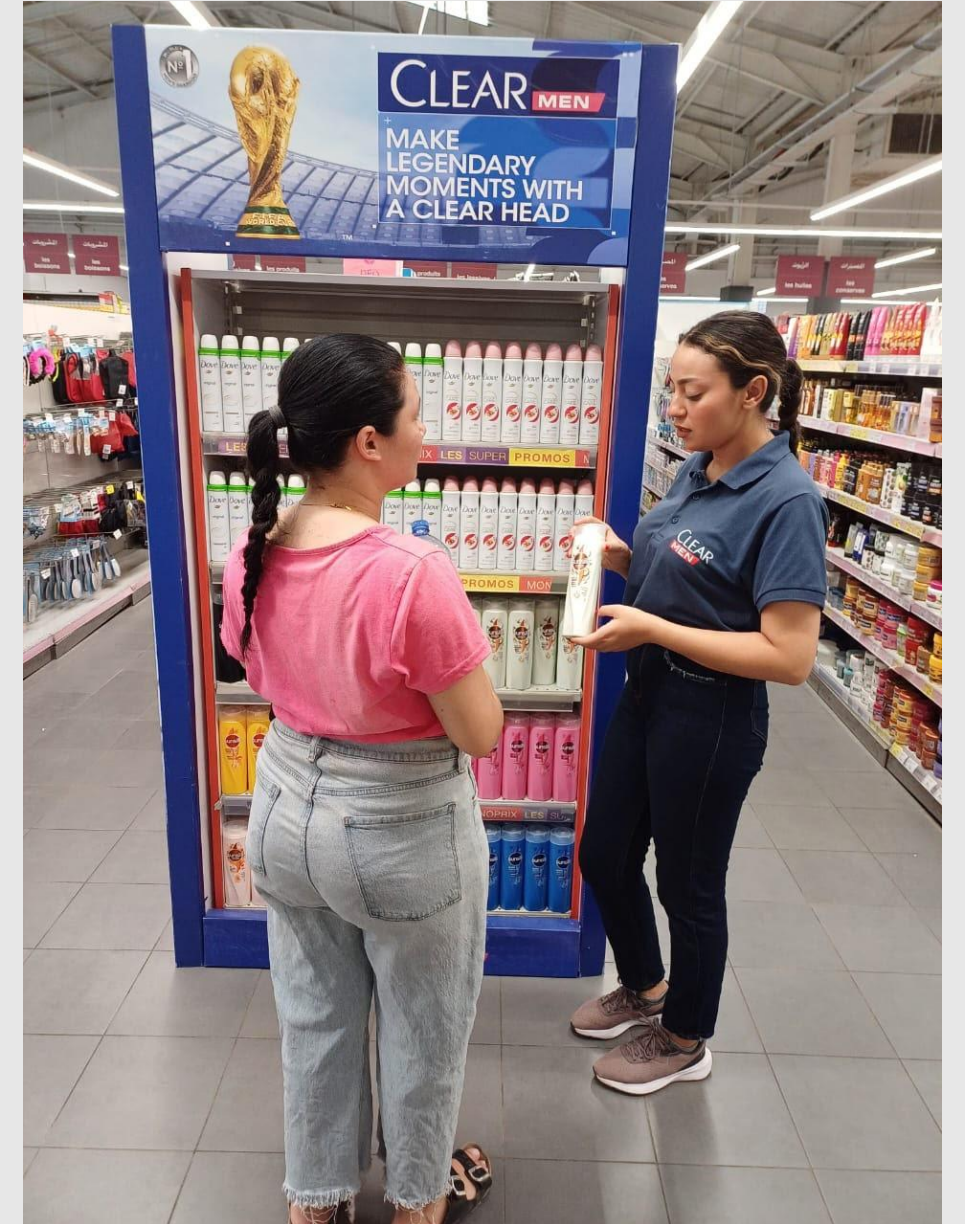


CLEAR

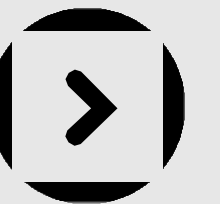




Meilleures
photos



CLEAR

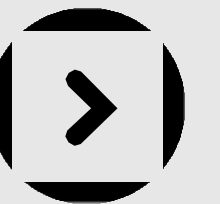




Meilleures
photos



CLEAR



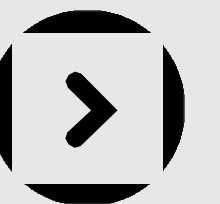


Unilever

LOGISTIQUE

- La communication a été réalisée, outre les TG qui révèlent les différents produits « UNILEVER » un élément influençant la réussite de cette action, aussi à travers l'assiduité de notre animatrice sur le site.
- Nôtres Animatrices ont attirée les consommateurs en indiquant la diversification des produits à promouvoir tout en ayant un sourire permanent .
- Quant aux moyens humains, nous avons mobilisé une équipe d'animation : une animatrice de 10h jusqu'à 19h, avec une pause d'une heure, accompagnée d'un superviseur motorisé permanent pour garantir le bon déroulement de l'action.

CLEAR





Unilever

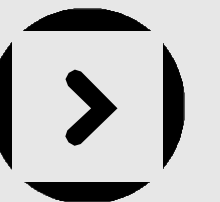
**RETOMBEES
TERRAIN**

Suite à notre présence durant cette action, nous avons pu recueillir les informations suivantes :



- Les consommateurs affichent une perception favorable à l'égard des prix promotionnels proposés sur les shampoings **CLEAR**. Ces promotions contribuent à renforcer leur satisfaction et à accroître l'attractivité de l'offre.
- **CLEAR Ultra Hydro Boost** se positionne comme la référence la plus vendue de la gamme. Son succès s'explique principalement par son efficacité perçue en matière d'hydratation du cuir chevelu, ainsi que par la sensation de fraîcheur procurée après utilisation.
- Les consommateurs expriment un intérêt pour l'élargissement de la gamme **CLEAR** à travers le développement de produits complémentaires, notamment des **soins capillaires et des masques**, afin de répondre davantage à leurs besoins et de proposer une routine capillaire plus complète.

CLEAR



CLEAR

**Nous vous remercions pour votre
confiance**

Ahlem Ben Ghanem

Gérante

Mobile: +216 20 365 351

www.gilem-events.com

Adresse mail: contact@gilemevents.com

