



Rapport Animation CLEAR coupe du monde hyper Géant : Tunis city & Azur city

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





Présentation de l'activation

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

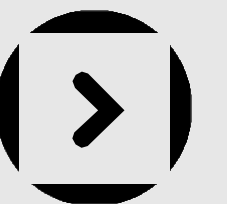
Dispositifs :

- Présence de 2 animatrices (TLJ) à hyper Tunis city, portant des tenues aux couleurs et aux logos de la marque « CLEAR », afin d'assurer la visibilité et la représentation des marques sur le terrain.
- Un display aux couleurs de **CLEAR**, assurant une forte visibilité de la marque, est installé dans l'allée centrale
- Horaire de l'activation : de 09h à 21h avec une heure de pause de 14h à 15h

Mécanisme :

Le consommateur est invité à participer à un jeu en réalité virtuelle. À l'issue de l'expérience, il peut tenter sa chance en faisant tourner une roue de la fortune sur tablette afin de gagner un cadeau. Cette animation vise à créer une expérience ludique et engageante autour de la marque, tout en renforçant l'interaction avec les consommateurs.

CLEAR





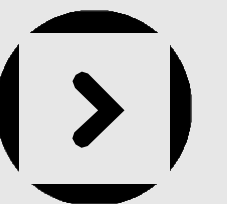
Données de participation



La participation enregistrée à hyper Géant s'établit en moyenne entre 130 et 150 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 de l'hyper Géant, Sur l'ensemble de la période de l'action, l'animation a permis de toucher entre 3600 et 4200 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.

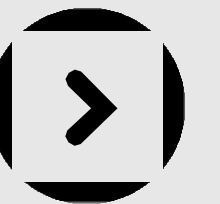
CLEAR



RAPPORT PHOTOS



CLEAR



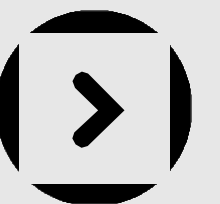


Unilever

TUNIS CITY

CLEAR

GILEN
events





TUNIS CITY

CLEAR

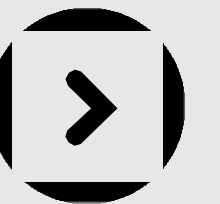




TUNIS CITY



CLEAR

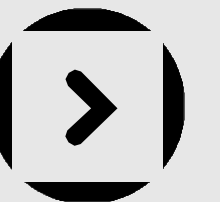




TUNIS CITY



CLEAR





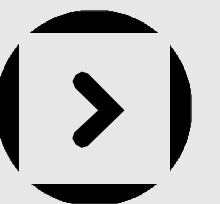
Unilever

TUNIS CITY



CLEAR

GILEN
events





Unilever

TUNIS CITY



CLEAR





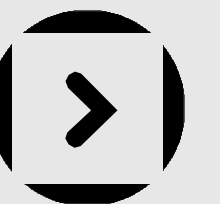
Unilever

TUNIS CITY



CLEAR

GILEN
events





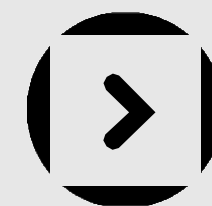
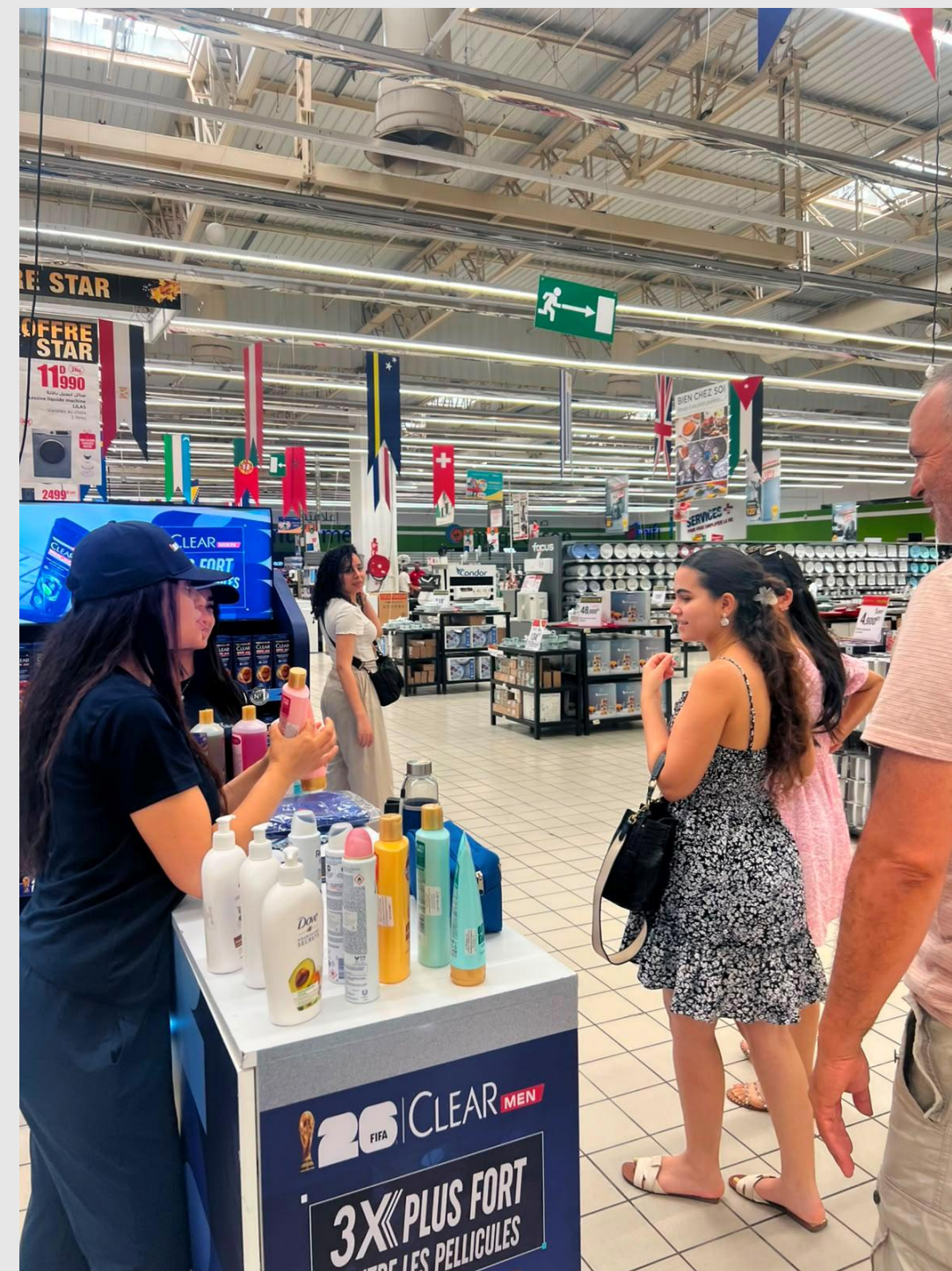
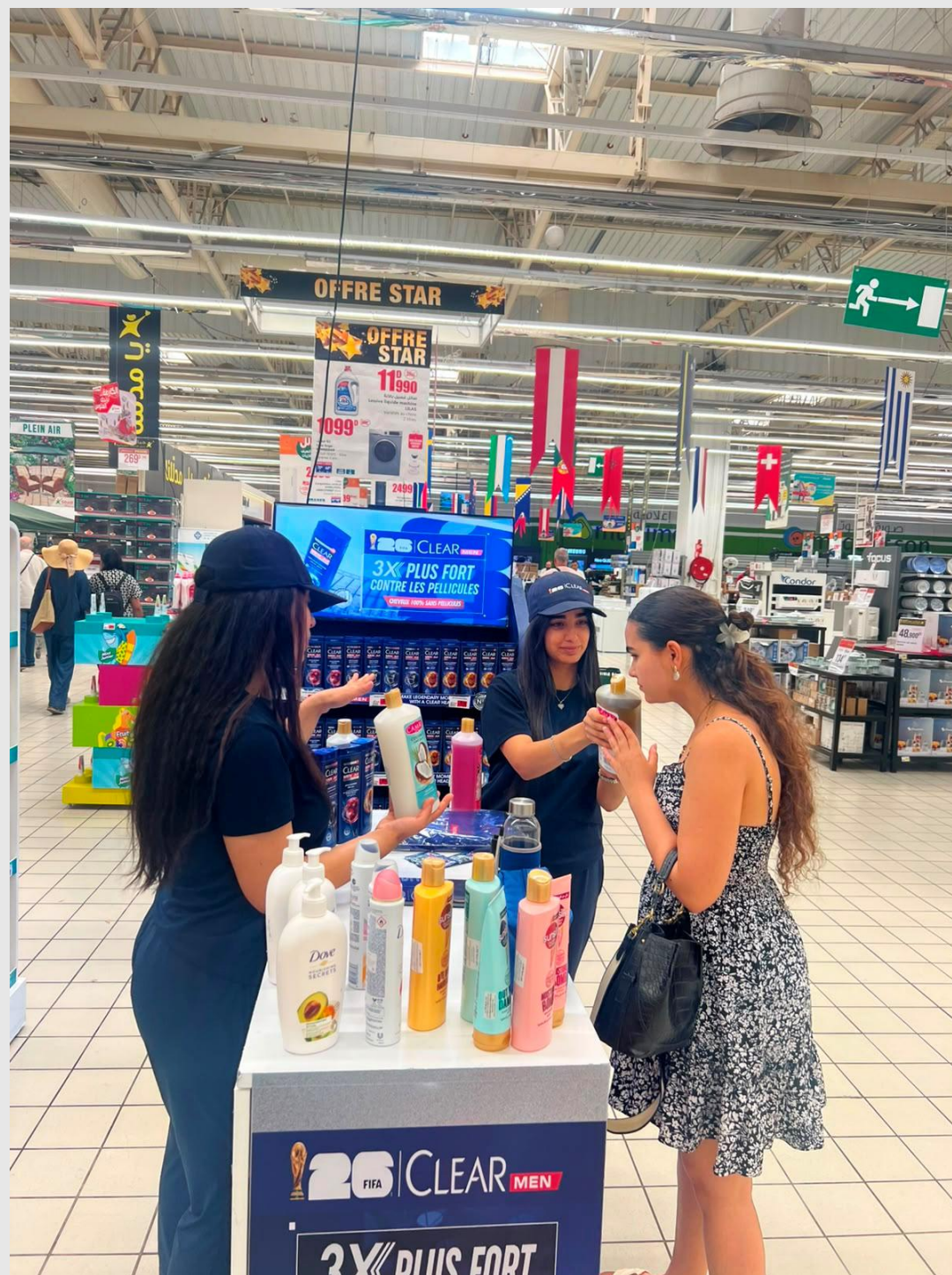
Unilever

TUNIS CITY



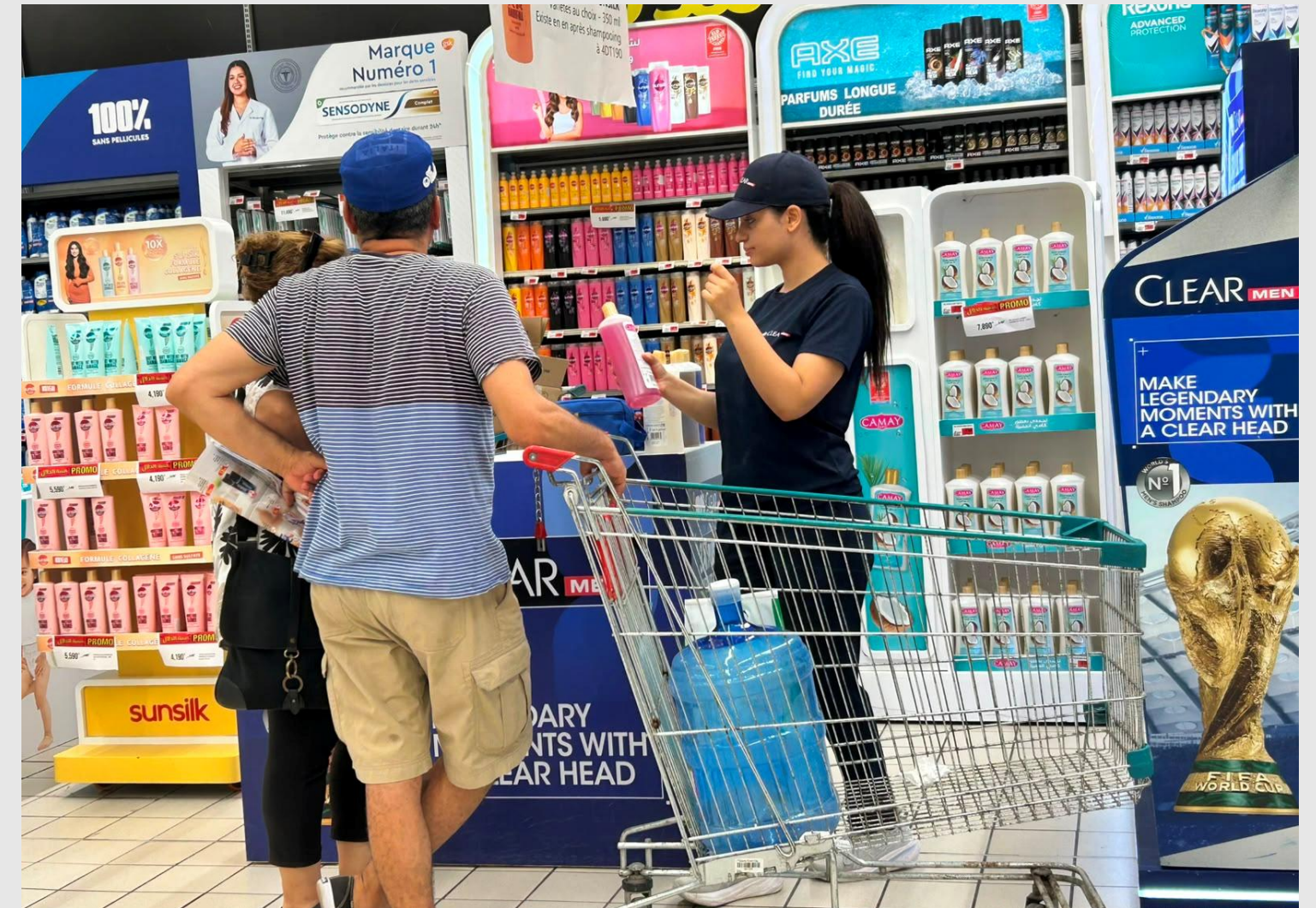
CLEAR

GILEN
events

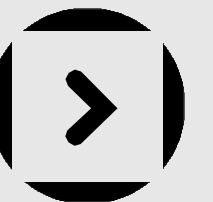




TUNIS CITY



CLEAR

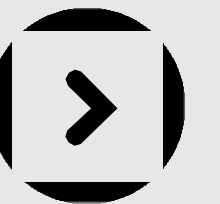




TUNIS CITY



CLEAR





Présentation de l'activation



Date de l'activation : de 06 au 19 juin 2026

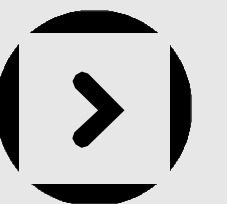
Dispositifs :

- Présence de 1 animatrice (TLJ) et 2 animatrices (VSD) à hyper Azur city, portant des tenues aux couleurs et aux logos de la marque « CLEAR », afin d'assurer la visibilité et la représentation des marques sur le terrain.
- Mise à disposition un jeu baby foot portant les visibilité de la marque, est installé dans l'allée centrale
- Horaire de l'activation : de 09h à 21h avec une heure de pause de 13h à 14h et de 18h à 19h

Mécanisme :

Le consommateur est invité à participer à un jeu au baby foot. À l'issue de l'expérience, il peut tenter sa chance en faisant tourner une roue de la fortune sur tablette afin de gagner un cadeau.

CLEAR

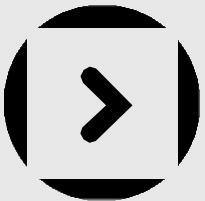




AZUR CITY



CLEAR





Unilever

AZUR CITY



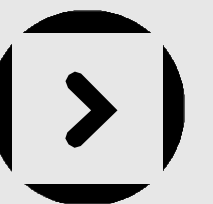
CLEAR





AZUR CITY

CLEAR





Unilever

AZUR CITY

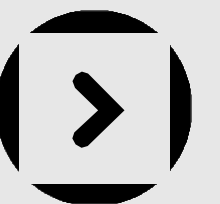
CLEAR





AZUR CITY

CLEAR





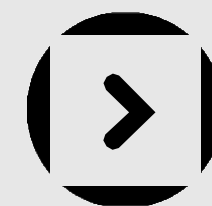
Unilever

AZUR CITY



CLEAR

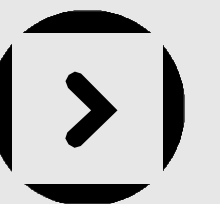
GILEN
events





AZUR CITY

CLEAR



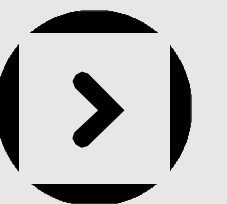


LOGISTIQUE



- La communication autour de l'activation a été assurée à travers les présentoirs, mettant en avant les différents produits **UNILEVER**. La présence assidue de notre animatrice sur le site a également constitué un élément clé dans la réussite de l'opération, en favorisant la visibilité des produits et l'interaction avec les consommateurs.
- Nos animatrices ont su attirer l'attention des consommateurs en mettant en avant la diversité des produits à promouvoir. Leur accueil chaleureux, leur disponibilité et leur sourire permanent ont contribué à créer une interaction positive et à renforcer l'attractivité de l'animation.

CLEAR



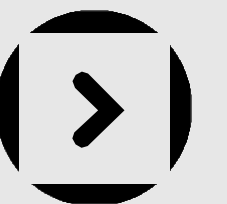


Suite à notre présence durant cette action, nous avons pu recueillir les informations suivantes :

RETOMBEES TERRAIN

- Les consommateurs, et plus particulièrement les hommes, ont exprimé une **perception très favorable du shampoing Clear**, mettant principalement en avant son **efficacité reconnue dans la lutte contre les pellicules**. Cette caractéristique constitue l'un des principaux facteurs d'appréciation et de préférence de la marque auprès de cette cible.
- La référence la plus vendue de la gamme est « **Clear Deep Cleanse** », qui se distingue par son appréciation positive auprès des consommateurs. Son succès s'explique principalement par sa capacité à **nettoyer efficacement les cheveux et le cuir chevelu tout en préservant leur confort**, sans provoquer de sensation de sécheresse.

CLEAR





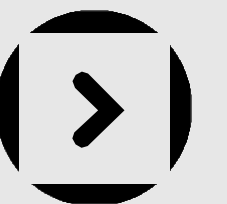
Suite à notre présence durant cette action, nous avons pu recueillir les informations suivantes :



RETOMBEES TERRAIN

- Certains consommateurs ont signalé des **difficultés à trouver les produits Clear dans certaines grandes surfaces**, notamment lors de leurs achats habituels.
- Plusieurs consommateurs ont exprimé le souhait de voir **la gamme Clear s'élargir**, en proposant davantage de références et de solutions adaptées aux différents besoins capillaires. Cette attente traduit un **intérêt marqué pour la marque** et une volonté de disposer d'un choix plus large au sein de son offre.

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

